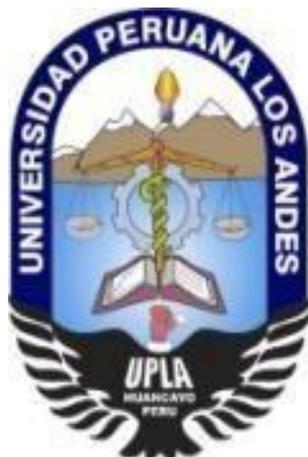


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES  
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables  
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



**TESIS**

**Comportamiento Organizacional e Imagen Corporativa en la  
Municipalidad Distrital de Iguain Ayacucho 2020**

Para optar : El Título Profesional de Licenciado en  
Administración.

Autores : Bach. Chanel Carrasco Guzmán  
Bach. Ruth García Gozme

Asesor : Dr. Uldarico Inocencio Aguado Riveros

Línea de investigación  
Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los  
Recursos

Fecha de inicio y culminación : 23.02.2021 al 22.02.2022

Huancayo – Perú

2021

## HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

### UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

#### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TESIS:**

Comportamiento Organizacional e Imagen corporativa en la  
Municipalidad Distrital de Iguain Ayacucho 2020

**PRESENTADA POR:**

**Bach. Chamel Carrasco Guzmán**

**Bach. Ruth García Gozme**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS

**PRESIDENTE:** \_\_\_\_\_

**PRIMER**

**MIEMBRO** : \_\_\_\_\_

**SEGUNDO**

**MIEMBRO** : \_\_\_\_\_

**TERCER**

**MIEMBRO** : \_\_\_\_\_

Huancayo, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2021

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y**  
**SISTEMAS**



**TESIS**

Comportamiento Organizacional e Imagen corporativa en la  
Municipalidad Distrital de Iguain Ayacucho 2020.

Para optar : El Título Profesional de Licenciado en  
Administración

Autoras : Bach. Chamel Carrasco Guzmán  
Bach. Ruth García Gozme

Asesor : Dr. Uldarico Inocencio Aguado Riveros

Línea de investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de los  
Recursos

Fecha de inicio : 23.02.2021

Fecha culminación : 22.02.2022

Huancayo – Perú

**ASESOR:**

**Dr. Uldarico Inocencio Aguado Riveros**

**DEDICATORIA:**

Dedicamos éste trabajo de investigación a Dios y a nuestros padres por su apoyo incondicional en nuestra formación profesional. A ellos con amor.

### **AGRADECIMIENTO:**

A Dios por permitirnos llegar hasta esta etapa, a nuestros padres por su apoyo incondicional y a mis amigos por su gran ayuda.

A los docentes de la Universidad Peruana los Andes, por sus enseñanzas, por sus consejos, y por su apoyo en este corto, pero fructífero camino de desarrollo profesional en las aulas del saber.

A nuestro asesor, por siempre orientarme en el proceso de mi tesis.

A todos ustedes muchas gracias.

**CHAMEL Y RUTH**

## CONTENIDO

CONTENIDO.....	vii
CONTENIDO DE TABLAS.....	ix
CONTENIDO DE FIGURAS.....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
<b>I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>15</b>
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	15
1.2. Delimitación del problema .....	19
1.3. Formulación del problema.....	20
1.3.1. Problema general.....	20
1.3.2. Problemas específicos .....	20
1.4. Justificación.....	20
1.4.1. Social.....	20
1.4.2. Teórica .....	20
1.4.3. Metodología .....	21
1.5. Objetivos.....	21
1.5.1. Objetivo general .....	21
1.5.2. Objetivos específicos.....	21
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
2.1. Antecedentes.....	22
2.2. Bases teóricas o científicas .....	29
2.3. Marco conceptual.....	41
<b>III. HIPÓTESIS.....</b>	<b>44</b>
3.1. Hipótesis general .....	44
3.2. Hipótesis específicas .....	44
3.3. Variables.....	44
<b>IV. METODOLOGÍA .....</b>	<b>48</b>
4.1. Método de investigación .....	48
4.2. Tipo de investigación .....	49
4.3. Nivel de investigación .....	49
4.4. Diseño de investigación.....	50
4.5. Población y muestra .....	50

4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	51
4.7.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	51
4.8.	Aspectos éticos de la investigación .....	51
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>53</b>
5.1.	Descripción de resultados .....	53
5.2.	Contraste de hipótesis.....	61
	<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>67</b>
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>71</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>72</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>73</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>75</b>
	<b>ANEXO N° 01: Matriz de Consistencia .....</b>	<b>75</b>
	<b>ANEXO N° 02: Matriz de Operacionalización de Variables.....</b>	<b>77</b>
	<b>ANEXO N° 03: Matriz de Operacionalización del Instrumento .....</b>	<b>79</b>
	<b>ANEXO N° 04: La Data de Procesamiento de Datos .....</b>	<b>85</b>
	<b>ANEXO N° 05: Confiabilidad y Validez del Instrumento .....</b>	<b>87</b>
	<b>ANEXO N° 06: Consentimiento Informado.....</b>	<b>95</b>
	<b>ANEXO N° 07: Fotos de la aplicación del instrumento .....</b>	<b>97</b>

## CONTENIDO DE TABLAS

TABLA N° 01 Cuadro de validadores...	51
TABLA N° 02 Confiabilidad de la Variable 1 .....	52
TABLA N° 03 Escala de confiabilidad .....	52
TABLA N° 04 Escala de confiabilidad .....	53
TABLA N° 05: Situación de la Variable1 Comportamiento organizacional .....	53
TABLA N° 06: Situación de la Variable2 Imagen corporativa.....	54
TABLA N° 07: Situación de la Hipótesis Especifica 1 Comportamiento individual .....	56
TABLA N° 08: Situación de la Hipótesis Especifica 2 Comportamiento grupal... ..	57
TABLA N° 09: Situación de la Hipótesis Especifica 3 Comportamiento organizativo .....	58
TABLA N° 10: Escala de Spearman... ..	59
TABLA N° 11: Prueba de hipótesis general.....	60
TABLA N° 12: Prueba de hipótesis especifica 1.....	61
TABLA N° 13: Prueba de hipótesis especifica 2.....	63
TABLA N° 14: Prueba de hipótesis especifica 3.....	64

## CONTENIDO DE FIGURAS

FIGURA N° 01: El Comportamiento Organizacional .....	16
FIGURA N° 02: Situación de la Variable1 Comportamiento organizacional .....	54
FIGURA N° 03: Situación de la Variable2 Imagen Corporativa .....	55
FIGURA N° 04: Situación de la Hipótesis Especifica 1 Comportamiento individual .....	56
FIGURA N° 05: Situación de la Hipótesis Especifica 2 Comportamiento grupal .....	57
FIGURA N° 06: Situación de la Hipótesis Especifica 3 Comportamiento organizativo.....	59

## RESUMEN

El Comportamiento Organizacional tomado como ámbito de investigación surge con la finalidad de determinar y de dar a conocer la relación existente hacia la Imagen corporativa en la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho. Lugar donde el comportamiento, ámbito, desarrollo y desempeño laboral es de mucha relevancia para la institución, todo esto debido a que el personal humano es el mayor recurso valioso que influye en todos los ámbitos que le conciernen ya sea de manera positiva como negativa. Donde se planteó la siguiente hipótesis: El Comportamiento organizacional se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020, siendo el problema general: ¿Qué relación tiene el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain 2020?, y teniendo como objetivo principal: Determinar la relación entre el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain. Para lo cual el método general fue el Científico, con el nivel Descriptivo Correlacional y diseño No Experimental de corte Transversal. Teniendo como población para el estudio a los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho, con el instrumento de cuestionario – encuesta para dicha evaluación. En lo que se determinó que verídicamente el Comportamiento Organizacional tiene una relación directa y significativa al elevar y mejorar la Imagen Corporativa de la Institución pública en la que se trabajó y en base a los resultados plasmados.

**Palabras clave:** Comportamiento Organizacional e Imagen Corporativa.

## ABSTRACT

Organizational Behavior taken as an area of investigation arises with the purpose of determining and publicizing the existing relationship towards the corporate image in the District Municipality of Iguain – Ayacucho 2020. Place where the behavior, scope, development and work performance is of great relevance for the institution, all this due to the fact that human personnel are the greatest valuable resource that influences all the areas that concern them, either positively or negatively. Where the following hypothesis was raised: Organizational Behavior is significantly related to the corporate Image of the District Municipality of Iguain – Ayacucho 2020, the general problem being: ¿What relationship does the Organizational Behavior have with the corporate Image of the District Municipality of Iguain?, and having as main objective: To determine the relationship between the Organizational Behavior with the Corporate Image of the District Municipality of Iguain . For which the general method was the Scientific, with the Descriptive Correlative level and Non-Experimental design of Cross-section. Having as population for the study the workers of the District Municipality of Iguain – Ayacucho 2020, with the questionnaire-survey instrument for said evaluation. In which it was determined that the Organizational Behavior has a direct and significant relationship when raising and improving the Corporate Image of the public Institution in which it was worked and based on the results reflected.

**Keywords:** Organizational Behavior and Corporate Image.

## INTRODUCCIÓN

La investigación tiene sus fundamentos principales al Comportamiento organizacional e Imagen Corporativa en la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020, en la cual tiene como finalidad dar respuesta a la problemática planteada, problemas formulados y encontrar su relación e influencia entre ambos, ya que esos temas como el comportamiento organizacional, es de interés muy significativo para la institución que tiene la finalidad de poder encontrar solución a diversos problemas que se vienen dando y que merma el desempeño de la entidad, encontrando algunas respuestas a través de investigaciones como esta.

La investigación se inicia del problema general planteado ¿Qué relación tiene el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?, el de como una mala organización institucional en la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho determina también un mal o erróneo comportamiento organizacional en los trabajadores que hace que se vislumbre una deteriorada imagen corporativa de parte de la población. Visto el problema se tuvo como objetivo Determinar la relación entre el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de una institución pública. De esta manera se utilizará como método general el Científico y método específico el Correlacional

El presente trabajo de investigación tiene los siguientes temas a tratar; en el Capítulo I, se encuentra, la descripción y formulación del problema abordado, justificación y objetivos propuestos.

En el Capítulo II, se refieren los antecedentes nacionales e internacionales, como también marco conceptual, y bases teóricas que definen los conceptos de la investigación.

En el Capítulo III, aquí se dan a conocer la hipótesis general y las hipótesis específicas, también variables y operacionalización de las variables de la investigación.

En el Capítulo IV, se describe la metodología a usar, como el método científico, el tipo de investigación, nivel de investigación, diseño de la investigación. Por otro lado, la muestra y población, como también las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y su procesamiento para desarrollar la investigación.

En el Capítulo V, se determina la administración del plan con los recursos humanos y financieros, así como también el cronograma para desarrollar este trabajo de investigación.

Seguidamente, se muestran también las fuentes bibliográficas y los anexos utilizados.

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

El Comportamiento Organizacional con la globalización y su relación estrecha que guarda con la Imagen corporativa, hace de mayor relevancia temas como la imagen, identidad y comunicación que esta refleja hacia la población o clientes de acuerdo sea el caso, empresa o institución pública, que funcionan como instrumentos de gestión para mejorar la relación Municipio – Población, debido a que tanto los gobiernos en todos sus niveles (nacionales, regionales, locales) basan su existencia en la relación que mantienen con su población, a la cual se deben.

En cualquier institución pública o empresa el Comportamiento Organizacional (CO) de una manera bien llevada facilita la relación población – municipio, ya que el CO estudia tres componentes muy importantes el individual-Comportamiento Individual que busca conocer la percepción, aptitud, actitud y hasta lo que los motiva para desarrollar ciertas labores, el segundo componente es el Comportamiento Grupal que busca identificar los factores clave que influyen en un grupo así como su nivel de liderazgo y formas de comunicación y el tercer componente estructura-Comportamiento Organizativo que analiza el proceso conflictivo y evalúa donde nace la raíz de los problemas determinando los elementos de cultura organizacional que se crean naturalmente en la empresa o institución.

para así mejorar la efectividad de las organizaciones donde estos a su vez manejan una variedad de conceptos muy relevantes en su desarrollo donde de todos ellos los más resaltantes son la actitud, motivación, valores, grupo de trabajo, liderazgo, entre otros. En la que la institución necesita la participación de toda su fuerza laboral o colaboradores y todos esos factores que pueden influir de manera positiva para resolver diferentes problemas de diversa índole para lo cual se necesita satisfacer y cumplir con las necesidades de la población en la mejor cabalidad posible.

## Comportamiento Organizacional



Figura N° 01: El Comportamiento Organizacional  
Fuente: Rosa Ventura (2018)

Es así que, en nuestro país, muy usualmente las entidades públicas se ven afectadas por temas de comunicación e información, empezando porque los colaboradores desconocen muchas veces la misión, visión, valores, manual de operaciones y funciones, reglamento de operaciones y funciones, entre otros. Que les permita reconocer la entidad donde vienen laborando y la responsabilidad que esta conlleva al cumplimiento de sus funciones, que a su vez se vea reflejado en un rendimiento adecuado de servicio a la población, al cual se debe toda institución del estado.

Como es el caso de la Municipalidad Distrital de Iguain, ubicado en la provincia de Huanta de la Región de Ayacucho, donde se presentan muchas carencias y debilidades por ejemplo en el Comportamiento Individual: se presenta la poca predisposición ni aptitud al querer mejorar y desarrollar el trabajo haciendo de esta rutinaria poco efectiva e ineficaz, compañeros que no trabajan bien al no cumplir sus funciones designadas por otro lado en el Comportamiento Grupal: se presentan dificultades como falta de trabajo en equipo ya que cada personal trabaja únicamente aislado en su lugar sin buscar aportar o ayudar a resolver problemas de mayor envergadura y de carácter organizacional, falta de comunicación que imposibilita el trabajo en equipo, prejuicios que muchas veces generan problemas de otra índole, choques de personalidad como gente muy proactiva que busca relacionar a sus demás compañeros encontrando otras personalidades más introvertidas o cerradas y poco abiertas al cambio u a colaborar, también generar problemas, Comportamiento Organizativo: la mala designación o poco interés de las gerencias en el personal, como explotación en algunos puestos con mayor carga laboral y menor ingreso en sueldos, conflictos de recursos por la mala disposición de los bienes patrimoniales o en áreas no acordes, directrices poco claras que no permiten establecer los procesos de manera más clara para uso de los colaboradores, poca gestión e optimización de los recursos humanos y económicos. De esta manera el accionar entre los trabajadores de la municipalidad se ve debilitada ante la población, no permitiendo u obstruyendo a la poca participación que se tiene de la población, al mostrarse una mala imagen corporativa, no coadyuvando a la promoción y desarrollo de su distrito.

Es así que muchas veces no se da la apertura hacia la población de integrarse a las políticas de desarrollo que son propuestas por los gobiernos de turno, esto hace a que no se propongan obras o proyectos sociales de ejecución dentro del distrito y beneficio de la población. También se da deterioro por el paso de los años en obras o proyectos antes

hechos por otras gestiones, que requieren de mantenimiento o reparación total, donde algunas veces el presupuesto público no es suficiente y es necesaria el financiamiento parcial por parte de los pobladores, pero de no darse participación de ellos ninguna obra puede llevarse a cabo.

El análisis del comportamiento organizacional, permite saber o anticiparse muchas veces que es lo que los colaboradores harán, también encontrar las deficiencias para así mejorar las habilidades en cuanto al trato con la gente y mejorar en cierta manera su productividad. De esa manera tener mejor manejo de la institución, reemplazando muchas veces lo que se intuye por algo más certero y así optar por la búsqueda de que el recurso humano sea adaptable a su entorno social y laboral como los cambios tecnológicos que se puedan ir dando

Para ello es importante definir el estado del comportamiento organizacional y como este se relaciona positiva o negativamente en la imagen corporativa que finalmente repercute en su relación y logro de objetivos con la población del distrito, ya que la gestión pública es importante entre la relación que guarda la población y gobierno local para poder hacer gestiones en el beneficio de la misma. Teniéndose como función principal de una Municipalidad, la de administrar a una ciudad o distrito con sus diferentes recursos.

Los problemas muchas veces radican cuando las relaciones entre Institución Pública y Población se cortan, de esta manera generándose hostilidad, tanto interna como externa, en el centro de trabajo entre los propios colaboradores incluso con las Jefaturas y Alcaldía quienes son finalmente la cara e imagen que se presenta ante el distrito de Iguain. Donde esto muchas veces no propicia que la población participe activamente formando juntas vecinales o comitivas que planteen proyectos o acciones de mejora dando conocer sus carencias y problemas que se dan día a día en cada uno de los barrios.

Ante todo, lo expuesto anteriormente, se puede determinar cómo problemática general la siguiente ¿Qué relación tiene el comportamiento organizacional con la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?

## **1.2. Delimitación del problema**

### **Delimitación Espacial**

La investigación se ubica espacialmente en el territorio de la municipalidad de Iguain, en el distrito de su Jurisdicción y las instalaciones donde realizan los trabajadores sus labores administrativas.

### **Delimitación Temporal**

El trabajo de investigación uso datos recopilados mediante los instrumentos aplicados a los trabajadores, en el periodo que se desarrollara la Tesis es de Noviembre 2020 a Octubre 2021.

### **Delimitación Conceptual**

Conceptualmente se delimita en el ámbito a estudiar, el del Comportamiento Organizacional y la Imagen Corporativa en el sector estatal de gobierno local, que son de gran significancia para la realización de la investigación.

En cuanto al área temática son las líneas de investigación determinadas para la carrera profesional de administración y sistemas, que como trabajo se orienta a instituciones públicas en el sector municipal distrital.

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. Problema general**

1. ¿Qué relación tiene el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?

#### **1.3.2. Problemas específicos**

1. ¿Qué relación tiene el Comportamiento individual con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?
2. ¿Qué relación tiene el Comportamiento grupal con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?
3. ¿Qué relación tiene el Comportamiento organizativo con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?

### **1.4. Justificación**

#### **1.4.1. Social**

La investigación se justifica en ser un tema de carácter social que involucra una municipalidad y sus trabajadores, así como temas de comportamiento social y la imagen corporativa que reflejan hacia la población en donde también se relacionan temas como clima laboral y el ámbito social en que se desenvuelven. Por otro lado, es de suma importancia que los factores sociales sumen en un objetivo común, el cual está representado y gestionado por su gobierno local, la municipalidad que servirá tanto en beneficio de la entidad como sus gerentes y alcalde, así como también de la población misma.

#### **1.4.2. Teórica**

La presente investigación, se justifica en sus bases teóricas, por la aplicación del método científico como método general y el descriptivo correlacional como método

especifico, utilizando sus técnicas e instrumentos, lo cual permite generar más conocimientos sobre las variables comportamiento organizacional e imagen corporativa. Donde es posible dar nuevos aportes relacionados al tema al buscar la veracidad de la problemática abordada.

### **1.4.3. Metodología**

Al basarse en el uso del método científico, y ser una investigación de tipo aplicada al mostrarnos la relación existente entre el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa al aplicar los diversos instrumentos para poder describir la correlación de ambas variables. Sirve de fundamento y como antecedente para que futuros investigadores aborden temas relacionados a ello.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

1. Determinar la relación entre el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

1. Determinar la relación entre el Comportamiento individual con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.
2. Determinar la relación entre el Comportamiento grupal con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.
3. Determinar la relación entre el Comportamiento organizativo con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

Hoy en día el clima organizacional es un tema de suma importancia para cualquier tipo de empresa o institución pública, ya que repercute directamente en la Imagen corporativa de la misma. Por lo que se muestran las siguientes investigaciones previas.

#### **Antecedentes Internacionales**

Anton Chave (2017) *“Influencia de la noticia en la imagen corporativa de una municipalidad desde la percepción del ciudadano”* Tesis de maestría presentado en la Universidad del Zulia Venezuela. Donde de acuerdo a su problemática investigada se llegó a las siguientes conclusiones:

Donde se abordó como es que influye en las personas las diferentes noticias a pesar de que algunas son sesgadas o tendenciosos, se abocan a temas de agenda o programadas a comparación que con las fortuita ya que se consideraban negativas, por otro lado, las de agenda eran más de temas sociales y políticos. De esta manera guardaba más en la buena perspectiva de los ciudadanos hacia la imagen corporativa de la municipalidad, permitiéndoles llegar más ellos y propiciar la participación ciudadana que es muy importante para el trabajo en conjunto, y así llevar más rápidamente acabo las medidas y propuestas de trabajo del alcalde y su gestión. Lo que se conoce en nuestro país como el presupuesto participativo, ya que las obras son en beneficio de la población y una gestión

que no actuase en beneficio de ellos o sin conocer sus necesidades y carencias a satisfacer, trabajaría sin metas o rumbo.

Campillo Lopez (2016) *“Diagnóstico del Comportamiento Organizacional en el Sector Restaurantero de Especialidad Italiana en La Paz B.C.S”* Tesis de maestría presentada en la Universidad Autónoma de Baja California Sur de México, donde se pudo concluir que:

Donde muestra como el sector comercio busca adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos debido a las mayores competencias en el mercado y con el afán de subsistir deben de acoplarse a la actualidad, siendo el sector restaurantero el de mayores potenciales en dicha zona, buscando la satisfacción laboral de los trabajadores ya que es ello que influye directamente en su comportamiento y productividad laboral, así como también el compromiso que se tenga de ellos. Siendo el comportamiento organizacional fundamental para optar por mejorar los servicios prestados desarrollados en los establecimientos donde la presencia de autonomía y cohesión son las que mayormente afectan a los resultados al alterarse el trabajo en equipo, por lo cual los colaboradores no están de acuerdo con la aplicación de ciertas estrategias como en otras sí. Para lo cual se recomendó aplicar documentos de control, programas de adiestramiento, mejorar la comunicación y otorgar reconocimientos salariales.

Macias Quintana (2017) *“El comportamiento orientado a los grupos de interés desde el enfoque de la responsabilidad social corporativa y su efecto en el desempeño empresarial”* Tesis doctoral presentada en la Universidad de Vigo España, donde se extrajo las siguientes conclusiones:

La consecución de los objetivos planteados en la investigación aporta nuevo conocimiento teórico al acervo científico existente, recogido en la literatura relacionada con el comportamiento orientado hacia los stakeholders, desde el enfoque de la

responsabilidad social corporativa, y sus efectos sobre los resultados empresariales. Este tándem responsabilidad social-resultados empresariales fue muchas veces demostrado por los expertos, en los albores de la responsabilidad social corporativa, por cuanto que ambos factores no tenían cabida en un mismo espacio. Sin embargo, la evolución de la responsabilidad social corporativa en su, todavía, corto camino, ha mudado de una perspectiva inicial basada en una concepción filantrópica, hacia una actual visión estratégica.

García Hernández & Martínez Guadarrama (2015) *“Diagnóstico del clima organizacional en una empresa de entretenimiento y diseño de un programa de intervención”* Tesis presentada en la Universidad Autónoma del Estado de México, donde se llegó a los siguientes resultados.

La industria como lugar para estudiar la conducta es atractiva sencillamente porque la conducta tiene ahí gran relación con el bienestar de nuestra sociedad. Dentro de cualquier industria es necesario e importante tomar en cuenta el factor humano, es decir, saber cómo se siente y se encuentra nuestro personal, cuales son aquellos factores que están mermando su productividad y reconocer aquellas áreas de mejora. Un psicólogo que se ocupa en la conducta industrial está muy interesado en crear circunstancias óptimas para la utilización de los recursos humanos en la industria. Está interesado en los problemas enormemente complejos de la productividad humana y de la ejecución del trabajo, del aprendizaje humano y de la adquisición de destrezas, de la motivación humana y de los efectos de diferentes incentivos y circunstancias ambientales en la utilización de las capacidades humanas, de la seguridad física; y de la salud mental, de la interacción entre las necesidades y objetivos de la industria, las necesidades de los empleados respecto al desarrollo completo y actualización de sus personalidades.

Giron Rea (2017) “La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la ciudad de Ambato”. Tesis presentada en la Universidad Técnica de Ambato, donde se pudieron obtener las siguientes conclusiones:

El diseño y aplicación de un Manual que resuma la identidad corporativa y el uso de la imagen de una empresa es un proyecto que puede tornarse complejo, cuando la empresa, organización, corporación o grupo de negocios para el que está dirigido, no tiene sus dimensiones claras y no ha utilizado su imagen coherentemente con su discurso. • Después de realizar una profunda investigación y conceptualización de los requerimientos de la empresa, y de cómo desea llegar al público, el diseñador gráfico debe generar tantas soluciones diferentes de conceptos de identidad gráfica como nos sea posible y a partir de ello se debe seleccionar los que mejor satisfagan los 183 requerimientos de comunicación del proyecto, considerando evidentemente al público objetivo al que irán dirigidos los servicios o productos de la organización. • Una vez establecidos los elementos que formarán la imagen corporativa de la empresa, se debe respetar y utilizar de forma adecuada en todos los medios en donde la marca se encuentre presente, con el fin de establecer una personalidad propia, ser reconocida por quienes interactúan con la marca. • La existencia de una imagen corporativa no garantiza lograr el posicionamiento de una marca, sin embargo, influye de gran manera para llegar a ser reconocida por el público, una empresa sin una imagen corporativa bien establecida, muy difícilmente llegará a posicionarse en la mente de su público objetivo. • La implementación de una adecuada imagen corporativa es un elemento fundamental para que una marca pueda llegar a obtener reconocimiento, pero no puede funcionar de manera adecuada sin una estrategia efectiva que la respalde, por medio de la cual pueda llegar al público y relacionarse con el mismo; es decir que la imagen corporativa no funciona por sí sola, esta constituye la base sobre la que se debe construir las estrategias que permitan alcanzar el posicionamiento. • Posicionar una marca es un

proceso lento que requiere inversión económica, tiempo e innovación en la comunicación, pero que a largo plazo traerá grandes beneficios para la empresa, pero es importante tener presente que para llegar a posicionarse es preciso marcar la diferencia con respecto a la competencia, demostrar cualidades y beneficios que otros no tienen para que el público sienta confianza y favoritismo hacia nuestra marca.

### **Antecedentes Nacionales**

Núñez Alvarado (2017) *“Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Professionals On Line SAC 2016”* Tesis de maestría presentada en la Universidad Cesar Vallejo, donde se resaltan las siguientes conclusiones:

Donde se tuvo el objetivo de determinar la relación entre la variable Imagen corporativa con la variable Comunicación Interna en la Empresa estudiada, en donde se aplicó el instrumento de encuesta que mostraron que las evidencias que existía una relación significativa entre ambas variables de nivel moderado, teniéndose que la mejor estrategia era potenciar la página web y fidelizar a los clientes a realizar compras on line para mayor facilidad y a su vez el uso de redes sociales para promocionar la buena imagen de la corporativa. De otro lado los trabajadores no sentían identificación con la entidad ya que no se daban las condiciones necesarias, debido al bajo nivel de comunicación que no permitía conocer los problemas suscitados ni la manera de corregirlos hecho que influía a un ambiente tenso en algunas áreas perjudicando la imagen corporativa reflejada hacia los clientes.

Mel Lopez & Serquen Barturen (2018) *“Plan estratégico de identidad corporativa para mejorar la comunicación visual en la Gerencia de Desarrollo Social y Promoción de la familia de municipalidad provincial de Chiclayo”* de la Universidad Señor de Sipán de Chiclayo, de donde se obtuvo las siguientes conclusiones:

Hoy en día el mantenimiento de una buena imagen institucional de cualquier municipalidad viene a ser muy importante, debido a que cada vez se otorga mayores presupuestos, sobre por la credibilidad y aceptación que se pretende obtener por parte la institución. Donde muchas veces la comunicación visual influye mucho siendo de manera positiva como negativa incluso por el mismo personal que labora allí, y se tuvo como objetivo mejorar la percepción mediante la comunicación visual de dicha municipalidad en Chiclayo y ver la relación existente con su imagen corporativa. En el que se llevó acabo la aplicación de un Plan Estratégico, del cual pudo verse que la imagen corporativa mejoro al reconocer mejor el slogan y logo de la institución, así como también los valores, propósitos y metas que como áreas e institución presentaban.

Ramos Vera (2016) “*Comportamiento organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la municipalidad provincial de rioja – periodo 2015*” trabajo de Tesis presentada en la Universidad Cesar Vallejo en la ciudad de Moyobamba, en donde se pudo obtener los siguientes aportes:

Donde como objetivo general se buscó determinar la relación directa o inversa entre ambas variables, en ello se demostró que a mejor comportamiento organizacional se obtenía una mejor satisfacción laboral de los colaboradores en el Municipio, ocasionando problemas como la baja productividad en las labores, mal uso de los recursos sin eficiencia y efectividad, otro problema también era el ausentismo que hacía que los servicios se elevaran en cuanto sus costos, y la rotación de personal que no les permitía afianzarse en sus labores y alcanzar los objetivos y metas propuestos. Encontrándose una relación inversa moderada entre las variables de estudio, teniéndose malos resultados en cuanto al comportamiento organizacional encontrado por los problemas suscitados que a su vez disminuían también la satisfacción laboral de los empleados.

Riega Dominguez & Rosales Quispe (2019) "*Análisis de la relación entre clima organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de una empresa dedicada al asesoramiento y apoyo de intercambios internacionales ubicada en Miraflores durante el primer semestre del 2019*" tesis presentada en la Universidad Privada del Norte, de donde se pudo extraer las siguientes conclusiones:

Las organizaciones afrontan diferentes cambios, por ello tienen que ampliar nuevas tendencias para mejorar su ventaja competitiva. Una de ellas es contar con una organización comprometida con el desarrollo laboral; es decir, que el talento humano se encuentre con un alto nivel de satisfacción. Muchas empresas buscan generar un adecuado clima organizacional con la finalidad de que sus colaboradores se sientan satisfechos, es por ello que la presente investigación tiene como objetivo precisar la relación que existe entre estas dos variables: clima organizacional y satisfacción laboral, en los colaboradores de una empresa dedicada al asesoramiento y apoyo de intercambios internacionales ubicada en Miraflores durante el primer semestre del 2019. El estudio se realizó con una muestra de 30 trabajadores de diferentes áreas. Se utilizó el cuestionario de clima organizacional de Koys y DeCottis (1991) el cual posee 40 ítems divididos en 8 dimensiones y el cuestionario "escala de satisfacción laboral" de Sonia Palma (1999) que contiene 36 ítems enfocados en 7 dimensiones previamente validadas. Los resultados muestran una correlación de Pearson significativa ( $r = 0.582$  y  $p < 0.001$ ), estableciéndose que si existe relación entre la variable clima organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa en estudio.

Murga Castaneda & Mostacero Gutierrez (2017) "*Clima Organizacional y Desempeño laboral en el área de ventas de distribuidora PERUFARMA S.A, La Libertad 2016*". Tesis de la Universidad Privada del Norte, donde se pudo entender los siguientes hechos.

De acuerdo a los resultados obtenidos se encontró influencia significativa entre el clima organizacional y el desempeño laboral en los trabajadores del área de ventas de la Distribuidora Perufarma S.A., La Libertad en el periodo agosto – noviembre 2016. 2. El clima organizacional en los trabajadores del área de ventas de la Distribuidora Perufarma S.A., La Libertad destacó el clima favorable con un 64.5%. 3. El desempeño laboral de los trabajadores del área de ventas de la Distribuidora Perufarma S.A., La Libertad, destacó el desempeño bueno con un 51.6%. 4. Al evaluar el clima organizacional se puede destacar que es adecuado al perfil del puesto, en donde le permite desarrollarse personalmente y sentirse satisfecho por los resultados logrados en la ejecución de sus responsabilidades y deberes que debe cumplir diariamente.

## **2.2.Bases teóricas o científicas**

**El comportamiento organizacional** o también CO como ciencia de estudio viene tomando cada vez mucha más relevancia, ya que su conocimiento y aplicación permite identificar los problemas que se vienen intuyendo en la empresa o institución. De esta manera anticiparse a los sucesos y aplicar estrategias oportunas para el mejoramiento.

“La aceptación de la importancia de inculcar en los administradores estas capacidades se relaciona estrechamente con la necesidad que tienen las organizaciones de conseguir y conservar a los empleados de más alto desempeño, lo que es crucial sobre todo en los mercados laborales más cerrados. Las compañías que tienen la reputación de ser un buen lugar para trabajar (como Lincoln Electric, Southwest Airlines, SAS Institute, Whole Food Markets y Starbucks) tienen una gran ventaja. En un estudio de la fuerza laboral estadounidense se reveló que los salarios y las prestaciones adicionales no son las razones por las que las personas están a gusto con su trabajo o se quedan con su patrón. Mucho más importante es la calidad de los puestos de trabajo y el apoyo del ambiente laboral.<sup>3</sup> Por tanto, es de creer que contar con administradores que posean buenas capacidades de trato

personal hará que el sitio de trabajo sea más placentero, lo que vuelve más fácil contratar y conservar personal calificado.

Hemos llegado a entender que las capacidades técnicas son necesarias pero insuficientes para tener éxito en la administración. En el trabajo actual, cada vez más competitivo y exigente, los administradores no pueden salir adelante únicamente con sus capacidades técnicas.

También deben tener buenas habilidades para tratar con los demás. Este libro ha sido escrito para ayudar tanto a los administradores en funciones como a los potenciales, a adquirir dichas habilidades. Hemos insistido en la importancia de las habilidades para el trato con las personas, pero ni este libro ni la disciplina que aborda se llaman “habilidades con la gente.

El nombre que damos a nuestra materia es comportamiento organizacional.

El comportamiento organizacional (que se abrevia CO) es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones. Son demasiadas palabras, así que vayamos por partes.

El comportamiento organizacional es un campo de estudio. Esta declaración significa que es una especialidad delimitada y con un conjunto común de conocimientos.

¿Qué estudia? Estudia tres determinantes del comportamiento en las organizaciones: individuos, grupos y estructura. Además, el CO aplica el conocimiento obtenido acerca de los individuos, los grupos y el efecto de la estructura en la conducta, con el fin de que las organizaciones funcionen mejor.

Para resumir nuestra definición, el CO se ocupa del estudio de lo que la gente hace en una organización y cómo repercute esa conducta en el desempeño de la organización. Como el CO se interesa particularmente en las situaciones que atañen al empleo, no es de sorprender que se destaque el comportamiento en lo que se refiere al trabajo, puestos, ausentismo, rotación, productividad, desempeño humano y administración.

Cada vez hay un mayor acuerdo sobre los componentes o temas que constituyen la materia del CO. Aunque todavía se debate la importancia relativa de cada uno, parece haber un consenso general de que el CO abarca los temas centrales de motivación, comportamiento y autoridad del líder, comunicación con los demás, estructura y procesos de los grupos, aprendizaje, desarrollo y percepción de las actitudes, procesos de cambio, conflicto, diseño del trabajo y estrés en el trabajo.” Robbins (2004)

Por otro lado, también se puede ver cuál es la importancia del CO y los temas fundamentales que estudia e influyen en dicho ámbito, así como sus disciplinas y retos.

“El comportamiento se ocupa del estudio de lo que hacen las personas en una organización y de cómo afecta su comportamiento al desempeño de ésta. Aunque aún existe mucho debate sobre la importancia relativa de cada uno, parece que se coincide en que el comportamiento organizacional incluye los temas fundamentales de la motivación, el comportamiento y el poder del líder, la comunicación interpersonal, la estructura y procesos de grupo, el aprendizaje, el desarrollo y percepción de actitudes, proceso de cambio, conflicto, diseño del trabajo y tensión laboral. Por lo anterior se describen los campos de investigación del comportamiento organizacional.

Complementar la intuición con el estudio sistemático

Cada uno de nosotros es un estudiante del comportamiento. Desde nuestros primeros años hemos observado las acciones de otros, tratando de interpretar lo que vemos. Sea, o no, que

haya pensado al respecto en forma explícita, usted ha estado —leyendoll a las personas durante casi toda su vida.

### **Disciplinas que intervienen en el campo del CO**

El comportamiento organizacional es una ciencia del comportamiento aplicada que se conforma de las aportaciones de cierto número de disciplinas, también del comportamiento. Las áreas predominantes son la psicología, psicología social, sociología y antropología.

### **Retos y oportunidades del CO**

Es identificar los retos y oportunidades que tienen los gerentes al aplicar los conceptos del CO. Nunca había sido tan importante para los gerentes entender el comportamiento organizacional como lo es actualmente. Una mirada rápida a unos cuantos de los cambios profundos que ahora tienen lugar en las organizaciones apoya esta afirmación”. Stephen (2009, pp. 19-20)

**El clima laboral** como teoría viene a ser la percepción que obtienen los colaboradores de su centro de trabajo, influido por factores exógenos y endógenos. De acuerdo a las condiciones que los trabajadores se sometan varían su desempeño en el trabajo, creándose una cultura organizacional en el día a día que puede influir de manera positiva o negativa a los integrantes.

“El clima laboral es la suma de las percepciones que los trabajadores tienen sobre el medio humano y físico donde se desarrolla la actividad cotidiana de la organización.

El clima laboral es un factor coyuntural en la vida de una organización. En este sentido el clima se asienta sobre la cultura organizacional, un factor más permanente derivado de la historia, los valores y la tradición de la organización.

El clima laboral evoluciona según dinámicas internas propias que dependen de procesos de percepción básicos como la credibilidad de la fuente, los procesos selectivos de llegada de la información, los liderazgos de opinión o las normas grupales.

Se aprecia como las condiciones objetivas de la organización (horarios, estructura jerárquica, procesos, etc.) son filtradas por la percepción del trabajador y como el agregado de estas percepciones conforma el clima.

La percepción, a su vez, se ve mediatizada por dos factores:

- Factores propios de la organización: por ejemplo, la interacción con los compañeros y las comunicaciones sobre la organización que circulan. Estos factores están en relación dinámica con las condiciones objetivas.
- Factores personales: son propios de las características individuales del trabajador, como la actitud ante el trabajo, el grado de iniciativa y la motivación.

El clima laboral también puede entenderse desde una perspectiva de calidad total en la línea de la EFQM (European Foundation for Quality Model). Desde esta perspectiva, el trabajador se ve como un cliente interno del cual hay que medir el grado de satisfacción.

Un Estudio de Clima Laboral es recomendable en situaciones como:

- Momentos de inestabilidad (fusiones, adquisiciones).
- Periodo anterior a una negociación colectiva.
- Instauración de una nueva política o de un nuevo responsable de RH en la organización.

Sin embargo, es positivo realizarlo de forma periódica para detectar problemas antes de que se agudicen y se enquisten”. Fundacio per a la motivacio dels recursos humans (2006, pp.

1-3)

**El compromiso organizacional**, viene a ser un aspecto fundamental dentro de la que, de darse a cabo, es un plus o valor agregado del trabajo extraordinario o adicional que puede dar una persona para alcanzar las metas de la institución o empresa. Que se pueden dar cuando hay un grado de motivación alto o factores positivos que influyan

“Existe una amplia variedad de definiciones y medidas de compromiso organizacional, y en éstas se tienen implícitos componentes afectivos, normativos y calculados. Se parte de las premisas de que el compromiso se manifiesta por el deseo de las personas de estar y continuar en la organización por una causa sentimental; o por el conjunto de normas, políticas y procedimientos que obligan a continuar a las personas dentro de la organización o de realizar un esfuerzo adicional; o algunas calculan los beneficios ofrecidos por otras organizaciones comparándolas con las ofrecidas por la organización y marcan su preferencia por la misma.

Otros autores definen el compromiso organizacional en términos de actitudes como un fuerte deseo de seguir siendo miembro de una organización en particular con una disposición a realizar un esfuerzo extraordinario en beneficio de la misma y un reconocimiento firme de los valores y las metas de la organización, así como la aceptación de estos. El compromiso organizacional es un estado psicológico y todo parece indicar que las diferentes medidas y definiciones del término tienen en común el considerar que es un vínculo o lazo del individuo con la organización. En otras palabras, ésta es una actitud que refleja la lealtad de los empleados a su organización y es un proceso continuo a través del cual los participantes organizacionales expresan su preocupación por la organización, el éxito y bienestar continuo de ésta”. Ramirez Campos & Dominguez Aguirre, 2012 (p. 27)

### **Niveles del Comportamiento Organizacional:**

**Comportamiento Individual.** El nivel individual cuenta con ciertas creencias o principios, como:

- las personas tienen necesidades diferentes y siempre buscan satisfacerlas;
- el hombre posee capacidad limitada de respuesta;
- el hombre percibe y evalúa;
- las personas piensan en el futuro y eligen cómo comportarse.

**Comportamiento Grupal.** En cuanto al nivel grupal, está segmentado en grupos formales, integrados por equipos de mando, de tarea y temporales, y grupos informales, conformado por grupos de interés y amistad.

**Comportamiento Organizativo.** Por último, el nivel organizacional evalúa las empresas e instituciones como conjunto, que integra diferentes actividades y esfuerzos con objetivos en común.

**La imagen o identidad corporativa** en el conjunto de imágenes que se tiene por dentro y por fuera de la institución o empresa que forman o abren la relación existente entre la población y la organización. Rock Content (2020)

“Si hay algo que caracteriza a la noción de identidad, en sus múltiples facetas, es su ubicuidad: el término ha sido utilizado con mucha permisividad en diferentes contextos, investigado tanto por literatura académica como práctica y atribuido y relacionado con diversos campos de estudio (Balmer, 2001; Hatch y Schultz, 1997). Alrededor de la noción de identidad han aparecido un conjunto de conceptos interrelacionados –en innumerables ocasiones mal delimitados y definidos–, como identidad corporativa, identidad de marca, identidad organizacional, identidad visual o identidad de negocio. Balmer (2001), en su intento integrador, emplea la identidad de negocio como un término paraguas que incluye

tres conceptos relacionados, pero diferentes: identidad visual, identidad organizacional e identidad corporativa.

La identidad visual hace referencia a la representación gráfica de la identidad corporativa, en forma de símbolos y señales como marcas, logotipos, decoración, estilo corporativo, vestuario del personal, etc. En cuanto a la identidad organizacional (término más usado en el área de comportamiento organizacional) existe un elevado consenso sobre su conceptualización, gracias a la influyente definición seminal propuesta por Albert y Whetten (1985) como aquello que los miembros perciben como lo central, distintivo y duradero en la organización. Es decir, el término es utilizado para designar aquello que los miembros formales de la organización piensan y sienten respecto a ella, lo que se deriva de su percepción individual de los atributos centrales, distintivos y duraderos que la caracterizan. Por último, la noción más empleada en el área de marketing, y quizás la que sufre mayor ambigüedad, es la de identidad corporativa”. (Curras Perez, 2010, p. 12)

**La planificación estratégica** como principio de la administración también está presente en la Imagen corporativa, ya que tiene procedimientos por el cual seguir para formular y la implementación como tal.

“Si reconocemos la creciente importancia estratégica de la Imagen Corporativa en el éxito de una organización, se hace necesario realizar una actuación planificada y coordinada para lograr que los públicos de la compañía tengan una Imagen Corporativa que sea acorde a los intereses y deseos de la entidad, que facilite y posibilite el logro de sus objetivos. Para ello, realizamos un Plan Estratégico de Imagen Corporativa, por medio del cual intentaremos influir en la Imagen Corporativa que tienen los públicos de la organización. El Plan Estratégico de Imagen Corporativa deberá tener unas bases sólidas y claras, que permitan

una acción eficiente. Para ello, parte de la relación que se establece entre los 3 elementos básicos sobre los que se construye la estrategia de imagen:

- La Organización, que es el sujeto que define la estrategia, quien realizará y planificará toda la actividad dirigida a crear una determinada imagen en función de su Identidad como organización,
- Los Públicos de la organización, que son los que se formarán la Imagen Corporativa y, por tanto, hacia quienes irán dirigidos todos los esfuerzos de acción y comunicación para lograr que tengan una buena imagen; y
- La Competencia, que será la referencia comparativa, tanto para la organización como para los públicos, ya que dichas organizaciones también realizarán esfuerzos para llegar a los públicos, y que en muchos casos pueden ser contradictorios con los realizados por nuestra propia organización.

#### Los Ejes de la Estrategia

Tomando como referencia esos elementos básicos, podemos definir los objetivos globales principales sobre los cuales girará la Estrategia de Imagen Corporativa. Estos Ejes Claves son:

- Identificación: la organización buscará lograr que sus públicos la reconozcan y sepan sus características (Quién es), que conozcan los productos, servicios o actividades que realiza (Qué hace) y que sepan de qué manera o con que pautas de trabajo o comportamiento hace sus productos o servicios la organización (Cómo lo hace). En este sentido, lo que la organización busca, básicamente, es “existir” para los públicos.
- Diferenciación: además de “existir” para los públicos, la organización deberá intentar que sea percibida de una forma diferente a las demás, ya sea en lo que es,

en lo que hace o como lo hace. Es decir, la compañía deberá intentar lograr una diferenciación de la competencia en su sector.

- Referencia: tanto la identificación como la diferenciación buscarán que la organización se posicione como Referente de Imagen Corporativa del sector empresarial, mercado o categoría en la que se encuentra la compañía. Constituirse como Referente de Imagen significa estar considerado por los públicos como la organización que mejor representa los atributos de una determinada categoría o sector de actividad. En este sentido, lograr la Referencia de Imagen implica estar en una mejor posición para obtener la preferencia, ya que es la compañía que más se acerca al ideal de Imagen de ese mercado.
- Preferencia: la identificación, la diferenciación y la referencia de imagen deben intentar alcanzar la preferencia de los públicos. La organización no solamente debe esforzarse en ser conocida, sino que debe buscar ser preferida entre sus pares, es decir, debe ser una opción de elección válida. Si no fuera así, o sea, si una organización es reconocida y diferenciada, pero no consigue ser una opción de elección, la identificación y la diferenciación no tendrían sentido práctico. Por lo tanto, la identificación, la diferenciación y la referencia de imagen deben ser competitivas, en el sentido de ser valiosas para los públicos, mejores que las demás y perdurables en el tiempo. La preferencia es un concepto básico en la estrategia de Imagen Corporativa, ya que nos permitirá optar al liderazgo, que debe ser un objetivo importante dentro de la estrategia global de la organización”. Capriotti (2013)

**Autoimagen.** “Cuando se habla de este concepto se refiere a la imagen que nuestro subconsciente tiene de nosotros mismos. Esta imagen manipula nuestra personalidad, nuestro comportamiento y es responsable de todo lo que somos en cada

momento de nuestra vida. Lo que pensamos de nosotros mismos afecta esta imagen, es por eso que hay días en que nos miramos en el espejo, agradables y triunfadores y otros días sin atractivo y perdedores. Muchas veces nos despertamos desilusionados en nuestra vida, lo poco que hemos logrado o lo que no hemos logrado.

La autoimagen es el factor fundamental para que una persona tenga éxito o fracase, porque somos el resultado de nuestra imaginación. Es casi imposible ir más allá de la imagen que tenemos de nosotros mismos.

Cabe señalar que en psicología, el concepto de auto esquema se utiliza con más frecuencia, en lugar de autoimagen, aunque ambos se refieren a la misma cosa: la imagen que cada uno se forja en su mente acerca de sí mismo.

La autoimagen o esquema propio, como le gusta llamarlo, resulta ser muy importante cuando se trata de ayudarnos a procesar información, especialmente la que es relevante para nuestra propia vida. Además, cuando llegue el momento, estos esquemas nos ayudarán a recordar algunos problemas e influir en las decisiones que tomamos.” (concepto de definición, 2020)

**La Imagen institucional** ya como entidad pública viene a ser los atributos asumidos propios de la institución, envase a sus esquemas políticas, relaciones inter institucionales y con la población.

“La identidad institucional representa el fundamento último de la imagen institucional. La imagen institucional comprende el conjunto de acciones comunicativas que debe realizar una organización para expresar su identidad y lograr una positiva reputación pública. El desarrollo de una positiva imagen institucional comprende: relaciones públicas, investigación, publicidad corporativa, relaciones con los inversionistas, fusiones, cambio de nombre de la compañía, selección de nuevas agencias, así como estrategias para enfrentar

el desastre noticioso. Para establecer la situación imagen punto de partida, imagen pública inmediata con que cuenta alguna organización, es necesario realizar las auditorías de imagen que resulten pertinentes. La imagen institucional de ninguna manera se agota en el esfuerzo publicitario, propagandístico o promocional de alguna organización. Una imagen asentada en la publicidad, la promoción y la propaganda resulta extremadamente volátil. Formación de la imagen institucional Los sujetos reciben la información de la organización proveniente de diversas fuentes: la misma organización mediante su conducta y su acción comunicativa y la proveniente del entorno. Una vez llegada al individuo éste la procesará conjuntamente con la que ya posee y así, se formará una estructura mental en la memoria, es decir se generará una imagen de esa organización. Es decir que los individuos basándose en las experiencias pasadas realizan una actividad simplificadora, pero significativa entre la nueva información y la ya existente otorgando a las organizaciones un conjunto de características o atributos por medio de los cuales las identificarán. Estos esquemas simplificados de la organización, de carácter cognitivo, se incorporarán a la memoria de las personas y son recuperados en el momento en que los individuos los necesitan para reconocer, identificar y diferenciar a una organización respecto de otra. Estos esquemas significativos son, por lo tanto, estructuras mentales cognitivas ya que por medio de ellas identificamos, reconocemos y diferenciamos a las organizaciones. La imagen corporativa sería una de esas estructuras mentales cognitivas que se forma por medio de las sucesivas experiencias de las personas con la organización. Estaría conformada por un conjunto de atributos que la identificarían como sujeto social y la diferenciarían de las demás organizaciones del sector. Esta red de atributos significativos es un conjunto de creencias sobre la institución, que el individuo cree que son correctas y evaluará a aquella en función de dichas creencias". Universitas Fundacion (2017, pág. 8)

**La imagen pública** se puede definir como “la percepción dominante que una colectividad establece respecto de una persona, institución o referente cultural, con base en las impresiones y la información pública que recibe.

Para las personas que pretendan diseñar una imagen pública, es necesario contar con conocimientos en comunicación, semiótica, mercadotecnia y psicología. Todo esto es necesario, porque al unificarlos es posible diseñar una imagen física o un espacio funcional y agradable, el cual podrá aprovechar al máximo el uso de la imagen pública.

La teoría nos enseña que toda imagen pública, ya sea personal o institucional, está subordinada a seis imágenes:

física, profesional, verbal, visual, audiovisual y ambiental. Es por eso que los especialistas en imago logía, deben dominar temas relacionados con las áreas de conocimientos descritas en el párrafo anterior, porque finalmente, la imagen pública, pretende colocarse en los mercados político, empresarial, institucional o comercial.” (Gestiopolis, 2020)

### **2.3. Marco conceptual**

**Comportamiento Organizacional** “El CO es el estudio y aplicación de los conocimientos sobre la manera en la que las personas (en lo individual y grupal), actúan en las organizaciones. Pretende identificar los medios para que actúen eficazmente dentro de las organizaciones”. Chiavenato (2017)

#### **Comportamiento Individual**

“El comportamiento individual de las personas, que se caracteriza por las diferencias individuales y la personalidad, además de tener muchas cosas en común. Las diferencias individuales probablemente son la característica principal del ser humano. A fin de cuentas, cada persona en un universo y todo el mundo gira a su alrededor. Además, las personas se

relacionan con el mundo exterior por medio de los órganos sensoriales, perciben su ambiente en función de sus necesidades y expectativas pasadas”. Chiavenato (2017)

### **Comportamiento grupal**

“Se entiende por concepto de comportamiento grupal a todas aquellas acciones de compañerismo y apego de un individuo a otro, o varios. En la que se pretende ayudar, a quien forma parte del mismo grupo, por un interés en común o, incluso, sin interés propio”. Comportamiento.top (2019)

**Comportamiento organizativo** “Se ocupa del estudio de lo que las personas hacen en una organización y de cómo ese comportamiento repercute en la eficacia y eficiencia de esa organización”. DiccionarioEmpresarial (2020)

**Imagen corporativa** “La imagen corporativa es la base para la comunicación entre la empresa y los usuarios, estrechando la relación y cubriendo las necesidades con éxito”. EmprendePyme (2017)

### **Autoimagen**

“es tener la representación del valor personal que se reconoce, como un conjunto de actitudes o creencias, para enfrentarse a la vida, la autoimagen se representa de una forma afectiva que se hace uno mismo, son pensamientos positivos, de sus cualidades habilidades, la capacidad para enfrentarse a los desafíos y poder superar las dificultades, con optimismo con la certeza que va a transmitir su autoimagen a las demás personas retribuyéndole la confianza seguridad en sus actos, sentimientos, al igual que sus capacidades físicas, intelectuales, sociales, actitudes”. Beauregard, Bouffard, & Duclos (2005)

### **Imagen institucional**

“La imagen institucional es un factor que se considera fundamental dentro de las organizaciones ya que se les permite hacer comprender al público quien es, cual es el giro del negocio y la diferenciación con otras empresas y que sin embargo tiende a descuidarse”.

Yaxcal (2014)

### **Imagen pública**

“La imagen pública ha devenido en un concepto clave para el desempeño comunicacional de instituciones, personas, productos y servicios y hasta países que compiten en el espacio público por un lugar en la mente de públicos, ciudadanos, consumidores e inversionistas y diplomáticos. De manera que el tópico es de vital importancia, como lo demuestra el interés que de una manera u otra ha tenido a lo largo de la historia”. Abreu Sojo (2001)

### III. HIPÓTESIS

#### 3.1. Hipótesis general

1. El Comportamiento organizacional se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.

#### 3.2. Hipótesis específicas

1. El Comportamiento individual se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.
2. El Comportamiento grupal se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.
3. El Comportamiento organizativo se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.

#### 3.3. Variables

Variable 1 Comportamiento Organizacional: “El Comportamiento Organizacional retrata la continua interacción y la influencia recíproca entre las personas y las organizaciones. Es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones”. Chiavenato (2017)

Variable 2 Imagen Corporativa: “Imagen coherente y distintiva de una empresa que se comunica de manera consistente a los grupos de interés a través del simbolismo, la

comunicación planificada y el comportamiento corporativo”. Perez & Rodriguez del Bosque (2014)

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSION	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICA
V1: Comportamiento Organizacional	“El Comportamiento Organizacional retrata la continua interacción y la influencia recíproca entre las personas y las organizaciones. Es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones”.  (Chiavenato, 2017)	Comportamiento Individual	Perseverancia	Ordinal  <b>Intervalos:</b> 5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi nunca 1. Nunca	Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario de Encuesta
		Comportamiento Grupal	Estilo del liderazgo		
			Desempeño grupal		
		Comportamiento Organizativo	Maneras de organizarse		
			Funcionamiento		

V2: Imagen Corporativa	“Imagen coherente y distintiva de una empresa que se comunica de manera consistente a los grupos de interés a través del simbolismo, la comunicación planificada y el comportamiento corporativo”. (Perez & Rodriguez del Bosque, 2014)	Autoimagen	Identificación		
			Conocimiento de funciones		
		Imagen Institucional	Logos institucionales		
			Arquitectura corporativa		
		Imagen Pública	Identidad cultural		
			Identidad de la Institución		

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Método de investigación

De acuerdo a la naturaleza de la presente investigación se optó por usar el método científico como método general, el cual manifiesta (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) “El método científico es un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización y exposición del conocimiento, tanto en su aspecto teórico como en su aspecto experimental”.

Se procederá al uso de este método ya que se siguió cada uno de sus pasos, primero se identificó el problema a estudiar: ¿Qué relación tiene el comportamiento organizacional con la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020? Una vez identificada la naturaleza del problema, se procedió a recopilar información y datos que relacionados a ello para determinar cuáles fueron las bases teóricas y antecedentes. Seguidamente ya al estar formulado el marco teórico y conceptual, se determinó cuáles serían las hipótesis del estudio, de donde se confecciono el instrumento a usar, con sus respectivas pruebas de validez y confiabilidad para su aplicación. Finalmente, con las pruebas estadísticas se hizo las pruebas de hipótesis, haciéndose también uso de la observación para obtener información de primera mano y llegarse a sus respectivas conclusiones.

Es así que el método específico usado fue el Descriptivo, porque al encontrar la relación existente entre las dos variables se procedió a describirlas cada una de ellas y su relación.

De igual manera (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) nos hablan del método Descriptivo es el que: “busca especificar propiedades, características y riesgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”

#### **4.2. Tipo de investigación**

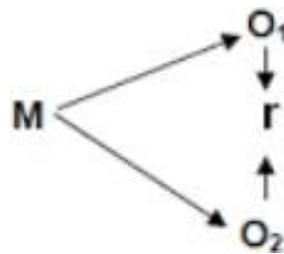
De acuerdo a la naturaleza de la investigación a abordar y la pregunta general que se formuló ¿Qué relación tiene el comportamiento organizacional con la imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?, viene a ser un tipo de investigación aplicada. (Mejía, 2005, p. 29) Manifiesta que: “La investigación práctica llamada también investigación tecnológica o investigación aplicada es aquella que se realiza con el propósito de transformar la realidad y adecuarla a las necesidades de la vida del hombre.” Debido que al hacer las pruebas de hipótesis dejara aumentar el conocimiento respecto a las teorías encontradas ya existentes referente al tema investigado.

#### **4.3. Nivel de investigación**

En cuanto al nivel de investigación, se encuentra en el nivel descriptivo correlacional, ya que se procedió a encontrar la correlación que existía entre las variables de “Comportamiento Organizacional” e “Imagen Corporativa” de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020 y a su vez se describirá lo suscitado en cada una de las variables. Acorde a lo conceptualizado por (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) “Es Correlacional porque describe la relación de dos o más variables en un determinado momento y se basó en el estudio de una sola muestra”

#### 4.4. Diseño de investigación

Tal como lo manifiestan (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), viene a ser de diseño no experimental de corte transversal. Se dice no experimental porque no se hará ningún experimento o manipulación de algunas de las variables. También transversal porque las mediciones se hicieron en un solo tiempo o un solo corte. De donde se utilizó el diseño que se muestra seguidamente:



Donde:

M = Muestra

O1 = Observación de la variable 1: Comportamiento organizacional.

O2 = Observación de la variable 2: Imagen corporativa.

#### 4.5. Población y muestra

##### **Población**

Se determinará que para el actual estudio que comprende a la Municipalidad Distrital de Iguain de la provincia de Huanta Región Ayacucho, en base al total de trabajadores, teniéndose como total de 30 colaboradores, quienes vienen trabajando actualmente en dicha institución pública y que conocen la problemática que se suscita en la entidad serán ellos los que forman parte de la investigación.

##### **Muestra**

Acorde a la naturaleza del estudio y por conveniencia la muestra será la misma que el total de la población de 30 trabajadores, como muestra de tipo censal al no ser una cantidad muy grande. A quienes se les aplicarán la encuesta. Esto viene a ser de tipo no probabilística de conveniencia

#### **4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas que se utilizaran para la investigación será recolectar datos mediante la verificación documentaria que permitirá recopilar datos e información necesaria de las variables estudiadas, también se confecciono la encuesta formada por un cuestionario de preguntas para recopilar de opiniones interesantes e impersonales de primera mano y ayuden a búsqueda de veracidad y la creación de nuevas fuentes teóricas en el mismo ámbito estudiado.

#### **4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

En cuanto las técnicas usadas para el proyecto, en primer lugar, viene a ser un trabajo de campo realizado mediante verificación documental en la institución pública evaluada, aprovechando que se laboró allí se tuvo facilidades para la aplicación de las encuestas.

Siendo de esa manera, se procesó los datos captados, pudiendo obtener información en base a las estadísticas de los resultados de las pruebas de hipótesis en la investigación.

Ya recolectado los datos y obtenida la información necesaria al procesarla con SPSS y Microsoft Excel. Se pudo analizar cada una de las hipótesis interpretándolas tanto la general como las específicas y poner llegar a las conclusiones y discutir los resultados.

#### **4.8. Aspectos éticos de la investigación**

El presente trabajo de investigación no viene a ser plagio, ya que se hizo uso del turniting de acuerdo a las políticas de la Universidad, siendo un trabajo original realizado

por sus autores. Definiendo a la Ética por Hidalgo (1994, p. 15) “no está reservada a nadie: ni a filósofos morales, ni a creyentes, ni a no creyentes. Hace referencia a «todas las normas y prácticas morales que en el mundo han sido desde los tiempos prehistóricos (el período de la eticidad de la costumbre, en expresión de Nietzsche) hasta nuestros días”

Viéndolo de esa manera la investigación fue basada en el “*Código de Ética del Colegio Profesional de Administradores de Junín*” donde es de resaltar sus principios como” Calidad Profesional, Responsabilidad Profesional, Secreto Profesional, Obligación de rechazar tareas que no cumplan con la moral, etc. Los que fueron usados para desarrollar la investigación, dándole buena imagen a los futuros administradores que pretendan realizar investigación y acrecentar el conocimiento en la sociedad en diversos temas e índoles de materia de investigación. Por eso se busca alcanzar la veracidad e incrementar el conocimiento en la problemática abordada con un trabajo de realización propia de ambos autores. Como se encuentra en el código de ética (Colegio Profesional de Licenciados en Administración de Junín, 2020) “Son actos contrarios a la ética profesional e incompatible con el comportamiento digno y honorable de los miembros del Colegio de Licenciados en Administración, los siguientes: Atribuirse o adjudicarse ideas o documentos técnicos de los que no se es autor.”

## V. RESULTADOS

### 5.1. Descripción de resultados

#### Validez

Como lo indican (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010, p. 201) “la validez se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de todo lo que se mide”.

Siendo de tal manera, se tuvo que aplicar el instrumento, por lo cual se tuvo que buscar la validez de expertos, donde fue validada por profesionales de la disciplina con los grados de Licenciado y Magister en Administración. Quienes recomendaron su aplicación. Donde se obtuvieron los resultados a continuación.

Validador Nro. 1	Lic. Tito Ccanto Carlos Rafael	Bueno
Validador Nro. 2	Mg. Barja Huayta Christian Romulo	Bueno
Validador Nro. 3	Mg. Cardenas Tapia Victor Renzo	Bueno

TABLA N° 01 Cuadro de validadores

Fuente: Elaboración Propia.

#### Confiabilidad:

Según lo menciona (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010, p. 201) “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado de que su aplicación repetida al mismo individuo o sujeto produce resultados iguales.”

En el caso del trabajo elaborado, es de manera indispensable realizar el análisis de fiabilidad del instrumento empleado. Debido a esto se hizo uso del coeficiente del alfa de Cronbach para adquirir la confiabilidad del instrumento utilizado en los 30 empleados.

Posteriormente, se encuentra la fórmula que usa el coeficiente de Alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Por parte de la variable 1 Comportamiento Organizacional al momento de aplicar el Alfa de Cronbach con el programa SPSS, el coeficiente que se obtuvo se encuentra dentro del valor de Excelente confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,844	9

TABLA N° 02 Confiabilidad de la Variable 1

Fuente: Elaboración Propia.

En el caso de la variable 2 Imagen corporativa, el coeficiente que se obtuvo al usar el Alfa de Cronbach en el SPSS se encontró dentro del rango de Excelente confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,791	9

TABLA N° 03 Confiabilidad de la Variable 2

Fuente: Elaboración Propia.

Como elemento para la interpretación de los valores se utilizó la escala de confiabilidad mencionada por (Herrera, 1998), esta presenta los siguientes valores:

0,53 a menos	Confiabilidad Nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad Baja
0,60 a 0,65	Confiable

0,66 a 0,71	Muy Confiable
0,72 a 0,99	Excelente Confiabilidad
1,0	Confiabilidad Perfecta

TABLA N° 04 Escala de confiabilidad

Fuente: Herrera, 1998.

**Hipótesis general:**

A continuación, se muestra la tabla y seguidamente un gráfico de barras que evidencian la situación de la variable 1 Comportamiento Organizacional, se puede observar que 4 trabajadores que forman el 13,3% del total opinan que se da Casi nunca, mientras que 8 personas que forman el 26,7% consideran que se presenta A veces, por otro lado 16 trabajadores que forman el 53,3% de encuestados opinan que Casi siempre y finalmente 2 encuestados que forman el 6,7% opinan que se presenta Siempre.

<b>Comportamiento organizacional (agrupado)</b>			
		Frecuencia	% del N total de la tabla
Comportamiento organizacional (agrupado)	Casi nunca	4	13,3%
	A veces	8	26,7%
	Casi siempre	16	53,3%
	Siempre	2	6,7%
	Total	30	100,0%

TABLA N° 05: Situación de la Variable1 Comportamiento organizacional

Fuente: Elaboración propia

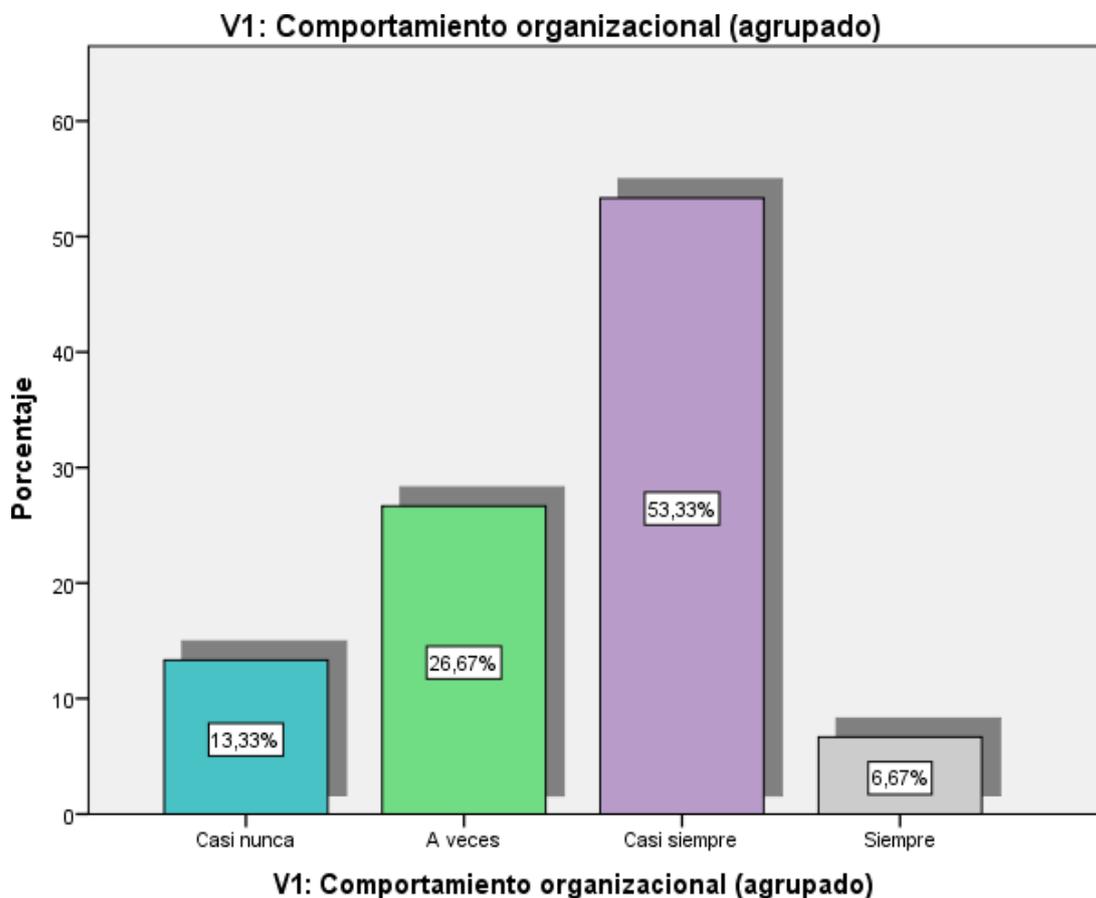


FIGURA N° 02: Situación de la Variable1 Comportamiento organizacional

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestran una tabla y un gráfico de barras que muestran la situación de la variable 2 Imagen Corporativa, en donde se puede evidenciar que 10 encuestados quienes representa el 33,3% del total consideran que se da a veces, mientras que 17 personas que forman el 56,7% de trabajadores piensan que se da casi siempre y el 10% formado por 3 encuestados opinan que se presenta Siempre.

**V2: Imagen Corporativa (agrupado)**

		Frecuencia	% del N total de la tabla
Imagen corporativa (agrupado)	A veces	10	33,3%
	Casi siempre	17	56,7%
	Siempre	3	10,0%

Total	30	100,0%
-------	----	--------

TABLA N° 06: Situación de la Variable2 Imagen corporativa

Fuente: Elaboración propia

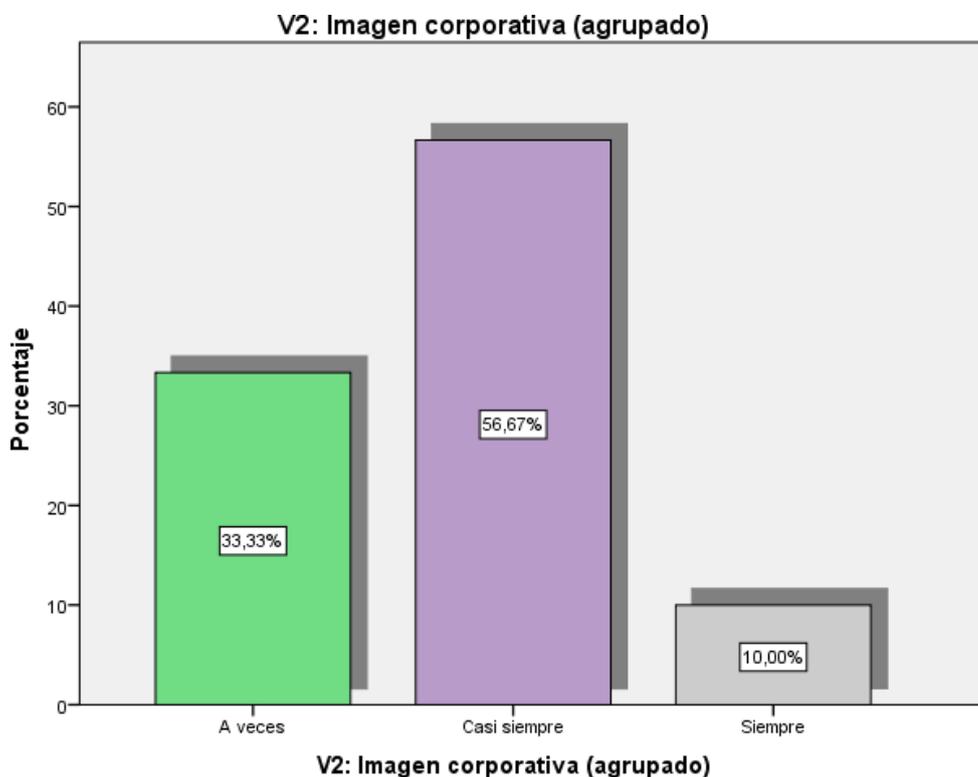


FIGURA N° 03: Situación de la Variable2 Imagen Corporativa

Fuente: Elaboración propia

### Primera hipótesis específica:

En la siguiente tabla y grafico de barras se muestra la situación del Comportamiento Individual en donde se puede observar que, 7 encuestados que forman el 23,3% consideran que se da casi nunca, mientras que el 26,7% de encuestados formado por 8 personas opinan que se da A veces, por otra parte 12 encuestados que son el 40% del total afirman que se da Casi siempre y finalmente el 10% conformado por 3 trabajadores consideran que se da Siempre.

Comportamiento individual (agrupado)		Frecuencia	% del N total de la tabla
Comportamiento individual (agrupado)	Casi nunca	7	23,3%
	A veces	8	26,7%
	Casi siempre	12	40,0%
	Siempre	3	10,0%
	Total	30	100,0%

TABLA N° 07: Situación de la Hipótesis Especifica 1 Comportamiento individual

Fuente: Elaboración propia

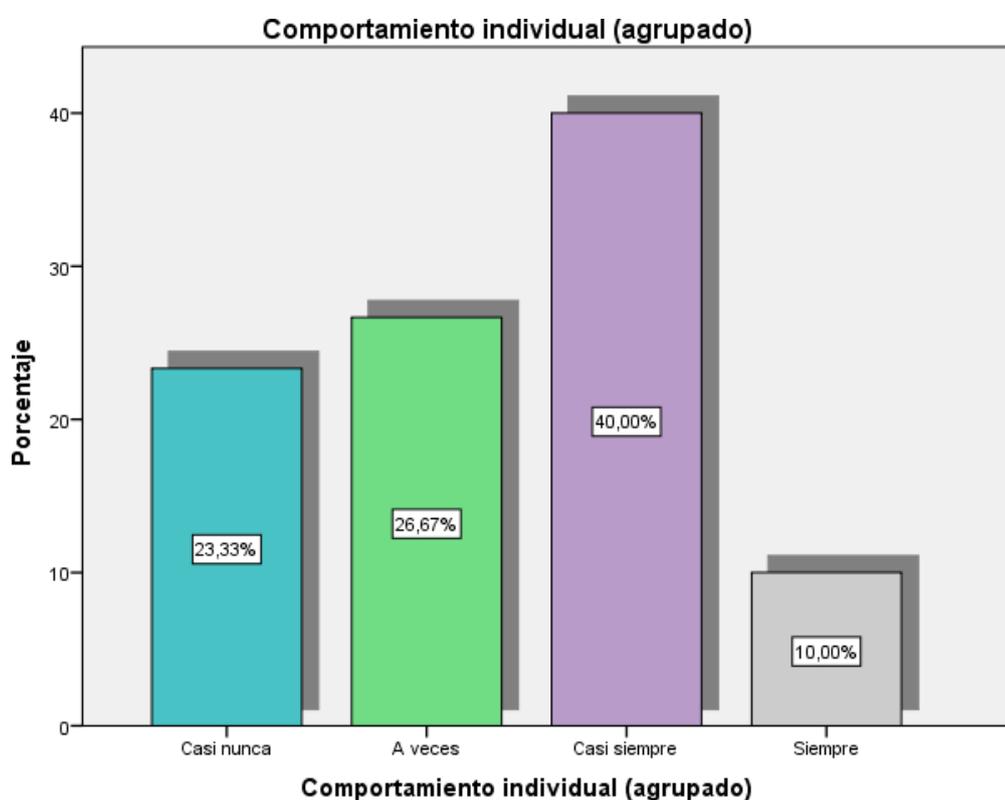


FIGURA N° 04: Situación de la Hipótesis Especifica 1 Comportamiento individual

Fuente: Elaboración propia

### Segunda hipótesis específica:

A continuación, se presenta una tabla y un gráfico que evidencian la situación del Comportamiento Grupal, el 6,7% formado por 2 trabajadores opinan que se da Casi nunca, mientras que el 43,3% conformado por 13 encuestados consideran que se da A

veces, sucediendo lo mismo con los encuestados que consideran que se da Casi siempre y por otro lado 2 encuestados que son 6,7% consideran que se da Siempre.

Comportamiento grupal (agrupado)		Frecuencia	% del N total de la tabla
Comportamiento grupal (agrupado)	Casi nunca	2	6,7%
	A veces	13	43,3%
	Casi siempre	13	43,3%
	Siempre	2	6,7%
	Total	30	100,0%

TABLA N° 08: Situación de la Hipótesis Especifica 2 Comportamiento grupal

Fuente: Elaboración propia

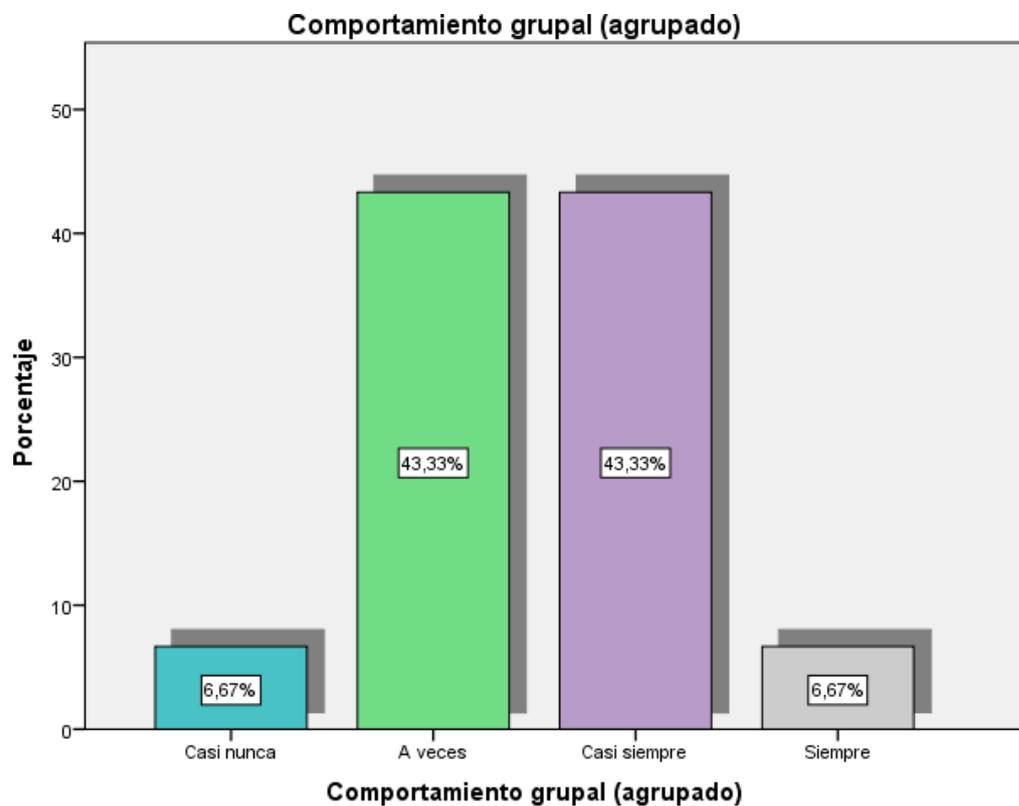


FIGURA N° 05: Situación de la Hipótesis Especifica 2 Comportamiento grupal

Fuente: Elaboración propia

### Tercera hipótesis específica:

En la siguiente tabla y el gráfico de barras que se muestran, se evidencia la situación del Comportamiento Organizativo, en donde el 13,3% conformado por 4 trabajadores consideran que se da casi nunca, mientras que 6 trabajadores que forman el 20% del total opinan que se da a veces, así mismo 15 encuestados que forman el 50% consideran que se da casi siempre y finalmente 5 trabajadores que forman el 16,7% de encuestados consideran que se da Siempre.

<b>Comportamiento organizativo (agrupado)</b>		Frecuencia	% del N total de la tabla
Comportamiento organizativo (agrupado)	Casi nunca	4	13,3%
	A veces	6	20,0%
	Casi siempre	15	50,0%
	Siempre	5	16,7%
	Total	30	100,0%

TABLA N° 09: Situación de la Hipótesis Especifica 3 Comportamiento organizativo

Fuente: Elaboración propia.

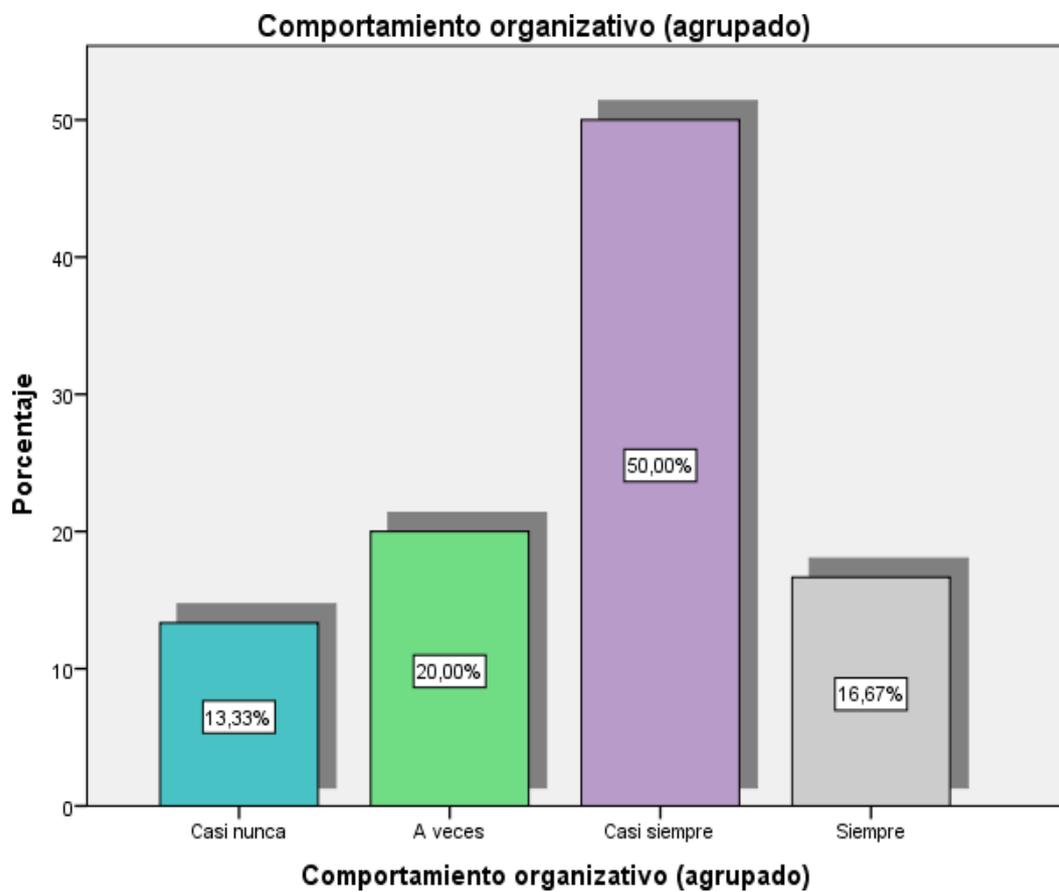


FIGURA N° 06: Situación de la Hipótesis Especifica 3 Comportamiento organizativo

Fuente: Elaboración propia

## 5.2. Contraste de hipótesis

Por medio de los programas SPSS y Microsoft Excel se realizaron las pruebas de hipótesis generando el análisis entre cantidades y las relaciones existentes, los cuales se muestran continuación. Se tuvo en consideración a (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010) quien muestra los valores de correspondencia presentados en la siguiente tabla:

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0.9 a -0.99
Correlación negativa fuerte: -0.75 a -0.89
Correlación negativa media: -0.50 a -0.74

Correlación negativa débil: -0.25 a -0.24
Correlación negativa muy débil: -0.10 a -0.24
No existe correlación alguna: -0.99 a +0.09
Correlación positiva muy débil: +0.10 a +0.24
Correlación positiva débil: +0.25 a +0.49
Correlación positiva media: +0.50 a +0.74
Correlación positiva fuerte: +0.75 a +0.89
Correlación positiva muy fuerte: +0.90 a +0.99
Correlación positiva perfecta: +1

TABLA N° 10: Escala de Spearman

Fuente: Spearman

**Correlación hipótesis general:**

Para obtener el nivel de correlación que existe entre la variable 1 Comportamiento organizacional y la variable 2 Imagen corporativa, se empleó el estadígrafo Rho de Spearman, este instrumento es el más empleado para datos de tipo ordinal no paramétricos. Estos datos se obtuvieron usando el programa SPSS y se muestran en la tabla a continuación:

<b>Correlaciones</b>			Comportamiento organizacional	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Comportamiento organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,601**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Imagen corporativa	Coeficiente de correlación	,601**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

TABLA N° 11: Prueba de hipótesis general

Fuente: Elaboración propia en SPSS

**Rho de Spearman = 0,601**

En base a la prueba realizada se obtuvo un valor de 0,601 correspondiente al Rho de Spearman, este valor corresponde a una correlación positiva media.

**a. Planteamiento de hipótesis**

Hipótesis nula:  $H_0 r(x,y) < 0.10; sig > 0.05$

$H_0$ : El Comportamiento organizacional no se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

Hipótesis alterna:  $H_1 (x,y) > 0.10; sig < 0.05$

$H_1$ : El Comportamiento organizacional se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

**b. Decisión estadística**

Una vez elegido el nivel de significancia o riesgo sobre rechazar el  $H_0$  cuando obedecería a ser aceptado por ser cierta, sin embargo, al contar con un nivel de significancia de  $\alpha=0,05$  y establecerse el análisis donde se obtiene el coeficiente de 0,601 ubicado dentro del intervalo de 0,50 a 0,74 muestra una correlación positiva media.

Obteniendo así que el valor p (0) es inferior al nivel de significancia 0,05 tomado en cuenta para el presente caso, se acepta la decisión anterior. Se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se aprueba la hipótesis alterna  $H_1$ .

**c. Conclusión estadística**

Llegando a concluir que el Comportamiento organizacional se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

**Correlación hipótesis específica 1:**

**Correlaciones**

	INDIVIDUAL	Imagen corporativa
--	------------	--------------------

Rho de Spearman	INDIVIDUAL	Coeficiente de correlación	1,000	,485**
		Sig. (bilateral)	.	,007
		N	30	30
	Imagen corporativa	Coeficiente de correlación	,485**	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	30	30

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

TABLA N° 12: Prueba de hipótesis específica 1

Fuente: Elaboración propia en SPSS

### **Rho de Spearman = 0,485**

En base a la prueba realizada se obtuvo un valor de 0,485 correspondiente al Rho de Spearman, este valor corresponde a una correlación positiva débil.

#### **a. Planteamiento de hipótesis**

Hipótesis nula:  $H_0 r(x,y) < 0.10; sig > 0.05$

$H_0$ : El Comportamiento individual no se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

Hipótesis alterna:  $H_1 (x,y) > 0.10; sig < 0.05$

$H_1$ : El Comportamiento individual se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

#### **b. Decisión estadística**

Una vez elegido el nivel de significancia o riesgo sobre rechazar el  $H_0$  cuando obedecería a ser aceptado por ser cierta, sin embargo, al contar con un nivel de significancia de  $\alpha=0,05$  y establecerse el análisis donde se obtiene el coeficiente de 0,485 ubicado dentro del intervalo de 0,25 a 0,49 muestra una correlación positiva débil. Obteniendo así que el valor p (0) es inferior al nivel de significancia 0,05 tomado en cuenta para el presente caso, se acepta la decisión anterior. Se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se aprueba la hipótesis alterna  $H_1$ .

### c. Conclusión estadística

Llegando a concluir que el Comportamiento individual se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

### Correlación hipótesis específica 2:

Correlaciones			GRUPAL	Imagen corporativa
Rho de Spearman	GRUPAL	Coeficiente de correlación	1,000	,606**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Imagen corporativa	Coeficiente de correlación	,606**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

TABLA N° 13: Prueba de hipótesis específica 2

Fuente: Elaboración propia en SPSS

### Rho de Spearman = 0,606

En base a la prueba realizada se obtuvo un valor de 0,606 correspondiente al Rho de Spearman, este valor corresponde a una correlación positiva media.

#### a. Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula:  $H_0 r(x,y) < 0.10; sig > 0.05$

$H_0$ : El Comportamiento grupal no se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

Hipótesis alterna:  $H_1 (x,y) > 0.10; sig < 0.05$

$H_1$ : El Comportamiento grupal se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

#### b. Decisión estadística

Una vez elegido el nivel de significancia o riesgo sobre rechazar el H0 cuando obedecería a ser aceptado por ser cierta, sin embargo, al contar con un nivel de significancia de  $\alpha=0,05$  y establecerse el análisis donde se obtiene el coeficiente de 0,606 ubicado dentro del intervalo de 0,50 a 0,74 muestra una correlación positiva media.

Obteniendo así que el valor p (0) es inferior al nivel de significancia 0,05 tomado en cuenta para el presente caso, se acepta la decisión anterior. Se rechaza la hipótesis nula H0 y se aprueba la hipótesis alterna H1.

### c. Conclusión estadística

Llegando a concluir que el Comportamiento grupal se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

### Correlación hipótesis específica 3:

Correlaciones			ORGANIZATIV O	Imagen corporativa
Rho de Spearman	ORGANIZATIVO	Coeficiente de correlación	1,000	,436*
		Sig. (bilateral)	.	,016
		N	30	30
	Imagen corporativa	Coeficiente de correlación	,436*	1,000
		Sig. (bilateral)	,016	.
		N	30	30

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

TABLA N° 14: Prueba de hipótesis específica 3

Fuente: Elaboración propia en SPSS

**Rho de Spearman = 0,436**

En base a la prueba realizada se obtuvo un valor de 0,436 correspondiente al Rho de Spearman, este valor corresponde a una correlación positiva débil.

### a. Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula:  $H_0 r(x,y) < 0.10; sig > 0.05$

$H_0$ : El Comportamiento organizativo no se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

Hipótesis alterna:  $H_1 (x,y) > 0.10; sig < 0.05$

$H_1$ : El Comportamiento organizativo se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

### **b. Decisión estadística**

Una vez elegido el nivel de significancia o riesgo sobre rechazar el  $H_0$  cuando obedecería a ser aceptado por ser cierta, sin embargo, al contar con un nivel de significancia de  $\alpha=0,05$  y establecerse el análisis donde se obtiene el coeficiente de 0,436 ubicado dentro del intervalo de 0,25 a 0,49 muestra una correlación positiva débil. Obteniendo así que el valor p (0) es inferior al nivel de significancia 0,05 tomado en cuenta para el presente caso, se acepta la decisión anterior. Se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se aprueba la hipótesis alterna  $H_1$ .

### **c. Conclusión estadística**

Llegando a concluir que el Comportamiento organizativo se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

## **ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **Hipótesis General**

Acorde a los resultados conseguidos se muestran teniéndose como nivel el de tipo correlacional, con la finalidad de determinar la relación existente entre el Comportamiento Organizacional y la Imagen Corporativa, se llegó a lo siguiente:

El objetivo general planteado fue el de: Determinar la relación entre el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020. Debido a que el comportamiento organizacional puede ser de mucha importancia para la imagen corporativa ayudándola a mejorar favorablemente.

Para el caso de la Hipótesis General las prueba realizadas conllevaron a aceptar la Hipótesis Alterna que indica que: El Comportamiento organizacional se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020. Donde los resultados son similares a lo mencionado por (Anton Chave, 2017) donde las actividades realizadas por la institución de agenda llevados de manera correcta y no por la vía tendenciosa influían en una buena perspectiva por parte del ciudadano hecho que beneficiaba en la imagen corporativa de la municipalidad. Hecho que se refleja en este caso desde los colaboradores que trabajan allí donde no realizan sus funciones de la mejor manera, así como la mala actitud y bajo desempeño laboral que se manifiesta, situación que se invertiría relacionandose positivamente en la manera que se da a conocer la imagen corporativa que se proyecta de la municipalidad hacia los ciudadanos de dicho distrito.

En similar modo, guarda relación con (Campillo López, 2016) donde la realidad de los tiempos tanto en el sector privado como estatal busca adaptarse a la actualidad de los tiempos tecnológicos yendo de la mano con el potencial laboral de los colaboradores. Por lo cual el comportamiento organizativo, llevado correctamente en el ámbito empresarial o institucional se relaciona positivamente en el desempeño laboral como el alcance de objetivos, por el contrario, la imagen corporativa se verá mermada si esto no se lleva positivamente.

### **Primera hipótesis específica**

En las pruebas de la Hipótesis Especifica 1, los resultados arrojaron a determinar la hipótesis alterna donde nos dice que: El Comportamiento individual se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.

Por lo que el resultado concuerda con (Ramos Vera, 2016) donde se demuestra que el tema personal e individual es importante, ya que la satisfacción laboral puede generar resultados positivos o negativos de acuerdo a como se orienten

### **Segunda hipótesis específica**

Por otro lado, en la Hipótesis Especifica 2, de acuerdo a los resultados mostrados se aceptó la hipótesis alterna la cual indica que: El Comportamiento grupal se relaciona significativamente en la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.

De igual manera concuerda por lo dicho por (Macias Quintana, 2017) la secuencia de objetivos y planeamiento orientado a resultados es más fácil cuando se maneja en grupo designando responsabilidades y funciones sobre los actores. Situación que conllevara a tener los parámetros definidos de manera que se identificaran también factores que no tienen cabida en el desarrollo reubicándolos o viendo otras mejoras, de tal manera teniendo a cada colaborador ocupado, posicionado y empoderado en su labor, directamente mejora en la imagen corporativa de la institución.

### **Tercera hipótesis específica**

Es así que en la Hipótesis Especifica 3, después de las pruebas realizadas la hipótesis alterna es aceptada donde demuestra que: El Comportamiento organizativo se

relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho.

En lo manifestado por (Mel Lopez & Serquen Barturen, 2018) concuerda que el plan estratégico de identidad corporativa mejora y da una buena identidad corporativa que se ve reflejada en un largo plazo en la aceptación y credibilidad como para obtener mejores adendas e inclusiones de presupuestos. La inclusión visual jugando un rol importante que a su vez genera confianza con el sector privado para poder concretar convenios y apoyos que sirven de gran medida a la institución y sobre todo a la población.

Finalmente, con los resultados expuestos se evidencio de manera significativa que el Comportamiento Organizacional se relaciona en la Imagen Corporativa, que, aunque no se viene practicando muchas estrategias que impulsen la misma, de darse a futuro podría obtenerse muchas mejoras en cuanto lo institucional y hasta lo presupuestal. De tal manera se identificó que el Comportamiento Grupal es el más aceptado ya que el desempeño colaborador genera mejores rendimientos, así como permitiría alcanzar la satisfacción laboral al sumar ese y otras estrategias más que permitirán mostrar una mejor imagen de la municipalidad a la población como a las empresas y de más instituciones públicas.

## CONCLUSIONES

1. Se concluyó que se relaciona directa y significativamente el Comportamiento Organizacional en la Imagen Corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho, que se representa con el estadígrafo de correlación Rho de Spearman de 0,601, siendo de nivel positivo medio en un nivel de significancia de 0,05 lo que represente que a cuanto mejor Comportamiento Organizacional habrá mejor Imagen Corporativa.
2. Se determinó que se relaciona directa y significativamente el Comportamiento Individual en la Imagen Corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho, donde se obtuvo un estadígrafo de correlación de rho de Spearman de 0,485 con nivel de significancia de 0,05. Que quiere decir que a mejor Comportamiento Individual ligeramente mejora la Imagen corporativa de la municipalidad.
3. Se constató que se relaciona directa y significativamente el Comportamiento grupal en la Imagen Corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho, donde se encontró un estadígrafo de correlación rho de Spearman de 0,606 de nivel positiva media. Que concluye a mejor Imagen Corporativa grupal es también mejor la Imagen Corporativa de la Institución, siendo esta la más aceptada entre las tres.
4. Se demostró que se relaciona directa y significativamente el Comportamiento organizativo en la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho, donde se halló que el estadígrafo de correlación rho de Spearman se encuentra en 0,436 en un nivel positivo débil. Hecho que demuestra que el Comportamiento organizativo solo mejora levemente a la Imagen Corporativa de la municipalidad, siendo esta la menos aceptada.

## RECOMENDACIONES

1. El comportamiento organizacional y la Imagen corporativa son temas que guardan mucha relación entre ellos y que suman en la finalidad de alcanzar el logro de objetivos y planes institucionales. Donde se identifica desorganización laboral, falta de compromiso y actitud colaboradora, que vienen generando deficiencias y mayores. Por lo que debe priorizarse el mejor comportamiento de las mismas, mediante inducciones, talleres y fortalecimientos laborales y actitudinales.
2. La parte individual de cualquier colaborador es importante, así como lo es el tema actitudinal como la capacitación y mejora constante. Donde inducir al personal a eso motivacionalmente mejoraría los índices de productividad de cada personal siendo de eso manera se enmarca el camino de una institucionalización correcta para el estado como la población a servir.
3. Resuelto el tema individual el siguiente paso es generar grupos efectivos de apoyo, coordinación, operatividad y control. Ya que al tener al personal empoderado las oficinas, unidades y demás áreas serán mucho más operativas y eficientes en su labor cotidiana.
4. El comportamiento organizativo con todas las condiciones anteriores mínimas señaladas y funcionando correctamente en cada uno de los factores generara sinergia entre las funciones alcanzado niveles altos de eficacia y eficiencia. Por lo que debe ser tomado como objetivo principal la obtención de este en cada institución pública, hecho que influirá directamente en la Imagen corporativa hacia la población.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

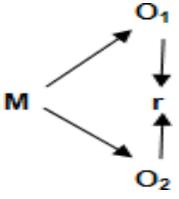
- Abreu Sojo, I. (2001). El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito? Notas sobre la evolución de la investigación de campo. *Revista Latina de comunicacion social*, 13.
- Anton Chave, A. (2017). *Influencia de la noticia en la imagen corporativa de una municipalidad desde la percepcion del ciudadano*. Maracaibo.
- Beauregard, Bouffard, & Duclos. (2005). *Autoestima para quererse mas y relacionarse mejor*.
- Campillo Lopez, O. A. (2016). *Diagnóstico del Comportamiento Organizacional en el Sector Restauranero de Especialidad Italiana en La Paz B.C.S*. Baja California Sur.
- Capriotti, P. (2013). *Planificacion Estrategia de la Imagen Corporativa*. Malag: Editorial Ariel.
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento Organizacional*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de Espana.
- Colegio Profesional de Licenciados en Administracion de Junín. (09 de Febrero de 2020). *Código de Ética del Colegio Profesional de Administradores de Junín*. Obtenido de <http://corladjunin.org.pe/#!/-inicio/>
- Comportamiento.top. (10 de Septiembre de 2019). *Comportamiento.top*. Obtenido de <https://comportamiento.top/comportamiento-grupal/>
- Curras Perez, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoria y Praxis*, 34.
- DiccionarioEmpresarial. (15 de Febrero de 2020). *DiccionarioEmpresarial*. Obtenido de [http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAASMjcwztbLUouLM\\_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAykzApzUAAAA=WKE](http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAASMjcwztbLUouLM_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAykzApzUAAAA=WKE)
- EmprendePyme. (24 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html>
- Ferradas Miranda, O., & Morales Monasalva, J. (2014). *Mejoramiento de la imagen corporativa de la cooperativa de ahorro y crédito nuestra señora del rosario utilizando la estrategia de desarrollo de marca en la ciudad de Trujillo 2013*. Trujillo.
- Fundacio per a la motivacio dels recursos humans. (2006). El clima laboral. *Unidad del conocimiento*, 1-3.
- Fundacion Universitas. (2017). Relaciones Publicas Empresariales. *Fundacion Universitas Educación Superior*, 37.
- Guapacaza Solis, D., & Pesantez Aguilar, S. (2012). Cuenca.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). *Metodología de la investigación 5° Edición*. Ciudad de Mexico: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Mejía. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

- Mel Lopez, H., & Serquen Barturen, J. (2018). *Plan estratégico de identidad corporativa para mejorar la comunicación visual en la Gerencia de Desarrollo Social y Promoción de la familia de municipalidad provincial de Chiclayo*. Chiclayo.
- Nuñez Alvarado, M. (2017). *Imagen corporativa y comunicación interna en la empresa Professionals On Line SAC 2016*. Lima.
- Perez, A., & Rodriguez del Bosque, I. (2014). *Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa*. Vizcaya: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea España.
- Ramirez Campos, A. F., & Dominguez Aguirre, L. A. (2012). EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y EL COMPROMISO INSTITUCIONAL EN LAS IES. *Investigacion Administrativa*, 30.
- Ramos Vera, C. (2016). Moyobamba.
- Ramos Villatoro, C. E. (2013). Quetzaltenango.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento Organizacional* (10ma Edicion ed.). Ciudad de Mexico: Pearson.
- Stephen. (2009). *Comportamiento Organizacional* . Mexico: Pearson Education 13ra Edicion.
- Yaxcal, R. (15 de Julio de 2014). Obtenido de <https://prezi.com/bynivurpkygi/imagen-institucional-imagen-corporativa/>

## ANEXOS

### ANEXO N° 01: Matriz de Consistencia

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>				
Comportamiento Organizacional e Imagen corporativa en la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.				
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Qué relación tiene el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la relación entre el Comportamiento organizacional con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>El Comportamiento organizacional se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.</p>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p>Comportamiento Organizacional</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <p>Comportamiento Individual Comportamiento Grupal Comportamiento Organizativo</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b></p> <p>Aplicada.</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</b></p> <p>Descriptivo - Correlacional.</p> <p><b>MÉTODO</b></p> <p>Descriptivo</p> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b></p> <p>Correlacional</p>
<p><b>Problemas Específicos:</b></p> <p>¿Qué relación tiene el Comportamiento</p>	<p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p>Determinar la relación entre el Comportamiento</p>	<p><b>Hipótesis Específicos:</b></p> <p>El Comportamiento individual se relaciona</p>	<p><b>Variable 2:</b></p> <p>Imagen Corporativa</p> <p><b>Dimensiones:</b></p>	<p>Correlacional</p>

<p>individual con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?</p>	<p>individual con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.</p>	<p>significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.</p>	<p>Autoimagen Imagen Institucional Imagen Pública</p>	 <p><b>Donde:</b> M=Muestra O1=Variable1 O2=Variable2 R=Relación entre variables</p>
<p>¿Qué relación tiene el Comportamiento grupal con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?</p>	<p>Determinar la relación entre el Comportamiento grupal con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.</p>	<p>El Comportamiento grupal se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.</p>		<p><b>POBLACIÓN</b> Conformado por 30 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Iguain - Ayacucho.</p>
<p>¿Qué relación tiene el Comportamiento organizativo con la Imagen corporativa de la</p>	<p>Determinar la relación entre el Comportamiento organizativo con la Imagen corporativa de la</p>	<p>El Comportamiento organizativo se relaciona significativamente con la Imagen corporativa de la</p>		<p><b>MUESTRA</b></p>

Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020?	Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.	Municipalidad Distrital de Iguain – Ayacucho 2020.		Muestra de tipo censal (30 trabajadores)  <b>INSTRUMENTO</b> Cuestionario de encuesta
--	--	--	--	--

## ANEXO N° 02: Matriz de Operacionalización de Variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSION	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICA
V1: Comportamiento Organizacional	“El Comportamiento Organizacional retrata la continua interacción y la influencia recíproca entre las personas y las organizaciones. Es una disciplina académica que surgió como un conjunto	Comportamiento	Perseverancia	Ordinal  <b>Intervalos:</b> 5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi nunca 1. Nunca	Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario de Encuesta
		Individual	Valores y Actitudes		
		Comportamiento Grupal	Estilo del liderazgo		
			Desempeño grupal		

	interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones”. (Chiavenato, 2017)	Comportamiento Organizativo	Maneras de organizarse Funcionamiento		
V2: Imagen Corporativa	“Imagen coherente y distintiva de una empresa que se comunica de manera consistente a los grupos de interés a través del simbolismo, la comunicación planificada y el comportamiento corporativo”. (Perez & Rodriguez del Bosque, 2014)	Autoimagen	Identificación Conocimiento de funciones		
		Imagen Institucional	Logos institucionales Arquitectura corporativa		
		Imagen Pública	Identidad cultural Identidad de la Institución		

## ANEXO N° 03: Matriz de Operacionalización del Instrumento

### Instrumento:

Comportamiento Organizacional e Imagen corporativa en la Municipalidad Distrital de Iguain Ayacucho 2020.

### Investigadores: Bach. Chamel Carrasco Guzmán y Bach. Ruth García Gozme

**Indicación:** Señor especialista se le pide su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del “**CUESTIONARIO DE ENCUESTA SOBRE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IGUAIN AYACUCHO 2020**” que le muestro a continuación, marque con un aspa el casillero que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional, denotando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

**NOTA:** Para cada ítem se considera la escala de 1 a 5 donde

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

N°	ITEMS	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
<b>COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL</b>						
<b>COMPORTAMIENTO INDIVIDUAL</b>						
1	¿Es usted perseverante ante situaciones complicadas en el trabajo?					
2	¿Practica los valores de su formación en su centro de trabajo?					

3	¿Su actitud es la misma en el día a día del trabajo?					
<b>COMPORTAMIENTO GRUPAL</b>						
4	¿Usted toma el liderazgo de su área ante diversos desafíos que se presentan?					
5	¿Hay algún colaborador que toma el puesto de líder dentro de su área de trabajo?					
6	¿El desempeño que muestra el grupo es el esperado?					
<b>COMPORTAMIENTO ORGANIZATIVO</b>						
7	¿Su área de trabajo está distribuido por áreas?					
8	¿De no encontrarse organizado su área buscan la forma de cómo hacerlo?					
9	¿El funcionamiento actual de su área de trabajo es el óptimo?					
<b>IMAGEN CORPORATIVA</b>						
<b>AUTOIMAGEN</b>						
10	¿Identifica y reconoce sus propias virtudes y valores profesionales?					
11	¿Reconoce sus debilidades y las potencia o mejora?					
12	¿Reconoce sus funciones y que rol cumple dentro del área de trabajo?					
<b>IMAGEN INSTITUCIONAL</b>						
13	¿Identifica los logos institucionales donde trabaja?					
14	¿Reconoce, valora y da buen uso a la infraestructura y bienes muebles de la institución?					
<b>IMAGEN PÚBLICA</b>						
15	¿Participa activamente de las actividades conmemorativas a los aniversarios institucionales?					
16	¿Lleva siempre en alto el nombre de la institución donde trabaja?					
17	¿Comparte o comenta con la población o usuarios de las bondades de la institución pública donde trabaja?					
18	¿Conoce los objetivos institucionales y se vincula en el cumplimiento de ellos?					

Observaciones: .....

.....

<b>MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DEL INSTRUMENTO</b>						
<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICION</b>	<b>DIMENSION</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>ITEMS</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>	<b>TÉCNICA</b>
V1: Comportamiento Organizacional	“El Comportamiento Organizacional retrata la continua interacción y la influencia recíproca entre	Comportamiento  Individual	Perseverancia	¿Es usted perseverante ante situaciones complicadas en el trabajo?	Ordinal  <b>Intervalos:</b>  5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi nunca 1. Nunca	Encuesta  <b>Instrumento:</b>  Cuestionario de Encuesta
			Valores y Actitudes	¿Practica los valores de su formación en su centro de trabajo? ¿Su actitud es la misma en el día a día del trabajo?		
	Comportamiento  Grupal	Estilo del liderazgo	¿Usted toma el liderazgo de su área ante diversos desafíos que se presentan?			

<p>las personas y las organizaciones.</p> <p>Es una disciplina académica que surgió como un conjunto interdisciplinario de conocimientos para estudiar el comportamiento humano en las organizaciones”.</p> <p>(Chiavenato, 2017)</p>			¿Hay algún colaborador que toma el puesto de líder dentro de su área de trabajo?		
		Desempeño grupal	¿El desempeño que muestra el grupo es el esperado?		
	Comportamiento Organizativo	Maneras de organizarse	¿Su área de trabajo está distribuido por áreas? ¿De no encontrarse organizado su área buscan la forma de cómo hacerlo?		
		Funcionamiento	¿El funcionamiento actual de su área de trabajo es el óptimo?		

V2: Imagen Corporativa	“Imagen coherente y distintiva de una empresa que se comunica de manera consistente a los grupos de interés a través del simbolismo, la comunicación planificada y el comportamiento corporativo”.  (Perez &	Autoimagen	Identificación	¿Identifica y sus propias virtudes y valores profesionales?	Ordinal  <b>Intervalos:</b>  5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi nunca 1. Nunca	Encuesta  <b>Instrumento:</b>  Cuestionario de Encuesta
			Conocimiento de funciones	¿Reconoce sus debilidades y las potencia o mejora? ¿Reconoce sus funciones y que rol cumple dentro del área de trabajo?		
		Imagen Institucional	Logos institucionales	¿Identifica los logos institucionales donde trabaja?		
			Arquitectura corporativa	¿Reconoce, valora y da buen uso a la infraestructura y bienes muebles de la institución?		
		Imagen Pública	Identidad cultural	¿Participa activamente de las actividades conmemorativas a los aniversarios institucionales? ¿Lleva siempre en alto el nombre de la institución donde trabaja?		

	Rodriguez del Bosque, 2014)		Identidad de la Institución	¿Comparte o comenta con la población o usuarios de las bondades de la institución pública donde trabaja? ¿Conoce los objetivos institucionales y se vincula en el cumplimiento de ellos?		
--	-----------------------------	--	-----------------------------	---	--	--

# ANEXO N° 04: La Data de Procesamiento de Datos

Autoguardado comportamiento - Guardado Buscar Thalia Arroyo Laimito

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Calibri 11 A A

General Formato condicional Insertar Eliminar Formato

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición Análisis de datos Confidencialidad

Compartir Comentarios

AI20

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	
1	VARIABLE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL E IMAGEN CORPORATIVA																																																
2	Estudiantes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Total	D1	D2	D3	D4	D5	D6																							
3	001	3	1	1	5	1	1	2	2	3	5	3	4	4	3	3	3	4	30	5	7	6	11	8	5																								
4	002	1	1	2	1	2	2	4	1	2	1	2	3	2	3	2	3	3	37	4	5	7	3	5	11																								
5	003	2	3	3	3	2	3	2	3	2	5	3	4	3	5	3	5	4	58	8	8	7	12	8	15																								
6	004	2	4	3	3	5	4	5	3	2	4	3	3	4	4	5	5	4	67	10	12	10	10	7	16																								
7	005	1	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	38	5	7	7	5	10																										
8	006	2	3	4	3	4	4	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	5	69	10	11	13	13	6	16																								
9	007	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	4	5	3	5	5	3	73	12	11	13	11	8	18																								
10	008	2	2	3	2	1	2	1	3	2	2	4	3	3	2	2	3	2	43	7	5	6	5	5																									
11	009	3	5	3	5	3	5	4	2	3	5	3	4	3	3	4	4	5	3	69	11	13	9	14	6	16																							
12	0010	3	3	3	3	4	5	3	5	3	5	4	3	3	3	4	4	5	68	9	12	11	12	8	16																								
13	0011	1	2	1	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	4	3	2	2	45	4	6	7	4	7	3																								
14	0012	3	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	3	5	3	3	68	10	11	12	13	8	14																									
15	0013	5	5	5	5	3	4	3	5	3	5	3	5	2	5	3	5	73	15	9	12	13	8	20																									
16	0014	1	1	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	41	4	7	6	9	6	9																									
17	0015	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	3	5	3	5	3	5	67	10	12	10	13	6	16																									
18	0016	2	3	3	5	2	4	3	3	4	5	3	3	5	3	5	3	5	70	9	12	12	11	8	18																								
19	0017	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	4	2	45	5	6	6	6	6	3																									
20	0018	4	5	5	3	3	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	67	14	9	11	10	8	15																									
21	0019	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	5	5	3	4	3	5	3	67	13	9	10	12	8	15																							
22	0020	3	4	2	3	5	3	3	4	1	2	3	4	3	2	3	3	4	55	9	11	10	4	7	13																								
23	0021	3	2	3	3	2	3	2	3	3	5	3	5	4	4	3	3	3	60	8	8	11	13	8	12																								
24	0022	5	3	4	3	8	4	5	5	3	3	4	3	2	3	3	5	2	64	12	12	13	10	5	12																								
25	0023	3	5	3	3	4	3	3	3	3	4	5	2	4	4	4	5	65	11	10	11	10	7	17																									
26	0024	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	55	7	8	10	8	8	16																								
27	0025	3	5	3	5	2	3	5	2	4	2	3	3	2	2	56	11	10	11	9	5	10																											
28	0026	4	3	4	5	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	2	4	66	11	11	10	10	10	14																									
29	0027	1	2	3	3	3	3	4	1	2	5	4	5	3	4	4	3	60	5	9	10	10	8	14																									
30	0028	3	4	3	4	2	5	5	3	2	3	2	1	2	3	2	2	52	10	9	13	7	3	20																									
31	0029	2	5	3	5	3	5	4	5	4	3	4	5	5	3	4	4	72	11	13	13	12	8	16																									
32	0030	2	3	2	3	4	3	7	3	4	4	4	4	3	4	4	4	57	7	10	8	11	7	24																									
34	1	1	3	2	0	3	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																									
35	2	1	7	7	5	14	6	4	8	5	7	11	4	2	8	4	6	5	6	0	0	0	0	0																									
36	3	14	11	12	19	13	14	15	11	11	13	10	11	12	10	11	12	0	0	0	0	0	0																										
37	4	3	8	5	0	5	5	2	7	2	9	6	5	6	6	8	6	0	0	0	0	0	0																										

V1 V2 V3 S1 S2 C1 C2 N1 N2 PH CONFIABILIDAD

60%

Escribe aquí para buscar

comporta1.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 33 de 33 variables

	PERSEVERANTE	VALORES	ACTITUD	Liderazgo	Colaborador	Desempeño	AREATRABAJO	ORGANIZADO	FUNCIONAMIENTO	Identifica	Reconocido	Reconocimiento	LOGOS	INFRAESTRUCTURA	PAI
1	3	1	1	5	1	1	2	2	2	3	5	3	4	4	
2	1	1	2	2	1	2	2	4	1	2	1	2	3	2	
3	2	3	3	3	3	2	3	2	5	3	4	3	5		
4	3	4	3	3	5	4	5	3	2	4	3	3	3	4	
5	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	3	2		
6	3	3	4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	3	3	
7	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	4	5	3	
8	2	2	3	2	1	2	2	1	3	2	4	3	3	2	
9	3	5	3	5	3										

comporta1.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	PERSEVE...	Númérico	8	0	Es usted perse...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	VALORES	Númérico	8	0	Practica los val...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	ACTITUD	Númérico	8	0	Su actitud es la...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Liderazgo	Númérico	8	0	Usted toma el li...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Colaborador	Númérico	8	0	Hay algún cola...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Desempeño	Númérico	8	0	El desempeño ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	AREATRAB...	Númérico	8	0	Su área de trab...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	ORGANIZA...	Númérico	8	0	De no encontra...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	FUNCIONA...	Númérico	8	0	El funcionamie...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Identifica	Númérico	8	0	Identifica y sus...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Reconoceb	Númérico	8	0	Reconoce sus ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Reconocefun	Númérico	8	0	Reconoce sus f...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	LOGOS	Númérico	8	0	Identifica los lo...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	INFRAEST...	Númérico	8	0	Reconoce, valo...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	PARTICIPA	Númérico	8	0	Participa activa...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	Llevaenalto	Númérico	8	0	Lleva siempre e...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	Comparte	Númérico	8	0	Comparte o co...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	Conoceobjt	Númérico	8	0	Conoce los obj...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	INDIVIDUAL	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	GRUPAL	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	ORGANIZA...	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	TOTALV1	Númérico	8	0	Comportamient...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode.OFF

Escribe aquí para buscar

16:34 5/2/2021

## ANEXO N° 05: Confiabilidad y Validez del Instrumento

<b>INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN</b>					
<b>CUESTIONARIO: Comportamiento Organizacional e Imagen corporativa en la Municipalidad Distrital de Iguain Ayacucho 2020.</b>					
La presente encuesta es de carácter anónimo, para lo cual deberá responder con la mayor sinceridad posible y solo deberá marcar con un (X) donde corresponda su respuesta permitiéndose marcar solo una vez por cada una de ellas. Muchas gracias por su colaboración.					
<b>Preguntas:</b>	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
<b>COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL</b>					
<b>Comportamiento Individual</b>					
1. ¿Es usted perseverante ante situaciones complicadas en el trabajo?					
2. ¿Practica los valores de su formación en su centro de trabajo?					
3. ¿Su actitud es la misma en el día a día del trabajo?					
<b>Comportamiento Grupal</b>					
4. ¿Usted toma el liderazgo de su área ante diversos desafíos que se presentan?					
5. ¿Hay algún colaborador que toma el puesto de líder dentro de su área de trabajo?					
6. ¿El desempeño que muestra el grupo es el esperado?					
<b>Comportamiento Organizativo</b>					
7. ¿Su área de trabajo está distribuido por áreas?					
8. ¿De no encontrarse organizado su área buscan la forma de cómo hacerlo?					
9. ¿El funcionamiento actual de su área de trabajo es el óptimo?					
<b>IMAGEN CORPORATIVA</b>					
<b>Autoimagen</b>					
10. ¿Identifica y reconoce sus propias virtudes y valores profesionales?					
11. ¿Reconoce sus debilidades y las potencia o mejora?					
12. ¿Reconoce sus funciones y que rol cumple dentro del área de trabajo?					

<b>Imagen Institucional</b>					
<b>13. ¿Identifica los logos institucionales donde trabaja?</b>					
<b>14. ¿Reconoce, valora y da buen uso a la infraestructura y bienes muebles de la institución?</b>					
<b>15. ¿Participa activamente de las actividades conmemorativas a los aniversarios institucionales?</b>					
<b>Imagen Pública</b>					
<b>16. ¿Lleva siempre en alto el nombre de la institución donde trabaja?</b>					
<b>17. ¿Comparte o comenta con la población o usuarios de las bondades de la institución pública donde trabaja?</b>					
<b>18. ¿Conoce los objetivos institucionales y se vincula en el cumplimiento de ellos?</b>					

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO: Comportamiento Organizacional e Imagen corporativa en la Municipalidad Distrital de Iguain Ayacucho 2020.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	RESPUESTA					VALORACIÓN				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES		
				Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR	RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y LA DIMENSIÓN	RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA			
				Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	COMPORTAMIENTO INDIVIDUAL	Perseverancia y Valores Actitudes	¿Es usted perseverante ante situaciones complicadas en el trabajo?	X		X		X		X		X			
			¿Practica los valores de su formación en su centro de trabajo?	X		X		X		X		X		X	
			¿Su actitud es la misma en el día a día del trabajo?	X		X		X		X		X		X	
	COMPORTAMIENTO GRUPAL	Estilo del liderazgo	¿Usted toma el liderazgo de su área ante diversos desafíos que se presentan?	X		X		X		X		X		X	
			¿Hay algún colaborador que toma el puesto de líder dentro de su área de trabajo?	X		X		X		X		X		X	
			¿El desempeño que muestra el grupo es el esperado?	X		X		X		X		X		X	
			¿Su área de trabajo está distribuido por áreas?	X		X		X		X		X		X	
	COMPORTAMIENTO ORGANIZATIVO	Maneras de organizarse	¿De no encontrarse organizado su área buscan la forma de cómo hacerlo?	X		X		X		X		X		X	
			¿El funcionamiento actual de su área de trabajo es el óptimo?	X		X		X		X		X		X	
			¿Identifica y reconoce sus propias virtudes y valores profesionales?	X		X		X		X		X		X	
IMAGEN CORPORATIVA	AUTOMAGEN EN	Conocimiento de funciones	¿Reconoce sus debilidades y las potencia o mejora?	X		X		X		X		X			
			¿Reconoce sus funciones y que rol cumple dentro del área de trabajo?	X		X		X		X		X		X	
				X		X		X		X		X		X	
				X		X		X		X		X		X	











## ANEXO N° 06: Consentimiento Informado

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

SOLICITO: Autorización de aplicación de instrumento de recolección de datos en la MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IGUAIN.

Señor: FIDEL CANALES HUAYLLASCO  
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IGUAIN.

Presente.-

Yo, CHAMEL CARRASCO GUZMÁN identificada con DNI. 70419247, asimismo, RUTH GARCÍA GOZME identificada con DNI. 70799678, de la carrera profesional de Administración y sistemas de la Universidad Peruana Los Andes, me presento y expongo lo siguiente:

Que, al estar en la etapa de desarrollo de mi proyecto de investigación, titulado “COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL E IMAGEN CORPORATIVA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IGUAIN AYACUCHO-2020”, para obtener el **Título Profesional de Licenciada en Administración** solicito a Usted se sirva autorizar a la suscrita para poder aplicar el instrumento de investigación que sea necesario para la obtención de Información y procesamiento de datos para la realización del trabajo de investigación, el cual se realizará en forma anónima a los profesionales administrativos, oficinas.

Por lo expuesto.

Solicito dar una carta de respuesta con autorización para concluir la Investigación de mi tesis.

Ayacucho, 10 de Febrero del 2020.



Bach. Chamel Carrasco Guzmán  
DNI.70419247



Bach. Ruth García Gozme  
DNI. 70799678

“Año de la Universalización de la Salud”

Ayacucho, 10 de Febrero del 2020.

**Carta N° 0000-2020-ETCC**

Bachilleres:

**CHAMEL CARRASCO GUZMAN, RUTH GARCIA GOZME**

Bachiller de E.P. de Administración y Sistemas

Presente.-

Estimados bachilleres

Es grato dirigirme a ustedes, con la finalidad de saludarles cordialmente y, comunicarle en atención a su solicitud presentada sobre brindarle autorización para aplicar instrumento de evaluación para la inscripción de su Proyecto de Investigación: "COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL E IMAGEN CORPORATIVA EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IGUAIN AYACUCHO-2020" para optar su Título Profesional de Administración y Sistemas; esta dirección le otorga la AUTORIZACIÓN correspondiente a fin que pueda realizar lo solicitado.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para expresarles mi consideración.



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IGUAIN  
ALCALDIA  
IGUAIN  
Fidel Canales Huayllasco  
ALCALDE

FIDEL CANALES HUAYLLASCO  
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE IGUAIN.

Ayacucho, 12 de Marzo del 2020.

## ANEXO N° 07: Fotos de la aplicación del instrumento

