

**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**  
**“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”**



**SEMINARIO DE PRE ESPECIALIZACIÓN:**  
**“INFLUENCIA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA FUNDACIÓN MISIONES PARA CRISTO”**

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**  
**LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS CON ESPECIALIDAD EN MARKETING.**

**PRESENTADO POR:**  
**ESCOBAR BARAHONA, IVANYA JEANNETTE**  
**HÉRCULES BERMÚDEZ, MIGUEL ANTONIO**  
**PÉREZ VILLALOBOS, CAMILA DANIELLA**

**ASESOR:**  
**MGTR. JOSUÉ GIOVANNI TORRES RODRÍGUEZ**

**SAN SALVADOR, 24 DE MAYO DE 2022**

**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**  
**“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”**



**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**DRA. CRISTINA GLORIBEL JUÁREZ DE AMAYA**  
**RECTORA**

**DRA. MIRNA MARIBEL GARCÍA DE GONZÁLEZ**  
**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**DR. DARÍO ANTONIO CHÁVEZ SILIÉZAR**  
**VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

**ING. SONIA CANDELARIA RODRÍGUEZ DE MARTÍNEZ**  
**SECRETARIA GENERAL**

**MTRO. JOSÉ VICENTE PÉREZ CUBÍAS**  
**DECANO**

**MTRA. HELEN ARMINDA GENOVEZ QUEVEDO**  
**COORDINADORA DE CARRERA**

**SAN SALVADOR, 24 DE MAYO DE 2022.**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirnos realizar esto. Porque nos dio salud, por ser la fuente de nuestras vidas y proveer lo necesario para alcanzar las metas fijadas.

A nuestras familias, por estar siempre apoyándonos en todo. Cuidando de nosotros y siendo de vital importancia en medio del proceso.

A nuestro aseso por guiarnos durante todo el proceso, así como aquellos catedráticos que con pasión nos enseñaron y transmitieron el conocimiento.

A nuestros compañeros que se convirtieron en más que amigos, una familia durante el tiempo que compartimos.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedicamos a Dios, por no abandonarnos en ningún momento en el proceso de nuestra carrera; a la Fundación Misiones para Cristo para que sirva de insumo en sus procesos de mejora continua. A nuestras familias, que siempre nos apoyaron. Y a nosotros mismos por nuestro esfuerzo. SIIIIUUUUU

## INDICE

<b>CAPÍTULO I. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TEMA</b> .....	1
1.1 Situación problemática .....	1
1.2 Enunciado del problema .....	4
1.3 Objetivos de la investigación .....	4
1.3.1 Objetivo General .....	4
1.3.2 Objetivos Específicos .....	4
1.4 Contexto del estudio .....	5
1.5 Justificación del estudio .....	7
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	8
2.1 Enfoque y tipo de investigación .....	8
2.1.1 Enfoque de la investigación .....	8
2.1.2 Tipo de investigación .....	9
2.2 Sujetos y objetos de estudio .....	9
2.2.1 Unidades de análisis población y muestra .....	9
2.3 Variables e indicadores .....	10
2.4 Técnicas a emplear en la recopilación de información .....	12
2.4.1 Encuesta .....	12
2.4.2 Entrevista a profundidad .....	12
2.5 Instrumentos de registro y medición .....	13
Relación de congruencia de los principales elementos de la investigación .....	14
2.6 Aspectos éticos de la investigación .....	20
2.7 Procesamiento y análisis .....	21
2.8 Cronograma de actividades .....	22
2.9 Estrategias de utilización de resultados .....	24
2.10 Fuentes de información consultada .....	25
2.10.1 Marco contextual .....	25
2.10.2 Marco teórico .....	28
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	33
3.1 Análisis de resultados .....	33
3.1.1 Entrevista a profundidad .....	33
3.1.2 Encuesta .....	38

<b>3.2 Principales hallazgos.....</b>	<b>44</b>
<b>3.3 Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.1 Conclusiones .....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.2 Recomendaciones .....</b>	<b>46</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>47</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>49</b>
<b>1. Entrevista a profundidad dirigida al director de la Fundación Misiones para Cristo.....</b>	<b>49</b>
<b>1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo.....</b>	<b>51</b>
<b>2 - Encuesta a los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo ...</b>	<b>55</b>
<b>2.1 Gráfica de resultados de encuesta.....</b>	<b>58</b>
<b>3.0 Cronograma de actividades.....</b>	<b>72</b>

## **CAPÍTULO I. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TEMA**

### **1.1 Situación problemática**

Cuando se habla de identidad corporativa se refiere a dos aspectos importantes de la empresa, tanto en el aspecto interno como externo. La identidad tiene un interior y un exterior. El lado interno está representado por valores, ideales, metodologías y estrategias, y el lado externo lo refleja a través de la imagen de la empresa. Un colaborador eficiente no se mide solamente por el desempeño que realiza, sino también por cuán identificado esté con los valores y objetivos de la organización, los colaboradores deben sentirse comprometidos con la empresa en la que se encuentran para así poder sentirse identificados con su puesto laboral y ejercerlo de la manera correcta y eficiente. Todo esto dará como resultado que el colaborador se sienta parte de la organización y se sienta parte de su trabajo, logrando así una buena cultura organizacional. Por tanto, si la identidad no es clara, la cultura se diversifica o es inexistente y no hay parámetros para definirla. La cultura nos lleva al clima organizacional, en otras palabras, a lo que se vive y por qué se vive. La fundación carece de procesos, lo que causa desequilibrio en la toma de decisiones y en la calidad del trabajo que desempeñan sus colaboradores.

Según Edgar Schein (2004) define la cultura organizacional como “aquel conjunto de creencias que comparten los miembros de una organización sobre cuál es la mejor forma de hacer las cosas, las cuales definen la visión que la empresa tiene de sí misma y del entorno”. La identidad corporativa es uno de los puntos más complejos dentro de las organizaciones, ya que es muy difícil que los colaboradores logren sentirse identificados con su lugar de trabajo y aún más complicado es que sean los encargados de transmitir esa identidad hacia los públicos externos. La identidad corporativa indica el modo en que una empresa se presenta a sí misma a través del comportamiento y el simbolismo a las audiencias internas y externas. Está arraigada en el comportamiento individual de los miembros de la empresa, expresando la uniformidad, distinción y centralidad de la compañía a lo largo del tiempo”. Van Riel y Balmer (1997). Con base en este aspecto, actualmente la identidad en la Fundación Misiones para Cristo presenta diversas áreas de

oportunidad que se han considerado como objeto de estudio para esta investigación.

Los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo, no se identifican con la filosofía empresarial, ni mucho menos con los procesos administrativos que son el día a día de la fundación, esto lleva a que no haya una integración por parte de los colaboradores y carezca de disposición a representar a la organización. Una de las formas de poder analizar esta área dentro de la fundación, es la falta de conocimiento de la filosofía, ya que los colaboradores nunca han recibido una capacitación en referencia al tema, tampoco se cuenta con un manual de identidad corporativa que esté al alcance de los colaboradores. Cuando fueron contratados no se les dio una inducción apropiada en la cual se detalle los aspectos relevantes en relación a la filosofía de la fundación. El no abordar a los colaboradores desde el inicio de su desempeño en la fundación hace que la cultura organizacional se torna deficiente y por ende afecte la identidad al no sentirse propiamente identificados o en el peor de los casos no conocer la filosofía de la organización en la que se forma parte.

De la cultura organizacional se desprende la comunicación organizacional y carecer de ésta dificulta la comunicación dentro de una empresa dando como resultado una mala identidad corporativa y a su vez recae en la imagen. La cultura mantiene unida a una organización, no promover la esencia de la empresa entre los colaboradores dentro de la misma, no garantiza un buen funcionamiento interno y mucho menos un éxito como empresa. La fundación carece de documentación en los procesos de comunicación interna, ya que en la mayoría de los casos no se deja nada por escrito o vía correo electrónico, solamente es hablado. Algo que afecta a la hora de asumir responsabilidades y roles específicos en las diferentes asignaciones. De igual manera, no hay una reportería periódica donde se analice y saque conclusiones en referencia al impacto social y cumplimiento de objetivos.

Al ser una fundación con principios cristianos, en relación con el clima laboral, los colaboradores tienen una relación armoniosa de mucha confianza y de absoluto respeto, sin embargo, el problema se ve reflejado a la hora de asumir dichas asignaciones que muchas son inciertas o no están definidas. La fundación ejecuta



sus proyectos de forma desordenada, es decir en la mayoría de los casos no hay un plan de trabajo establecido y tampoco una guía para que los colaboradores puedan desarrollar sus funciones correctamente e identificarse con la imagen que debe proyectar. Esto da como resultado una cultura que no va acorde a los principios y valores de la fundación, en otras palabras, los colaboradores no viven la identidad que la fundación intenta proyectar.

La problemática para investigar se basa en la influencia en la identidad corporativa de la Fundación Misiones para Cristo y en la puesta en práctica de ella, afectando así su cultura corporativa. Lo que conlleva a una comunicación deficiente y por ende a una improductividad, ya que no se alcanzan los objetivos planteados dentro de la filosofía empresarial.

## **1.2 Enunciado del problema**

¿Cuál es la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

- Diagnosticar la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Comprender la identidad corporativa de la Fundación Misiones para Cristo y la influencia de esta en el desarrollo de la cultura organizacional y comunicación interna.
- Definir el estado actual de la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo.
- Determinar el rol de la identidad corporativa y cultura organizacional en el relacionamiento de los empleados, desarrollo de procesos administrativos y cumplimiento de objetivos institucionales.

#### **1.4 Contexto del estudio**

En esta primera parte de la investigación se sitúa en el contexto en el que se ha realizado la investigación y cuál es el estado de la cuestión. Como dice Bishop (2000), uno de los principios que tiene que orientar toda investigación científica es situar el trabajo en el contexto específico en el que se desarrolla. “La investigación debería reconocer y documentar los contextos culturales, sociales e institucionales en lo que se desarrolla, dado que la educación siempre está situada en un contexto único, por lo que se debería actuar cautelosamente ante las generalizaciones, especialmente en lo que se refiere a la implementación de modelos educativos derivados de investigaciones desarrolladas en contextos distintos.” (Gorgorió y Bishop, 2000: 204). Esta investigación es un estudio de caso que se realizará en el personal administrativo de la Fundación Misiones para Cristo.

Las funciones que se realizan por el personal de Fundación Misiones para Cristo son procesos de organización básica. Se realizan de una manera práctica y con proyección al impacto social. Las actividades que se realizan son diversas, la Fundación Misiones para Cristo en sus estatutos legales fue creada para brindar servicio social, facilitar, capacitar y fomentar valores morales de convivencia social, entre otros.

Dentro de su forma de trabajo, los voluntarios y colaboradores son capacitados para poder aportar de su tiempo y conocimientos independientemente del área que se les solicite. Todos los colaboradores deben hablar inglés, ya que la mayor parte del trabajo que se realiza se hace en conjunto con estadounidenses.

La Fundación Misiones para Cristo carece de documentación en los procesos de comunicación interna, ya que en la mayoría de los casos no se deja nada por escrito o vía correo electrónico, solamente es hablado. Algo que afecta a la hora de asumir responsabilidades y roles específicos en las diferentes asignaciones. De igual manera, no hay una reportería periódica donde se analice y saque conclusiones en referencia al impacto social y cumplimiento de objetivos.

Al ser una fundación con principios cristianos, en relación al clima laboral, los colaboradores tienen una relación armoniosa de mucha confianza y de absoluto respeto, sin embargo, el problema se ve reflejado a la hora de asumir dichas

asignaciones que muchas son inciertas o no están definidas. La fundación ejecuta sus proyectos de forma desordenada, es decir en la mayoría de los casos no hay un plan de trabajo establecido y tampoco una guía para que los colaboradores puedan desarrollar sus funciones correctamente e identificarse con la imagen que debe proyectar. Esto da como resultado una cultura que no va acorde a los principios y valores de la fundación, en otras palabras, los colaboradores no viven la identidad que la fundación intenta proyectar.

En esta investigación se plantea conocer la influencia con el propósito de garantizar el empleo a largo plazo para su recurso humano, lo que trae como repercusión social una mejor calidad de vida para cada una de las familias de los empleados, además si hay un crecimiento de la organización esto traerá consigo la generación de más empleo. Fortaleciendo las relaciones interpersonales dentro de la empresa permitirá un buen ambiente laboral lo cual se verá reflejado en la buena atención a los diferentes públicos de la organización.

## **1.5 Justificación del estudio**

Con la investigación se pretende investigar la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo, permitiendo conocer las funciones y el sentido de pertenencia de cada uno de los colaboradores. La influencia de la cultura organizacional puede impactar de forma positiva o negativa a la cultura de las organizaciones.

La identidad corporativa es uno de los factores más importantes de las organizaciones por ello permite crear el sentido de pertenencia de los colaboradores y clientes, ayuda a dar a conocer lo que diferencia una organización de las demás y potenciar las virtudes de las organizaciones. Por otro lado, la cultura organizacional también forma parte del sentido de pertenencia de las empresas y gracias a ello mantener conductas positivas dentro de ellos.

El estudio de la influencia identidad corporativa en la investigación es importante ya que la identidad ocupa un lugar cada vez más importante en la política estratégica de las organizaciones debido a los cambios que se producen de forma creciente. En cuanto a la importancia se considera que a nivel profesional el desarrollo de esta investigación permitirá implementar todo lo aprendido en la experiencia como Relacionistas Públicos y expertos en comunicación organizacional, tomando como reto inicial el trabajar enfocados en el crecimiento y potencialización de una gerencia eficiente en todas las funciones que debe realizar y en crear una organización empresarial que le permita desarrollar proyectos de manera segura y efectiva en pro del crecimiento económico y que genere un mayor impacto social.

En esta investigación se plantea conocer la influencia con el propósito de garantizar el empleo a largo plazo para su recurso humano, lo que trae como repercusión social una mejor calidad de vida para cada una de las familias de los empleados, además si hay un crecimiento de la organización esto traerá consigo la generación de más empleo. Fortaleciendo las relaciones interpersonales dentro de la empresa permitirá un buen ambiente laboral lo cual se verá reflejado en la buena atención a los diferentes públicos de la organización.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Enfoque y tipo de investigación**

#### **2.1.1 Enfoque de la investigación**

El enfoque de la presente investigación es mixto, cuantitativo y cualitativo. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Roberto Hernández Sampieri y Paulina Mendoza.

Cuantitativo porque consiste en utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Se tomó el enfoque cuantitativo porque se pretende obtener la recolección de datos para conocer o medir el fenómeno en estudio y encontrar soluciones para la misma; la cual trae consigo la afirmación o negación de la hipótesis establecida en dicho estudio.

La investigación fue cualitativa la cual consiste en utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afrontar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

### **2.1.2 Tipo de investigación**

El tipo de investigación es de carácter exploratorio ya que la investigación sirve para indagar respecto del fenómeno planteado, con el objetivo de facilitar un mayor discernimiento y comprensión del problema o fenómeno a investigar. Dicha investigación se dio por finalizada cuando a partir de los datos recolectados haya sido posible crear un marco teórico suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema.

## **2.2 Sujetos y objetos de estudio**

### **2.2.1 Unidades de análisis población y muestra**

**Objeto de estudio:** 8 colaboradores

El objeto de estudio de la investigación son los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo, al ser el objetivo de la investigación diagnosticar la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional. Se ha identificado que los colaboradores mantienen una falta de comunicación u organización de trabajo lo que conlleva a que no logren alcanzar objetivos grupales para la fundación.

La Fundación Misiones para Cristo está conformada por ocho colaboradores, por lo tanto, al ser un número pequeño de personas es más fácil poder analizarlos en su totalidad y poder tener una respuesta más precisa en la investigación. Al ser una fundación con principios cristianos, los colaboradores son gente apasionada por lo que hacen ofreciéndole a la Fundación Misiones para Cristo su total disposición para mejorar cada día, sin embargo, carecen de procesos administrativos y eso conlleva a que no haya una integración por parte de los colaboradores y carezca de disposición a representar a la organización. Una característica positiva que los colaboradores tienen en común es su compromiso espiritual y por lo consiguiente con la labor que se debe hacer sin embargo sus asignaciones en los proyectos son confusas y eso provoca estrés afectando así la cultura organizacional.

### 2.3 Variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional
X1: Concepción estratégica	La concepción estratégica es la manera en que una organización define cómo crear valor. Se trata del qué hacer y cómo hacerlo. Define los objetivos de la empresa y las acciones y recursos a emplear para cumplir con dichos objetivos.	X1: Concepción estratégica <ul style="list-style-type: none"> <li>● Productividad de los colaboradores.</li> <li>● Procesos de trabajo</li> <li>● Objetivos de la fundación</li> </ul>
Y1: Identidad y cultura organizacional	La cultura corporativa se puede definir como el conjunto de normas, valores, costumbres y prácticas compartidas -y no escritas- por el grupo de personas que forman una organización y que se reflejan en su comportamiento	Y1: Identidad y cultura organizacional <ul style="list-style-type: none"> <li>● Alineación entre cultura y la organización</li> <li>● Identificación con la institución</li> </ul>
X2: Nivel de satisfacción	El nivel de satisfacción es el cumplimiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y	X2: Nivel de satisfacción <ul style="list-style-type: none"> <li>● Compromiso de los colaboradores</li> <li>● Mantenimiento de los colaboradores en la fundación</li> <li>● Motivación de los colaboradores</li> </ul>



	espera de un producto o servicio (Sancho, 1998).	
Y2: Procesos de comunicación interna	El proceso de la comunicación interna es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa. Sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo.	Y2: Procesos de comunicación interna <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tipos de comunicación interna</li> <li>● Efectividad</li> <li>● Consultas sobre dudas en el trabajo</li> </ul>
X3: Rol de identidad y cultura	El rol de identidad y cultura puede entenderse como el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia.	X3: Rol de identidad y cultura <ul style="list-style-type: none"> <li>● Adaptación al rol y compañía de cada colaborador</li> <li>● Sentimiento de pertenencia.</li> <li>● Agrado de la realización de tareas.</li> </ul>

Y3: Clima laboral	El clima laboral se puede definir como el conjunto de actividades, rutinas y condiciones que se dan dentro de una empresa y están directamente ligadas con la satisfacción de los trabajadores en su entorno de trabajo	Y3: Clima laboral <ul style="list-style-type: none"> <li>● Adaptación al rol y compañía de cada colaborador</li> <li>● Sentimiento de pertenencia.</li> <li>● Agrado de la realización de tareas.</li> </ul>
-------------------	---	--

## 2.4 Técnicas a emplear en la recopilación de información

### 2.4.1 Encuesta

La cultura organizacional es un conjunto de prácticas, creencias y valores que crean identidad, compromiso y pertenencia entre los miembros de la empresa. La cultura organizacional cambia constantemente ya que está influenciada por una variedad de factores que dan forma al comportamiento humano individual y colectivo. En su trabajo diario, los miembros de una organización se nutren de las experiencias que comparten entre sí, creando valores, principios y formas de comportamiento que son expresiones culturales que se vuelven parte de la organización o grupos a los que pertenecen. Por ello la técnica utilizada en la investigación fue la encuesta, esto se debe principalmente a que los cuestionarios recopilan más información de más personas y son más rápidos y económicos que otros métodos. Además, el análisis de la información puede ser más objetivo y rápido.

### 2.4.2 Entrevista a profundidad

Este método de recolección de datos cualitativos nos permitió recopilar información específica sobre el comportamiento, clima y cultura dentro de la Fundación Misiones para Cristo, la percepción del entrevistado, entre otros aspectos

previamente estructurados en un listado de preguntas relacionado a los objetivos de la investigación. El proceso de la entrevista a profundidad fue dividido en dos fases; la primera denominada de correspondencia, donde el encuentro con el entrevistado, el cuál fue un colaborador de alto cargo dentro de la Fundación Misiones para Cristo y que tenga el contacto directo con los demás colaboradores, la recopilación de datos y el registro, son la base para obtener la información de cada entrevista. La segunda, considerada de análisis, donde se estudió con detenimiento la entrevista y se obtuvieron los resultados.

## **2.5 Instrumentos de registro y medición**

Los instrumentos de registro y medición son recursos utilizados en la investigación para registrar y obtener datos de las variables planteadas. En la investigación se utilizan instrumentos, conocidos como Entrevista a profundidad y la Encuesta, han sido elaborados en base a los indicadores obtenidos de los objetivos.

La entrevista a profundidad es dirigida al director de la Fundación Misiones para Cristo, el instrumento cualitativo es muy útil ya que se requiere documentación detallada de las opiniones y comportamientos de una persona. La Encuesta está dirigida a los colaboradores de la Fundación, ya que es un instrumento capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables.

### Relación de congruencia de los principales elementos de la investigación

Tema: INFLUENCIA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA FUNDACIÓN MISIONES PARA CRISTO						
Enunciado del problema: ¿Cuál es la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo?						
Objetivo General: Diagnosticar la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo						
<b>Objetivos específicos</b>	<b>Unidades de Análisis</b>	<b>Variables</b>	<b>Operacionalización de Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas a utilizar</b>	<b>Tipos de instrumentos a utilizar</b>
Analizar la concepción estratégica que la Fundación Misiones para Cristo posee sobre su	Los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo.	X1: Concepción estratégica	La concepción estratégica es la manera en que una organización define cómo crear valor. Se trata del qué hacer y cómo	Productividad de los colaboradores. Procesos de trabajo Objetivos de la fundación	Cuantitativa/ Cualitativa	Entrevista a profundidad/ Encuesta

<p>identidad y cultura organizacional.</p>			<p>hacerlo. Define los objetivos de la empresa y las acciones y recursos a emplear para cumplir con dichos objetivos.</p>			
		<p>Y1: Identidad y cultura organizacional</p>	<p>La cultura corporativa se puede definir como el conjunto de normas, valores, costumbres y prácticas compartidas -y no escritas- por el grupo de personas que forman una</p>	<p>Alineación entre cultura y la organización Identificación con la institución</p>	<p>Cuantitativa/ Cualitativa</p>	<p>Entrevista a profundidad/ Encuesta</p>

			organización y que se reflejan en su comportamiento			
Definir el estado actual de la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo.	Los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo.	X2: Nivel de satisfacción interna	El nivel de satisfacción es el cumplimiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio (Sancho, 1998).	X2: Compromiso de los colaboradores Mantenimiento de los colaboradores en la fundación Motivación de los colaboradores	Cuantitativa/ Cualitativa	Encuesta/ Entrevista a profundidad

		Y2: Procesos de comunicación	El proceso de la comunicación interna es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa. Sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo.	Y2: Tipos de comunicación interna Efectividad Consultas sobre dudas en el trabajo	Cuantitativa/ Cualitativa	Encuesta/ Entrevista a profundidad

Determinar el rol de la identidad corporativa y cultura organizacional en el relacionamiento de los empleados, desarrollo de procesos administrativos y cumplimiento de objetivos institucionales.	Los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo.	X3: Rol de identidad y cultura	El rol de identidad y cultura puede entenderse como el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social	X3: Adaptación al rol y compañía de cada colaborador Sentimiento de pertenencia. Agrado de la realización de tareas.	Cuantitativa	Encuesta
		Y3: Clima laboral	El clima laboral se puede definir como el conjunto de actividades,	Y3: Adaptación al rol y compañía de cada	Cualitativa / Cuantitativa	Entrevista a profundidad / Encuesta



			<p>rutinas y condiciones que se dan dentro de una empresa y están directamente ligadas con la satisfacción de los trabajadores en su entorno de trabajo</p>	<p>colaborador Sentimiento de pertenencia. Agrado de la realización de tareas.</p>		
--	--	--	---	--	--	--

## **2.6 Aspectos éticos de la investigación**

La presente investigación ha sido realizada con fines educativos, como parte del proceso de graduación de los investigadores. Todo el proceso de investigación ha sido informado y con el consentimiento de la Fundación Misiones para Cristo. Los colaboradores de la fundación que han participado en ella lo hacen por propia voluntad con el conocimiento suficiente para decidir con responsabilidad sobre sí mismos.

La investigación se ha basado en el respeto hacia la fundación y los colaboradores de esta. La Fundación Misiones para Cristo puede decidir que la investigación no es útil o apropiada para ella; La información nueva y relevante obtenida durante la investigación debe ser transmitida a la fundación; Debe haber un mecanismo para informarles de los resultados y las lecciones aprendidas de la investigación.

## **2.7 Procesamiento y análisis**

Para la interpretación y análisis de los resultados obtenidos, se recurrió a un vaciado de información obtenida de Google Forms a través de la encuesta realizada a los miembros de Staff de la Fundación Misiones para Cristo.

La recolección de la información se hizo a través de un cuestionario previamente elaborado, el cual contiene preguntas cerradas y preguntas abiertas. El enlace de la encuesta fue enviado a través de la red social WhatsApp y fue completamente virtual, es decir el equipo de investigación no estuvo presente al momento de llenar el cuestionario.

En cuanto a la recolección de información de la entrevista, ésta fue enviada al presidente de la Fundación Misiones para Cristo para su respuesta, la cual recibimos por medio de una grabación de audio para posteriormente analizar cada una de las respuestas obtenidas.

## 2.8 Cronograma de actividades

N°	ACTIVIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
		N° de semana				N° de semana				N° de semana				N° de semana				N° de semana			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Capítulo I. Conceptualización del tema.</b>																					
1	Definición de situación problemática.																				
2	Desarrollo de enunciado del problema																				
3	Diseño de objetivos de la investigación																				
4	Desarrollo de contexto del estudio																				
5	Elaboración de justificación del estudio																				
<b>Capítulo II. Metodología de la investigación</b>																					
6	Diseño de enfoque y tipo de investigación																				
7	Definición de sujetos y objeto de estudio																				
8	Identificación de variables e indicadores																				
9	Diseño de técnicas de recopilación de datos																				
10	Creación de instrumentos de investigación																				



## **2.9 Estrategias de utilización de resultados**

Los resultados de la investigación se darán a conocer mediante la monografía como parte del proceso de graduación de los investigadores de la carrera Licenciatura en Relaciones Públicas con especialidad en Marketing. Los mismos se comunicarán a través de documento oficial de la Universidad Evangélica de El Salvador y serán presentados al asesor de la monografía y al comité de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas para su evaluación.

Con la investigación presente se desarrollará un artículo de revista en el que se comunicará todo el proceso metodológico de la investigación. Los resultados servirán como referencia para que la Fundación Misiones para Cristo pueda tomar decisiones y mejorar su cultura organizacional según la identidad corporativa investigada de sus colaboradores.

## **2.10 Fuentes de información consultada**

### **2.10.1 Marco contextual**

La Fundación Misiones para Cristo nació como un ministerio de bendición en el corazón de Ed Nerio, quien es pastor y misionero en El Salvador desde 1997 recorriendo el país entero compartiendo la Palabra de Dios. Ahora, también a través de la gracia de Dios se encuentra creando enlaces en Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Perú. Es una organización interdenominacional, que tiene la intención de alcanzar a personas que no conocen el Evangelio de Jesucristo y mostrarles a través de diferentes formas el amor transformador de Dios. En este sentido, busca dignificar y ayudar a jóvenes y adultos a vivir una vida plena, basada en enseñanzas bíblicas para la buena convivencia, en medio de una sociedad vulnerable.

La organización no gubernamental Fundación Misiones para Cristo es una organización familiar, que nació como un ministerio cristiano en el año de 1997 y se desarrolló como tal hasta el año 2015, año en el cual se gestiona el papeleo para obtener su personería jurídica y convertirse en una organización no gubernamental bajo los estatutos legales de la República de El Salvador. La organización Fundación Misiones para Cristo se encuentra ubicada en el municipio de San Salvador, departamento de San Salvador. Comenzó a funcionar en el municipio de San Marcos, departamento de San Salvador. Para ese entonces eran solo 3 empleados: Una persona encargada de la administración, otra persona encargada de las finanzas y el presidente quien era el encargado de brindar los servicios que actualmente la organización ofrece. En ese mismo año se conformó la directiva legal de la organización. Hasta este momento, las actividades que se realizaban se hacían con personal temporal y se contaba con un equipo de 5 traductores, un equipo médico y de logística, y un motorista de bus. Aproximadamente 1 año después ingresó una persona a tiempo completo encargada de la logística de los eventos realizados por la fundación y al mismo tiempo también era intérprete del idioma inglés y otra persona encargada del diseño gráfico, quien también tenía la función de ser intérprete del idioma inglés. En el año 2017, la organización se

trasladó de San Marcos, al municipio de San Salvador específicamente en la colonia Costa Rica que es donde actualmente está ubicada. Ese mismo año se incorpora una persona más que estaría encargada del área de educación y capacitación teológica para pastores y líderes y también tenía la función de ser intérprete del idioma inglés. Un año después se incorpora una persona más encargada de funciones varias entre las cuales está la cotización y compra de artículos necesarios para la realización de eventos de carácter teológico, así como actividades varias que son el día a día de la organización y también se desempeña como intérprete del idioma inglés. Para el año 2020, se incorpora una persona más como asistente personal del presidente.

### **Misión**

Nuestra misión es facilitar el proceso de desarrollo social en el alcance de metas personales, proveyendo servicios y beneficios en comunidades locales e internacionales, así como la capacitación de líderes y entrenamiento profesional; todo esto, a través de la predicación del Evangelio

### **Visión**

Ser una institución que sirva para fortalecer la sociedad vulnerable creando enlaces con líderes de comunidades locales e internacionales, promoviendo valores morales y éticos de buena convivencia basados en la Palabra de Dios.

**Principios Corporativos:** Fe, Virtud, Integridad, Pasión, Compromiso, Servicio.

### **La Fundación opera bajo los siguientes 3 ejes fundamentales:**

#### 1. Evangelismo y Discipulado

Evangelismo es el anuncio, proclamación y predicación del evangelio y las buenas nuevas de, y acerca de Cristo Jesús, Por lo tanto, el evangelio es un mensaje de comunicación en forma verbal o escrita.

Actividades bajo este eje:

- Evangelismo en general
- Campañas Médicas
- Escuela Dominical
- Escuela Bíblica de Vacaciones



- Clínicas deportivas
- Eventos Juvenil

## 2. Capacitación Teológica Pastoral

Toda aquella actividad relacionada con la enseñanza, capacitación o talleres de carácter teológico, la cual será coordinada y administrada por el Centro de Capacitación Teológica para Pastores y Líderes (CCTPL).

Actividades bajo este eje:

- Diplomado Teológico
- Diplomado de materias extendidas
- Capacitaciones de evangelismo
- Capacitación “4 Campos”
- Capacitación de Discipulado Pasos de Vida (LifeStep).

## 3. Misiones

Guiados por el Espíritu Santo, realizan misiones básicamente en todas las actividades que forman parte del calendario. Es importante notar que este eje está presente en todas las actividades que se realizan. Es en la práctica, el resultado de los dos ejes anteriores y por tanto no puede haber un Eje de Misiones sin haber sido evangelizado, discipulado y capacitado.

Actividades bajo este eje:

- Manejo de KPI's o indicadores de rendimiento
- Elaboración de Cuadro de mando
- Optimización de los recursos
- Búsqueda constante de misiones
- Búsqueda constante de misioneros
- Acompañamiento en las misiones encomendadas

### 2.10.2 Marco teórico

La Identidad Corporativa es la enumeración de todo aquello que permite distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, todo aquello que si desaparece afecta decisivamente a la organización; pues es la herramienta que permite gerenciar la confianza y consecuente reputación de las empresas, haciendo tangibles los atributos y valores que la conforman, para así establecer en las diferentes audiencias que la rodean una personalidad única e inimitable. Por ello se cree que es un activo, el cual se encuentra estrechamente ligado al plan de negocios y al mercado que se desea atender *Pizzolante (2004)*.

Son todos los mecanismos que una empresa elige para identificarse ante sus stakeholders, la comunidad, clientes, trabajadores, medios. *Margulies (1977)*

Este concepto no se fundamenta exclusivamente en dotar a las organizaciones de simples “marcas” a las que se confunden con logotipos o logo símbolos o que se trata de un simple apartado de la disciplina del diseño gráfico donde los colores, las formas y el significado conforman el conjunto total de este gran aspecto. Por el contrario, la Identidad Corporativa es el reflejo de la empresa en su totalidad y, sobre todo, lo que la diferencia del resto: es un instrumento fundamental de la estrategia de la empresa y de su competitividad, donde su elaboración y gestión operativa no es solamente cuestión de diseño y visibilidad, sino que se manifiesta por medios verbales, culturales y ambientales, constituyendo un ejercicio esencialmente pluridisciplinar *(J. Costa, 1992)*.

La identidad corporativa indica el modo en que una empresa se presenta a sí misma a través del comportamiento y el simbolismo a las audiencias internas y externas. Está arraigada en el comportamiento individual de los miembros de la empresa, expresando la uniformidad, distinción y centralidad de la compañía a lo largo del tiempo. *Van Riel y Balmer (17)*

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. *(Chajet y Shachtman, 18; van Riel, 15)*.

La imagen corporativa es la percepción del público sobre una empresa, el conjunto de creencias, actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos de los consumidores sobre la entidad. Esa imagen no depende únicamente de los productos y servicios que ofrece la empresa sino también de la relación que establece con sus clientes, trabajadores y la sociedad en general. *ESERP 2022 Qué es la imagen corporativa de una empresa, ESERP Business & Law School.* <https://es.eserp.com/articulos/que-es-la-imagen-corporativa-de-una-empresa/>

La imagen corporativa estudia la forma en cómo se proyecta una marca o empresa ante el público y la manera en cómo éste percibe a la misma. La imagen de marca hace que pensemos que una marca tiene ciertos pensamientos o creencias, algunos posicionamientos o actitudes...y no sólo con las marcas, también con las personas se produce esa asociación. La imagen corporativa sirve para reflejar la personalidad de una marca o empresa a la vez que ayuda a forjar o alejar lazos de confianza entre ésta y su público objetivo. *Rafa Ramos Agencia de Marketing. ¿Qué es la Imagen Corporativa y Para Qué Sirve?,* <https://soyrafamos.com/que-es-la-imagen-corporativa/>

Un concepto relacionado con la personalidad según Kotler (1996) es «el concepto de sí mismo o autoimagen de una persona, la cual es una compleja imagen mental que las personas tienen de sí mismos.» (pág. 184)

Autoconcepto es una motivación emocional que puede dar como resultado, la compra de gran cantidad de productos, que son para llegar a representar un papel social o engañarse a sí mismo, teniendo la ilusión de disfrutar de las cualidades que poseen los productos. En simples palabras, se puede definir como la opinión que una persona tiene sobre sí misma. *Autoconcepto.* (2022). Mott Glosario.

*Edgar Schein (2004)* define la cultura organizacional como “aquel conjunto de creencias que comparten los miembros de una organización sobre cuál es la mejor forma de hacer las cosas, las cuales definen la visión que la empresa tiene de sí misma y del entorno”.

*Para Chiavenato, (1989), la Cultura organizacional es “un modo de vida, un sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y relaciones típicas de determinada organización”*

*Robbins S. (1988), aclara “Si en una organización las subculturas son más fuertes que la cultura organizacional no habrá una interpretación uniforme de lo que representa el comportamiento adecuado y el inadecuado”.*

*Para Dan Denison (1990), la cultura organizacional es como un Iceberg. Pues alrededor del 10% de este es visible, mientras que el 90% restante no lo es, este 10% son los valores, creencias y supuestos que se han venido forjando a través del tiempo en el 90% no visible. Sin duda este 90% que no se ve son las decisiones que se tomaron en el pasado y que pasó de generación en generación porque en su momento funcionaron de manera correcta.*

La cultura organizacional no debe de ser impuesta, ni se debe de aprender de forma rigurosa, simplemente se debe de dar a conocer creando una noción del ambiente de la organización, ya que por sí misma debe de reflejar lo que esta es. *Delgado (1990), sostiene que “Cultura es como la configuración de una conducta aprendida, cuyos elementos son compartidos y transmitidos por los miembros de la comunidad”.*

Se puede considerar que, así como las personas, las organizaciones también tienen personalidad y esta es llamada cultura organizacional, de igual manera como sucede en las personas, la cultura ayuda tanto a las personas que trabajan en esta como a las que no, a describir de mejor manera a la organización. Se pueden predecir sus actitudes y comportamientos, haciendo que las organizaciones se diferencian de las otras por estas características. Las organizaciones son descritas por sus colaboradores y por el resto de la población según su cultura.

Por clima laboral se entiende “el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta”. *(Gonçalves, 2000.1)*. La percepción del ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, del trato que

un jefe puede tener con sus subordinados, de la relación entre el personal de la empresa, e incluso de la relación con proveedores y clientes, etc.

*El profesor Seisdedos (Seisdedos, 1996.15)*, se refiere al clima laboral como “conjunto de percepciones globales (tanto del constructo personal y como del psicológico), que el individuo tiene de la organización, reflejo de la interacción entre ambos; lo importante es cómo percibe un sujeto su entorno, sin tener en cuenta cómo lo perciben otros; por tanto, es más una dimensión del individuo que de la organización”.

*Tagiuri (1968) y Pace (1968)* coinciden en señalar que el *clima laboral* es ante todo una “cualidad” del medio ambiente de una organización, que la experimentan sus miembros e influye en su conducta, es decir, los valores como referencia cultural se hacen presentes en la particular forma en que se conforman los comportamientos y acciones de los individuos.

*James y Jones (1974)* apuestan por una definición en la que el *clima laboral* no puede entenderse sin una referencia expresa al que puede denominarse *clima psicológico*, que se encuentra definido en clara conexión con las conductas y las motivaciones de los trabajadores y que, según la interpretación que de estos autores hacemos, alude a los comportamientos objetivos de los individuos.

La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional” (*Trelles Rodríguez, 2001*).

Se denomina comunicación interna al conjunto de actividades efectuadas por una organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para que contribuyan con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales, se le denomina comunicación interna (*Torres L., 2012*).

La comunicación interna incluye las acciones de comunicación que se realizan en las instituciones dirigidas al público interno. Comprende, mediante el empleo de diversos medios y canales, las estrategias y programas de comunicación. Está definida por la interrelación que se pueda lograr entre el personal que compone la organización y su objetivo principal debe ser integrar, comprometer y movilizar al público interno con los objetivos de una institución *(Graverán D., 2017)*.

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados *(Muñiz R., 2017)*.

La gestión de la comunicación interna persigue optimizar el flujo de información comunicación y las relaciones humanas entre las diferentes áreas de trabajo, y la dirección y sus trabajadores, para contribuir a la participación, el fortalecimiento de los valores, el buen clima y el trabajo en equipo. De este modo, se logran alcanzar los objetivos organizacionales con el máximo de eficiencia y calidad. La Comunicación Interna debe ser debidamente planificada, implementada y evaluada dentro de la Administración de la Empresa. Esta debe ir encaminada a acciones sistemáticas de promoción y divulgación de actividades que deberán recogerse en planes y estrategias *(Laffitte Santiesteban M.E., 2013)*.

*Según Chiavenato (1995)*, la planeación estratégica se refiere a la manera como una empresa intenta aplicar una determinada estrategia para alcanzar los objetivos propuestos. Es generalmente una planeación global y a largo plazo.

## **CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Análisis de resultados**

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de estos, por cuanto la información que arrojará será la indique las conclusiones a las cuales llega la investigación. A continuación, se presentan los resultados obtenidos con los instrumentos y técnicas de investigación desarrollados para analizar la temática en estudio.

#### **3.1.1 Entrevista a profundidad**

Los resultados que se presentan a continuación están clasificados de acuerdo con las variables definidas en el capítulo II. Metodología de la investigación, Punto 2.3 de esta investigación.

*Variable independiente: Concepción estratégica*

Los resultados correspondientes a la concepción estratégica en la Fundación Misiones para Cristo coinciden en que, desde el origen y visión de la idea hasta este momento en su desempeño diario, cumple con los procedimientos establecidos y deseados por el director de la fundación, donde se obtuvieron las siguientes manifestaciones.

- “La Fundación nace en mi corazón en el año 1997, pero no nace o no se hace realidad hasta el 16/02/2015. Y la finalidad de esta es, ayudar a las iglesias a alcance y formación espiritual de una sociedad que está realmente en problemas de ética y de moral. Aparte de ello, hacer labor social para ayudar a la gente necesitada, ya sea a través de campañas médicas, se hace a través de alguna otra necesidad que hay para proveer alimentos, etcétera.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 1)
- “Tres aspectos: la unidad, la visión y el compromiso. Son 3 áreas muy importantes que creo que todos debemos de buscar en ese énfasis, unidad, visión y compromiso.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a

profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 2)

- “Fomentar las personas, principios y valores morales de convivencia social orientados a través del conocimiento de Jesucristo, siendo Cristo el modelo a seguir.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 3)
- “Sí, hemos trabajado paso a paso teniendo el cuidado y las observaciones para alcanzar estos objetivos reales.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 4)
- “Bueno, creo que a pesar de que la Fundación tiene sólo 7 años. Hemos logrado más que otras fundaciones u otros ministerios del trabajo con todas las denominaciones evangélicas de El Salvador, al grado que hemos salido fuera del país a trabajar y pues hemos estado en en todos los medios los municipios de El Salvador, así que creo que somos eficientes.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 5)

Como resultado de la variable se percibe que el director de la Fundación Misiones para Cristo tiene claro el porqué de su concepción, y que el desempeño de su grupo de trabajo se basa en la unión, compromiso y principios cristianos para lograr los objetivos.

*Variable dependiente: Identidad y cultura organizacional*

*Variable independiente: Clima laboral*

La identidad y cultura organizacional junto con el clima laboral fueron otras variables a analizar en el instrumento, con el objetivo de conocer cuan identificado se encuentra el director con la fundación y como este percibe el clima en su entorno. En base a esta variable se obtuvieron las siguientes manifestaciones.

- “Bueno, hemos logrado un bien común. En gentileza y comportamiento sincero representándonos. Respetándonos unos a otros apegados a la verdad y a una buena actitud en desarrollo de las actividades de alcance y para testimonio de otros.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a



profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 6)

- “Cada voluntario está comprometido en el trabajo siendo un equipo, trayendo la honestidad en nuestro con nuestro compañero de trabajo y con esta labor todos buscamos ser proactivos y tenemos el respeto el uno por el otro, como también la responsable.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 7)
- “Realmente sí, creo que con el modelaje o ejemplo y la paciencia se logra bien transmitir estos y muchos buenos valores.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 8)
- “Bueno, primero este es amigable, responsable, alegre, puntual y pues logramos no solamente una labor de amistad de trabajo, sino de confianza y logros muy positivos.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 9)
- “Cumplimos el objetivo.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 10)
- “Se les da un manual de bienvenida y se asigna un colaborador para apoyo y dirección para ejecutar una tarea específica y obviamente dirigirlo hacia la función a la cual él está llegando a servir.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 11).

Por lo tanto, se puede analizar qué equipo de trabajo se identifican con estos valores de la fundación y que el trabajo en equipo y la honestidad forman parte del clima laboral dentro de la organización, además que estos valores se transmiten hacia los públicos externos.

*Variable independiente: Nivel de satisfacción*

Con la variable de nivel de satisfacción se buscó indagar en la metodología de trabajo de la Fundación Misiones para Cristo y el funcionamiento del reglamento

interno de ésta, en base a esta variable se obtuvieron las siguientes manifestaciones.

- “Sí, aunque a veces se trabaja bajo presión para lograr los objetivos de alcance social o alcance ministerial.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 12).
- “Sí lo es y se les está recordando a los voluntarios para mantener en mente su condición con los demás y la Fundación.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 13).

La percepción del director de la Fundación Misiones para Cristo en cuanto al nivel de satisfacción de los miembros de la fundación se inclina a que la forma de trabajo actual es positiva y estratégica para lograr los objetivos y que además los miembros de la fundación respetan el reglamento interno de la organización.

#### *Variable dependiente: Procesos de comunicación interna*

Con la variable de comunicación interna se buscó conocer el proceso de comunicación que se implementa en la Fundación Misiones para Cristo, si este proceso ha funcionado y se le da el seguimiento a dichos procesos dentro de la organización. En base a esta variable se conocieron las siguientes afirmaciones.

- “Con reuniones presenciales cada 15 días o reuniones de urgencia a través de la tecnología, llamadas por teléfono, mensajería, zoom, etcétera.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 14).
- “Sí, aunque al principio no fue fácil, pero ahora todo está a la mano y la comunicación es inmediata y se vuelve más práctico todo.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 15).
- “En la Fundación hay un equipo de trabajo y está vivido en 3 áreas, cada uno de ellos tiene su director y responde las preguntas o dudas y seguimientos. En última instancia, cuando ya quizás hay algo más, que es algo más difícil de discutir o de dar, me llaman o me convoca una reunión para la información

o preguntas.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 16).

- “No existe, sólo el presidente es el responsable de comunicar.” (Ver anexo 1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo, pregunta 16).

En esta variable de comunicación interna se logró analizar que la comunicación dentro de la organización es eficiente y se trata de seguir un proceso que facilite las inquietudes de los miembros de la organización, sin embargo, no existe un responsable de comunicación interna si no, el director es el encargado de delegar e informar a todos los miembros.

### 3.1.2 Encuesta

Los resultados presentados a continuación están clasificados de acuerdo con las variables definidas en el capítulo II. Metodología de la investigación, Punto 2.3 de esta investigación.

#### *Variable independiente: Concepción estratégica*

Con relación a la Concepción Estratégica, se logró identificar que la mayoría de los miembros del equipo de trabajo de la Fundación Misiones para Cristo conocen de manera general lo que se espera de ellos en las actividades diarias, también han sido provistos por el material y equipo adecuado para realizar dichas actividades y de igual manera han recibido el entrenamiento e inducción básico para desarrollar las funciones. Siendo este el caso, a continuación, se presentan los resultados de la investigación:

- Sobre el conocimiento que tienen los colaboradores de las funciones y actividades laborales de la Fundación Misiones para Cristo. Del 100% de personas encuestadas, 50% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir que 4 de 8 colaboradores si conocen bien sus funciones y actividades laborales dentro de la Fundación Misiones para Cristo. El 37.5% dijo estar parcialmente de acuerdo, y el 12.5% dijo estar totalmente en desacuerdo, en otras palabras, hay una persona que 4 personas que dicen conocer parcialmente las funciones y actividades laborales y de esas 4 personas, 1 expresa que no las conoce en su totalidad. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 1)
- Del 100% de personas encuestadas, el 75% dijo estar totalmente de acuerdo con tener claro lo que se espera de ellos en las actividades laborales es decir 6 personas, dicen tener claro lo que se espera de ellos dentro de las actividades laborales de la Fundación Misiones para Cristo. El resto, dijo estar parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 2)
- Del 100% de personas encuestadas, el 62.5% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir, según 5 personas la Fundación Misiones para Cristo si ha provisto los materiales y equipos necesarios para la realización de las funciones y actividades laborales. 2 personas respondieron que están

parcialmente en desacuerdo, es decir que la Fundación Misiones para Cristo no ha provisto los materiales y equipos necesarios para realizar sus funciones y el 12.5% es decir una persona opina que está parcialmente de acuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 3)

- Del 100% de los encuestados, el 62.5% dijo que está totalmente de acuerdo con ello. Es decir, que según 5 personas de las encuestadas sí se les ha provisto del entrenamiento e inducción básico para desarrollar las funciones laborales dentro de la Fundación Misiones para Cristo. El resto, sus respuestas están divididas en totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo y parcialmente de acuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 4)

*Variable dependiente: Identidad y cultura organizacional*

La identidad y cultura organizacional que se vive dentro de la Fundación Misiones para Cristo es uno de los puntos importantes de la investigación ya que integra el conjunto de normas, valores, costumbres y prácticas compartidas -y no escritas- por el grupo de personas que forman la organización y que se reflejan en su comportamiento diario. Se evaluó el conocimiento de los encuestados en relación con aspectos como la filosofía empresarial de la fundación, el compromiso que notan entre sus compañeros y la motivación que tienen para desempeñar sus funciones, los resultados obtenidos se presentan a continuación:

- En relación con el conocimiento de los colaboradores en relación con la filosofía empresarial de la Fundación Misiones para Cristo. De las 8 personas encuestadas, 6 conocen la Historia, 8 conocen la Misión, 7 conocen la Visión, Valores y Objetivos. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 5)
- La pregunta 6, era una pregunta con un apartado para escribir una justificación de respuesta. Se recibieron 7 de 8 respuestas, las cuales están orientadas a la Identidad de ellos como colaboradores con la Fundación Misiones para Cristo. La mayoría de las respuestas se centran en que hay una identidad ya que les permite realizar actividades que para ellos consideran importantes en términos personales. Sin embargo, no tienen coherencia con la identidad corporativa. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 6)

- Del 100% de los encuestados el 37.5% dijo estar totalmente de acuerdo con que sus compañeros de trabajo están comprometidos con la Fundación Misiones para Cristo, el otro 37.5% dijo no estar de acuerdo ni en desacuerdo con el compromiso que muestran sus compañeros, el 12.5% dijo estar parcialmente de acuerdo y el resto, dijo estar totalmente en desacuerdo. Es decir, 4 personas de las 8 están de acuerdo con que sus compañeros demuestran compromiso en la realización de sus funciones, 3 personas decidieron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y 1 dijo que no. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 7)
- La motivación para realizar y desempeñar las funciones es vital, en esta pregunta se pretendió conocer el estado de la motivación de los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo. Del 100% de los encuestados, un 75% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir muestran una motivación total a la hora de desempeñar sus funciones dentro de la Fundación Misiones para Cristo, el 12.5% dijo estar parcialmente de acuerdo, y el resto dijo estar totalmente en desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 8)

*Variable independiente: Nivel de satisfacción*

Cuando se habla del nivel de satisfacción, se refiere al cumplimiento de las expectativas de los colaboradores en materia de bienestar y placer dentro de la Fundación Misiones para Cristo, parte de ello es el ser escuchado y poder brindar opiniones, aportes o ideas que son parte esencial y no solamente ser escuchados sino saber que las opiniones son tomadas en cuenta. De igual manera tiene que ver con el salario y el salario emocional que una organización provee a sus colaboradores, los resultados obtenidos se presentan a continuación:

- Del 100% de los encuestados el 62.5% dijo estar totalmente de acuerdo con que si existen espacios en los cuales como colaboradores pueden participar y brindar sus opiniones, aportes o ideas para el trabajo que se desarrolla. El 25% dijo estar parcialmente de acuerdo y el 12.5% dijo estar totalmente en desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 9)
- del 100% de los encuestados 62.5% dijo estar parcialmente de acuerdo con ello, un 25% dijo estar totalmente de acuerdo y un 12.5% dijo estar

totalmente en desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 10)

- Con relación a la pregunta 11, se dejó un espacio para especificar la respuesta si es que conoce un programa de beneficios o incentivos aparte del salario dentro de la Fundación Misiones para Cristo. Solamente se capturó 3 respuestas de las cuales 2 dicen conocer dicho programa sin especificar cuál. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 11)

#### *Variable dependiente: Procesos de comunicación interna*

Sabiendo que el proceso de la comunicación interna es un segmento de la comunicación integrada que enfoca sus acciones en los colaboradores de una empresa y que sus objetivos esenciales son la transmisión y distribución de información relevante y estratégica en un ambiente corporativo. Se analizó por medio de la investigación dicho aspecto relevante en materia organizacional. Los resultados de la investigación son los siguientes:

- Del total de colaboradores encuestados, 7 de ellos dijeron que se conoce que hay una Red Social Interna, 2 conocen que hay un email corporativo, 6 dicen las que utilizan son las reuniones informativas, 1 persona dice que utiliza el boletín informativo y las newsletter y 8 dicen que utiliza Chat interno como WhatsApp. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 12)
- La pregunta 13 se pretendió evaluar si la información que se comunica cumple con 3 características, si es clara, precisa y oportuna. De los cuales solamente 4 respondieron y una respuesta fue que Si, una que a veces, otra respuesta indicó que los canales de comunicación deben ser más precisos y una última dijo que no, que la información que se comunica no es clara, precisa y oportuna. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 13)
- Del 100% de los encuestados el 62.5% dijo estar totalmente de acuerdo, que la comunicación si fluye en distintas vías, el resto y en igual proporción

12.5% dijo no saber responder, está parcialmente de acuerdo y parcialmente desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 14)

*Variable independiente: Rol de identidad y cultura*

El rol de identidad y cultura puede entenderse como el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social. Parte de ello es el acompañamiento que puede brindarse en materia de crecimiento no solamente profesional sino también personal, la cultura de coaching que pueda llegar a adoptar, el hecho de retroalimentar las debilidades y las fortalezas y abarca también la variable independiente del clima laboral.

Por lo cual, los resultados se presentan a continuación:

- Del 100% de los encuestados, el 50% dijo estar totalmente de acuerdo con que hay oportunidades de crecimiento y aprendizaje dentro de la fundación misiones para Cristo, el 25% dijo estar parcialmente de acuerdo, es decir, que 6 de 8 personas dentro de la Fundación Misiones para Cristo creen que si se puede crecer y aprender más habilidades dentro del trabajo que realizar la Fundación Misiones para Cristo. mientras que el resto y en igual proporción 12.5% dijo estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 15)
- Del 100% de personas encuestadas, el 50% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir, que en los últimos 6 meses había tenido algún tipo de conversación en relación con su progreso laboral dentro de la Fundación Misiones para Cristo. el resto, un 37.5% dijo estar ni en desacuerdo ni de acuerdo y un 12.5% dijo estar parcialmente en desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 16)

*Variable dependiente: Clima laboral*

El clima laboral se puede definir como el conjunto de actividades, rutinas y condiciones que se dan dentro de una empresa y están directamente ligadas con la satisfacción de los trabajadores en su entorno de trabajo, dichos aspectos se evaluaron a través de la investigación, y los resultados se presentan a continuación:



- Del 100% de los encuestados el 50% dijo que está totalmente de acuerdo en que la convivencia entre el equipo de trabajo es siempre fluida dentro de la Fundación Misiones para Cristo. mientras que el resto y en proporciones iguales 12.5% dijo que estaba parcialmente de acuerdo, ni en desacuerdo ni de acuerdo, parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 17)
- Del 100% de los encuestados el 75% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir, que considera que tienen un amigo dentro de la Fundación Misiones para Cristo. El resto y en igual proporciones 12.5% dijo estar ni en desacuerdo ni de acuerdo y totalmente en desacuerdo (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 18)
- Del 100% de los encuestados, el 75% dijo estar totalmente de acuerdo con recomendar a sus amigos personales un puesto laboral dentro de la fundación misiones para cristo. el Resto y en igual proporciones 12.5% dijo estar ni en desacuerdo ni de acuerdo y totalmente en desacuerdo (Ver anexo 2.1 Gráfica de resultados de Encuesta, pregunta 19)

### 3.2 Principales hallazgos

Con la presente investigación realizada a los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo, sobre la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la fundación, se han podido definir como principales hallazgos los siguientes:

- Los colaboradores de la fundación conocen los procesos administrativos que subyacen en el día a día de la organización, sin embargo, no se sienten identificados con la filosofía de la empresa por la falta de conocimiento de la Misión, Visión y Valores de la fundación, ya que es necesario que exista una inducción de personal y la organización carece de ello. Esto genera falta de integración entre los colaboradores y falta de voluntad de representar a la organización.
- La mayoría de los colaboradores se encuentran motivados al momento de cumplir con sus actividades diarias. Un 12.5% de los colaboradores no se encuentra motivado dentro de la fundación.
- Las funciones y actividades laborales no están claras para todos los empleados, debido a que no existe un perfil del puesto de trabajo, por lo que no se ha contratado a alguien porque cumpla con un perfil determinado para cada cargo.
- El 62.5% de los colaboradores, consideran que la fundación toma en cuenta sus opiniones e ideas propuestas, esto aumenta la satisfacción laboral y personal de los colaboradores.
- Dentro de la fundación los colaboradores se encuentran satisfechos con el modelo de comunicación interno implementado. Consideran que se sienten escuchados y no solamente se rigen por órdenes de los altos cargos.
- 6 de 8 colaboradores de la fundación consideran tener oportunidades de crecimiento y la oportunidad de aprender nuevas habilidades dentro de la fundación.
- La fundación cuenta con un clima laboral bastante favorable y agradable para sus colaboradores. Los mismos consideran que la convivencia laboral es fluida y fraternal.

### **3.3 Conclusiones y recomendaciones**

#### **3.3.1 Conclusiones**

El presente documento permitió reconocer los puntos críticos en aspectos administrativos, operacionales y físicos, en las diferentes áreas de trabajo de la organización Fundación Misiones para Cristo.

La organización Fundación Misiones para Cristo es una organización social con visión de ayuda social y un real interés por el bienestar de los cristianos y no cristianos en El Salvador.

En la investigación se comprobó que se necesita de una organización administrativa y locativa, la cual le ayudaría a consolidar en forma permanente bases sólidas que le permitan realizar todas sus actividades en pro de su crecimiento lo cual creemos que se puede lograr mediante la implementación de las recomendaciones de la investigación.

Los colaboradores se encuentran insatisfechos con los perfiles de puestos de trabajo porque la fundación no cuenta con funciones claras y actividades que le corresponden a cada colaborador.

La fundación cuenta con un modelo adecuado de comunicación interno, por lo que sus colaboradores se encuentran satisfechos y de alguna forma es lo que mantiene a flote el trabajo de las actividades.

Los colaboradores dicen sentirse identificados con la fundación porque es afín a sus creencias religiosas, sin embargo, ellos no se identifican ni conocen la identidad corporativa de la fundación a profundidad.

En la investigación se refleja que 6 de 8 colaboradores de la fundación si se tienen motivados al momento de realizar sus actividades y con oportunidades de crecimiento laboral.

La organización cuenta con un ambiente de trabajo muy favorable y agradable para sus colaboradores.

### 3.3.2 Recomendaciones

- Fortalecer la identidad corporativa de la fundación creando un organigrama detallando las actividades y funciones de cada puesto de trabajo.
- Profesionalizar a los colaboradores mediante capacitaciones en materia administrativa, cursos de administración de empresas sociales.
- Comunicar la identidad a los colaboradores a través de capacitaciones e inducciones desde el proceso de selección del personal.
- Implementar una inducción sobre la filosofía empresarial de la fundación para nuevos colaboradores que puedan llegar a unirse en un futuro.
- Crear espacios conformados por agentes de cambio que cumplan con la Misión, Visión y Valores de la fundación y permitan a otros ser motivados a comprometerse con ello.
- Maximizar las políticas funcionales de la institución para sobre la base de la mejora continua en materia de cultura organizacional, comunicación e identidad corporativa.
- Desarrollar un manual de puestos de trabajo en el que estén claras todas las funciones de los colaboradores, que cuente con indicadores de rendimiento o KPIs bien estructurados para una correcta evaluación del personal.
- Analizar la posibilidad de establecer un presupuesto anual para la fundación, en el cual haya rangos de salario que sirvan de incentivo para promociones internas y crecimiento de personal.
- Crear un paquete de compensaciones y beneficios adecuado y acorde a la capacidad financiera de la fundación.

## Bibliografía

- Andrés, J., & Gordillo, M. (s/f). *PERSONALIDAD DE LA MARCA SOCIALMENTE RESPONSABLE*. Tdx.cat. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/456576/jamg1de1.pdf?sequence=1>
- Autoconcepto*. (2019, agosto 22). mott.pe; MOTT. <https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/autoconcepto>
- Cucchiari, C. F. (MENDOZA 2019). *IDENTIDAD CORPORATIVA: Planificación estratégica generadora* [Universidad nacional de cuyo]. [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitaes/14298/cucchiari-fce1.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/14298/cucchiari-fce1.pdf)
- Currás Pérez, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y praxis*, 6(7), 9–34. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typ07/01>
- Identidad e Imagen Corporativas: Revisión Conceptual e interrelación*. (2014, junio 4). Issuu. [https://issuu.com/atorresviteri/docs/identidad\\_e\\_imagen\\_corporativas\\_\\_re/5](https://issuu.com/atorresviteri/docs/identidad_e_imagen_corporativas__re/5)
- Jefe, E. (2020, febrero 4). definición de personalidad: Conceptos de personalidad según varios autores (Kotler, Allport, Freud y Eysenk). *Atraer la suerte 2020*. <https://atraer.net/3075-definicion-de-personalidad-conceptos-de-personalidad-segun-varios-autores-kotler-allport-freud-y-eysenk.html>

Pérez Martínez, A. (2009). Cultura Organizacional: Algunas Reflexiones a la Luz de los Nuevos Retos. *Revista venezolana de gerencia*, 14(46).  
<https://doi.org/10.31876/revista.v14i46.10529>

¿Qué es la imagen corporativa? (s/f). ESERP Business School. Recuperado el 7 de junio de 2022, de <https://es.eserp.com/articulos/que-es-la-imagen-corporativa-de-una-empresa/>

Ramos, R. (2020, septiembre 13). *¿Qué es la Imagen Corporativa y Para Qué Sirve?* Agencia de Marketing Digital Sevilla - Rafa Ramos.  
<https://soyrafamos.com/que-es-la-imagen-corporativa/>

SANDRA M.<sup>a</sup> SÁNCHEZ CAÑIZARES<sup>1</sup> MARÍA AMALIA TRILLO HOLGADO<sup>2</sup>  
CÉSAR M.<sup>a</sup> MORA MÁRQUEZ<sup>3</sup> MIGUEL ÁNGEL AYUSO MUÑOZ. (2006, septiembre 28). La cultura organizacional como núcleo central en la medición del capital intelectual. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 179–202.

## **Anexos**

### **1. Entrevista a profundidad dirigida al director de la Fundación Misiones para Cristo.**

Nombre:

Edad:

Ocupación:

*Variable: Concepción estratégica*

¿Cuál es la historia de F.M.C.? ¿Cómo inició la idea de esta fundación y cuál es la finalidad de esta?

¿Cuál es el ambiente laboral que se desea crear en la F.M.C.?

¿Cuáles son los objetivos de la Fundación Misiones para Cristo?

¿Considera que hasta la fecha se ha seguido una estructura adecuada para el cumplimiento de los objetivos de la fundación?

¿Cómo evalúa el proceso de trabajo que lleva a cabo la Fundación Misiones para Cristo? ¿Considera que es productivo o poco eficiente?

*Variables: Identidad y cultura organizacional*

*Clima laboral*

¿Conoce los valores de la Fundación Misiones para Cristo? ¿Qué puede mencionar sobre la práctica de ellos dentro de la fundación?

¿Considera que usted y su equipo de trabajo se identifican con estos valores?

¿Considera que esos valores empresariales se pueden transmitir de forma clara y comprensible a los públicos externos?

¿Cómo es el clima laboral dentro de la fundación?

Al ser un equipo de trabajo pequeño, ¿Mantienen comunicación y orden en la delegación de actividades?

¿Existe un manual de buenas prácticas dirigido a los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo?

*Variable: Nivel de satisfacción*

¿Considera que la forma de trabajo que se realiza en la fundación y el clima laboral motiva a la mejora continua de los colaboradores?

¿El reglamento interno de la Fundación Misiones para Cristo es respetado y amigable con los colaboradores?

*Variable: Procesos de comunicación interna*

¿Cómo es el proceso de comunicación interna en la Fundación Misiones para Cristo?

¿Ha funcionado ese proceso de comunicación en el día a día de la fundación?

Usted como director ¿Está a disposición de los colaboradores sobre las dudas o resultados que tienen los proyectos de la fundación, o quien es el delegado de darles seguimiento?

¿Existe un responsable de comunicación interna en la fundación?



## **1.1 Transcripción de entrevista a profundidad al Presidente y Director de la Fundación Misiones para Cristo.**

*Variable: Concepción estratégica*

Pregunta 1. ¿Cuál es la historia de Fundación misiones para Cristo? ¿Cómo inició la idea de esta Fundación y cuál es la finalidad de esta?

La Fundación nace en mi corazón en el año 1997, pero no nace o no se hace realidad hasta el 16/02/2015. Y la finalidad de esta es, ayudar a las iglesias a alcance y formación espiritual de una sociedad que está realmente en problemas de ética y de moral. Aparte de ello, hacer labor social para ayudar a la gente necesitada, ya sea a través de campañas médicas, se hace a través de alguna otra necesidad que hay para proveer alimentos, etcétera.

Pregunta 2. ¿Cuál es el ambiente laboral que se desea crear en la FMC?

Tres aspectos: la unidad, la visión y el compromiso. Son 3 áreas muy importantes que creo que todos debemos de buscar en ese énfasis, unidad, visión y compromiso.

Pregunta 3. ¿Cuáles son los objetivos de la FMC?

Fomentar las personas, principios y valores morales de convivencia social orientados a través del conocimiento de Jesucristo, siendo Cristo el modelo a seguir.

Pregunta 4. ¿Considera que hasta la fecha se ha seguido una estructura adecuada para el cumplimiento de los objetivos de la Fundación?

Sí, hemos trabajado paso a paso teniendo el cuidado y las observaciones para alcanzar estos objetivos reales.

Pregunta 5. ¿Cómo evalúa el proceso de trabajo que lleva a cabo la Fundación naciones para Cristo?

Bueno, creo que a pesar de que la Fundación tiene sólo 7 años. Hemos logrado más que otras fundaciones u otros ministerios del trabajo con todas

las denominaciones evangélicas de El Salvador, al grado que hemos salido del país a trabajar y pues hemos estado en todos los medios los municipios de El Salvador, así que creo que somos eficientes.

*Variables: Identidad y cultura organizacional*

*Clima laboral*

Pregunta 6. ¿Conoce los valores de la Fundación misiones para Cristo? ¿Qué puede mencionar sobre la práctica de ellos dentro de la fundación?

Bueno, hemos logrado un bien común. En gentileza y comportamiento sincero representándonos. Respetándonos unos a otros apegados a la verdad y a una buena actitud en desarrollo de las actividades de alcance y para testimonio de otros.

Pregunta 7. ¿Considera que usted y su equipo de trabajo se identifican con estos valores?

Cada voluntario está comprometido en el trabajo siendo un equipo, trayendo la honestidad en nuestro con nuestro compañero de trabajo y con esta labor todos buscamos ser proactivos y tenemos el respeto el uno por el otro, como también la responsable.

Pregunta 8. ¿Considera que estos valores empresariales se pueden transmitir de forma clara y comprensible a los públicos externos?

Realmente sí, creo que con el modelaje o ejemplo y la paciencia se logra bien transmitir estos y muchos buenos valores.

Pregunta 9. ¿Cómo es el clima laboral dentro de la función?

Bueno, primero este es amigable, responsable, alegre, puntual y pues logramos no solamente una labor de amistad de trabajo, sino de confianza y logros muy positivos.

Pregunta 10. Al ser un equipo de trabajo pequeño, ¿Mantienen comunicación y orden en la delegación de actividades?

Sí, pues porque cumplimos el objetivo.

Pregunta 11. ¿Existe un manual de buenas prácticas dirigido a los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo?

Si se les da un manual de bienvenida y se asigna un colaborador para apoyo y dirección para ejecutar una tarea específica y obviamente dirigirlo hacia la función a la cual él está llegando a servir.

*Variable: Nivel de satisfacción*

Pregunta 12. ¿considera que la forma de trabajo que se realiza en la Fundación y el clima laboral motiva a la mejora continua de los colaboradores?

Sí, aunque a veces se trabaja bajo presión para lograr los objetivos de alcance social o alcance ministerial.

Pregunta 13. ¿El reglamento interno de la Fundación Misiones para Cristo es respetado y amigable con los colaboradores?

Sí lo es y se les está recordando a los voluntarios para mantener en mente su condición con los demás y la Fundación.

*Variable: Procesos de comunicación interna*

Pregunta 14. ¿Cómo es el proceso de comunicación interna de la Fundación Misiones para Cristo?

Con reuniones presenciales cada 15 días o reuniones de urgencia a través de la tecnología, llamadas por teléfono, mensajería, sum, etcétera.

Pregunta 15. ¿Ha funcionado ese proceso de comunicación en el día a día de la Fundación?

Sí, aunque al principio no fue fácil, pero ahora todo está a la mano y la comunicación es inmediata y se vuelve más práctico todo.

Pregunta 16. Usted como director, ¿Está a disposición de los colaboradores sobre las dudas o resultados que tienen los proyectos de la Fundación o quién es el delegado de darle seguimiento?

En la Fundación hay un equipo de trabajo y está dividido en 3 áreas, cada uno de ellos tiene su director y responde las preguntas o dudas y seguimientos. En última instancia, cuando ya quizás hay algo más, que es algo más difícil de discutir o de dar, me llaman o me convoca una reunión para la información o preguntas.

Pregunta 17. ¿Existe un responsable de comunicación interna de la FMC?

No existe, sólo el presidente es el responsable de comunicar.

## 2 - Encuesta a los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo



### UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS

#### **Encuesta de evaluación del compromiso de identidad corporativa y cultura organizacional.**

Esta encuesta se realiza con el objetivo de evaluar el compromiso con relación con la identidad corporativa y cultura organizacional de los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo. Cualquier duda al respecto, puede contactar con el equipo de investigación.

#### **Género:**

Femenino: \_\_\_\_\_ Masculino: \_\_\_\_\_

#### **Edad:**

25-30 años \_\_\_\_\_ 30-40 años \_\_\_\_\_ Más de 40 años \_\_\_\_\_

#### **Concepción Estratégica**

1. Conozco mis funciones y actividades laborales en la Fundación Misiones para Cristo
2. Tengo claro lo que se espera de mí en las actividades laborales de la Fundación Misiones para Cristo
3. He sido provisto con los materiales y equipos adecuados para realizar mis funciones
4. He recibido el entrenamiento e inducción básico para desarrollar mis funciones

#### **Identidad y cultura organizacional**

5. De los siguientes elementos estratégicos y de proyección de la Fundación Misiones para Cristo, ¿Cuáles conozco?
  - a. Historia
  - b. Misión

- c. Visión
  - d. Valores
  - e. Objetivos
6. ¿Me siento identificado con la Fundación Misiones para Cristo? Justifique su respuesta
  7. Creo que mis compañeros de trabajo están comprometidos con la misión de la Fundación Misiones para Cristo
  8. Me siento motivado a la hora de desempeñar mis funciones dentro de la Fundación Misiones para Cristo

### **Nivel de Satisfacción**

9. Existen espacios en los cuales puedo participar para brindar mis opiniones, aportes o ideas para el trabajo que se desarrolla en la Fundación Misiones para Cristo
10. Considero que mis opiniones son tomadas en cuenta en la Fundación Misiones para Cristo
11. Existe un programa de beneficios o incentivos aparte de mi salario dentro de la Fundación Misiones para Cristo. Si su respuesta es Sí: especifique cuales, si su respuesta es No continúe con la siguiente pregunta.

### **Procesos de comunicación interna**

12. De la siguiente lista de canales de comunicación interna, cuáles utiliza (puede seleccionar más de uno)
  - a. Red Social Interna
  - b. Email Corporativo
  - c. Reuniones Informativas
  - d. Boletines Informativos
  - e. Tablón de Anuncios
  - f. Buzón de Sugerencias
  - g. Blog
  - h. Newsletters
  - i. Chats Internos (WhatsApp, Telegram, Google Meets, Teams)
13. ¿La información que se comunica es clara, precisa y oportuna? Si su respuesta es NO: especifique por qué

14. La comunicación que se desarrolla en la Fundación Misiones para Cristo es bidireccional, es decir, fluye en distintas vías

### **Rol de identidad y Cultura**

15. Hay oportunidades de crecimiento y aprendizaje dentro de la Fundación Misiones para Cristo

16. He recibido realimentación sobre mi progreso laboral en mis últimos 6 meses dentro de la Fundación Misiones para Cristo

### **Clima laboral**

17. La convivencia entre el equipo de trabajo es siempre fluida dentro de la Fundación Misiones para Cristo

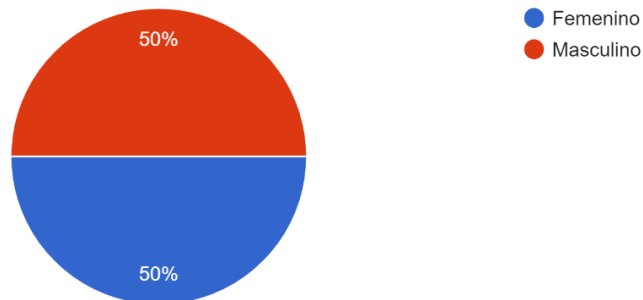
18. Considero que tengo a un amigo o amiga a dentro de la Fundación Misiones para Cristo

19. Recomendaría a mis amigos personales un puesto laboral dentro de la Fundación Misiones para Cristo

## 2.1 Gráfica de resultados de encuesta

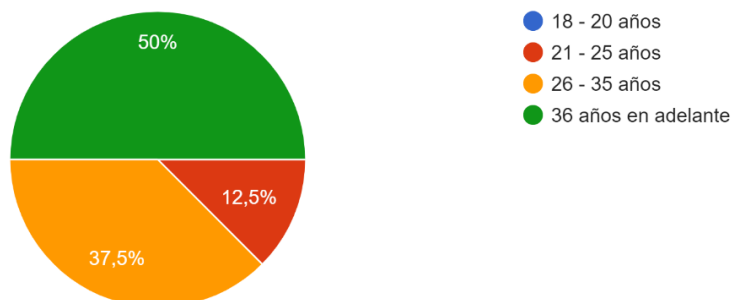
La primera parte del cuestionario consistía en la captura de datos demográficos, en la cual se pretende comprender los rangos de edad, así como el género de las personas encuestadas y que en este caso son parte de la Fundación Misiones para Cristo.

Género  
8 respuestas



Del 100% de las personas encuestadas, el 50% son hombres y 50% mujeres. Algo que es beneficioso en los ambientes laborales por la distribución de personas y una mejor forma de trabajo.

Edad  
8 respuestas



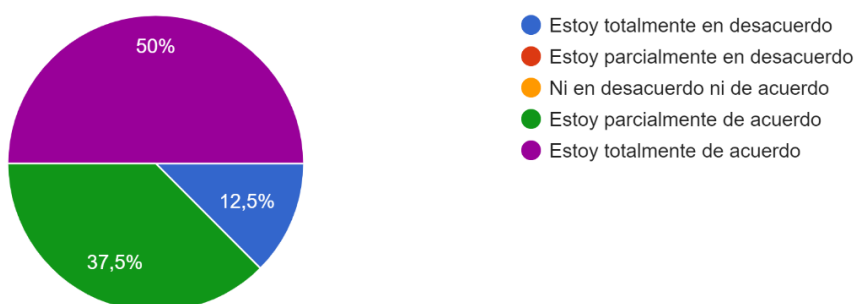


Del 100% de personas encuestadas, 50% son mayores de 36 años, 37.5% sus edades oscilan en el rango de 26 a 35 años y solamente un 12.5% entre los 21 a 25 años.

### Concepción estratégica

Conozco mis funciones y actividades laborales en la Fundación Misiones para Cristo

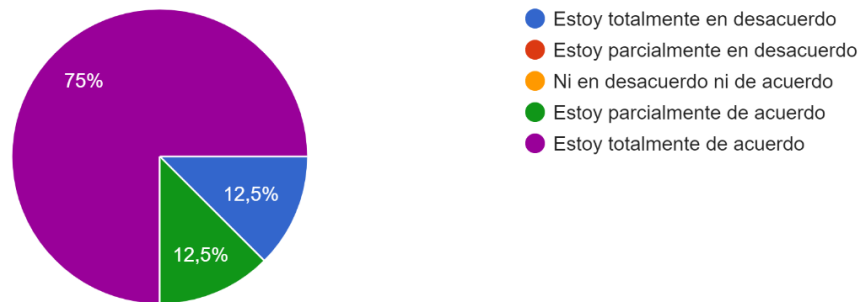
8 respuestas



En relación con la pregunta 1, sobre el conocimiento que tienen los colaboradores de las funciones y actividades laborales de la Fundación Misiones para Cristo. Del 100% de personas encuestadas, 50% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir que 4 de 8 colaboradores si conocen bien sus funciones y actividades laborales dentro de la Fundación Misiones para Cristo. El 37.5% dijo estar parcialmente de acuerdo, y el 12.5% dijo estar totalmente en desacuerdo, en otras palabras, hay una persona que 4 personas que dicen conocer parcialmente las funciones y actividades laborales y de esas 4 personas, 1 expresa que no las conoce en su totalidad.

Tengo claro lo que se espera de mí en las actividades laborales de la Fundación Misiones para Cristo

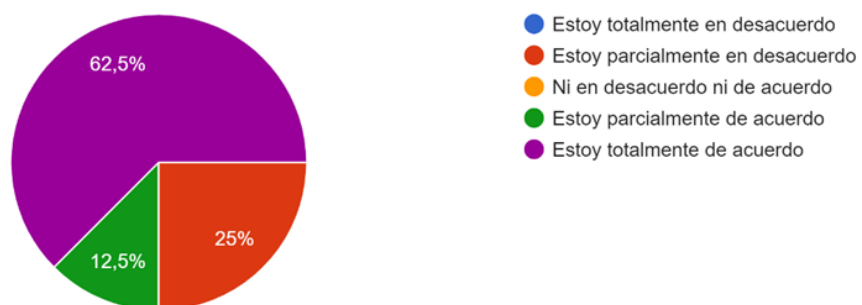
8 respuestas



La pregunta 2, bajo el apartado de Concepción estratégica, busca evaluar si los colaboradores tienen claro que es lo que se espera de ellos dentro de las actividades laborales de la Fundación Misiones para Cristo. Del 100% de personas encuestadas, el 75% dijo estar totalmente de acuerdo con tener claro lo que se espera de ellos en las actividades laborales es decir 6 personas, dicen tener claro lo que se espera de ellos dentro de las actividades laborales de la Fundación Misiones para Cristo. El resto, dijo estar parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

He sido provisto con los materiales y equipos adecuados para realizar mis funciones

8 respuestas

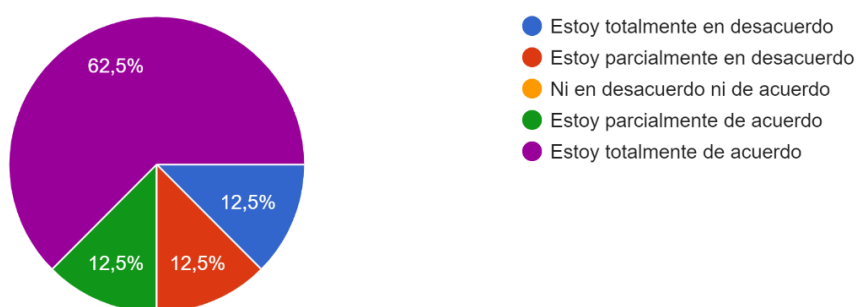


La pregunta 3 está relacionada a los materiales y equipos necesarios para la realización de las funciones y actividades laborales dentro de la Fundación Misiones para Cristo. De los cuales, el 62.5% de los encuestados dijo estar

totalmente de acuerdo, es decir, según 5 personas la Fundación Misiones para Cristo si ha provisto los materiales y equipos necesarios para la realización de las funciones y actividades laborales. 2 personas respondieron que están parcialmente en desacuerdo, es decir que la Fundación Misiones para Cristo no ha provisto los materiales y equipos necesarios para realizar sus funciones y el 12.5% es decir una persona opina que está parcialmente de acuerdo.

He recibido el entrenamiento e inducción básico para desarrollar mis funciones

8 respuestas



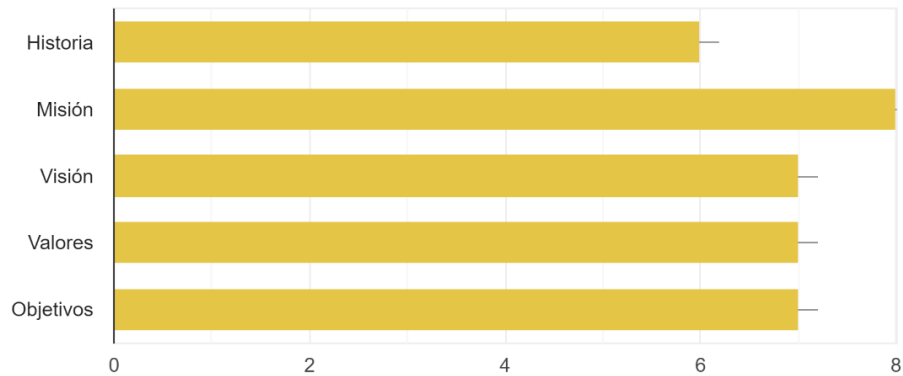
En relación con la pregunta 4, donde se evalúa si la Fundación Misiones para Cristo ha provisto el entrenamiento e inducción básico para desarrollar las funciones. Del 100% de los encuestados, el 62.5% dijo que está totalmente de acuerdo con ello. Es decir, que según 5 personas de las encuestadas sí se les ha provisto del entrenamiento e inducción básico para desarrollar las funciones laborales dentro de la Fundación Misiones para Cristo. El resto, sus respuestas están divididas en totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo y parcialmente de acuerdo.

#### *Identidad y cultura organizacional*

En este apartado la investigación se centró en evaluar el aspecto de identidad y cultura organizacional.

De los siguientes elementos estratégicos y de proyección de la Fundación Misiones para Cristo, ¿Cuáles conozco?

8 respuestas



La pregunta 5, intenta evaluar el conocimiento de los colaboradores en relación con la filosofía empresarial de la Fundación Misiones para Cristo. De las 8 personas encuestadas, 6 conocen la Historia, 8 conocen la Misión, 7 conocen la Visión, Valores y Objetivos

¿Me siento identificado con la Fundación Misiones para Cristo? Justifique su respuesta

7 respuestas

Porque su misión es avanzar el reino de Dios

Me siento identificada con la labor social, misionera y pastoral que la fundación realiza, una labor relevante de alcance y capacitación dentro y fuera del país.

Si ya que se entiende el objetivo

Así es, si no no estaría participando.

Me alegra trabajar y servir como una herramienta en las manos de Dios

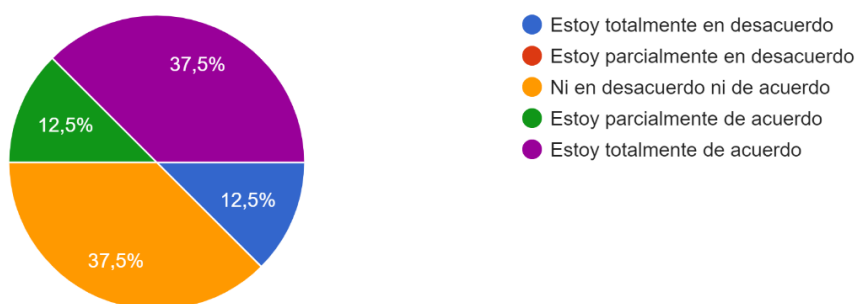
Si, porque nos brinda la oportunidad de servir y ayudar a otros, a través de las actividades y programas en Iglesias y en las comuni

Porque me ha permitido crecer en lo personal o como en lo ministerial

La pregunta 6, era una pregunta con un apartado para escribir la justificación de su respuesta. Se recibieron 7 de 8 respuestas, las cuales están orientadas a la Identidad de ellos como colaboradores con la Fundación Misiones para Cristo. La mayoría de las respuestas se centran en que hay una identidad ya que les permite realizar actividades que para ellos consideran importantes en términos personales. Sin embargo, no tienen coherencia con la identidad corporativa.

Creo que mis compañeros de trabajo están comprometidos con la misión de la Fundación Misiones para Cristo

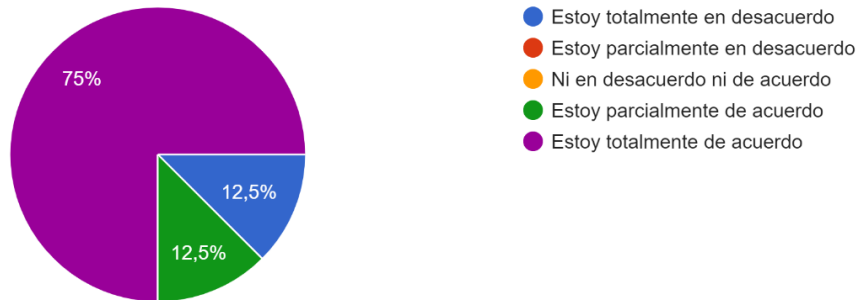
8 respuestas



Con relación a la pregunta 7, el análisis del resultado arroja los siguientes datos, del 100% de los encuestados el 37.5% dijo estar totalmente de acuerdo con que sus compañeros de trabajo están comprometidos con la Fundación Misiones para Cristo, el otro 37.5% dijo no estar de acuerdo ni en desacuerdo con el compromiso que muestran sus compañeros, el 12.5% dijo estar parcialmente de acuerdo y el resto, dijo estar totalmente en desacuerdo. Es decir, en otras palabras 4 personas de las 8 están de acuerdo con que sus compañeros demuestran compromiso en la realización de sus funciones, 3 personas decidieron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y 1 dijo que no.

Me siento motivado a la hora de desempeñar mis funciones dentro de la Fundación Misiones para Cristo

8 respuestas



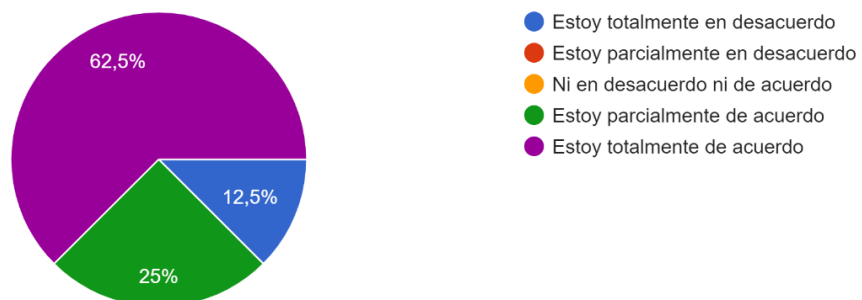
La motivación para realizar y desempeñar las funciones es vital, en esta pregunta se pretendió conocer el estado de la motivación de los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo. Del 100% de los encuestados, un 75% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir muestran una motivación total a la hora de desempeñar sus funciones dentro de la Fundación Misiones para Cristo, el 12.5% dijo estar parcialmente de acuerdo, y el resto dijo estar totalmente en desacuerdo.

### *Nivel de Satisfacción*

El siguiente apartado pretende evaluar el nivel de satisfacción reflejado en los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo.

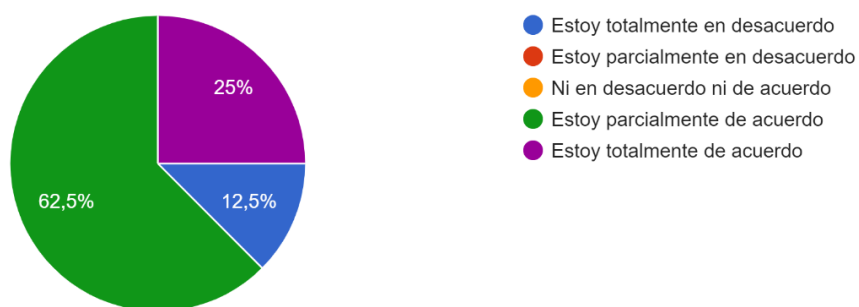
Existen espacios en los cuales puedo participar para brindar mis opiniones, aportes o ideas para el trabajo que se desarrolla en la Fundación Misiones para Cristo

8 respuestas



En relación con la pregunta 9, Del 100% de los encuestados el 62.5% dijo estar totalmente de acuerdo con que si existen espacios en los cuales como colaboradores pueden participar y brindar sus opiniones, aportes o ideas para el trabajo que se desarrolla. El 25% dijo estar parcialmente de acuerdo y el 12.5% dijo estar totalmente en desacuerdo.

Considero que mis opiniones son tomadas en cuenta en la Fundación Misiones para Cristo  
8 respuestas



La satisfacción personal de ejecutar una idea propuesta en un plano laboral es alta, la pregunta 10 pretendía evaluar si los colaboradores consideran que sus ideas son tomadas en cuenta dentro de la Fundación Misiones para Cristo. del 100% de los encuestados 62.5% dijo estar parcialmente de acuerdo con ello, un 25% dijo estar totalmente de acuerdo y un 12.5% dijo estar totalmente en desacuerdo.

Existe un programa de beneficios o incentivos aparte de mi salario dentro de la Fundación Misiones para Cristo. Si su respuesta es Si: especifique cuales, si su respuesta es No continúe con la siguiente pregunta.

7 respuestas

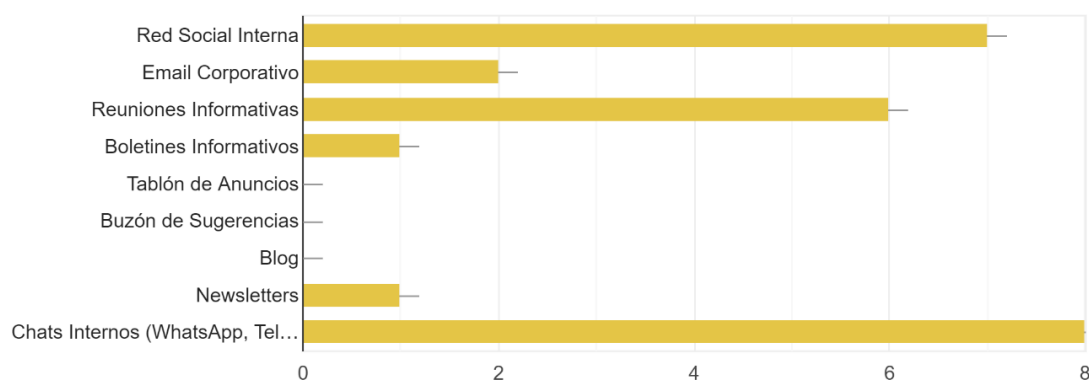
- No
- Si, con los doctores que son también voluntarios de la fundación puedo consultarles algo y sin costo.
- Esta bie

Con relación a la pregunta 11, se dejó un espacio para especificar la respuesta si es que conoce un programa de beneficios o incentivos aparte del salario dentro de la Fundación Misiones para Cristo. Solamente se capturó 3 respuestas de las cuales 2 dicen conocer dicho programa.

### *Procesos de comunicación interna*

De la siguiente lista de canales de comunicación interna, cuáles utilizo (puede seleccionar más de uno)

8 respuestas



La pregunta 12 está relacionada con la comunicación interna. La cual pretendía evaluar si los colaboradores de Fundación Misiones para Cristo conocen o no los canales de comunicación interna que la Fundación Misiones para Cristo utilizar para comunicarse. De los cuales 7 de ellos dijeron que se conoce que hay una Red Social Interna, 2 conocen que hay un email corporativo, 6 dicen las que utilizan son las reuniones informativas, 1 persona dice que utiliza el boletín informativo y las newsletter y 8 dicen que utiliza Chat interno como WhatsApp.



¿La información que se comunica es clara, precisa y oportuna? Si su respuesta es NO: especifique por qué

6 respuestas

Si

A veces creo que se da la información sobre algo específico y es clara pero de repente se hacen cambios y no se respeta lo que ya antes se había mencionado

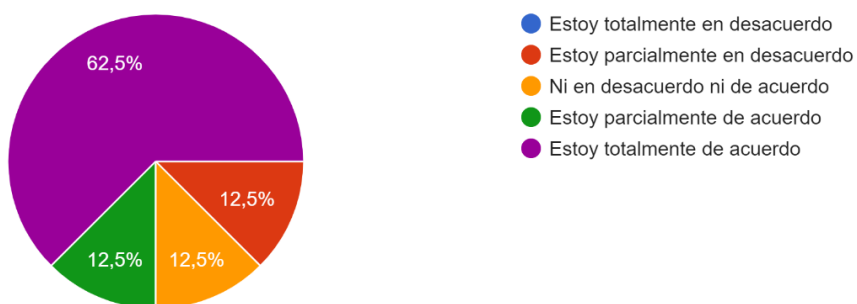
Los canales de comunicación deben ser más precisos.

No.

La pregunta 13 se pretendió evaluar si la información que se comunica cumple con 3 características, si es clara, precisa y oportuna. De los cuales solamente 4 respondieron y una respuesta fue que Si, una que a veces, otra respuesta indicó que los canales de comunicación deben ser más precisos y una última dijo que no, que la información que se comunica no es clara, precisa y oportuna.

La comunicación que se desarrolla en la Fundación Misiones para Cristo es bidireccional, es decir, fluye en distintas vías

8 respuestas

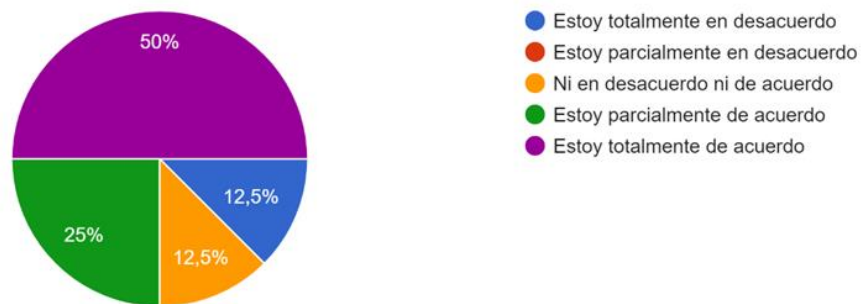


La pregunta 14 se pretendía evaluar si los colaboradores conocen las vías en las que la comunicación fluye dentro de la Fundación Misiones para Cristo, es decir si la comunicación es fluida o solamente se dan instrucciones para obedecer. En la

cual, del 100% de los encuestados el 62.5% dijo estar totalmente de acuerdo, que la comunicación si fluye en distintas vías, el resto y en igual proporción 12.5% dijo no saber responder, esta parcialmente de acuerdo y parcialmente desacuerdo.

### *Rol de identidad y Cultura*

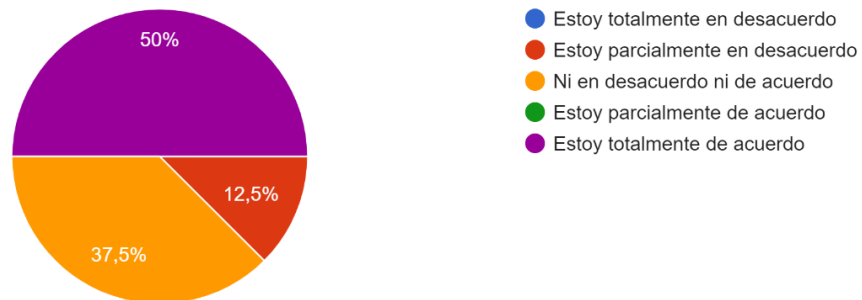
Hay oportunidades de crecimiento y aprendizaje dentro de la Fundación Misiones para Cristo  
8 respuestas



En relación con la pregunta 15. Del 100% de los encuestados, el 50% dijo estar totalmente de acuerdo con que hay oportunidades de crecimiento y aprendizaje dentro de la fundación misiones para Cristo, el 25% dijo estar parcialmente de acuerdo, es decir, que 6 de 8 personas dentro de la Fundación Misiones para Cristo creen que si se puede crecer y aprender más habilidades dentro del trabajo que realizar la Fundación Misiones para Cristo. mientras que el resto y en igual proporción 12.5% dijo estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

He recibido realimentación sobre mi progreso laboral en mis últimos 6 meses dentro de la Fundación Misiones para Cristo

8 respuestas



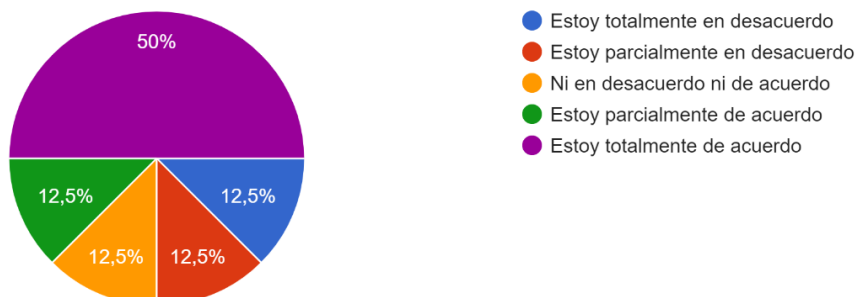
Dentro del proceso de crecimiento, esta también la retroalimentación sobre el progreso laboral de cada uno. La pregunta 16 pretendía evaluar dicho componente en los colaboradores. Del 100% de personas encuestadas, el 50% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir, que en los últimos 6 meses había tenido algún tipo de conversación en relación con su progreso laboral dentro de la Fundación Misiones para Cristo. el resto, un 37.5% dijo estar ni en desacuerdo ni de acuerdo y un 12.5% dijo estar parcialmente en desacuerdo.

### *Clima laboral*

Uno de los aspectos esenciales para la convivencia en cualquier ambiente de trabajo es el clima laboral, en este apartado se miden aspectos relacionados a ello.

La convivencia entre el equipo de trabajo es siempre fluida dentro de la Fundación Misiones para Cristo

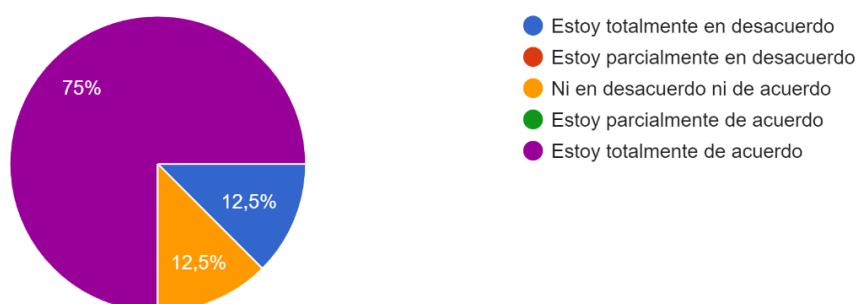
8 respuestas



Del 100% de los encuestados el 50% dijo que está totalmente de acuerdo en que la convivencia entre el equipo de trabajo es siempre fluida dentro de la Fundación Misiones para Cristo. mientras que el resto y en proporciones iguales 12.5% dijo que estaba parcialmente de acuerdo, ni en desacuerdo ni de acuerdo, parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Considero que tengo a un amigo o amiga a dentro de la Fundación Misiones para Cristo

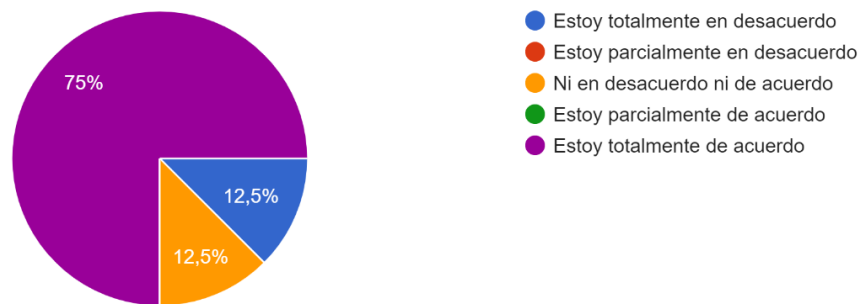
8 respuestas



La siguiente pregunta evalúa el aspecto fraternal dentro de la Fundación Misiones para Cristo. Del 100% de los encuestados el 75% dijo estar totalmente de acuerdo, es decir, que considera que tienen un amigo dentro de la Fundación Misiones para Cristo. El resto y en igual proporción 12.5% dijo estar ni en desacuerdo ni de acuerdo y totalmente en desacuerdo.

Recomendaría a mis amigos personales un puesto laboral dentro de la Fundación Misiones para Cristo

8 respuestas



La última pregunta estaba relacionada a la imagen que el colaborador tiene como parte de la Fundación Misiones para Cristo al recomendar a esta como un lugar de trabajo aceptable. Del 100% de los encuestados, el 75% dijo estar totalmente de acuerdo con recomendar a sus amigos personales un puesto laboral dentro de la fundación misiones para cristo. el Resto y en igual proporciones 12.5% dijo estar ni en desacuerdo ni de acuerdo y totalmente en desacuerdo.

### 3.0 Cronograma de actividades.

N°	ACTIVIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
		N° de semana				N° de semana				N° de semana				N° de semana				N° de semana			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Capítulo I. Conceptualización del tema.</b>																					
1	Definición de situación problemática.			■																	
2	Desarrollo de enunciado del problema			■																	
3	Diseño de objetivos de la investigación				■																
4	Desarrollo de contexto del estudio					■															
5	Elaboración de justificación del estudio					■															
<b>Capítulo II. Metodología de la investigación</b>																					
6	Diseño de enfoque y tipo de investigación						■	■													
7	Definición de sujetos y objeto de estudio								■	■											
8	Identificación de variables e indicadores										■										
9	Diseño de técnicas de recopilación de datos											■									
10	Creación de instrumentos de investigación											■	■								
11	Diseño para registro, medición de													■							

	instrumentos																			
12	Definición de aspectos éticos de la investigación																			
13	Diseño del procesamiento y análisis de datos																			
14	Explicación de estrategias para el uso de resultados																			
15	Desarrollo de fuentes de información consultadas.																			
<b>Capítulo III. Resultados de la investigación</b>																				
16	Interpretación de resultados de la investigación																			
17	Identificación de hallazgos, conclusiones y recomendaciones																			
18	Presentación de trabajo de investigación																			

**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**  
**“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”**



**SEMINARIO DE PRE ESPECIALIZACIÓN:**  
**“INFLUENCIA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA FUNDACIÓN MISIONES PARA CRISTO”**

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**  
**LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS CON ESPECIALIDAD EN MARKETING.**

**PRESENTADO POR:**  
**ESCOBAR BARAHONA, IVANYA JEANNETTE**  
**HÉRCULES BERMÚDEZ, MIGUEL ANTONIO**  
**PÉREZ VILLALOBOS, CAMILA DANIELLA**

**ASESOR:**  
**MGTR. JOSUÉ GIOVANNI TORRES RODRÍGUEZ**

**SAN SALVADOR, 24 DE MAYO DE 2022**



**UNIVERSIDAD EVANGÉLICA DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**  
**“LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA”**



**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**DRA. CRISTINA GLORIBEL JUÁREZ DE AMAYA**  
**RECTORA**

**DRA. MIRNA MARIBEL GARCÍA DE GONZÁLEZ**  
**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**DR. DARÍO ANTONIO CHÁVEZ SILIÉZAR**  
**VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL**

**ING. SONIA CANDELARIA RODRÍGUEZ DE MARTÍNEZ**  
**SECRETARIA GENERAL**

**MTRO. JOSÉ VICENTE PÉREZ CUBÍAS**  
**DECANO**

**MTRA. HELEN ARMINDA GENOVEZ QUEVEDO**  
**COORDINADORA DE CARRERA**

**SAN SALVADOR, 24 DE MAYO DE 2022.**

Tema:

“Influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo”

Participantes de la investigación:

Escobar Barahona, Ivanya Jeannette.

Hércules Bermúdez, Miguel Antonio.

Pérez Villalobos, Camila Daniella.

Carrera:

Licenciatura en Relaciones Públicas con Especialidad en Marketing.

Resumen:

El objetivo de investigación pretende conocer la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la Fundación Misiones para Cristo, permitiendo conocer las funciones y el sentido de pertenencia de cada uno de los colaboradores. La influencia de la cultura organizacional puede impactar de forma

positiva o negativa a la cultura de las organizaciones.

La investigación se realizó durante los meses de enero a mayo de 2022, cuyo enfoque fue de tipo mixto, cuantitativo y cualitativo. Entre los principales resultados se encontró Los colaboradores dicen sentirse identificados con la fundación porque es afín a sus creencias religiosas, sin embargo, ellos no se identifican ni conocen la identidad corporativa de la fundación a profundidad, lo cual en términos administrativos significa que no es solamente el hecho de ser afín por sus gustos o preferencias a una organización, sino también es necesario apearse a la filosofía empresarial.

También, los resultados obtenidos reflejaron que, a pesar de haber un nivel alto de satisfacción en la actitud y motivación de los colaboradores, no siempre esto significa alto rendimiento y consecución de objetivos administrativos y que en la mayoría de los casos la falta de

profesionalización de puestos de trabajos en ONG o Fundaciones no permite este desarrollo o crecimiento tanto en el ámbito personal como laboral. La identidad corporativa es clave para ello y la carencia de esta, da como resultado una cultura organizacional desubicada en términos de rendimiento laboral.

Palabras claves: Identidad corporativa, cultura organizacional, motivación, filosofía empresaria.

Theme:

"Influence of corporate identity in the organizational culture of Fundación Misiones para Cristo"

Summary:

The research objective aims to know the influence of corporate identity on the organizational culture of Fundación Misiones para Cristo, to allow knowing the

functions and the sense of belonging of each one of the employees. The influence of organizational culture can positively or negatively impact the culture of organizations.

The research was carried out during the months of January to May 2022, whose approach was mixed, quantitative and qualitative. Among the main results were found that the employees state they feel identified with the organization because it is related to their religious beliefs, however, they do not identify themselves or know the corporate identity of the organization in depth, which in administrative terms means that it is not only the fact of being related by their beliefs or preferences to an organization, but it is also necessary to adhere to the business philosophy.

Also, the results obtained reflected that, despite having a high level of satisfaction in the attitude and motivation of the collaborators, this does not always mean high performance and achievement of administrative objectives and that in most cases the lack of professionalization of Job

positions in NGOs or Foundations do not allow this development or growth in both the personal and professional spheres. Corporate identity is key to this and the lack of it results in a misplaced organizational culture in terms of work performance.

Keywords: corporate identity, organizational culture, motivation, business philosophy.

## **Introducción:**

El objeto de estudio de la investigación son los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo, al ser nuestro objetivo el de la investigación diagnosticar la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional.

En el cual se ha identificado que los colaboradores mantienen una falta de comunicación u organización de trabajo lo que conlleva a no alcanzar objetivos organizacionales para la fundación.

*Para Chiavenato, (1989), la Cultura organizacional es “un modo de vida, un*

sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y relaciones típicas de determinada organización”

Este estilo de vida se desarrolla y se cultiva de manera metódica y constante, haciendo que se convierta en una forma natural de conseguir objetivos empresariales u organizacionales previamente establecidos.

Es importante reconocer que el proceso administrativo en una empresa social difiere de los procesos administrativos de una empresa comercial, aunque en el fondo parezcan igual en la realidad, el producto o servicio es el impacto social. Algo que en el plano financiero es subjetivo ponerle un valor y por ende, el retorno de inversión se mide de diferente forma.

De la cultura organizacional se desprende la comunicación organizacional y carecer de ésta dificulta la comunicación dentro de una empresa dando como resultado una mala identidad corporativa y a su vez recae en la imagen. La cultura mantiene unida a una organización, no promover la esencia

de la empresa entre los colaboradores dentro de la misma, no garantiza un buen funcionamiento interno y mucho menos un éxito como empresa.

La problemática para investigar se basa en la influencia en la identidad corporativa de la Fundación Misiones para Cristo y en la puesta en práctica de ella, afectando así su cultura corporativa. Lo que conlleva a una comunicación deficiente y por ende a una improductividad, ya que no se alcanzan los objetivos planteados dentro de la filosofía empresarial.

### **Metodología:**

El enfoque de la presente investigación es mixto, cuantitativo y cualitativo. Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la

información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Roberto Hernández Sampieri y Paulina Mendoza.

Cuantitativo porque consiste en utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Se tomó el enfoque cuantitativo porque se pretende obtener la recolección de datos para conocer o medir el fenómeno en estudio y encontrar soluciones para la misma; la cual trae consigo la afirmación o negación de la hipótesis establecida en dicho estudio.

La investigación fue cualitativa la cual consiste en utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afrontar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Población:

El objeto de estudio de la investigación son los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo, al ser el objetivo el de la investigación diagnosticar la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional. Se ha identificado que los colaboradores mantienen una falta de comunicación u organización de trabajo lo que conlleva a que no logren alcanzar objetivos grupales para la fundación.

La Fundación Misiones para Cristo está conformada por ocho colaboradores, por lo tanto, al ser un número pequeño de personas es más fácil poder analizarlos en su totalidad y poder tener una respuesta más precisa en la investigación. Al ser una fundación con principios cristianos, los colaboradores son gente apasionada por lo que hacen ofreciéndole a la Fundación Misiones para Cristo su total disposición para mejorar cada día, sin embargo, carecen de procesos administrativos y eso conlleva a que no haya una integración por parte de los colaboradores y carezca de disposición a representar a la organización.

Una característica positiva que los colaboradores tienen en común es su compromiso espiritual y por lo consiguiente con la labor que se debe hacer sin embargo sus asignaciones en los proyectos son confusas y eso provoca estrés afectando así la cultura organizacional.

### **Resultados obtenidos:**

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la indique las conclusiones a las cuales llega la investigación.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la indique las conclusiones a las cuales llega la investigación.

Entrevista a profundidad:

Los resultados que se presentan a continuación están clasificados de acuerdo con las variables definidas en el capítulo II. Metodología de la investigación

Los resultados correspondientes a la concepción estratégica en la Fundación Misiones para Cristo coinciden en que, desde el origen y visión de la idea hasta este momento en su desempeño diario, cumple con los procedimientos establecidos y deseados por el director de la fundación, donde se obtuvieron las siguientes manifestaciones.

“La Fundación nace en mi corazón en el año 1997, pero no nace o no se hace realidad hasta el 16/02/2015. Y la finalidad de esta es, ayudar a las iglesias a alcance y formación espiritual de una sociedad que está realmente en problemas de ética y de moral. Aparte de ello, hacer labor social para ayudar a la gente necesitada, ya sea a través de campañas médicas, se hace a través de alguna otra necesidad que hay para proveer alimentos, etcétera.”

“Tres aspectos: la unidad, la visión y el compromiso. Son 3 áreas muy importantes que creo que todos debemos de buscar en ese énfasis, unidad, visión y compromiso.”

Como resultado de la variable se percibe que el director de la Fundación Misiones para Cristo tiene claro el porqué de su concepción, y que el desempeño de su grupo de trabajo se basa en la unión, compromiso y principios cristianos para lograr los objetivos.

La identidad y cultura organizacional junto con el clima laboral fueron otras variables a analizar en el instrumento, con el objetivo de conocer cuan identificado se encuentra el director con la fundación y como este percibe el clima en su entorno. En base a esta variable se obtuvieron las siguientes manifestaciones.

“Bueno, hemos logrado un bien común. En gentileza y comportamiento sincero representándonos. Respetándonos unos a otros apegados a la verdad y a una buena actitud en desarrollo de las actividades de alcance y para testimonio de otros.”

“Cada voluntario está comprometido en el trabajo siendo un equipo, trayendo la honestidad en nuestro con nuestro compañero de trabajo y con esta labor todos buscamos ser proactivos y tenemos el respeto el uno por el otro, como también la responsable.”

Por lo tanto, se puede analizar qué equipo de trabajo se identifican con estos valores de la fundación y que el trabajo en equipo y la honestidad forman parte del clima laboral dentro de la organización, además que estos valores se transmiten hacia los públicos externos.

Con la variable de nivel de satisfacción se buscó indagar en la metodología de trabajo de la Fundación Misiones para Cristo y el funcionamiento del reglamento interno de ésta, en base a esta variable se obtuvieron las siguientes manifestaciones.

“Sí, aunque a veces se trabaja bajo presión para lograr los objetivos de alcance social o alcance ministerial.”

“Sí lo es y se les está recordando a los voluntarios para mantener en mente su condición con los demás y la Fundación.”

La percepción del director de la Fundación Misiones para Cristo en cuanto al nivel de satisfacción de los miembros de la fundación se inclina a que la forma de trabajo actual es positiva y estratégica para lograr los objetivos y que además los miembros de la fundación respetan el reglamento interno de la organización.

Con la variable de comunicación interna se buscó conocer el proceso de comunicación que se implementa en la Fundación Misiones para Cristo, si este proceso ha funcionado y se le da el seguimiento a dichos procesos dentro de la organización. En base a esta variable se conocieron las siguientes afirmaciones.

“Con reuniones presenciales cada 15 días o reuniones de urgencia a través de la tecnología, llamadas por teléfono, mensajería, zoom, etcétera.”

“En la Fundación hay un equipo de trabajo y está vivido en 3 áreas, cada uno de ellos tiene su director y responde las preguntas o dudas y seguimientos. En última instancia, cuando ya quizás hay algo más, que es algo más difícil de discutir o de dar,



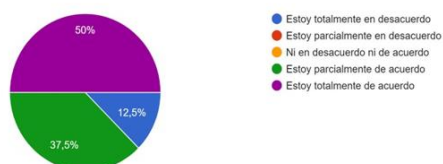
me llaman o me convoca una reunión para la información o preguntas.”

En esta variable de comunicación interna se logró analizar que la comunicación dentro de la organización es eficiente y se trata de seguir un proceso que facilite las inquietudes de los miembros de la organización, sin embargo, no existe un responsable de comunicación interna si no, el director es el encargado de delegar e informar a todos los miembros.

#### Encuesta:

Con la presente investigación realizada a los colaboradores de la Fundación Misiones para Cristo, sobre la influencia de la identidad corporativa en la cultura organizacional de la fundación, se ven los siguientes resultados y sus análisis:

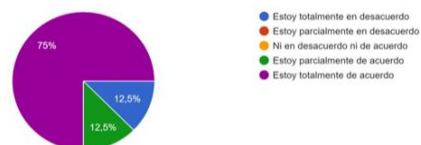
Conozco mis funciones y actividades laborales en la Fundación Misiones para Cristo  
8 respuestas



Los colaboradores de la fundación conocen los procesos administrativos que subyacen

en el día a día de la organización, sin embargo, no se sienten identificados con la filosofía de la empresa por la falta de conocimiento de la Misión, Visión y Valores de la fundación, ya que es necesario que exista una inducción de personal y la organización carece de ello. Esto genera falta de integración entre los colaboradores y falta de voluntad de representar a la organización.

Me siento motivado a la hora de desempeñar mis funciones dentro de la Fundación Misiones para Cristo  
8 respuestas



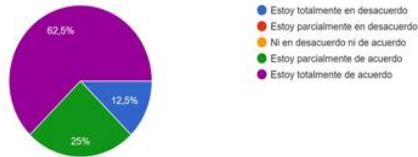
La mayoría de los colaboradores se encuentran motivados al momento de cumplir con sus actividades diarias. Un 12.5% de los colaboradores no se encuentra motivado dentro de la fundación.

Las funciones y actividades laborales no están claras para todos los empleados, debido a que no existe un perfil del puesto de trabajo, por lo que no se ha contratado a alguien porque

cumpla con un perfil determinado para cada cargo.

Existen espacios en los cuales puedo participar para brindar mis opiniones, aportes o ideas para el trabajo que se desarrolla en la Fundación Misiones para Cristo

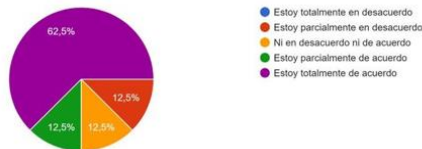
8 respuestas



El 62.5% de los colaboradores, consideran que la fundación toma en cuenta sus opiniones e ideas propuestas, esto aumenta la satisfacción laboral y personal de los colaboradores.

La comunicación que se desarrolla en la Fundación Misiones para Cristo es bidireccional, es decir, fluye en distintas vías

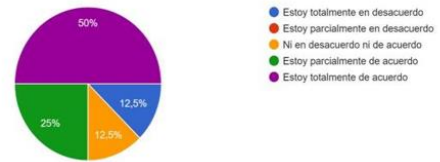
8 respuestas



Dentro de la fundación los colaboradores se encuentran satisfechos con el modelo de comunicación interno implementado. Consideran que se sienten escuchados y no solamente se rigen por órdenes de los altos cargos.

Hay oportunidades de crecimiento y aprendizaje dentro de la Fundación Misiones para Cristo

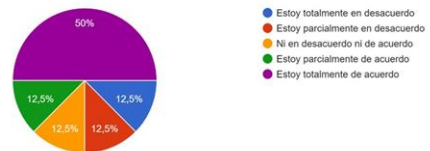
8 respuestas



6 de 8 colaboradores de la fundación consideran tener oportunidades de crecimiento y la oportunidad de aprender nuevas habilidades dentro de la fundación.

La convivencia entre el equipo de trabajo es siempre fluida dentro de la Fundación Misiones para Cristo

8 respuestas



La fundación cuenta con un clima laboral bastante favorable y agradable para sus colaboradores. Los mismos consideran que la convivencia laboral es fluida y fraternal.

## Conclusiones:

- La organización Fundación Misiones para Cristo es una organización social con visión de ayuda social y un real interés por el

bienestar de los cristianos y no cristianos en El Salvador.

- En la investigación se comprobó que se necesita de una organización administrativa y locativa, la cual le ayudaría a consolidar en forma permanente bases sólidas que le permitan realizar todas sus actividades en pro de su crecimiento lo cual creemos que se puede lograr mediante la implementación de las recomendaciones de la investigación.
- Los colaboradores se encuentran insatisfechos con los perfiles de puestos de trabajo porque la fundación no cuenta con funciones claras y actividades que le corresponden a cada colaborador.
- La fundación cuenta con un modelo adecuado de comunicación interno, por lo que sus colaboradores se encuentran satisfechos y de alguna

forma es lo que mantiene a flote el trabajo de las actividades.

- Los colaboradores dicen sentirse identificados con la fundación porque es afín a sus creencias religiosas, sin embargo, ellos no se identifican ni conocen la identidad corporativa de la fundación a profundidad.

### **Recomendaciones:**

- Fortalecer la identidad corporativa de la fundación creando un organigrama detallando las actividades y funciones de cada puesto de trabajo.
- Profesionalizar a los colaboradores mediante capacitaciones en materia administrativa, cursos de administración de empresas sociales.

- Comunicar la identidad a los colaboradores a través de capacitaciones e inducciones desde el proceso de selección del personal.
- Implementar una inducción sobre la filosofía empresarial de la fundación para nuevos colaboradores que puedan llegar a unirse en un futuro.
- Crear espacios conformados por agentes de cambio que cumplan con la Misión, Visión y Valores de la fundación y permitan a otros ser motivados a comprometerse con ello.
- Maximizar las políticas funcionales de la institución para sobre la base de la mejora continua en materia de cultura organizacional,

comunicación e identidad corporativa.

### **Fuentes consultadas:**

La Identidad Corporativa es la enumeración de todo aquello que permite distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, todo aquello que si desaparece afecta decisivamente a la organización; pues es la herramienta que permite gerenciar la confianza y consecuente reputación de las empresas, haciendo tangibles los atributos y valores que la conforman, para así establecer en las diferentes audiencias que la rodean una personalidad única e inimitable. Por ello se cree que es un activo, el cual se encuentra estrechamente ligado al plan de negocios y al mercado que se desea atender *Pizzolante (2004)*.

Son todos los mecanismos que una empresa elige para identificarse ante sus

stakeholders, la comunidad, clientes, trabajadores, medios. *Margulies (1977)*

Este concepto no se fundamenta exclusivamente en dotar a las organizaciones de simples “marcas” a las que se confunden con logotipos o logo símbolos o que se trata de un simple apartado de la disciplina del diseño gráfico donde los colores, las formas y el significado conforman el conjunto total de este gran aspecto. Por el contrario, la Identidad Corporativa es el reflejo de la empresa en su totalidad y, sobre todo, lo que la diferencia del resto: es un instrumento fundamental de la estrategia de la empresa y de su competitividad, donde su elaboración y gestión operativa no es solamente cuestión de diseño y visibilidad, sino que se manifiesta por medios verbales, culturales y ambientales, constituyendo un ejercicio esencialmente pluridisciplinar (*J. Costa, 1992*).

La identidad corporativa indica el modo en que una empresa se presenta a sí misma a través del comportamiento y el simbolismo

a las audiencias internas y externas. Está arraigada en el comportamiento individual de los miembros de la empresa, expresando la uniformidad, distinción y centralidad de la compañía a lo largo del tiempo. *Van Riel y Balmer (17)*

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. (*Chajet y Shachtman, 18; van Riel, 15*).

Un concepto relacionado con la personalidad según Kotler (1996) es «el concepto de sí mismo o autoimagen de una persona, la cual es una compleja imagen mental que las personas tienen de sí mismos.» (pág. 184)

Autoconcepto es una motivación emocional que puede dar como resultado, la compra de gran cantidad de productos, que son para llegar a representar un papel social o engañarse a sí mismo, teniendo la ilusión

de disfrutar de las cualidades que poseen los productos. En simples palabras, se puede definir como la opinión que una persona tiene sobre sí misma. *Autoconcepto*. (2022). Mott Glosario.

## Bibliografía

Andrés, J., & Gordillo, M.

(s/f). *PERSONALIDAD DE LA MARCA SOCIALMENTE RESPONSABLE*. Tdx.cat.

Recuperado el 7 de junio de 2022, de

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/456576/jamg1de1.pdf?sequence=1>

*Autoconcepto*. (2019, agosto 22).

mott.pe; MOTT.

<https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/autoconcepto>

Cucchiari, C. F. (MENDOZA

2019). *IDENTIDAD*

*CORPORATIVA: Planificación*

*estratégica*

*generadora* [Universidad nacional de cuyo].

[https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14298/cucchiari-fce1.pdf)

Currás Pérez, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y praxis*, 6(7), 9–34.

<https://doi.org/10.22403/uqroomx/typ07/01>

*Identidad e Imagen Corporativas:*

*Revisión Conceptual e*

*interrelación*. (2014, junio 4).

Issuu.

[https://issuu.com/atorresviteri/docs/identidad\\_e\\_imagen\\_corporativas\\_\\_re/5](https://issuu.com/atorresviteri/docs/identidad_e_imagen_corporativas__re/5)

Jefe, E. (2020, febrero 4). definición de personalidad: Conceptos de

personalidad según varios  
autores (Kotler, Allport, Freud y  
Eysenk). *Atraer la suerte 2020*.  
[https://atraer.net/3075-  
definicion-de-personalidad-  
conceptos-de-personalidad-  
segun-varios-autores-kotler-  
allport-freud-y-eysenk.html](https://atraer.net/3075-definicion-de-personalidad-conceptos-de-personalidad-segun-varios-autores-kotler-allport-freud-y-eysenk.html)

Pérez Martínez, A. (2009). Cultura  
Organizacional: Algunas  
Reflexiones a la Luz de los  
Nuevos Retos. *Revista  
venezolana de gerencia*, 14(46).  
[https://doi.org/10.31876/revista.  
v14i46.10529](https://doi.org/10.31876/revista.v14i46.10529)

*¿Qué es la imagen corporativa?* (s/f).  
ESERP Business School.  
Recuperado el 7 de junio de  
2022, de  
[https://es.eserp.com/articulos/qu  
e-es-la-imagen-corporativa-de-  
una-empresa/](https://es.eserp.com/articulos/que-es-la-imagen-corporativa-de-una-empresa/)

Ramos, R. (2020, septiembre  
13). *¿Qué es la Imagen  
Corporativa y Para Qué  
Sirve?* Agencia de Marketing  
Digital Sevilla - Rafa Ramos.  
[https://soyrafaramos.com/que-  
es-la-imagen-corporativa/](https://soyrafaramos.com/que-es-la-imagen-corporativa/)

SANDRA M.<sup>a</sup> SÁNCHEZ

CAÑIZARES<sup>1</sup> MARÍA AMALIA

TRILLO HOLGADO<sup>2</sup> CÉSAR

M.<sup>a</sup> MORA MÁRQUEZ<sup>3</sup>

MIGUEL ÁNGEL AYUSO

MUÑOZ. (2006, septiembre 28).

La cultura organizacional como  
núcleo central en la medición  
del capital intelectual. *Revista  
de Psicología del Trabajo y de  
las Organizaciones*, 179–202.