

# Identidad corporativa y resistencia al cambio del personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP 2014

## Corporate identity and resistance to personal change administrative building of the administration and government of the UNCP 2014

Ramón Lulluy, Miguel / Vilcapoma Chambergo, José / Jaime Valdez, Jorge  
Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional del Centro del Perú

### RESUMEN

El estudio correlacional tiene el propósito de caracterizar la identidad corporativa y resistencia al cambio organizacional y determinar la existencia de correlación entre estas variables en el personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la Universidad Nacional del Centro del Perú. A una muestra de 30 trabajadores administrativos se les aplicó el instrumento de identidad corporativa y un cuestionario de resistencia al cambio; como la muestra es pequeña ( $n = 30$ ,  $n < 50$ ) y es de tipo ordinal por lo que la contrastación de hipótesis se realizó con la  $t$  de student y para la significación del coeficiente de correlación la  $r$  de pearson al 95% de confianza estadística, la investigación ha concluido en lo siguiente: El personal administrativo del edificio y Administración de Gobierno, posee una identidad media, también el personal administrativo tiene una resistencia al cambio media y existe relación inversa significativa entre identidad corporativa y resistencia al cambio de acuerdo a correlación de  $r$  pearson de  $(-0,4503)$  lo que revela que a menor identidad corporativa presenta mayor resistencia al cambio organizacional.

### ABSTRACT

The correlational study aims to characterize the corporate identity and resistance to organizational change and determine the existence of correlation between these variables in the administrative staff of the building of Government Administration and the National University of Central Peru. A sample of 30 administrative workers were applied the instrument of corporate identity and a questionnaire of resistance to change; as the sample is small ( $n = 30$ ,  $n < 50$ ) and ordinal so the hypothesis testing was performed using the Student  $t$  test and the significance of the correlation coefficient  $r$  of pearson to 95% statistical confidence, research has concluded the following: the administrative staff of the building and Government Administration, has an average identity, also administrative staff has a resistance to media change and there is a significant inverse relationship between corporate identity and resistance to change in accordance a correlation of  $r$  pearson  $(-0.4503)$  which reveals that a lower corporate identity has greater resistance to organizational change.

Fecha de recepción: 29/08/2015  
Fecha de aprobación: 22/09/2015

**Palabras clave:** Cultura, organización, estilos, liderazgo.

**Keywords:** Culture, organization, styles, leadership.

## INTRODUCCIÓN

Los intangibles más importantes de las organizaciones son su imagen, identidad y reputación que tiene que ver mucho con la misma personalidad de la organización; es decir con su cultura organizacional y filosofía organizacional; en tanto imagen corporativa es la percepción que tienen los públicos a cerca de nuestra organización. Mientras reputación corporativa es la cristalización de la imagen en el tiempo y de manera sostenida y que es reconocida por los *stakeholders*.

Entanto, el término cambio ha sido muy discutido, sin embargo, el cambio siempre ha existido. El cambio es una evolución en los ámbitos: económico, tecnológico, social, político, científico, administrativo y en las expectativas del hombre; las organizaciones deben estar acordes con los requerimientos del entorno, para evitar volverse obsoletas y, por consiguiente, evitar que entren en procesos inadecuados y desaparezcan. Entendido al cambio como un estado constante de alteración, o modificación de las organizaciones, o grupos de trabajo en equipo. Este proceso se hace más fluido cuando existen estructuras organizacionales con las suficiente flexibilidad para administrar de modo óptimo la planeación innovativa y creativa. Se dice que en una empresa hay cambio cuando se presenta: diversificaciones o fusiones, cambios en su visión/misión y objetivos o cambio en las estrategias, estilos de dirección y filosofía gerencial.

El objetivo de la investigación fue conocer el nivel de identidad que tiene el personal administrativo del edificio de Administración de Gobierno de la UNCP y el grado de rechazo a la resistencia al cambio; a la vez es importante conocer cuál es la relación que existe entre la identidad corporativa y la resistencia al cambio del personal administrativo.

## MATERIAL Y MÉTODOS

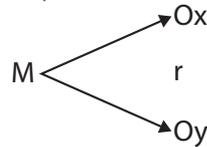
Tipo: Aplicada

Nivel: Correlacional

Diseño: Descriptivo - Correlacional

Método: Descriptivo

Esquema:



Donde:

M --> 30 trabajadores administrativos

Ox --> Datos referentes a identidad corporativa

Oy --> Datos relacionados a resistencia al cambio

r --> relación

Por tanto:  $rx = 0$        $rx \neq 0$

**Población:**

Actualmente la Universidad Nacional del Centro del Perú cuenta con 450 trabajadores, de los cuales en el edificio de administración y gobierno laboran 220, cuyas edades fluctúan entre 25 a 70 años de edad.

**Muestra:**

Para la investigación se seleccionó aleatoriamente a 30 trabajadores.

**Técnica de Muestreo:**

Aleatorio simple

**Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**Técnicas:**

Para la recolección de datos de las dos variables

se aplicó la técnica de la encuesta.

**Instrumento:**

El instrumento de identidad corporativa que mide la percepción de la Identidad Corporativa fue elaborada G. Orellana, validada por el equipo como parte de este mismo estudio (2011) a través del análisis estadístico de correlaciones ítem test, quedando la escala con 30 ítems que pasaron las correlaciones de Paearson corregida con valores igual o mayores a 0,20. Asimismo, se le otorgó confiabilidad a los reactivos (preguntas) a través de estadístico de Alfa de Crombach ( $r = 0,82$ ). Esto quiere decir que la validez y confiabilidad del instrumento diseñado expresamente para este estudio son muy altas.

El instrumento posee tres dimensiones: identidad personal (1 al 10), identidad social (12 al 20) y identidad organizacional (22 al 33). Los reactivos 11, 21 y 31 son de sinceridad. En relación a la variable resistencia al cambio propuesto por Bazán y Sanz posee tres dimensiones: Resistencia ligada a la personalidad (1 al 12), resistencia ligada al sistema social (13 al 24) y resistencia ligada al cambio al modo de implantarlo del (25 al 36). La puntuación que se le otorga a cada uno de los reactivos es el siguiente: (0) = Inexistente, (1) = Bajo, (2) = Medio y (3) = Alto.

**Validez:**

Empírica (ítems y test), para las dos variables correspondientes.

**Confiabilidad**

Alfa de Crombach

**RESULTADOS**

Los resultados de la investigación se presentan en tablas y gráficos, en primera instancia de cada una de las variables y posteriormente la correlación respectiva de acuerdo a los objetivos y las hipótesis planteadas.

**ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Tabla 4. Nivel de identidad corporativa del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Media	28	93.33
Alta	2	6.67

En la tabla 1 se aprecia que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP posee identidad corporativa media (93.33%) y el 6.67% alta (figura 1).

Figura 1.

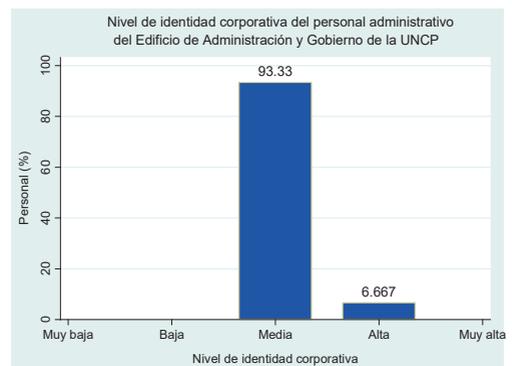


Tabla 2. Nivel de identidad corporativa personal del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Baja	1	3.33
Media	28	93.33
Alta	1	3.33

Figura 2.



En la tabla 2 se constata que la mayoría

del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP posee identidad corporativa personal media (93.33%) y el 3.33% baja o alta (figura 2).

Tabla 3. Nivel de identidad corporativa social del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Media	25	83.33
Alta	5	16.67

En la tabla 3 se descubre que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP tiene identidad corporativa social media (83.33%) y el 16,67% alta (figura 3).

Figura 3.

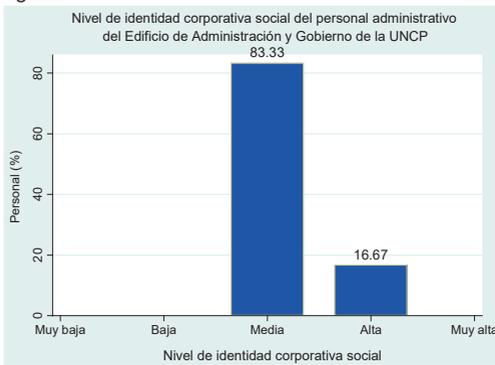
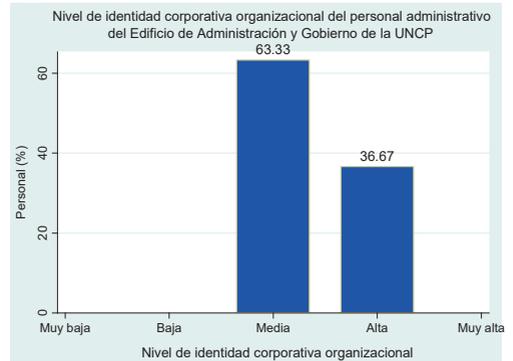


Tabla 4. Nivel de identidad corporativa organizacional del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Media	19	63.33
Alta	11	36.67

En la tabla 7 se aprecia que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP tiene identidad corporativa social media (63.33%) y el 36.67% alta (figura 4).

Figura 4.

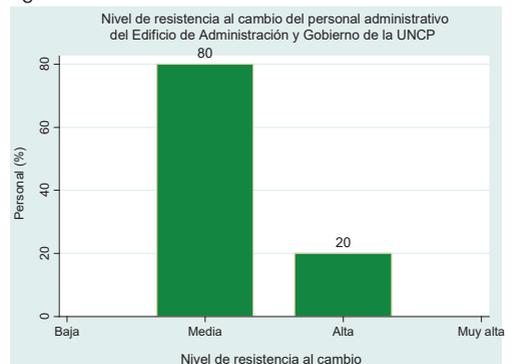


### ANÁLISIS DE LA RESISTENCIA AL CAMBIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Tabla 8. Nivel de resistencia al cambio del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Media	24	80
Alta	6	20

Figura 5.



En la tabla 5 se aprecia que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP presenta resistencia al cambio media (80%) y el 20% alta (figura 5).

Tabla 6. Nivel de resistencia al cambio ligada a la personalidad del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Media	22	73.33
Alta	8	26.67

En la tabla 6 se constata que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP presenta resistencia al cambio ligada a la personalidad media (73.33%) y el 26.67% alta (figura 6).

Figura 6.

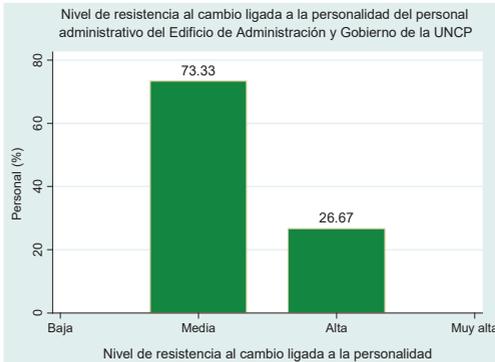


Tabla 7. Nivel de resistencia al cambio ligada al sistema social del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Media	21	70.00
Alta	7	23.33
Muy alta	2	6.67

En la tabla 7 se descubre que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP presenta resistencia al cambio ligada al sistema social media (70%), y el 23.37% alta y el 6.67% muy alta (figura 7).

Figura 7.

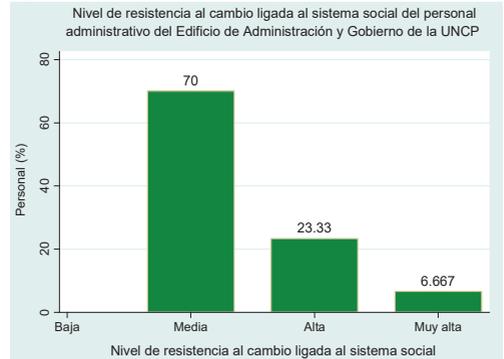
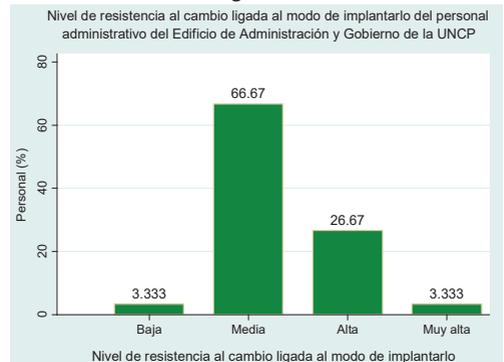


Tabla 8. Nivel de resistencia al cambio ligada al modo de implantarlo del personal administrativo (n = 30)

Nivel	Personal	%
Baja	1	3.33
Media	20	66.67
Alta	8	26.67
Muy alta	1	3.33

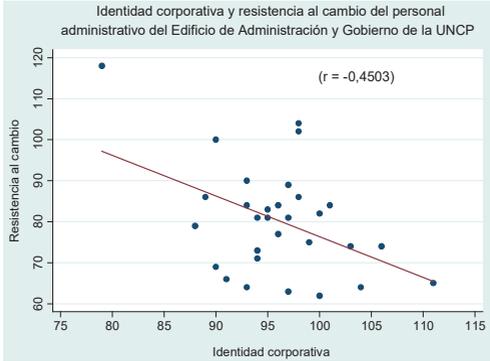
Figura 8



En la tabla 8 se aprecia que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP presenta resistencia al cambio ligada al modo de implantarlo media (66.67%), el 26.67% alta y el 3.33% baja o muy alta (figura 8).

**ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE IDENTIDAD CORPORATIVA Y RESISTENCIA AL CAMBIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Figura 9.



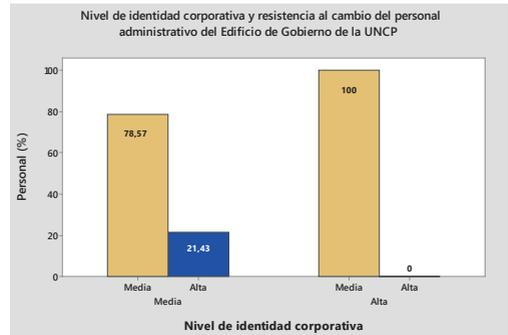
En la figura 9 se observa que la relación entre las puntuaciones de identidad corporativa y de resistencia al cambio del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP es negativa o inversa con un coeficiente de correlación *r* de Pearson de  $-0,4503$ .

Tabla 9. Nivel de identidad corporativa y de resistencia al cambio del personal administrativo

Nivel de identidad corporativa	Nivel de resistencia al cambio				Total	
	Media		Alta			
	Personal	%	Personal	%	Personal	%
Media	22	78.57	6	21.43	28	93.33
Alta	2	100.00	0	0.00	2	6.67
Total	24	60.00	6	40.00	30	100.00

En la tabla 9 se aprecia que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP con identidad corporativa media presenta resistencia al cambio media (78.5%) y el 21.43% resistencia al cambio alta. Por otra parte, la totalidad del personal con identidad corporativa alta presenta resistencia al cambio media (figura 10).

Figura 10.



**DISCUSIÓN**

En la tabla 1 se aprecia que la mayoría del personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP posee identidad corporativa media (93.33%) y el 6.67% alta. De estos resultados se sostiene que el personal administrativo de la UNCP no posee una identidad corporativa fuerte; los resultados coinciden con la investigación realizada por Gutiérrez (1998) quien manifiesta que los trabajadores administrativos de la UNCP no tienen un soporte en su sistema cultural, el mismo que se refleja en su visión estratégica. Asimismo, concuerda con los estudios realizado por Álvarez (2001) que concluye que existe una cultura institucional que se encuentra debilitada por la falta de un sistema de comunicación adecuada y por la desatención que se ha tenido en los últimos años con los recursos humanos que forman parte de la institución. La identidad corporativa que viene hacer la personalidad de una organización, se sostiene en dos aspectos fundamentales, su cultura organizacional y filosofía organizacional.

En la tabla 2 se constata que la mayoría del personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP posee identidad corporativa personal media (93.33%) y el 3.33% baja o alta. Entre las dimensiones que posee la identidad corporativa está la personal, social y organizacional; en este caso los trabajadores presentan una identidad personal que defiere sustancialmente de los estudios realizados por Durand (2002) quien, realizó un estudio de la estructura de la identidad corporativa de los trabajadores del sector

confecciones en Lima y Chíncha en el periodo 2000 y 2002, demostrando que la ausencia de la identidad corporativa está determinado por el comportamiento organizacional, caracterizado por un bajo nivel de pertenencia, incoherencia entre valores y objetivos, así como ineficiente sistema de comunicación; e incoherencia de la simbología institucional.

En la tabla 3 se descubre que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP tiene identidad corporativa social media (83.33%) y el 16.67% alta. Los resultados sostienen que los trabajadores poseen una identidad social, que defieren de los estudios realizados por Villugas (2007) quien realizó un estudio en identidad corporativa y estrategias de comunicación interna en la municipalidad distrital de Santa Anita, demostrando que los trabajadores conocen la identidad, pero no necesariamente se identifican con ella, además que no cuenta con un programa de identidad y eso genera deficiencias en su trabajo y si tuvieran una oportunidad se retirarían de la institución.

En la tabla 5 se aprecia que la mayoría del personal administrativo del Edificio de Administración y Gobierno de la UNCP presenta resistencia al cambio media (80%) y el 20% alta. En efecto estos resultados son esperados puesto que el personal administrativo según los estudios realizados por Kinicki y Kreitner (2003) tiene una resistencia al cambio por sorpresa o temor a lo desconocido, por pérdida de estatus, seguridad en el trabajo o por conflicto de personalidad. Efectivamente los trabajadores tienen resistencia al cambio por estas razones, por que están acostumbrados a un trabajo rutinario.

En la figura 9 se observa que la relación entre las puntuaciones de identidad corporativa y de resistencia al cambio del personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP es negativa o inversa con un coeficiente de correlación  $r$  de Pearson de  $-0.4503$ . Los datos de correlación de identidad con resistencia son inversas, es decir a menor identidad corporativa mayor resistencia al cambio y a mayor identidad menor resistencia al cambio. Los resultados coinciden con los estudios realizados por García

(2009) quien encontró que hay una correlación negativa  $r = -0.224$ , entre los subfactores de supervisión y liderazgo que hacen parte de las condiciones motivacionales internas y resistencia al cambio respectivamente; sin embargo defiere sustancialmente de los resultados de Rivas y Sacsara (2011) en la tesis de clima organizacional e identidad corporativa del personal administrativo de la UNCP, encontrando que si existe relación moderada entre el clima organizacional e identidad corporativa de los trabajadores administrativos.

## CONCLUSIONES

1. La mayoría del personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP posee identidad corporativa media (93.33%) y el 6.67% alta y en relación a las dimensiones de identidad corporativa presentan una identidad corporativa social media (63.33%) y el 36.67% alta.
2. En relación a la variable resistencia al cambio, se concluye que existe una resistencia media de la mayoría del personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP y presenta resistencia al cambio ligada al modo de implantarlo media (66.67%), el 26.67% alta y el 3.33% baja o muy alta.
3. Entre las puntuaciones de identidad corporativa y de resistencia al cambio del personal administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP es negativa o inversa con un coeficiente de correlación  $r$  de Pearson de  $-0.4503$ . Esto quiere decir que a mayor resistencia de cambio es menor la identidad del personal Administrativo del edificio de Administración y Gobierno de la UNCP.

## RECOMENDACIONES

1. De acuerdo a los resultados los trabajadores del edificio presentan una identidad corporativa media, por lo que es importante que las autoridades realicen acciones que permitan que los trabajadores se identifiquen, se involucren y puedan empoderarse con los objetivos de

la organización.

2. Todo cambio genera resistencia, por ello es necesario que los líderes de una organización informen las ventajas del cambio, que este cambio sea socializado con la totalidad de los trabajadores y no sea una mera imposición.
3. El nivel de identidad que tengan los trabajadores garantiza la participación activa de los mismos, por ello es necesario que las autoridades desarrollen programas encaminadas a involucrar a los trabajadores con la filosofía organizacional.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecimiento al personal administrativo de la Universidad Nacional del Centro del Perú.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acosta R. (2002). *Cuatro preguntas para iniciarse en cambio organizacional*, *Revista psicológica de Colombia*, No. 11, pp. 9-24, Universidad Nacional de Colombia. Disponible: [http://alfama.sim.ucm.es/wwwisis2/wwwisis.exe/\[in=psyke2.inj/?format=breve&boolean=%5B-NR:01215469](http://alfama.sim.ucm.es/wwwisis2/wwwisis.exe/[in=psyke2.inj/?format=breve&boolean=%5B-NR:01215469)
2. Álamo, F., Barba, F., & García, A. (2011). *Antecedentes de la resistencia al cambio*:
3. Factores individuales y contextuales, *Revista Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* Nº 14, pp. 231-246. España. Disponible: <http://www.redalyc.org/pdf/807/80722239003.pdf>
4. Bazán, O & Sanz, A. (1996). *Diseño y Validación de Instrumento para determinar el grado de y naturaleza de la resistencia al cambio presente en los procesos de transformación organizacional*. (Tesis de Grado) Universidad Andrés Bello Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Escuela de Ciencias Sociales, Venezuela. Disponible: [http://www.ucab.edu.ve/tesisdigitalizadas2/th\\_s\\_grade/escuelade-ciencias-sociales.html?page=5](http://www.ucab.edu.ve/tesisdigitalizadas2/th_s_grade/escuelade-ciencias-sociales.html?page=5)
5. Beristen N, David. (1996) *La Imagen de la empresa y la realidad*, Barcelona. Editorial Plaza & Janes
6. Capriotti, Paul. (2006) *Planificación Estratégica de la Comunicación Corporativa*. Ariel Comunicación. Barcelona.
7. Chávez, Norberto. (2001) *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
8. Chiavenato, I. (2001). *Administración de recursos humanos*, 5° edición, Mc Graw Hill, Venezuela.
9. Chiavenato I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*, 7° edición McGraw- Hill, México.
10. Costa G. J (2003) *Imagen Corporativa en el Siglo XXI*. La Crujía Editores. España
11. Del Solar, Francisco; Marcos, Juan José; Castellano Masías, Pedro. (2001) *Identidad Corporativa*. Lima. Fondo Editorial Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
12. Fonbrum Charles (2009) *Análisis de la Imagen Corporativa*. Andros Impresores. Santiago de Chile.
13. García, M. (2009). *Clima organizacional y su diagnóstico: una aproximación conceptual*, *cuadernos de administración*, núm. 42, pp. 43-61,
14. Universidad del Valle, Colombia Disponible: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225014900004>
15. García, M. Gómez, N. & Londoño, O. (2009). *Relación entre motivación y resistencia al cambio en personas que trabajan en una empresa del sector público*, *Revista Diversitas. Perspectivas en psicología*, vol. 5, núm. 1, pp. 141-159, Bogotá, Colombia. Disponible: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=6791625901>
16. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*, 6° edición Editorial Mac Graw Hill, México DF.
17. Hellriegel, D & Slocum, J. (2006). *Comportamiento Organizacional* 10° edición, Thomsom, México DF.
18. Ivancevich, G. (2006). *Organizaciones, comportamiento, estructura, procesos*. Mc Graw Hill. México DF.
19. Kinicki & Kreitner (2003). *Comportamiento Organizacional. Conceptos, Problemas y Prácticas*, 2° edición, Mc Graw- Hill, Ca-

- nadá.
20. Lopez, D. Restrepo, O. & Velásquez, L. (2013). *El cambio en organizaciones modernas, Scientia Et Technica*, vol. XVIII, núm. 53, pp. 149157-Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84927487022>
  22. Maita, O. & Zambrano, Y. (2010). *Resistencia al cambio organizacional en los obreros de la Empresa Molinos de Nacionales*. (Tesis de Grado), Escuela de Ciencias Sociales Programa de Gerencia de Recursos Humanos, Universidad de Oriente Núcleo de Sucre, Venezuela. Disponible en: [http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/1744/1/TESI\\_S\\_OMyYZ.pdf](http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/1744/1/TESI_S_OMyYZ.pdf)
  23. Nápoles, Verónica (1988) *Corporate Identity Design*. Editorial Van Nostrand Reynold Book.
  24. Negrete, C. (2012). *Gestión del cambio organizacional, Contribuciones a la Economía*, segundo grupo setiembre, Universidad de Guanajuato, ISSN 1696-8360, México. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2012/cnj.html>
  25. Olins Wally (1995) *El libro de las marcas*. Océano Ámbar. Madrid España.
  26. Palacios T. Javier. (2007) *La entrevista personalizada*. En "Enciclopedia científica social". México DF.
  27. Retamal G. (2002). *Cambio y resistencia al cambio, Recopilación de textos*,
  28. Asociación Internacional de Clubes de Leones, Argentina. Disponible en: <http://www.leonismoargentino.com.ar/INST253.htm>
  29. Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional teoría y práctica*. 7° edición, Prentice-hall hispanoamericana. México.
  30. Van Riel. C. (1997) *Comunicación corporativa*. Prentice Hall. España.

