

TABLA DE CONTENIDO

<u>1</u>	<u>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</u>	<u>1</u>
<u>2</u>	<u>CAPÍTULO II: ANTECEDENTES GENERALES</u>	<u>4</u>
2.1	ANTECEDENTES GLOBALES	4
2.1.1	DESARROLLO DEL LIDERAZGO	4
2.1.2	LIDERAZGO EN EL TERCER SECTOR	5
2.2	ANTECEDENTES LOCALES	7
2.2.1	¿QUÉ ES EL CENTRO DE INGENIERÍA ORGANIZACIONAL (CIO)?	7
2.2.2	¿CUÁLES SON LOS MÉTODOS DE TRABAJO DEL CIO?	8
2.2.3	¿CUÁL ES EL FONDO TEÓRICO DEL CIO?	8
2.2.4	¿CÓMO SE MIDE EL EFECTO DE SUS INTERVENCIONES?	11
2.2.5	“CASO HOGAR DE CRISTO”	12
<u>3</u>	<u>CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN</u>	<u>14</u>
<u>4</u>	<u>CAPÍTULO IV: OBJETIVOS</u>	<u>20</u>
4.1	OBJETIVO GENERAL	20
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICO	20
<u>5</u>	<u>CAPÍTULO V: MARCO CONCEPTUAL</u>	<u>21</u>
5.1	LIDERAZGO	21
5.1.1	TEORÍAS DE LIDERAZGO	22
5.2	MODELO DE EVALUACIÓN DE FITZPATRICK	27
5.2.1	NIVEL 1 - REACCIÓN	27
5.2.2	NIVEL 2 – APRENDIZAJE	28
5.2.3	NIVEL 3 – COMPORTAMIENTO	28
5.2.4	NIVEL 4 - RESULTADOS	29
5.3	IMPACTO	29
5.3.1	CASOS DE USO	30
5.3.2	CARACTERÍSTICAS DEL IMPACTO	32
<u>6</u>	<u>CAPÍTULO VI: METODOLOGÍA</u>	<u>35</u>
6.1	ETAPA 1 – ANÁLISIS DE DATOS	35
6.1.1	TIPOS DE ANÁLISIS	37
6.2	ETAPA 2 - INVESTIGACIÓN DE CAMPO	38
6.3	ETAPA 3 – CREACIÓN DE HERRAMIENTA	40
6.3.1	METODOLOGÍA: OBJETIVOS <i>SMART</i>	40
<u>7</u>	<u>CAPÍTULO VII: ALCANCES</u>	<u>42</u>

8	<u>CAPÍTULO VIII: RESULTADOS</u>	43
8.1	INDICADORES DE IMPACTO	43
8.1.1	INDICADOR DE NOTA PORCENTUAL (INDICADOR 1)	43
8.1.2	INDICADOR DE CONTEO DE NOTAS (INDICADOR 2)	44
8.1.3	RETURN ON DEVELOPMENT INVESTMENT (RODI)	45
8.2	TEST DE MANN-WHITNEY	46
8.3	ANÁLISIS DE EVALUACIÓN 180	46
8.3.1	ANÁLISIS DESCRIPTIVOS	47
8.3.2	ANÁLISIS COMPARATIVOS	49
8.4	REALIDAD TERCER SECTOR	55
8.4.1	REALIDAD HOGAR DE CRISTO	55
8.4.2	OTRAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL	55
9	<u>CAPÍTULO IX: RECOMENDACIONES</u>	60
9.1.1	SESGO DE CONSENTIMIENTO	60
9.1.2	GRUPO DE CONTROL	61
9.1.3	PERIODICIDAD DE EVALUACIÓN	61
9.1.4	VARIABLES DE DESEMPEÑO	62
9.1.5	ELECCIÓN TRANSVERSAL DE ESTUDIANTES	62
9.1.6	POTENCIAL OPORTUNIDAD	62
10	<u>CAPÍTULO X: CONCLUSIONES</u>	63
	<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	65
11	<u>ANEXOS</u>	67
11.1	ANEXO A: PRODUCTOS OFRECIDOS POR EL CIO SEGÚN TEMAS Y TIPO DE PRODUCTO.	67
11.2	ANEXO B: CLIENTES DEL CIO	69
11.3	ANEXO C: PAUTA DE PREGUNTAS ENTREVISTAS GENERALES	70
11.4	ANEXO D: PAUTA DE PREGUNTAS ENTREVISTA HOGAR DE CRISTO	71
11.5	ANEXO E: RESULTADOS DE PRUEBA MANN-WHITNEY-WILCOXON SOBRE PREGUNTAS INDIVIDUALES EN ESCALA LIKERT SOBRE TIPO DE EVALUADOR, P-VALOR <0.05 EN NEGRITA (COLABORADOR Y SUPERIOR)	72
11.6	ANEXO F: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 1 SEGÚN EVALUACIÓN DE COLABORADORES, GENERACIÓN 2018	73
11.7	ANEXO G: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 1 SEGÚN EVALUACIÓN DE COLABORADORES, GENERACIÓN 2019	75
11.8	ANEXO H: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 1 SEGÚN EVALUACIÓN DE SUPERIORES, GENERACIÓN 2018	77
11.9	ANEXO I: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 1 SEGÚN EVALUACIÓN DE SUPERIORES, GENERACIÓN 2019	79
11.10	ANEXO J: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 1 SEGÚN AUTOEVALUACIONES, GENERACIÓN 2018	81

11.11 ANEXO K: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 1 SEGÚN AUTOEVALUACIONES, GENERACIÓN 2019	83
11.12 ANEXO L: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 2 SEGÚN EVALUACIÓN DE COLABORADORES, GENERACIÓN 2018	85
11.13 ANEXO M: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 2 SEGÚN EVALUACIÓN DE COLABORADORES, GENERACIÓN 2019	87
11.14 ANEXO N: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 2 SEGÚN EVALUACIÓN DE SUPERIORES, GENERACIÓN 2018	89
11.15 ANEXO O: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 2 SEGÚN EVALUACIÓN DE SUPERIORES, GENERACIÓN 2019	91
11.16 ANEXO P: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 2 SEGÚN AUTOEVALUACIÓN, GENERACIÓN 2018	93
11.17 ANEXO Q: HISTOGRAMAS DEL INDICADOR 2 SEGÚN AUTOEVALUACIÓN, GENERACIÓN 2019	95
11.18 ANEXO R: GRÁFICOS DE DIFERENCIA DE PORCENTAJE DE EVALUADOS SEGÚN PUNTAJES DE CORTE ACORDE A PERCEPCIÓN DE COLABORADORES (INDICADOR 1)	97
11.19 ANEXO S: GRÁFICOS DE DIFERENCIA DE PORCENTAJE DE EVALUADOS SEGÚN PUNTAJES DE CORTE ACORDE A PERCEPCIÓN DE COLABORADORES (INDICADOR 1)	99
11.20 ANEXO T: GRÁFICOS DE DIFERENCIA DE PORCENTAJE DE EVALUADOS SEGÚN PUNTAJES DE CORTE ACORDE A PERCEPCIÓN DE COLABORADORES (INDICADOR 2)	101
11.21 ANEXO U: GRÁFICOS DE DIFERENCIA DE PORCENTAJE DE EVALUADOS SEGÚN PUNTAJES DE CORTE ACORDE A PERCEPCIÓN DE COLABORADORES (INDICADOR 2)	103