

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

IDENTIDAD LABORAL Y CULTURA ORGANIZACIONAL

(Estudio realizado con colaboradores de un restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango)

TESIS DE GRADO

JULIA MARÍA DE LEÓN SUASNÁVAR
CARNET 15429-09

QUETZALTENANGO, MAYO DE 2018
CAMPUS DE QUETZALTENANGO

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

IDENTIDAD LABORAL Y CULTURA ORGANIZACIONAL

(Estudio realizado con colaboradores de un restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango)

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR

JULIA MARÍA DE LEÓN SUASNÁVAR

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

QUETZALTENANGO, MAYO DE 2018
CAMPUS DE QUETZALTENANGO

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN
MGTR. ARMANDO DAVID HERNÁNDEZ GAMBONI

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN
LIC. CARLOS DIONISIO OVALLE GRAMAJO

AUTORIDADES DEL CAMPUS DE QUETZALTENANGO

DIRECTOR DE CAMPUS:	P. MYNOR RODOLFO PINTO SOLIS, S.J.
SUBDIRECTORA ACADÉMICA:	MGTR. NIVIA DEL ROSARIO CALDERÓN
SUBDIRECTORA DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA:	MGTR. MAGALY MARIA SAENZ GUTIERREZ
SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO:	MGTR. ALBERTO AXT RODRÍGUEZ
SUBDIRECTOR DE GESTIÓN GENERAL:	MGTR. CÉSAR RICARDO BARRERA LÓPEZ

Quetzaltenango, 30 de noviembre de 2016

Licenciado Gustavo Franco,
Coordinador del área de Psicología,
Universidad Rafael Landívar Campus de Quetzaltenango.

Respetable licenciado Franco:

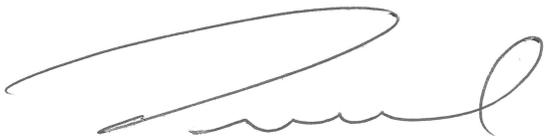
Reciba un cordial saludo deseando que todas sus actividades se desarrollen de la mejor forma posible.

El motivo de mi comunicación es para comentarle que la estudiante JULILA MARIA DE LEON SUASNAVAR de la carrera de Licenciatura en Psicología Industrial y quien se identifica con carné número 1542909 ha culminado satisfactoriamente el trabajo de tesis titulado: IDENTIDAD LABORAL Y CULTURA ORGANIZACIONAL.

Considero que la tesis en mención cumple con los requisitos académicos de calidad y precisión por lo que extiendo la presente carta para que la estudiante continúe con los trámites respectivos previos a su graduación.

Desde ya agradezco su atención.

Atentamente:



Armando David Hernández Gamboni
Asesor
Cat. 17520



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 052689-2018

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante JULIA MARÍA DE LEÓN SUASNÁVAR, Carnet 15429-09 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL, del Campus de Quetzaltenango, que consta en el Acta No. 051831-2018 de fecha 16 de mayo de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

IDENTIDAD LABORAL Y CULTURA ORGANIZACIONAL

(Estudio realizado con colaboradores de un restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango)

Previo a conferirsele el título de PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 21 días del mes de mayo del año 2018.

**LIC. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala
Facultad de Humanidades
Secretaría de Facultad

Índice

	Pág.
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Identidad laboral.....	9
1.1.1 Definición.....	9
1.1.2 Construcción de competencias.....	10
1.1.3 Relación entre identidad, trabajo, género.....	11
1.1.4 Modernización y construcción de identidades.....	12
1.1.5 La ética en la identidad.....	12
1.1.6 Comportamiento organizacional.....	13
1.1.7 Factores de la identidad laboral.....	15
1.2 Cultura organizacional.....	17
1.2.1 Definición.....	17
1.2.2 Administración de cultura organizacional y control de la calidad.....	17
1.2.3 Cultura organizacional: dos caras del mismo servicio.....	19
1.2.4 Significación de la cultura concepto base para el aprendizaje organizacional..	20
1.2.5 Cultura de una organización.....	22
1.2.6 Características de una cultura organizacional.....	24
1.2.7 Dimensiones de una cultura en comparación con otra cultura.....	25
1.3 Contextualización de la unidad de análisis.....	26
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	28
2.1 Objetivos.....	28
2.1.1 Objetivo general.....	28
2.1.2 Objetivos Específicos.....	29
2.2 Variables de estudio.....	29
2.2.1 Conceptualización de variables.....	29
2.2.2 Operacionalización de las variables de estudio.....	30
2.3 Alcances y límites.....	30
2.4 Aporte.....	30

III.	MÉTODO.....	32
3.1	Sujetos.....	32
3.2	Instrumento.....	32
3.3	Procedimiento.....	32
3.4	Tipo de investigación, diseño y método estadístico.....	33
IV.	PRESENTACION DE RESULTADOS.....	36
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	38
VI.	CONCLUSIONES.....	42
VII.	RECOMENDACIONES.....	43
VIII.	REFERENCIAS.....	44
IX	ANEXOS.....	46

Resumen

Actualmente el éxito del colaborador en el ámbito laboral no se da solamente por el desempeño que realiza, sino también por la capacidad de identificarse con los objetivos establecidos por la organización, la persona que realiza una labor dentro de una entidad adquiere compromiso en una empresa, y se fundamenta en aspectos que intervienen en su identificación con su puesto de trabajo. Dando como resultado un nivel de involucramiento, de hacer propio el trabajo en el medio que le rodea, se le denomina cultura organizacional.

La presente investigación se realizó con los colaboradores de un restaurante de comida rápida ubicado en el departamento de Huehuetenango, con el objetivo de determinar la relación de identidad laboral y cultura organizacional.

El diseño de investigación es de tipo descriptivo correlacional, se buscó identificar la importancia de una cultura organizacional sólida para lograr crear una identidad laboral en el restaurante de comida rápida, como también determinar las ventajas que un colaborador tiene al poseer identidad dentro de la misma, el estudio se llevó a cabo por medio de una escala de Likert, que midió el nivel de identidad laboral y una escala de cultura organizacional, para poder realizar la comprobación de la investigación se utilizó la metodología estadística de Pearson también la de Significación y fiabilidad en el cual se determinó que el restaurante de comida rápida cuenta con una correlación positiva baja entre identidad laboral y cultura organizacional.

Se estableció que en el restaurante de comida rápida existe una correlación positiva baja débil ya que los colaboradores no conocen plenamente la cultura organizacional por lo que no pueden sentirse identificados en un alto porcentaje con su institución lo cual influye de manera negativa en la identidad del colaborador y que estos se sientan menos comprometidos con su trabajo.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones se enfocan en obtener resultados satisfactorios por parte de sus colaboradores, con el fin de alcanzar metas propuestas y el propósito de un aumento en la productividad de los mismos. Esto lo logran a través de plantearse objetivos claros, que ayudaran a que los colaboradores se encuentren comprometidos e identificados en la realización de tareas asignadas.

El compromiso y responsabilidad que un colaborador adquiere con la organización que labora, posee bases en varios aspectos los cuales intervienen en la identificación de un empleado con su puesto de trabajo, al igual como con las personas que lo rodean, es decir compañeros, colegas, clientes. Es importante tomar en cuenta la misión, visión y valores de la organización y cómo los colaboradores se involucran con la planeación estratégica.

La identidad laboral es importante ya que se ha demostrado que moldea la forma en los colaboradores procesan la información y genera un nivel de compromiso con la satisfacción y con la efectividad de la organización.

La conciencia empresarial es mucho más que un diseño, más bien es una combinación de apego, compromiso, satisfacción, orgullo y motivación de los colaboradores, lo cual lleva a establecer una formación adecuada en ellos denominándolo como una cultura organizacional sólida por lo que ante esta investigación se realizó con los colaboradores de un restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango con el fin de conocer la relación que tiene la identidad laboral con la cultura organizacional. Por tanto a continuación se mencionan algunos estudios realizados con el tema de esta investigación y hace referencia en la importancia de la personalidad organizacional que un colaborador debe llegar a generar para ser productivo dentro de sus labores.

Covarrubias (2014) en el artículo de imagen social e identidad profesional de la psicología desde la perspectiva de sus estudiantes en la revista Iberoamericana de educación superior del mes de mayo refiere en que la profesión propone por un lado, el dominio de un cuerpo teórico

disciplinario, y por otro, la adquisición de habilidades tecnoprofesionales relacionadas directamente a una práctica en los ámbitos de su competencia, en el contexto de una sociedad determinada indica que ambos son indispensables para conseguir una autoridad competente.

Sin embargo también hay que considerar que las profesiones no solo se valoran bajo la lógica de sus condiciones educativas y ocupacionales, pues no se agotan en los simples requerimientos explícitos del mercado de trabajo, sino también se relacionan con las necesidades sociales que atienden en un sentido más amplio con las múltiples valoraciones de una sociedad determinada.

El significado que se le atribuye a una profesión se basa en su legitimidad, validez y función determinada por las características de la sociedad en la que se nace, y se desarrolla los procesos y espacios de institucionalización; así mismo como por sus formas de representación social, que le otorgan un tipo o un grado de reconocimiento y legitimidad, por el cual adquieren un status colectivo.

Amaya (2014) en su video Identidad laboral menciona que la identidad o la autoimagen se forman con el paso de los años al igual que la afinidad dentro del trabajo, ya que tener una visión de sí mismo orienta y da significado a lo que se hace y así brinda empuje a las personas hacia delante. De la misma manera la identificación ayuda a saber quién es y qué quiere ser en el futuro. La identidad supone la similitud colectiva donde entra la personalidad gremial.

También menciona que el trabajo es parte de la filiación, todo lo que se hace condiciona a las personas, desde el punto de vista de la sociología del trabajo.

La identidad laboral es igual a la idea del “yo” y cuál es el espacio que una persona cree que ocupa en el ámbito laboral. La forma en que el colaborador se desenvuelve dentro de la empresa depende de su capacidad en que coordina y desarrolla su posición por medio de su afinidad al trabajo. Por lo que hay que preguntarse si se está conforme con la personalidad profesional para determinar si se va por buen camino para el éxito empresarial.

Andrade (2014) en el artículo identidad profesional y el mundo del trabajo contemporáneo de la revista Athenea del mes de agosto menciona cómo se configura la personalidad organizacional, entendiéndola como sinónimo de afinidad laboral, a la luz de las características del mundo del trabajo contemporáneo que exige a los sujetos que quieren insertarse y mantenerse en los distintos mercados de empleos, ciertas formas de relacionarse, las cuales incluyen la interiorización de distintos asociados como la autonomía, la independencia, la competencia entre otros aspectos, que llevan al individuo a hacerse responsable sobre su propia vida, y por lo tanto su empleabilidad.

Por medio de esta referencia puede observarse la asociación de ideas como técnica de análisis, estos y otros aspectos muestran como son producidos hoy en día los sujetos laborales, que poseen ética de trabajo híbrida, que les permite moverse en las exigencias del mundo del trabajo hoy en día, además de ser reconocidos como colaboradores exitosos.

Lucas (2014) en su video Camaleones laborales. Claves de la identidad laboral, indica que esta es algo que diferencia a las personas, es decir muchas veces donde se trabaja no se le da ningún significado o no hace que los colaboradores se sientan identificados con la organización. Por lo que para encontrar una identidad organizacional primero se debe preguntar ¿quién es?, ¿qué le gusta hacer?, ¿cuál es la pasión que se tiene? y ¿qué es lo que brinda paz interior?, muchas veces se busca trabajar en algo lo cual no es verdaderamente de interés del colaborador y solamente se realiza porque proporciona un factor económico que es indispensable para la satisfacción de necesidades, pero no es un apasionante para él colaborador, lo que genera insatisfacción laboral en cuanto a la acción que realiza dentro de la organización y difunde miedo de que no haya mucho campo en la carrera que verdaderamente apasiona a la persona, pero hoy en día se tiene que considerar que hay muchas formas para desarrollarse profesionalmente, hay muchos medios por los cuales se puede ser exitoso entonces no hay que dejar de seguir los sueños y dejar de trabajar en lo que verdaderamente se apasiona para poder llegar a ser exitoso, pero sobre todo se tiene que construir una imagen personal para poder tener una identidad laboral, en la cual se incluyen los valores, misión y estrategias, por lo que es importante construir de primero una personalidad.

Una de las misiones de la vida es que se quiere hacer un cambio para ver un mundo mejor, las estrategias son los factores de cómo se puede realizar para hacer posible la misión, esto se puede lograr cuando se tiene pasión y sentido en el trabajo, los valores siempre deben estar presentes en el trabajo aunque se cruce ante situaciones difíciles. Por lo que primero es importante establecer un objetivo laboral, segundo se debe analizar con claridad y definición todas las alternativas laborales que se tienen, tercero se debe actuar y realizar una búsqueda de estrategias que sean motivantes para las personas.

Vega (2012) en su ensayo Identidad Profesional menciona que la identidad laboral se manifiesta en términos de roles u ocupaciones, la persona elige un área y de ser realidad se escoge una especialidad que le llama la atención y le atrae y así realizar sus estudios en esa rama para desarrollar y desenvolverse dentro del rol que lo identifica y lo hace sentir equivalente.

En realidad no se tiene una identificación con la carrera que se desarrolla sino más bien con las funciones que se realizan dentro de la misma y que son significativas para la persona.

La identidad laboral es un proceso colectivo, es decir, que se conforma con identificaciones de diferentes personas que se han conocido a lo largo de la vida las cuales desempeñan un rol. Es un desarrollo donde se priorizan y valoran algunas actividades más que otras ya que el sujeto se identifica más con unas que con otras. Y es así como el individuo forma su personalidad laboral, ya que es el medio donde esa persona se va a desempeñar de mejor manera, va a crecer y es en donde se sentirá más útil e íntegro.

La identidad gremial se encuentra entre el “yo” y el mundo con la posibilidad de participar creativamente desde la perspectiva laboral. La personalidad organizacional es el objetivo logrado después de haber pasado por varios obstáculos durante la vida, de haber elegido entre la tentación de renunciar a sus sueños o seguir la lucha para poder obtener recompensas profesionales. Hay que considerar de igual forma el proceso para lograr la afinidad empresarial ya que no solo es de avances sino que también se puede encontrar con retrocesos,

momentos en que se va a perder la esperanza lo que provoca desilusiones, dudas, y que se van a hacer presentes durante el proceso de la relación profesional.

García (2008) el artículo Trabajo e identidad personal en la revista ciudad redonda del mes de abril establece que la identidad personal es el poder de auto-reconocimiento y el dominio de verse diferente a los demás, también menciona que la personalidad laboral tiene dos funciones: primero la psicológica que es en donde a pesar de los cambios a los que una persona se enfrenta a lo largo de la vida puede seguir sintiéndose la misma persona; y la segunda es la, yoica, la cual es la encargada de organizar la conducta, y lo más importante es que él, yo, da apoyo para actuar en el sentimiento de la personalidad y así la afinidad se hace más fuerte con cada cosa que él, yo, realice.

La identidad es algo que comienza a formarse en la infancia y no algo que se tiene al nacer, sino que se crea, es decir, no se nace con un “yo” sino que se adquiere en la medida en que se tiene contacto con el mundo. ¿Quién soy? si podemos responder a esa pregunta quiere decir que se tiene clara la equivalencia, pero sobre todo si se puede argumentar a la pregunta ¿qué soy? quiere decir que se tiene una analogía laboral, ya que con esa pregunta siempre se responde cuál es la profesión o actividad laboral. Entonces, con esto se puede decir que la identidad laboral es el resultado de la afinidad que se incorpora en la adolescencia y la juventud.

El trabajo permite identificar con quienes se es, aunque algunas veces esa misma identificación podría conducir hacia la auto-destrucción ya que puede provocar ansiedad, baja autoestima y depresión, es decir el valor que el colaborador tiene de sí mismo depende del éxito profesional. Al identificar la personalidad laboral se pueden ver algunos aspectos positivos como el sentir valor personal lo que producirá felicidad. Pero también puede haber aspectos negativos como una crisis de identificación laboral lo que puede llevar a la depresión, y el sentirse inútil conducir a una reducción de autoestima.

Díaz (2013) por medio del artículo ¿Qué es la cultura organizacional de una empresa? que aparece en la revista Administración del mes de abril en Colombia establece que la cultura es

la reunión de conceptos de hábitos, normas, creencias, valores y experiencias que se encargan de darle las características determinadas a un grupo. Sin embargo, el mundo organizacional es la unión de normas, hábitos y valores que le da forma a la institución conformada por las personas que trabajan dentro de la misma y que son capaces de controlar la interacción en el entorno y entre ellos mismos.

Quiere decir que el comportamiento de la empresa dependerá en la medida en que se apliquen algunas normas u otras por los que la integran. El mundo empresarial tiene parámetros establecidos que se deben seguir, ya que es un sistema que hace que todas las personas dentro de la organización respeten determinadas conductas y procedimientos para las situaciones que surjan y es obligatorio cumplir estos estatutos ya que están establecidos en los manuales de gestión y organización.

La educación organizacional es importante para poder detectar problemas y así darle una solución lo más pronto posible, así como también permite mejorar al personal nuevo. La clasificación del mundo organizacional se puede dar en dos modelos, como débil que es la que se debe mejorar en sus puntos frágiles ya que es en donde más falla, o la fuerte que es considerada como el punto ideal de una organización.

Chartuni (2013) por medio del artículo una buena cultura se nota disponible en la revista Expansión en alianza con CNN del mes de junio refiere que la cultura es la suma de todas las personas que han pasado por la compañía, porque cada persona es única ya que este mundo es perceptible y se marca de manera inmediata, por lo que se describe como unidad organizacional la conformación de situaciones que se viven y perciben. Llamándoles dinámicas y conductas únicas e irrepetibles que se forman con el día a día.

Al habla de cultura organizacional se refiere a los valores que tiene cada una de las compañías, los principios que ejecutan sus colaboradores y que estos mismos forman su comportamiento diario convirtiéndose en hábitos y por lo tanto en conductas esperadas de los perfiles contratados.

Se debe tomar en cuenta que el área de recursos humanos es una parte estratégica dentro de una empresa ya que cada uno de los colaboradores se ha seleccionado cuidadosamente basándose en pruebas que evalúan sus afinidades con los valores, políticas, prácticas y programas de la organización. Y así lograr una combinación perfecta ya que el reclutamiento y selección se vinculan directamente con la producción hoy en día y de esta manera generar una rentabilidad de ganar-ganar entre compañía y colaborador.

Hernández (2013) en el artículo cultura organizacional. Evolución en la medición publicado en la revista Elsevier del mes de septiembre en España señala que es un elemento importante para impulsar la competitividad y productividad de la organización, ya que reconoce la capacidades intelectuales, el trabajo, compartir ideas entre los grupos y al permitir el intercambio de ideas, facilita la realización de tareas y actividades de la empresa, creándose un clima de compañerismo y al mismo tiempo de entrega favorable a su nivel de producción.

Por lo que se requiere tener claridad sobre este conjunto de significados compartidos, creencias y entendimientos en poder de la colectividad que se conoce como cultura organizacional. Ya que este constructo permitirá comprender las manifestaciones culturales por lo de igual forma dará paso a que las autoridades o altos mandos a poder tomar decisiones correctas y efectivas en pro del bienestar a largo plazo de la organización por lo que se necesita mantener a la vista las metodologías implementadas en la historia para caracterizar la cultura organizacional.

Franco (2010) en el artículo La cultura organizacional es la clave para el éxito de una empresa de la revista tendencias estratégicas del mes de octubre menciona a la formación empresarial como algo que influye en la moral, productividad y satisfacciones de los colaboradores dentro de la empresa. En la encuesta work watch de ranstad que se realizó, confirma que la cultura organizacional es la base del éxito de todas las empresas, y es una estrategia muy eficaz para optimizar y poder hacer que los mejores empleados se queden en ella y así también fortalecer su compromiso con la misma, la moral y productividad durante cada crisis, es lo que para muchos colaboradores dentro de la organización hace que se sientan cada vez menos comprometidos con sus labores.

Los resultados expresaron que el 66% de los empleados considera la cultura organizacional es muy importante para el éxito de las empresas, el 35% cree que tiene un gran impacto sobre la moral de los empleados, el 22% creen que lo tiene en su productividad y el 23% en su satisfacción laboral.

Los trabajadores perciben que la cultura organizacional está siendo afectada ya que los encargados la descuidan, y el descuido del mundo organizacional puede traer como consecuencia la desmotivación de sus colaboradores, en el momento en que las compañías quieran cambiar su cultura deben enfocarse en construir la moral de los colaboradores por medio de programas de incentivos y de capacitación. Hay que considerar algo muy importante a medida que las empresas se recuperan de crisis tienen que buscar nuevas formas de mejorar su productividad y los desempeños generales y esto se puede lograr a partir de mejorar la cultura organizacional.

Borja (2008) en el artículo la influencia de la cultura organizacional de la revista negocio del mes de abril establece que cualquier empresa en una entidad viva lucha cada día por garantizar su supervivencia. Para lograrlo incluso desde antes de su nacimiento esta desarrolla una personalidad propia, la cual refleja la manera de pensar de ser y hacer las cosas por parte de las personas que la crearon y que la lideran, refiere que las creencias que se comparten por la cúpula directiva sobre la mejor forma de gestionar el negocio poco a poco van a determinar los comportamientos, valores y actitudes deseables, es decir, los que la compañía espera que adopten los colaboradores. En conjunto de lo que se hace mención poco a poco se da fortaleza a la unidad organizacional, cuya influencia provoca en la gran mayoría de sus miembros actuar de la forma que se considera normal por la propia empresa.

Los modelos mentales son fruto de la inercia y la inconciencia que suelen acompañar al proceso de adaptación por lo que es recomendable reflexionar periódicamente sobre la satisfacción de los colaboradores ya que el rendimiento depende de la obtención de los resultados que se esperan, al vivir en un mundo de cambio los modelos mentales son puestos por la cúpula directiva y si no se toma en cuenta entonces no pueden ser los más favorables para lograr un mejor funcionamiento hoy en día.

García (2007) por medio de Mantenimiento productivo total en su documento de cátedra Cultura Organizacional describe la cultura organizacional como un grupo de valores, tradiciones, políticas, supuestos, actitudes y creencias esenciales que se manifiestan en los símbolos, los mitos, el lenguaje, y los comportamientos y que constituye una referencia que marque lo que los colaboradores hacen y piensan dentro de la empresa.

La cultura es un componente activo que moviliza a los demás y es un sistema que se encuentra en la interacción con otro sistema mucho más amplio el cual forma parte de la sociedad, según Etkin y Schvarstein, dentro del mundo organizacional hay que tomar en cuenta los conocimientos y los valores. Ya que brinda a los miembros la lógica de sentido para interpretar la vida de la organización denominándola como una unidad organizacional ya que es lo que permite que exista una diferencia con las demás empresas.

Este mundo es un proceso el cual tiene fases sucesivas de una situación compartida por los miembros de la empresa, brindándole sentido, la cultura organizacional tiene diferentes categorías, las fuertes o débiles que son según el grado de auto-determinación por parte de las unidades componentes de las organizaciones tendientes al cierre o a la apertura que se basan según la permeabilidad del sistema a los cambios del entorno. Las autónomas o reflejas que van en virtud de que si las pautas son individuales o imitan un modelo externo.

1.1 Identidad laboral

1.1.1 Definición

Alonso (2007) indica que la identidad es un remitente a una dirección simbólica en la que también existe una dimensión fática y material inseparable desde los inicios y desarrollo de la movilización, ya que toda acción necesita y produce una imagen de acción en un proceso reflexivo, que busca el reconocimiento como primer resultado de la acción colectiva.

Por lo que la identidad es una forma de visión del mundo construida desde una realidad grupal, materialidad social que produce y es producto de prácticas, de combinación, enmarcación y unificación de experiencias individuales hasta convertirlas en experiencias

colectivas las cuales representan formas de expresar y comprender simbólicamente la realidad desde una posición social.

Identidad laboral es la imagen que una persona genera de sí misma y el lugar que ocupa dentro del mundo empresarial y dentro del grupo de trabajo.

1.1.2 Construcción de competencias

Sladogna (2009) establece que es necesario pensar la empresa como un espacio que demanda y genera saberes productivos de diverso tipo, este carácter de necesidad adquiere el tema de la gestión del saber para la organización, reviste en muchos casos, en un intento de superarlo eficazmente, una visión excesivamente simple del mismo, menciona que la formación en y para la empresa son temas complejos en sí mismos e íntimamente relacionados. Esta relación que existe, o que debiera existir entre uno y otro, no está exenta de ambivalencia y conflicto. Su complejidad no borra dos lógicas que si bien se articulan, no pierden identidad.

La empresa como espacio de gestión del saber, involucra y define algunas dimensiones entre las que se mencionan:

- **Personales.** Vinculadas a la significación que la formación adquiere para los sujetos; es decir las razones, los motivos que tienen o deberían tener los trabajadores y trabajadoras para iniciar o continuar procesos de formación continua. A veces el presupuesto da la importancia de la formación en la vida de los sujetos, hace olvidar el necesario acompañamiento, sostiene y guía que requiere. La dimensión personal, no se encuentra aislada del contexto social en el cual se desarrolla.
- **Formativas.** Definición de temas, contenidos, metodologías de aprendizaje y enseñanza, para la población entre modalidades de formación para el trabajo y en el trabajo, el diseño curricular, la planificación, las estrategias de enseñanza aprendizaje adquieren, por acción u por omisión un carácter definitorio mucho mayor del que en general se considera en las posibilidades de constitución de procesos de aprendizaje continuo.

- Gestiónales. Vinculadas a la definición de objetivos de formación de la empresa y su relación con la gestión de recursos humanos y materiales que poseen relación, esta dimensión busca.

1.1.3 Relación entre identidad, trabajo, género

De la Garza (2010) establece que las relaciones entre identidad, empleo y género en la sociología del trabajo se derivan por la afinidad de las y los actores laborales ya que se asocian con el problema de la centralidad del empleo como referente capaz de proporcionar sentidos subjetivos de manera estable y duradera, existe un relativo consenso en rechazar las concepciones esencialistas de la identidad como dato estable de los sujetos y en pensarla como sentido de sí mismo por la construcción reflexiva y narrativamente que orienta y hace significativas las acciones de cada individuo.

La construcción de identidad relaciona a cada agente con distintos ámbitos de interacción consigo mismo, es un proceso histórico y situado, cambiante y contradictorio, de auto-reconocimiento y legitimización institucional, de apropiación y resignificación de representaciones de los valores y normas sociales, en ámbitos y contextos de interacción específicos. La afinidad laboral o profesional supone una producción discursiva, una reflexión individual o colectiva sobre el sentido de la actividad Organizacional.

La centralidad del trabajo en la construcción de una identidad y de una cierta seguridad ontológica no ha desaparecido, refiere a que se hace evidente negativamente a través de los efectos subjetivos del desempleo y el trabajo precario, el surgimiento de nuevos entornos laborales que conservan algunas continuidades con las representaciones tradicionales, destaca la permanencia de la centralidad de la ocupación como referente de afinidad personal pero también el debilitamiento del empleo como espacio de construcción de vínculos sociales y de proyectos colectivos en un contexto de radicalización del proceso de individualización.

Este último puede interpretarse desde una perspectiva descriptiva pero también normativa como exigencia a gestionar y construir reflexivamente su identidad en medio de una distribución inequitativa de los recursos materiales y simbólicos que requiere dicha

individualización. Las articulaciones entre trabajo e identidad expresan procesos heterogéneos y crecientes desigualdades.

1.1.4 Modernización y construcción de identidades

Arteaga (2013) indica que la identidad laboral se entiende como la autopercepción de los sujetos como trabajadores en su trayectoria profesional, y por tanto al significado subjetivo que le otorgan a su trabajo, se puede indicar que el nivel en el marco se extiende a elementos relevantes en la conformación de la identidad organizacional como procesos de trabajo que incluye el aprendizaje, transmisión de saberes y habilidades. Espacios laborales, que se vinculan tanto a la localización como a la distribución de funciones, por las cuales las relaciones de poder verticales y horizontales en las que participan todos los colaboradores.

La nueva faceta de construcción de identidad en los participantes se sustenta principalmente en las nuevas experiencias que los sujetos viven en el trabajo y el significado que para ellos representa, los cuales son diferentes, en cierta medida a lo que implica según el cargo que se desarrolle ya sea de tipo familiar o de tipo tradicional de la localidad, por lo que se verá que existen influencias entre una y otra experiencia.

A partir de esto es evidente que cada uno de los trabajos están ligados a un proceso de ideas y valores como la subsistencia, el prestigio social, reproducción material, social y cultural de una unidad. Por lo que se menciona que también en el tipo de jerarquía es un factor importante en la construcción de identidad laboral ya que cada uno de los colaboradores debe desenvolverse en distintos escenarios de ocupación ya sean específicos o temporales.

1.1.5 La ética en la identidad

Appiah (2007) refiere ¿Cómo encaja la identidad en nuestros proyectos morales más amplios?, la identidad proporciona, entre otras cosas, una fuente más de valor una que ayuda a encontrar un camino entre opciones presentadas, adoptar una identidad y hacerla parte, es verla como un factor que estructura un camino en la vida, es decir la identidad de un colaborador tiene patrones incorporados los cuales ayudan a pensar en la vida propia y uno de ellos es la carrera laboral, que genera igualdad de condiciones, la solidaridad con aquellos que

comparten una afinidad puede pensarse como un factor bueno y es así que la solidaridad comporta un valor universal sin embargo funciona de manera diferente para las personas, ya que las personas poseen personalidad diferente, o puede pensarse como una cosa buena porque se disfruta en igualdad de condiciones, ya que es bueno que la gente tenga y haga lo que disfrutan hacer.

No obstante muchos valores son parte intrínseca de una identidad, entre otros valores que una persona tenga esa identidad debe tomar en cuenta, que no todas las personas poseen la misma ya que existe diversidad de identidades, pero la manera en que se dé el éxito de proyectos se puede derivar de una afinidad social. Ya que los seres humanos son altamente sociales “familiarizados con la idea de cooperar unos con otros y proponerse como meta de sus acciones un interés colectivo, y no meramente individual, mientras cooperen sus fines se identificaran con los fines de los demás; habrá un sentimiento al menos temporario, de que los intereses de los demás son sus propios intereses”.

1.1.6 Comportamiento organizacional

Alles (2008) establece que el estudio del comportamiento organizacional, se relaciona con las necesidades de las organizaciones por un lado y la de los individuos por otro, establece que para muchos son necesidades incompatibles, refiere sin embargo que los especialistas en recursos humanos y en temas de management en general se sabe que no es así. No es sencillo, pero la satisfacción de ambos grupos de necesidades es posible y cuando esto se logra es ampliamente satisfactorio para ambas partes. Es importante no perder de vista que las organizaciones tienen necesidades respecto a las personas que las integran; desde esa perspectiva es interesante, además analizar las necesidades de las personas, las organizaciones, cualquiera que sea su propósito específico poseen una misión y visión y planes estratégicos que se proponen para cumplir. Además están basadas en una serie de valores. Para cumplir con los cuatro aspectos mencionados necesitan personas que se involucren y comprometan con los mismos ya sean directivos o empleados de cualquier nivel jerárquico. Todos ellos deberán estar relacionados con la misión visión y estrategias de la organización.

Para que el conjunto de necesidades de la empresa como las de los participantes funcionen armoniosamente y se logre una conjugación de intereses positiva, deben darse una serie de correlaciones o correspondencias entre ciertos factores con los cuales se podrán sentir identificados, y se pueden mencionar:

- Valores. Relación entre los valores de organización y los de las personas que conforman la empresa.
- Capacidades. Relación entre las capacidades de la persona con las que la organización necesita, tanto en conocimientos como en competencias según los puestos de la misma.
- Correlación de proyectos. Entre los planes estratégicos de la organización y los objetivos personales de los individuos pertenecen a la misma.

Si esta correspondencia primaria no se verifica en cada uno de los tres puntos señalados, es posible que el funcionamiento organizacional no sea para ambas partes de todo provecho que tendría que ser, las entidades laborales deberían poner en práctica procedimientos para detectar la correspondencia o no de los factores básicos, no para tomar medias con aquellas personas que no coincidan con las necesidades de la organización, sino muy por el contrario, para encontrar caminos que lleven a la solución del problema.

Por otra parte, y desde la perspectiva del individuo será muy bueno para él identificar si sus objetivos personales y valores se complementan con los de la organización a la que pertenece, ya que de no ser así deberá saber que no es la mejor organización para establecerse y hacer carrera. En el momento que la correspondencia se verifica, genera una situación que es buena para ambas partes, estudiar analizar conocer si esta correspondencia existe o no también es importante en cualquiera de las posiciones que se desee evaluar la situación desde la perspectiva de la organización y desde la individual, de cada persona en particular que integre la organización.

Desde la perspectiva de las personas el primer análisis a realizar es si existe correspondencia o no entre los valores y objetivos personales y los de la organización, si esta relación es positiva, y existiera una brecha para cubrir en materia de capacidades si bien estas pueden ser difíciles de adquirir o desarrollar siempre será más fácil encarar vías de mejora para lograr

correspondencia que se desea, así generar posibles caminos a seguir como pedir ayuda a la organización u ofrecer ayuda al individuo para la modificación de valores y objetivos personales para poder sentirse y ser parte de la organización.

1.1.7 Factores de la identidad laboral

Alcober (2015) constituye que uno de los factores que se implican en la identidad laboral es el análisis de las relaciones interpersonales, es decir, en los procesos psicosociales y sus consecuencias por lo que todo espacio en el trabajo suele contener y transmitir algún tipo de información de las características de su ocupante, especialmente si se relaciona con la propia identidad y con el status. La primera se refiere a visión que cada una tiene a cerca de su carácter único, sus características personales y valores, que trata de expresar por medio de una diferenciación de su lugar de trabajo.

El status por su parte alude a la influencia relativa que posee una persona en función de la posición que ocupa en la jerarquía de autoridad en la organización, las expresiones de la propia identidad son el medio por el cual personas pueden diferenciarse o expresarse a sí mismas en su entorno laboral a través de la personalización de su espacio de trabajo, del establecimiento de territorios y la participación directa en su diseño. La personalización se refiere a la disposición de objetos personales en el espacio inmediato de labores, tales como: cuadros, fotografías, plantas, adornos o cualquier otro objeto no directamente relacionado con la tarea; también se incluyen en esta categoría decisiones como cambiar el color de la pintura de las paredes, la distribución del mobiliario o substituir el tipo de suelo, cuando tales decisiones pueden intervenir los empleados.

Mientras que los efectos de personalización del lugar de trabajo sobre el rendimiento no han sido estudiados, si se ha comprobado que están muy relacionados con la satisfacción, ya que las personas en el momento que proceden a personalizarlo tienden a considerar el espacio como un lugar propio y de individualización con el que se identifican y en el que se sienten a gusto.

En cuanto a la demarcación de territorios, los lugares de trabajo pueden convertirse en tales en el momento que permiten a las personas establecer zonas de control, de influencia y de regulación de las interacciones sociales.

Aunque no se conoce con exactitud el efecto de esta territorialidad sobre el rendimiento y ni siquiera sobre la satisfacción, si se puede constatar la disminución en los últimos años de oportunidades para los empleados de utilizar un territorio propio, debido a la creciente implantación de cierto tipo de oficinas abiertas donde cada trabajador cuenta con un equipo completamente portátil que traslada cada día a un espacio diferente, o al diseño de lugares de tareas estandarizados donde los puestos son indistinguibles, como ocurre por ejemplo en los denominados call centers en los que las personas se ubicasen en cada jornada laboral en función de las demandas o necesidades. Por último las personas pueden expresar la visión que tienen de sí mismas a partir de la participación en el diseño de los lugares de trabajo lo que constituye la opción que más posibilidades ofrece de reflejar la auto-identidad al mismo tiempo que la menos frecuente, salvo para los altos directivos o las personas emprendedoras que inician su propio negocio. Aunque no existe suficiente investigación sobre este aspecto, parece clara su relación con el aumento de satisfacción ya que la oportunidad de decidir en qué parte del edificio ubicar el sitio de trabajo, cómo se conforma, se distribuye el propio espacio, su orientación, decoración, facilita la identificación del empleado con su lugar de tareas así como sus percepciones y sensaciones de comodidad confort y adaptación a sus características.

Por otro lado los indicadores de status en la mayor parte de organizaciones es que existe una relación más o menos visible, subrayada, entre el espacio físico o los lugares que ocupan y la jerarquía de autoridad y de poder. Así, el lugar físico en el que una persona trabaja ya se trate una oficina, una fábrica, un comercio o una universidad simboliza el status con el que cuenta la organización.

Los lugares de trabajo como indicadores de status ejercen diferentes funciones, por una parte sirven como incentivos o como compensaciones por las tareas realizadas, además de ofrecer en sí mismos oportunidades para un mejor rendimiento si a la persona que los ocupa le permite una óptima ejecución de sus tareas, y por otra, cumplen la función comunicativa,

dirigida tanto a compañeros como a clientes o usuarios, ya que informan del rango o la categoría de los empleados.

Los resultados de las investigaciones parecen indicar que, en general, las personas tienden a mostrarse más satisfechas en lugares de trabajo que cuentan con diferenciaciones físicas y ambientales que reflejan los diferentes rangos en la organización. No obstante, conviene recordar que existen organizaciones que de forma deliberada diseñan los espacios de trabajo con el fin de evitar cualquier tipo de indicadores de status, una estrategia que se amplía, por ejemplo, al fomento del uso de ropas informales en todos los niveles, lo que dificulta la identificación de señales de status, y por consiguiente la ubicación de las personas en la jerarquía de autoridad.

1.2 Cultura organizacional

1.2.1 Definición

Marín (2009) refiere que la cultura organizacional es como un esquema de referencia para patrones de información, comportamiento y actitudes que se comparten con otros en el trabajo y que determinan el grado de adaptación laboral, que a medida representa un aprendizaje continuo en el cual la entidad organizacional se enriquece con los aportes de los individuos, se perpetúa a través de ellos a la vez que las personas enriquecen sus entornos. Y se puede observar de una manera que se adapta al escenario y se cohesiona al interior en la cual los colaboradores aportan y reciben patrones no sólo de conducta sino de principios y normas corporativas compartidas.

1.2.2 Administración de cultura organizacional y control de la calidad

Lindsay (2008) indica que la cultura organizacional y calidad total es un sistema de valores de una organización por medio de su grupo de principios guía, ya que existen barreras para el cambio los son provenientes mayormente por la resistencia de los empleados, a lo cual se le denomina una formación corporativa disfuncional ya que los intereses compartidos y comportamientos se contraponen a largo plazo con la salud de los colaboradores. Por lo que es fundamental que la empresa cambie sus prácticas administrativas ocupándose principalmente

de sus valores con lo cual en la calidad total se reflejara por medio de la políticas y acciones administrativas que practica una empresa mientras más se practique la calidad total se creara una rutina organizacional, los colaboradores aprenden a creer en los principios y el resultado final son los cambios culturales. Dentro de los valores y conceptos centrales en los cuales se basa la calidad total se pueden mencionar:

- Liderazgo visionario
- Orientación hacia el cliente
- Aprendizaje organizacional y personal
- Valorar a colaboradores y socios
- Agilidad
- Enfoque hacia el futuro
- Administración para la innovación
- Responsabilidad Social
- Enfoque hacia los resultados y creación de valor
- Perspectiva de sistemas

Estos valores se encuentran inmersos en todos los criterios para la excelencia en el desempeño, ya que por medio de su integración se convertirán en una parte viva de la cultura de la organización que contribuirá en el alcance del éxito en el logro de su misión y visión y podrá contribuir en posicionarse como líder en el sector industrial y de mercados.

Los valores centrales se incorporan por medio de estrategias filosóficas de liderazgo que son primordiales en las organizaciones las cuales se enfocan en el logro de un alto nivel de satisfacción del cliente y se resume en cuatro principales puntos:

- Conocer realmente a los clientes y consumidores. Se refiere a conocer a aquellos que revenden los productos y a quienes los utilizan para luego cumplir y superar sus expectativas.
- Hacer las cosas correctas. Este enfoque requiere de datos importantes y análisis estadísticos a fondo para seleccionar las cosas correctas y manejar una mejora continua en la forma de ejecutarlas.

- Concentrarse en mejorar los sistemas. Con el fin de lograr un nivel superior de satisfacción en el consumidor y las metas financieras de liderazgo, se debe analizar y mejorar en forma continua la capacidad de los sistemas y subsistemas de negocios básicos.
- Facultar a las personas. Este principio se refiere a eliminar las barreras y ofrecer un ambiente en el cual todos en la empresa se encuentren motivados y capacitados para hacer su máxima contribución a los objetivos del negocio.

1.2.3 Cultura organizacional: dos caras del mismo servicio

Espinosa (2009) señala que un constructo de una cultura organizacional se basa en una clasificación de cuatro categorías o formas culturales dentro de las cuales se puede mencionar lenguaje, narrativa, símbolos y prácticas.

Dentro del lenguaje y sus formas se puede incluir o mencionar, la jerga de una profesión en particular, comunicación no verbal, las metáforas, proverbios, slogans, ya que la narrativa comprende historias cortas y simples a cerca de gente ordinaria, leyendas que describen eventos maravillosos y proporcionan lecciones morales, mitos que por lo regular provienen de mayormente de la imaginación más que de hechos reales, los símbolos que pueden ser vistos como indicaciones concretas de valores abstractos.

En lo referente a la práctica estas se desarrollan en tiempo extra el cual involucra un grupo de comportamientos prescritos entre las prácticas más comunes se pueden distinguir. Los ritos que son combinaciones de comportamientos repetitivos cuyo propósito es expresivo y simbólico, los tabúes comportamientos específicos que están prohibidos, los ritos realizaciones públicas que acompañan a un número de formas culturales.

Estas formas culturales sirven como diversos propósitos, como facilitar el estudio de la cultura dentro de una organización, ayuda en la realización del proceso, proveen pautas de comportamiento, además al combinarse en nuevas secuencia posibilitan el hallazgo de interpretaciones innovadoras la cuales proporcionan un punto de apoyo lo cual permite la expansión de emociones.

Por lo que se puede decir que una cultura constituye un cuerpo complejo de normas, símbolos, mitos e imágenes que penetran dentro de la intimidad de un individuo los cuales estructuran sus instintos y orientan sus emociones, esta inserción se efectúa con arreglo de procesos mentales de proyección e identificación polarizados sobre símbolos, mitos e imágenes de la cultura así como personalidades míticas o reales que emanan sus valores, los cuales forman parte importante de las normas de comportamiento ya que se rige por medio de reglas no escritas la cuales condicionan la forma en la cual los colaboradores logran el que se hagan las cosas y la forma en cómo se relacionan con los demás dentro de la organización que son quienes forman parte de ella, por lo que una entidad debe estar siempre a la vanguardia y evolucionar frecuentemente pero esto tiene un grado de dificultad muy alto ya que es muy complejo el poder cambiar la cultura que las personas tienen arraigadas por una nueva, en lo cual la administración debe estar altamente comprometida con un programa de cambio hacia sus colaboradores, ya que las épocas evolucionan y se necesita una mayor flexibilidad para responder al cambio por los que se puede mencionar algunos cambios dentro de la estructura como por ejemplo jerarquías por equipos, fronteras por conexiones, objetivos internos y externos, desconfiar por confiar, controlar por confiar, miedo a los errores por toma de riesgos calculados.

Ya que los cambios culturales se dan cuando las personas comienzan a pensar de manera distinta y por ende actuar diferente, por lo que al modificarse la cultura también se transforma la forma en cómo se hace las cosas lo que significa el desarrollo de un nuevo estilo.

Al considerar que debe acompañarse de cambios en valores, nivel de conciencia, actitudes, costumbres, hábitos, tradiciones de manera que permita la asimilación de nuevos patrones y modelos de la organización lo cual hará posible que el personal no solo adopte el cambio sino que lo propicie y lo sostenga.

1.2.4 Significación de la cultura concepto base para el aprendizaje organizacional

Martínez (2009) refiere que según la creación de un significado el proceso de aprendizaje interactúa con la creación de la cultura de una organización para su transformación y se legitima de manera arraigada a través de la influencia de sus valores.

Los cuales son representaciones mentales que se construyen con base en las necesidades fundamentales que tienen en cuenta las exigencias de la sociedad, que sirven de referencia en el sentido de lo que es deseable y así formar un camino o normas de aceptabilidad social que permite la satisfacción humana.

Los valores son aprendidos del medio ambiente por la acción de la socialización en la cultura, a través de los grupos de referencia, esto se deriva de la necesidad de depender de otros para la supervivencia, transformándose en un valor aceptable socialmente al presentarse lealtad u obediencia, las normas culturales pueden provenir de un país una familia, organización, grupo de amigos que influyen, cambian y proponen la forma en que una utilidad es representada ya que las mismas no son rígidas ni completamente estables, porque si fuera de esa manera sería practicamente imposible el cambio a nivel social y por tanto a nivel individual, por lo que es adecuado analizar la manera en cómo se aprenden los valores en la organización a partir de la noción en que se representan con base en las necesidades.

Por lo que es indispensable que la organización para poder actuar interprete el medio ambiente externo, lo que requiere una interacción de los hechos provenientes del exterior, ya que la renovación de esta depende del sentido que se le da al medio ambiente en el momento en que las condiciones de la misma varían, llegar a una interpretación se dará por medio de la historia al igual que según sus creencias experiencias ya que solo cuando se le da un significado a su ambiente es posible modificar su acción y mantener el cambio en el tiempo.

Por lo que es necesario considerar la manera en que las personas atribuyen significado a sus experiencias de trabajo, las cuales pueden derivarse de fuentes explícitas o implícitas que no necesariamente son de manera voluntaria y publica desde la información objetiva hasta la sensibilidad hacia un talento, siempre y cuando se socialicen una comunidad de prácticas que les dé sentido, en ocasiones es necesario identificar los valores, creencias y suposiciones que impiden la construcción de nuevos significados ya que las organizaciones hoy en día tienen una perspectiva de fragmentación en la cual los individuos conforman una red floja encontrándose esporádicamente conectados en la medida en que nuevas situaciones entran en foco, diferentes tareas y personas se destacan y nuevas informaciones se encuentran

disponibles temporalmente y luego desaparecen, la frontera de la organización se diluye cuando las personas entran y salen, los consensos son temporales y la ambigüedad es constante, por lo que se plantea que la acción colectiva solo es posible por el logro temporal de cohesión para resolver problemas específicos.

Este patrón de conexiones se torna significativo y se instaura en una cultura temporal en la cual la solución de nuevos problemas por innovación, y en un contexto de incertidumbre, permite la creación fugaz de significados y de valores inestable, por los cuales la organización necesita aprender y olvidar con facilidad, por lo que se considera en una metáfora que la cultura se expone con procesos de cambio que tradicionalmente eran entendidos como problemas de aprender, y al aprender cambiar tecnologías, estructuras, habilidades, motivaciones.

Sin embargo este cambio no es posible al menos no de modo significativo, si no se contempla la necesidad de generar cambios en las representaciones, significados y valores que se comparten por las personas de la organización; es decir, cambio en los esquemas interpretativos de la cultura en la organización que debe contemplar aspectos tan complejos pero reales como la volatilidad de la cohesión de un grupo en la actualidad, la reducción del factor tiempo, y las altas exigencias del entorno globalizado.

En este contexto de las nuevas realidades para crear cultura en la organización, el concepto de autonomía cobra sentido, las organizaciones están afectadas de forma radical, frente a estos cambios las personas deben auto-gestionarse, es decir ser más autónomos en su relación con la organización ya que la estabilidad del vínculo empleado-organización es casi inexistente, y puede no ser de interés para las partes.

1.2.5 Cultura de una organización

Aldana (2011) menciona que la cultura de un organización se refleja en la manera de trabajar de los empleados, sus formas de reacción ante situaciones de conflicto, el impacto de manera directa en el clima laboral y la relación con los grupos de interés la formación organizacional esta directa e indirectamente asignada por la filosofía de sus líderes, la cual se

constituye en la fuerza implícita y explícita que orienta el comportamiento de todos sus miembros, así como todo lo que acontece en una organización está directamente relacionado con su mundo, que es única y diferente por cuanto sus principios, visión, misión, objetivos, historia, también lo son ya que los preámbulos son leyes objetivas e inmutables a través del tiempo, de carácter universal, válidos para todos que inspiran la conducta personal y social.

Los valores son pautas de conducta que orientan e impulsan las actitudes y son subjetivos en cuanto a la vivencia, y dependen de la libertad y de la conciencia. Las actitudes y comportamientos son el reflejo fiel de los mismos ya que son poseídos por la persona.

En toda organización la cultura puede manifestarse en varios tipos de elementos por medio de la fórmula del servicio ascendente pueden agruparse en tres categorías. Básicos o invisibles, visibles implícitos y visibles explícitos.

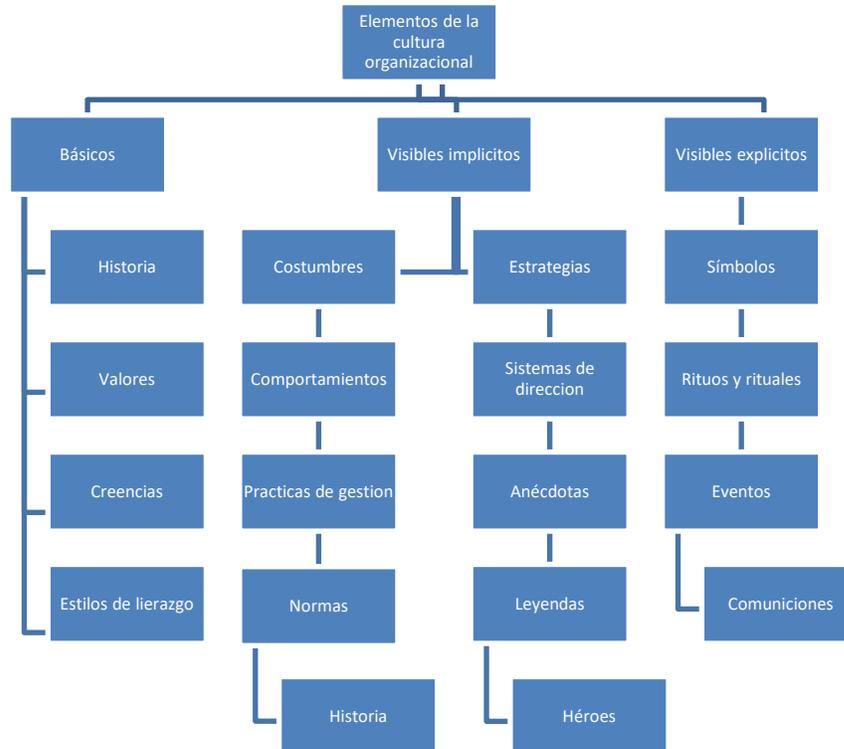
Los elementos básicos o invisibles condicionan a los demás elementos y determinan el tipo de cultura organizacional. Así las organizaciones que administran por calidad y quieren implementar una cultura deben contar con todas las personas que se identifiquen con los principios organizacionales y posean valores asociados a la existencia.

La calidad personal es un ingrediente esencial para el éxito y el aseguramiento de la excelencia organizacional es ideal contar con personas que tengan iniciativa y capacidad de delegación de su autoridad personal, que de manera natural busquen la perfección como forma de vida, ya que resulta indispensable contar con personas de calidad que permitan asegurar procesos de calidad.

Toda cultura organizacional que comporte elementos comunes, los cuales según la fórmula del servicio ascendente pueden agruparse en tres categorías: básicos o invisibles, visibles implícitos y visibles explícitos.

Grafica No. 1

Elementos de la cultura organizacional



Fuente. Aldana (2011) *Administración por calidad* p. 48

1.2.6 Características de una cultura organizacional

Para que la misma permita a la empresa alcanzar un posicionamiento sostenible en el mercado, debe poseer las siguientes características. Centrarse en el crecimiento y desarrollo de los miembros, proponer hacia el trabajo en equipo, garantizar la articulación de las actividades laborales, focalizarse en las personas y en la integración de las unidades.

Al igual debe resaltarse el control a partir de la utilización de normas y reglamentos, y la supervisión directa para evaluar el desempeño de las personas que integran las unidades y construir planes de mejoramiento que permitan darle vida al desarrollo de los miembros de la organización, sus funciones primordiales serían marcar la diferencia entre una empresa de otra, definir los alcances y límites entre organizaciones, generar nexos entre los miembros y la organización a partir de la lealtad y el compromiso, reforzar la estabilidad social, constituirse

en un mecanismo de control por medio de establecer reglas de juego a partir de diferentes modos de pensar, creer y hacer las cosas.

1.2.7 Dimensiones de una cultura en comparación con otra cultura

Marín (2009) fundamenta que la dimensión es un aspecto de una cultura que puede medirse en relación con otras culturas, en las cuales el autor propone seis que son más de prácticas y no de valores.

- Orientación al proceso frente orientación a resultados. Según su investigación las culturas organizacionales encaminadas al proceso generan colaboradores que evaden el riesgo y laboran en un ambiente muy cotidiano. Al contrario las culturas encauzadas hacia los resultados, los colaboradores se sienten más cómodos en situaciones de incertidumbre, se esfuerzan con más ahínco y ven el futuro como un reto. Pareciera que es mejor orientar la cultura hacia resultados pero eso depende de la operación de la compañía.
- Orientación al empleado frente a orientación al trabajo. Los resultados muestran que las culturas organizacionales encaminadas hacia el empleado se sienten como seres humanos donde son tenidos en cuenta dentro del proceso de toma de decisiones y se interesan por su bienestar personal, familiar y calidad de vida. De otro lado, las culturas encaminadas hacia el trabajo, los colaboradores sienten tensión por finalizar las actividades, a la empresa sólo le interesa el trabajo que realizan ellos y la toma de decisiones sólo la hacen individuos.
- Corporativismo frente a profesionalidad. Las culturas organizacionales que tienen identidad con la empresa creen que las normas del trabajo también se aplican en su casa y no se preocupan por el futuro quizá porque esperan que lo haga la organización. Las culturas organizacionales profesionales creen que su vida privada sólo les pertenece a ellos y que contratan a personas en su estricto ámbito laboral y suelen concentrarse en el futuro.
- Sistema abierto frente a sistemas cerrados. Las culturas organizacionales con sistemas abiertos son empresas que adoptan fácilmente a colaboradores externos o que viven de otra área. En las culturas de sistemas cerrados los colaboradores extremadamente unidos y es

muy difícil que alguien externo o que no pertenezca al grupo puede ingresar y ser aceptado por los mismos. Se da mucho el rumor y el secreto es un elemento típico.

- Control laxo frente a control escrito. La cultura organizacional que tiene una estructuración interna de control relajado los colaboradores creen que nadie está pendiente de los costos que en la empresa se presentan habitualmente. Las culturas que tienen control riguroso se observa interés por los costos y las burlas son muy eventuales.
- Normativo frente a pragmático. Las culturas organizacionales normativas se comportan hacia el mercado desarrollo de reglas intocables, por lo que primero es la ejecución de los procedimientos. La cultura pragmática su cata de navegación es el mercado, donde los resultados son más importantes que la parte procedimental.

Por lo que se propone que la cultura fuerte en las organizaciones es cuando existe homogeneidad, los valores principales de la organización son mantenidos y compartidos por la mayoría de sus miembros. De esta manera se desprende el comportamiento de los colaboradores que puede ser predecible debido al control que el equipo ejerce sobre lo aceptado y no aceptado.

1.3 Contextualización de la unidad de análisis

El restaurante de comida rápida está ubicado en calle kaibil Balan Centro comercial Pradera Huehuetenango, cuenta con los servicios de llevar, servicio de mesas, y auto. Con el objetivo de generar alimentos que colaboren con una sana nutrición y llegar a ser la cadena de restaurantes de origen latino líder en el mundo.

Tal y como se plantea en las teorías expuestas se puede concluir que el compromiso y responsabilidad que un colaborador adquiere con la organización para la que labora posee varios aspectos que intervienen con la identificación de un empleado en su puesto de trabajo, así como con las personas que lo rodean, compañeros colegas que comparten un objetivo, por lo que se debe tomar en cuenta la misión la visión y valores con los que se desarrollan en un conjunto social para lograr desarrollarse efectivamente dentro de una organización con el fin

de lograr alcanzar conjuntamente las metas de la organización. Ya que las organizaciones deben competir para lograr posicionarse en competición ante otras por lo que la buena práctica y el contar con una cultura organizacional solida ayudará a que los colaboradores se sientan parte de ella, al lograrlo generará tanto satisfacción en ellos mismos como también en la empresa por el aporte de trabajo que brindan ya que se sienten involucrados y buscan una alta calidad que brinde valor a los procesos y como resultado tendrán una productividad exitosa.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad en donde las organizaciones deben innovar y mantenerse de forma global, se han encontrado con diversos problemas que limitan su competitividad.

Uno de estos problemas es la falta de identidad laboral por parte de los colaboradores, en gran medida se debe a la inapropiada práctica de una cultura organizacional; esto en cuanto al desconocimiento de objetivos organizacionales, descriptores de puestos, falta de información de ideología, desconocimiento en la visión, misión, valores estrategias y tareas laborales que limitan el involucramiento del colaborador.

Es por esto que se dice que en el momento que un trabajador no se identifica con la organización, no podrá poner de su parte y obtener como resultado el que no pueda involucrar en todos los proyectos de la empresa y no pueda aportar todo cuanto esté a su alcance, para lograr una mejora en la calidad, la productividad y en su rendimiento. Cuando los empleados no se encuentran bien identificados con su empresa, no se sienten parte de ella, y están en una constante búsqueda de mejoras, donde puedan sentirse parte y lleguen involucrase en todas aquellas áreas y actividades que les genere un valor personal.

Para que un colaborador pueda alcanzar al máximo su productividad debe conocer e identificarse con la ideología organizacional del lugar donde labora. Derivado de esto se realizó una investigación sobre la relación que tiene la identidad laboral y la cultura organizacional. Es por todo esto que cabe preguntarse ¿Qué relación tiene la identidad laboral con la cultura organizacional de los colaboradores del restaurante de comida rápida?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general.

- Determinar la relación de identidad laboral con la cultura organizacional de los colaboradores del restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango.

2.1.2 Objetivos Específicos.

- Determinar las ventajas que un colaborador tiene al poseer identidad laboral dentro de la organización.
- Identificar la importancia de una cultura organizacional sólida para lograr crear una identidad laboral en la empresa.
- Establecer si existe nivel de relación estadísticamente significativa entre identidad laboral y cultura organizacional.

2.2 Variables de estudio

Identidad laboral.

Cultura organizacional.

2.2.1 Conceptualización de variables

Identidad laboral.

Quintana (2013) define identidad laboral como un factor fundamental de entender en el mundo laboral ya que no comienza en una persona y termina en ella misma. El mundo del trabajo no solo es aquello que se cree de sí mismo sino también por las percepciones que los demás tienen de la persona, la cual está constituida a partir de hechos objetivos y opiniones subjetivas. El espacio de oportunidad laboral está determinado en gran medida por la identidad que se construye como resultado de la historia de la calidad de interacciones laborales durante una carrera.

Cultura Organizacional.

Barón (2009) señala que la cultura organizacional es el conjunto de creencias, costumbres, prácticas y formas de pensar que un grupo de personas han llegado a compartir por medio de su convivencia y trabajo. A un nivel visible la cultura de un grupo de personas toma forma en los comportamientos, símbolos, mitos, ritos y artefactos. De esta manera se moldean los esquemas mentales de la empresa y su funcionamiento en cada uno de los colaboradores.

2.2.2 Operacionalización de las variables de estudio

Este estudio se realizó a través de una escala de Likert para medir actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem.

2.3 Alcances y límites

Alcances

La presente investigación se llevó a cabo con colaboradores de un restaurante de comida rápida en Huehuetenango con el objetivo de determinar la importancia de la identidad laboral y su relación con la cultura organizacional.

Límites

La unidad de análisis eran los colaboradores de otra organización pero por cambios de administración de la misma negaron el permiso para la realización del estudio.

Al igual que los colaboradores se sientan intimidados y sus respuestas no sean sinceras.

2.4 Aporte

La investigación permitió a la organización que era parte del objetivo de estudio, conocer cuál es la percepción que los colaboradores tienen de ella y así poder establecer posibles alternativas para la creación de una identidad laboral la cual servirá para el crecimiento, motivación y el buen desempeño de los colaboradores lo cual contribuirá a la mejora de una cultura organizacional sólida en los factores cómo ambiente, costumbres y formas en que se realizan las tareas.

Brindó un aporte importante para la organización, ya que el análisis de la cultura organizacional que se maneja dentro de la entidad puede influir positiva o negativamente en la identidad empresarial que el colaborador puede experimentar por medio de la satisfacción o insatisfacción organizacional y así permitir que su desempeño laboral sea inestable para lograr alcanzar los objetivos e interferir en poner en ejecución el plan estratégico.

A los colaboradores ya que es importante que conozcan los resultados para permitir tomar conciencia de su identificación con la entidad para mejorar y fortalecer la cultura organizacional que la empresa establece. Para la sociedad es de beneficio porque una buena identidad laboral y cultura organizacional de los colaboradores permitirá a los usuarios recibir un mejor servicio y atención que redundará en la satisfacción de los clientes y logrará tomar posicionamiento en un nivel aceptado dentro de la mente de los usuarios.

A la Universidad Rafael Landívar para informar sobre la importancia de la identidad laboral y la cultura organizacional de los colaboradores de las diferentes entidades empresariales.

A los estudiantes de Psicología Industrial y Administración de Empresas como apoyo de Talento Humano, en conocimientos nuevos y amplios además de una demostración de un estudio realizado dentro de un ambiente laboral creado por personas de nuestro país.

III. MÉTODO

3.1 Sujetos

Los sujetos de estudio lo conformaron 35 colaboradores de un restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango, que corresponden al 50% de la población. Son personas de situación económica media, por medio de hombres y mujeres con edades entre el rango de 20 a 50 años, de diversas religiones y estado civil.

3.2 Instrumento

Debido a las características del estudio se elaboró una escala de Likert la cual permitió establecer la identidad laboral que poseen los colaboradores, y su relación con la cultura organizacional.

Grande (2014) Establece que la escala de Likert consiste en formulas proporcionales relativas a una serie de atributos de un objeto y que el entrevistador exprese su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala de varias categorías, las cuales se puntúan con un número asignado. La escala de tipo Likert es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios, y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación.

La mencionada escala consta de varias afirmaciones con diferentes opciones de respuesta, se validó por medio del juicio de tres profesionales con el dominio del tema, la aplicación de la misma fue individualmente en el área de trabajo de los colaboradores.

3.3 Procedimiento

Para llevar a cabo la presente investigación se realizaron varios pasos los cuales son:

- Se seleccionaron tres posibles temas de investigación los cuales eran temas de interés para cada uno de los estudiantes.
- Se presentaron a coordinación de la facultad de humanidades los tres temas de investigación para su análisis por parte de una terna evaluadora.
- Aprobación de sumario. Se seleccionó el tema a investigar después de que la terna evaluadora lo consideró en relación a la relevancia y aporte del mismo.

- Investigación de antecedentes. Se tomó en cuenta investigaciones realizadas sobre el factor de identidad laboral y cultura organizacional.
- Desarrollo del marco teórico a través de la investigación de bibliografía. Se procedió a la investigación, búsqueda y recopilación de literatura especializada en el tema para la elaboración del marco teórico.
- Se afino el capítulo II en el planteamiento del Problema.
- Elección y descripción de método. Se procedió a establecer el método de investigación así como los instrumentos a utilizar para la administración de la encuesta.
- Se realizó un conteo estadístico. En base a la metodología estadística seleccionada lo cual consistirá en proceder a la tabulación, operacionalización y discusión de resultados.
- Presentación de resultados. Por medio de la metodología estadística se procedió a dar a conocer los resultados obtenidos en base a la información recabada por los instrumentos que se utilizaron.
- Discusión de resultados. Con los resultados previamente conocidos se procedió a cuestionar el conocimiento de los autores mencionados en el marco teórico y los resultados de la investigación para reconocer las diferentes etapas que poseen las variables de estudio.
- Realización de la propuesta. En base a los resultados obtenidos, operados, interpretados se procedió a la elaboración de una propuesta de estrategias para mejorar la Identidad Laboral de los colaboradores.
- Descripción de conclusiones. En base a los resultados obtenidos y los objetivos alcanzados durante la investigación.
- Presentación de recomendaciones. Se consideró las conclusiones acordadas durante la investigación, en base se plantearon las recomendaciones.
- Referencias bibliográficas. En base a la literatura consultada por diferentes medios se procedió a la elaboración de las referencias bibliográficas.
- Anexos. En base a los resultados obtenidos se procedió a elaborar y estructurar los anexos.

3.4 Tipo de investigación, diseño y método estadístico

Para el desarrollo del presente estudio se utilizó la investigación descriptiva.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que el tipo de investigación cuantitativo con alcances descriptivos y correlación son un conjunto de procesos secuenciales y probatorios,

que a su vez estudia e interpreta los datos obtenidos por fenómenos analizados, así mismo correlaciona y relaciona las variables con bases a la medición numérica o análisis estadístico.

El mismo autor explica que el diseño no experimenta de tipo transeccional o transversal es el que investiga fenómenos sin realizar experimentos, se centra en analizar la relación en conjunto con las variables y recolecta datos en un tiempo único ya que el propósito es describir las variables de estudio.

Levin y Rubin (2010) explican que la metodología estadística que se utilizó en esta investigación es el coeficiente de correlación de Pearson este da una media exacta de la fuerza y la dirección de la correlación en la muestra estudiada a través de procesos estadísticos en donde el fin es determinar la asociación obtenida entre las variables a través de esto puede existir una correlación positiva o negativa con la recolección científica de datos.

Achaerandio (2010) explica que para obtener la correlación de datos agrupados se requiere de la siguiente formula:

$$r_{xy} = \frac{\frac{\Sigma xy}{n} - \left(\frac{\Sigma fx}{n}\right)\left(\frac{\Sigma fy}{n}\right)}{\sqrt{\frac{\Sigma fx^2}{N} - \left(\frac{\Sigma fx}{N}\right)^2 \left(\frac{\Sigma fy}{N}\right)^2 - \left(\frac{\Sigma fx}{N}\right)^2}}$$

Valores del coeficiente de correlación de Pearson

-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.95 a -0.99	Correlación negativa fuerte Existe una relación negativa entre las variables ; pero no perfecta
-0.50 a -0.94	Correlación negativa moderada Existe algún tipo de relación negativa entre las variables
-0.10 a 0.49	Correlación negativa débil Existe poca relación negativa entre las variables
0 a -0.09	Ninguna relación entre las variables
0 a +0.09	Ninguna relación entre las variables
+0.10 a +0.49	Correlación positiva débil Existe poca relación positiva entre las variables
+0.50 a +0.94	Correlación positiva moderada Existe algún tipo de relación positiva entre las variables
+0.95 a +0.99	Correlación positiva fuerte Existe una relación positiva entre las variables ; pero no perfecta
+1.00	Correlación positiva perfecta

Además se aplicó el proceso de significación y fiabilidad de correlación

Significación:

Designar el nivel de confianza:

Nivel de confianza:

Nivel de confianza al 99% $z=2.58$

Hallar el error tipo de la correlación

$$\sigma_r = \frac{1 - r^2}{\sqrt{N}}$$

Encontrar la razón crítica:

$$R_c = \frac{r}{\sigma_r}$$

Comparar la razón crítica con el nivel de confianza:

$$R_c \geq 2.58 \text{ Es significativo}$$

Fiabilidad:

Designar nivel de confianza:

Nivel de confianza al 99% $z= 2.58$

Hallar el error tipo de la correlación

$$\sigma_r = \frac{1 - r^2}{\sqrt{N}}$$

Encontrar el error muestral máximo:

$$\epsilon = 2.58x\sigma_r$$

Encontrar el intervalo confidencial:

$$IC= Ls = r + \epsilon$$

$$IC= Ls = r - \epsilon$$

Todo con el apoyo de Exel y el complemento análisis de datos

IV. PRESENTACION DE RESULTADOS

En el siguiente cuadro se presentan los resultados obtenidos en el desarrollo del trabajo de campo, para éste se utilizó una escala de Likert que contuvo preguntas para evaluar la identidad laboral y una escala para evaluar cultura organizacional dirigida a colaboradores de un restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango, dichas encuestas fueron aplicadas a 35 empleados entre las edades comprendidas de 20 a 50 años.

Tabla No. 1 correlación de Pearson

<i>Cultura</i>	
<i>Identidad laboral</i>	<i>Organizacional</i>
1	
0,295347374	1

Según los resultados obtenidos, existe una correlación positiva débil entre las variables Identidad Laboral y Cultura Organizacional según Lima G 2016 Estadística Guatemala.

Tabla No.2 significación y fiabilidad de correlación

No.	R	σ_r	$R_c \geq 1.96$	Significación	ϵ	IC		Fiabilidad
						Ls	Li	
35	0.29	0.15	$1.93 < 1.96$	No es Significativa	0.29	0.58	0	Es fiable

En la tabla anterior se observan los resultados del proceso estadístico al que se sometieron los datos obtenidos de la calificación de las escalas de Likert Identidad laboral y cultura organizacional.

Como se puede observar, el coeficiente no es significativo pero es fiable a un nivel de confianza al 95%. Existe correlación positiva débil entre las variables Identidad laboral y Cultura organizacional.

METODOLOGIA ESTADISTICA ESTUDIO DE INVESTIGACION IDENTIDAD LABORAL Y CULTURA ORGANIZACIONAL							
No	Pts Identidad Lab	Pts Cultura Org	Identidad laboral	Cultura Organizacional	XY	X ²	Y ²
1	95	78	12	-2	-24	144	4
2	92	92	9	12	108	81	144
3	70	70	-13	-10	130	169	100
4	93	92	10	12	120	100	144
5	79	82	-4	2	-8	16	4
6	89	88	6	8	48	36	64
7	76	73	-7	-7	49	49	49
8	78	83	-5	3	-15	25	9
9	85	77	2	-3	-6	4	9
10	64	72	-19	-8	152	361	64
11	95	81	12	1	12	144	1
12	84	39	1	-41	-41	1	1681
13	96	81	13	1	13	169	1
14	82	79	-1	-1	1	1	1
15	98	92	15	12	180	225	144
16	84	78	1	-2	-2	1	4
17	81	79	-2	-1	2	4	1
18	73	72	-10	-8	80	100	64
19	98	96	15	16	240	225	256
20	93	85	10	5	50	100	25
21	94	80	11	0	0	121	0
22	52	93	-31	13	-403	961	169
23	77	76	-6	-4	24	36	16
24	85	85	2	5	10	4	25
25	97	94	14	14	196	196	196
26	83	76	0	-4	0	0	16
27	65	76	-18	-4	72	324	16
28	90	72	7	-8	-56	49	64
29	86	85	3	5	15	9	25
30	74	69	-9	-11	99	81	121
31	94	92	11	12	132	121	144
32	73	87	-10	7	-70	100	49
33	80	77	-3	-3	9	9	9
34	85	75	2	-5	-10	4	25
35	77	76	-6	-4	24	36	16
	2917	2802	12	2	1131	4006	3660

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las organizaciones se interesan porque sus colaboradores se sientan satisfechos e identificados con la labor que desarrollan, sintiéndose parte de ella; ya que de esta manera podrán obtener resultados positivos al alcanzar las metas propuestas y así aumentar el nivel de productividad y competitividad en el mercado por medio de una cultura organizacional sólida.

La presente investigación se orientó en establecer la relación entre identidad laboral y Cultura organizacional de un restaurante de comida rápida en el departamento de Huehuetenango, entendiendo identidad laboral como el resultado de la historia de calidad de interacciones empresariales durante la carrera personal de un colaborador (Quintana 2013). Y como cultura organizacional el conjunto de costumbres, creencias, prácticas y formas de pensar que los colaboradores llegan a adquirir y compartir por medio de la convivencia en su trabajo.

Después de realizado el estudio se obtuvo como resultado que en general las personas del restaurante de comida rápida cuentan con identidad y cultura el cual se pudo medir cuantitativamente a través de una escala elaborada por el investigador para correlacionar las variables de estudio siendo los resultados de dicha investigación los siguientes:

Al encuestar a 35 personas que formaban parte del estudio y determinar el nivel de identidad laboral se les realizó la presente afirmación: “Considero como propios los valores de la institución”, a lo ellos contestaron de un 100% el 54% se encuentra identificado con los valores durante el tiempo de su carrera en la organización, un 31% casi siempre y un 15% a veces. Esto concuerda con lo que De la Garza (2010) establece que las relaciones entre identidad, empleo y género en la sociología del trabajo se derivan por la afinidad de las y los actores laborales ya que se asocian con el problema de la centralidad del empleo como referente capaz de proporcionar sentidos subjetivos de manera estable y duradera la construcción de identidad relaciona a cada agente con distintos ámbitos de interacción consigo mismo, es un proceso histórico y situado, cambiante y contradictorio, de auto-reconocimiento y legitimización institucional, de apropiación y resignificación de representaciones de los valores y normas sociales, en ámbitos y contextos de interacción

específicos. La afinidad laboral o profesional supone una producción discursiva, una reflexión individual o colectiva sobre el sentido de la actividad Organizacional.

Al determinar si existe una relación con los valores propuestos por la organización que forman parte de la cultura Organizacional las costumbres, creencias, práctica y forma de pensar, que los colaboradores adquieren por medio de la convivencia en su trabajo, se les pregunto si “existen valores organizacionales que guían el que hacer de sus actividades” los resultados que se obtuvieron se presentan de la siguiente manera de un 100% el 51 % respondió que siempre un 43% casi siempre, un 4% a veces y el 2% nunca. Por lo que concuerda con Martínez (2009) ya que refiere según la creación de un significado el proceso de aprendizaje interactúa con la creación de la cultura de una organización para su transformación y se legitima de manera arraigada a través de la influencia de sus valores.

Los cuales son representaciones mentales que se construyen con base en las necesidades fundamentales que tienen en cuenta las exigencias de la sociedad, que sirven de referencia en el sentido de lo que es deseable y así formar un camino o normas de aceptabilidad social que permite la satisfacción humana.

Los valores son aprendidos del medio ambiente por la acción de la socialización en la cultura, a través de los grupos de referencia, esto se deriva de la necesidad de depender de otros para la supervivencia, transformándose en un valor aceptable socialmente al presentarse lealtad

Por lo que se pudo determinar que la relación entre identidad y cultura (variable 1), es positiva pero débil ya que de un 100% solo un 54% del personal se encuentra identificado y hace propios los valores de la organización. Y un 51% relaciona las creencias, costumbres y manera de pensar que establece la entidad como parte de su cultura (variable 2).

Las ventajas que adquiere una organización al momento en que un colaborador adquiere su identidad es que como menciona Amaya (2014) tener una visión de sí mismo, orienta y da significado a lo que se hace, y brinda un empuje a las personas hacia delante. De la misma manera la identificación de saber quién es y de que se quiere ser en el futuro, también se

puede mencionar como ventaja que el individuo configura su personalidad organizacional desde un método de afinidad laboral, el cual exige a los sujetos una interiorización de autonomía e independencia y competencia lo cual lleva al individuo a hacerse responsable de su propia vida y por lo tanto su empleabilidad. Lo que se puede afirmar por medio del resultado que los colaboradores del restaurante de comida rápida el 29% conocen la filosofía de la empresa y la hacen parte de su trabajo diario el 37% casi siempre, un 32% a veces y un 2% no respondió a esta afirmación.

Se puede mencionar de igual manera como ventaja que al tener una identidad laboral fuerte y bien constituida los colaboradores saben y conocen hacia donde se dirige la entidad y como trabajar para la obtención positiva de sus objetivos por lo que se realizó la siguiente pregunta “conozco hacia donde se dirige la organización y que es lo que se quería lograr” en cuanto al alcance de metas y proyecciones se obtuvo como respuesta: de un 100% el 60% respondió que siempre conocen a donde se dirige la organización el 29% casi siempre y un 11 % respondió que a veces.

Para tener éxito en que los colaboradores encuentren una identificación laboral al 100% es importante conocer lo esencial que es una cultura organizacional sólida que genere oportunidad a un colaborador para se pueda desarrollar con la misma ya que como menciona García (2007) la cultura organizacional es un grupo de valores, tradiciones, políticas, supuestos, actitudes y creencias esenciales que se manifiestan en los símbolos, mitos, lenguaje y comportamientos que son fundamentales y constituyen como los colaboradores piensan y se comportan dentro de la entidad.

Por lo que al realizar la anterior investigación se pudo observar cómo está establecida la cultura organizacional en el restaurante de comida rápida por medio de una serie de afirmaciones, una de ellas menciona si las normas de la organización son claras y facilitan su trabajo, de un 100% el 58% de las personas respondieron que las normas de la organización son claras y facilitan el trabajo un 40 % respondió que casi siempre y un 2 % contestó que a veces son claras.

En la cultura organizacional es fundamental tener presente que dar un acompañamiento y un seguimiento a los colaboradores y sus necesidades tendrá como resultado el surgimiento de una identidad significativa positiva que permitirá al empleado desempeñarse y desenvolverse acorde a las necesidades de la empresa, por lo que se obtuvieron los siguientes resultados al preguntar si existe dicho acompañamiento, de un 100% de individuos encuestados el 21% respondió que siempre un 68% casi siempre, 9% a veces y un 2% nunca. Ya que como menciona Aldana (2011) una cultura organizacional permite a la empresa alcanzar un posicionamiento sostenible en el mercado, al poseer las siguientes características. Centrarse en el crecimiento y desarrollo de sus miembros, proponer el trabajo en equipo, garantizar la articulación de las actividades laborales, focalizarse en las personas y en la integración de las unidades.

Al igual debe resaltarse el control a partir de la utilización de normas y reglamentos, y la supervisión directa para evaluar el desempeño de las personas que integran las unidades y construir planes de mejoramiento que permitan darle vida al desarrollo de los miembros de la organización.

Con la observación de estos resultados se pudo establecer estadísticamente que la relación entre identidad laboral y cultura organizacional es baja y débil ya que es necesario que los colaboradores conozcan como principio fundamental la cultura de la empresa, se les brinde un adecuado acompañamiento y con esto lograr generar una identidad que permita a ellos poder desempeñarse con los valores, creencias, tradiciones, políticas la cual permita a la organización fortalecer su propia cultura para la obtención de resultados positivos.

VI. CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos en la investigación se determinaron las siguientes conclusiones:

- Se estableció que en restaurante de comida rápida existe una correlación positiva baja débil ya que los colaboradores no conocen plenamente la cultura organizacional por lo que no pueden sentirse identificados en un alto porcentaje con su institución lo cual influye de manera negativa en la identidad del colaborador y que estos se sientan menos comprometidos con su trabajo.
- Se pudo determinar que los colaboradores que cuentan con una identidad laboral dentro del restaurante de comida rápida tienen ventajas en realizar su trabajo sobre los que no están identificados. Entre estas ventajas se encuentra que conocer la filosofía de la organización y hacerla parte del trabajo diario ayuda a crear una visión de sí mismo, orienta y da significado a lo que se hace, y brinda un empuje a las personas hacia delante, otra de las ventajas que se puede mencionar es al tener una identidad laboral fuerte y bien constituida los colaboradores saben y conocen hacia donde se dirige la entidad y como trabajar para la obtención positiva de sus objetivos.
- Se encontró que es importante para los trabajadores del restaurante de comida rápida establecer una sólida cultura organizacional, por lo que se debe contar con normas claras que faciliten su desenvolviendo, al igual que brindar un acompañamiento sobre su desarrollo y necesidades lo que hará que se sientan identificados positivamente y permitirá al empleado desempeñarse acorde a las necesidades de la organización.
- De acuerdo al estudio realizado se puede concluir que existe una relación estadísticamente significativa positiva débil entre identidad laboral y cultura organizacional ya que en promedio solo el 53% de los colaboradores poseen una identidad laboral y ponen en práctica la cultura organizacional que establece el restaurante mientras que el otro 47% no se siente identificado y no se siente parte de la organización ni de su cultura.

VII. RECOMENDACIONES

En base al estudio realizado se dan a conocer las siguientes recomendaciones que serán de ayuda para fortalecer la identidad de los colaboradores en base a una cultura organizacional sólida.

- Contar con capacitaciones periódicas en las que brinden información que ayude a los colaboradores a sentirse comprometidos con la organización y que les permita generar una identificación que asegure el actuar en base a la cultura de la organización y el plan de trabajo que se desarrollara durante un periodo establecido por la organización.
- Contar con un plan para dar conocer el plan estratégico, filosofía de la organización y con ello los colaboradores puedan hacerlo parte de su trabajo diario y así crear una visión de a donde se quiere llegar y los objetivos que se quieren cumplir por medio de una cultura sólida.
- Contar con evaluaciones periódicas que brinde un acompañamiento sobre el desempeño y las necesidades de los colaboradores para desenvolverse acorde a las necesidades planteadas por la organización.
- Contar con un plan de acción que permita a la organización evaluar su cultura organizacional y como poder impartirla a sus colaboradores con el fin de incrementar y lograr que todos los colaboradores se sientan pertenecientes a la organización, con el fin de generar una identidad laboral que permita a los colaboradores alcanzar los objetivos establecidos por la empresa.

VIII. REFERENCIAS

- Alcober, C. (2015). Introducción a la psicología del trabajo (2a. ed.). McGraw-Hill .España.
- Aldana, L. (2011). Administración por calidad: Universidad de La Sabana. Colombia.
- Alles, M. (2008). Comportamiento Organizacional: Ediciones Granica. Buenos Aires.
- Alonso, L. (2007). La crisis de una ciudadanía laboral: ANTHOROPOS.Barcelona.
- Amaya, L. (Dirección). (2014). Identidad Laboral [Video].México
- Andrade, J. (2014). Identidad profesional y el mundo del trabajo contemporáneo. Reflexiones desde un resumen de caso. Revista de pensamiento e investigacion social, Athenea. Chile. recuperada en el link: <http://atheneadigital.net/article/view/v14-n2-andrade>
- Achaerandio, L. (Eds.). (2010) Iniciación a la práctica de la investigación. Guatemala: Instituto de investigaciones Jurídicas.
- Appiah. (2007). La etica en la identidad. Editorial katz: Buenos Aires.
- Arteaga, C. (2013). Modernizacion agraria y construccion de identidades.: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.Chile
- Barón, A. (2009). Determinantes del análisis y diseño organizacional: AdGeo. Bogota.
- Borja, V. (2008). La influencia de la cultura organizacional. Negocio.México, recuperado en link: http://elpais.com/diario/2008/04/13/negocio/1208094452_850215.html
- Chartuni, L. (2013). Una buena cultura se nota. Expansión CNN, México.recuperado en el link: <http://expansion.mx/especiales/2013/06/06/una-buena-cultura-organizacional-se-nota>
- Cobarruvias, P. (2013). Imagen social e identidad profesional de la psicología desde la perspectiva de sus estudiantes. Revista Iberoamericana de Educacion Superior. Madrid.
- De la Garza, E.(2010). Trabajo, identidad y acción colectiva. Plaza y Valdés, S.A. de C.V. Chile
- Diaz, J. (2013). ¿Qué es la cultura organizacional de una empresa? Administración, Copyrighg.recuperado en el link <https://www.emprendices.co/que-es-la-cultura-organizacional-de-una-empresa/>
- Espinosa, M. (2009). Cultura organizacional dos caras de un mismo servicio: El Cid >Editor. México.

Franco, C. (2010). La cultura organizacional es clave para el éxito de una empresa . Tendencias Estrategicas, Madrid. recuperado en el link: http://www.tendencias21.net/La-cultura-organizacional-es-clave-para-el-exito-de-una-empresa_a4976.html

Garcia, V. (2007). Catedra Cultura Organizacional. Japón. recuperado en el link: https://www.google.com.gt/?gfe_rd=cr&ei=Pya_V5vOFLGq8wfQ1qAQ&gws_rd=ssl#q=mantenimiento+productivo+total+documento+de+catedra+cultura+organizacional+garcia+2007

Garcia, J. (2008). Trabajo e identidad personal. Ciudad Redonda. Colombia, recuperado en el link <http://www.ciudadredonda.org/articulo/trabajo-e-identidad-personal>

Grande, I. (2014). Marketin de los servicios: ESIC. Madrid

Hernández, R, Fernández, C y Baptista, P. (2010) Metodología de la investigación.

Hernandez, H. (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición, Revista elsevier Colombia. recuperado en el link: <http://www.elsevier.es/-revista---articulo-->

Lindsay, J. (2008). Administración y control de la calidad: Cengage Learning S.A Mexico D.F.

Levin, R y Rubin, D. (2010) Estadística para administración y economía recuperado de: <https://books.google.com.gt/books?id=uPhtNCqC4isC&printsec=frontcover&dq=Levin+>

Lucas, M. (Dirección). (2014). Camaleones laborales: Claves de la identidad laboral [Video]. España.

Marín, D. (2009). Determinantes del Analisis y Diseño Organizacional: Facultad de Ciencias Económico Administrativos. Bogotá

Martínez. (2009). La significación en la cultura: concepto base para el aprendizaje organizacional: D - Pontificia Universidad Javeriana. Colombia.

Quintana, J. (2013). Relaciones Poderosas: Editorial Kairós. España

Sladogna, M. (2009). ¿La empresa como espacio formativo?: repensar la formación para y en el trabajo. Organización Internacional del Trabajo. Colombia. Editorial El Manual Moderno. Mexico.

Vega, V. (2012). Ensayo Identidad Profesional: Club Ensayos. Chicago.

IX ANEXOS

ANEXO I

Taller de Identidad y Cultura Organizacional

Introducción

La identidad laboral es una de las partes fundamentales para el desarrollo de una empresa por lo que los supervisores y superiores se han tomado la tarea de tener al mejor capital humano capacitado para desempeñar de la mejor forma sus labores y funciones, en Huehuetenango la organización sabe que es de fundamental importancia de tener al personal capacitado e identificado a través de una cultura organizacional establecida, ya que la competencia y el crecimiento del área industrial se puede fortalecer por medio de la retención del personal y evolución de su desempeño dentro de la organización. La idea de generar una identidad laboral es importante ya que al momento de medir económicamente a una empresa y poder distinguir si la empresa genera ganancias y crecimiento es por medio de una cultura sólida.

La identidad es una característica que se puede medir en una persona y puede ser determinante al momento de realizar algún tipo de tarea específica, por otro lado el cultura organizacional es de vital importancia ya que orienta a un colaborador al momento de sentirse bien en su trabajo y con su entorno con ideales de trabajar para hacerle un bien a la empresa y lograr alcanzar los objetivos en un conjunto, no solo por generar un bien personal si no trabajan por un bien en equipo que permite el desarrollo organizacional; dos variables a las cuales se les ha dado la importancia de indagar un poco más al respecto después de haber conocido los niveles de cada uno de estos elementos que tienen los colaboradores podemos ver hasta donde se pueden desarrollar.

Justificación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación, se logra observar que los colaboradores de un restaurante de comida rápida del departamento de Huehuetenango poseen un nivel positivo bajo de identidad laboral y cultura organizacional, lo cual es fundamental mejorar y elevar ya que esto les ayuda a cumplir de una mejor manera sus objetivos y poder desempeñar de manera eficaz su trabajo, es por esto que la propuesta tiene el interés de elevar

los resultados a niveles altos de identificación y de desarrollar una cultura en los colaboradores como aspecto predominante y lograr que los ideales de promoción de las personas se mantenga dentro de las ideas de los mismos con el fin que puedan contribuir al desarrollo de la organización.

Objetivos

General.

Proporcionar herramientas para incrementar los niveles de identidad laboral y cultura organizacional de los colaboradores del restaurante de comida rápida del departamento de Huehuetenango.

Específicos:

- Hacer consciente el nivel de identidad que poseen cada uno de los colaboradores.
- Reforzar de manera positiva el desarrollar una cultura propuesta por la empresa.
- Establecer la importancia que tiene el contar con una cultura en trabajo y la contribución que esto conlleva en la empresa.

Descripción de la propuesta

Se tendrán previstos tres talleres básicos en los cuales las personas desarrollaran sus habilidades en estos dos elementos; durante el primer taller se buscará que cada uno de los colaboradores sepa cuál es el nivel de identidad que maneja y los elementos que forman parte de la cultura en su trabajo para tener una pauta y saber de ahí en adelante sobre cómo desarrollarse y comportarse dentro de sus funciones, como primer punto dar a conocer la modernización y construcción de identidades ya que como indica Artega (2013) la identidad se entiende como la autopercepción de los sujetos como trabajadores en su trayectoria profesional.

Y como segundo punto la cultura de una organización ya que como establece Aldana (2011) la cultura de un organización se refleja en la manera de trabajar de los empleados, sus formas de reacción ante situaciones de conflicto, el impacto de manera directa en el clima laboral y la relación con los grupos de interés la formación organizacional esta directa e indirectamente

asignada por la filosofía de sus líderes, la cual se constituye en la fuerza implícita y explícita que orienta el comportamiento de todos sus miembros, así como todo lo que acontece en una organización está directamente relacionado con su mundo, que es única y diferente por cuanto sus principios, visión, misión, objetivos, historia. En toda organización la cultura puede manifestarse en varios tipos de elementos por medio de la fórmula del servicio ascendente pueden agruparse en tres categorías. Básicos o invisibles, visibles implícitos y visibles explícitos

En el segundo taller se buscará enfocarse en la identidad laboral y comportamiento organizacional con el fin que las personas conozcan cuales son los factores que conforman la identificación y la importancia que tiene el hacerlo parte de su actuar, ya que como menciona Alles (2008) el comportamiento organizacional se relaciona con las necesidades de las organizaciones por un lado y la de los individuos por otro y por lo que en conjunto lograr que los participantes funcionen armoniosamente y se logre una conjugación de interés positiva, por medio de darse una serie de correspondencias entre ciertos factores con los cuales se podrían sentir identificados.

En el último taller se le explicará a cada uno de los colaboradores cual es la cultura en la que se base el desenvolvimiento de la organización y que tips pueden utilizar para desarrollar dentro de la organización, además de aprender con diferentes tipos de actividades dinámicas que los ayudarán a comprender de la mejor manera los conceptos.

Metodología

La metodología que se utilizará para llevar a cabo la propuesta consistirá en la creación y aplicación de un programa de conocimiento y reforzamiento en el cual se puede incluir todo el personal desde el inicio y que posteriormente se pueda enfocar al trabajo de todos los colaboradores de la organización, se dará a conocer el nivel en el que se encuentra cada uno de los colaboradores para que entiendan de una mejor manera como son estos dos elementos en el trabajo de cada quien para darles un refuerzo positivo y que sepan que esos niveles pueden desarrollarse, mejorar y contribuir a los buenos resultados de una identidad laboral y cultura organizacional.

Cronograma

Taller	Actividades	Desarrollo	Responsable	Evaluación
Taller Num. 1 Mi nivel de identidad labora y cultura organizacional	- Evaluación de los niveles de identidad y cultura con la que cuentan los colaboradores	- Evaluación tipo test elaborada por el tesista. - Presentación de resultados por persona. - Breve conclusión e información sobre lo que se trabajará	Tesista Julia María de León Suasnavar.	Boleta de Opinión, según lo aprendido
Taller Num. 2 Reforzamiento Identidad Laboral	- Enfocar la atención en la identidad laboral de cada colaborador. - Dar a conocer la importancia de una cultura solida dentro de la empresa	- Introducción sobre la identidad laboral y como se puede reforzar - Juegos sobre el tema de identidad. - Dinámicas de trabajo en con una cultura sólida, y una débil.	Tesista Julia María de León Suasnavar.	Boleta de Opinión, según lo aprendido
Taller Num. 3 Cultura Organizacional	- Explicación sobre la cultura, Qué es y cómo se aplica - Evaluación del nivel de cultura organizacional de los colaboradores	- Presentación creativa videos e imágenes. - Breve dinámica para aprender sobre el tema - Juegos de rol dentro de la empresa	Tesista Julia María de León Suasnavar	Boleta de opinión capacitación adecuada y expectativas del taller.

Recursos para la realización:

- Humanos: Colaboradores del restaurante de comida rápida de Huehuetenango, Investigador, personas invitadas para impartir los temas como expertos en el área.
- Didácticos: cuadernos, cañonera, computadora, bocinas, videos sobre el liderazgo y empoderamiento puesto en práctica en el ámbito laboral, hojas informativas, marcadores, lapiceros, pizarrón, música.
- Físicos: salón de usos múltiples, área de juegos.

Evaluación

Para realizar la respectiva evaluación y verificar el avance de los conocimientos de los colaboradores se creara una boleta de opinión en donde todos los colaboradores podrán expresar como se han sentido durante los talleres de trabajo y cuáles son los conocimientos que han adquirido y que aplicaran de ahí en adelante en su trabajo, además de saber su opinión sobre algunos temas de interés sobre los cuales las personas deseen indagar un poco más, también la boleta ayudara a saber si la temática de enseñanza del capacitador fue la adecuada y cumplió con las expectativas que cada uno tenía antes de los talleres.

ANEXO II

Universidad Rafael Landívar.

Campus Quetzaltenango.

Psicología Industrial y/o Organizacional.



BOLETA

Puesto: _____ Fecha: _____

Sexo: M ___ F ___ Edad: _____

NOTA: Los datos solicitados a continuación son únicamente con fines de estudio por lo que se ruega contestar con sinceridad, la información es totalmente confidencial.

Instrucciones: A continuación se le presenta una serie de enunciados, por lo que se le pide contestar teniendo en cuenta cada uno de los enunciados y marcando con una X solo una de las respuestas propuestas.

CULTURA ORGANIZACIONAL

No.	Enunciado:	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
1	Las normas, reglas de mi organización son claras y facilitan mi trabajo				
2	En la organización me alientan a ser creativo en el desarrollo de mi trabajo				
3	En mi puesto de trabajo tengo la opción de decidir y actuar en búsqueda de alternativas para resolver problemas				
4	Todos los colaboradores de la empresa estamos siempre dispuestos a colaborar entre sí y con los clientes.				
5	En la empresa existe un código de conducta que todos llevamos a cabo en nuestras relaciones interpersonales y laborales.				
6	Existe una sana competencia entre mis compañeros				
7	Existe una visión compartida entre la gerencia de la empresa y los trabajadores sobre cómo se deben desarrollar las actividades dentro de la empresa.				
8	El ambiente de trabajo es agradable.				
9	Existe un adecuado acompañamiento personal a los trabajadores y sus necesidades dentro de la empresa.				
10	Las reuniones de coordinación con los miembros de la organización son frecuentes y efectivas.				

11	Estoy satisfecho con el cargo que actualmente desempeño.				
12	En la empresa se nos inculca el positivismo en todos los momentos de la vida.				
13	Creo que mi salario es justo por el trabajo que realizo				
14	Demuestro mis sentimientos en diferentes situaciones en el trabajo.				
15	Existen valores organizacionales que guían el que hacer de todos los trabajadores.				
16	Se incentiva a los colaboradores a asumir riesgos con responsabilidad.				
17	Hay una buena cooperación y trabajo en equipo en mi grupo de trabajo.				
18	Mi organización es abierta y honesta en las comunicaciones con los colaboradores.				
19	Mi lugar de trabajo me apoya para lograr un equilibrio razonable entre mi vida laboral y mi vida personal.				
20	La organización es una empresa innovadora en cuanto a cómo se realiza el trabajo (usa nuevas tecnologías y enfoques creativos).				
21	En mi equipo se trabaja de manera organizada.				
22	Hay prácticas y procedimientos bien definidos sobre cómo realizar nuestro trabajo.				
23	Existen incentivos laborales para que yo trate de hacer mejor mi trabajo				
24	Mi organización se encuentra capacitado para prever problemas que se presenten.				
25	La información de interés llega de manera oportuna a mi persona.				

¡GRACIAS!



BOLETA

Puesto: _____ Fecha: _____

Sexo: M ___ F ___ Edad: _____

NOTA: Los datos solicitados a continuación son únicamente con fines de estudio por lo que se ruega contestar con sinceridad, la información es totalmente confidencial.

Instrucciones: A continuación se le presenta una serie de enunciados, por lo que se le pide contestar teniendo en cuenta cada uno de los enunciados y marcando con una X solo una de las respuestas propuestas.

IDENTIDAD LABORAL

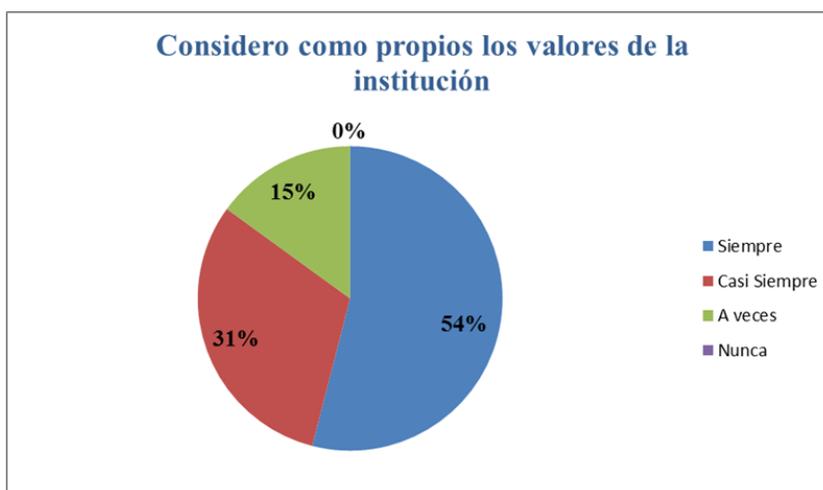
No.	Enunciado:	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
1	Me da gusto estar en mi trabajo diariamente				
2	Siento estabilidad en mi empleo				
3	Acepto y promuevo entre mis compañeros las reglas propuestas por la compañía.				
4	Me siento aceptado dentro del grupo de trabajo.				
5	Considero que no podría dejar esta organización porque siento que tengo una obligación con la empresa.				
6	Me apasiona hablar con mis familiares y amigos fuera de la jornada laboral sobre mi trabajo.				
7	Estoy interesado por capacitarme en temas que generen mejoras en el puesto que ocupo.				
8	El ambiente de trabajo es agradable.				
9	Conozco hacia donde se dirige la organización y que es lo que quiere lograr.				
10	Soy tratado con respeto como persona.				
11	Mi trabajo me da la posibilidad de aprender nuevas habilidades y desarrollar nuevas competencias				
12	Considero como propios los valores de esta institución.				
13	La organización ofrece buenas oportunidades de capacitación				
14	Las instituciones donde realizo mi trabajo son agradables para mi estadía diaria				

15	Recibo reconocimiento cuando hago un buen trabajo.				
16	Mis superiores se encuentran satisfechos en el desempeño de mi trabajo				
17	Tengo la información que necesito para hacer bien mi trabajo				
18	Mi equipo recibe apoyo de alta calidad de otros grupos o áreas con las que trabajamos.				
19	La organización Incentiva y aconseja constantemente.				
20	Me da gusto estar en mi área de trabajo porque conozco los procedimientos para desarrollarlo.				
21	Me siento orgulloso de portar el uniforme de la empresa.				
22	Participo en la mayoría de actividades y costumbres que realiza la empresa.				
23	Practico los valores de esta institución y los practico en mi área profesional y personal.				
24	Conozco la filosofía de la empresa y la hago parte el trabajo diario para alcanzar los objetivos organizacionales				
25	Existe igualdad y justicia de trato del grupo de trabajadores que conforman el equipo de trabajo.				

¡GRACIAS!

ANEXO III

GRAFICAS



De un 100% el 54% se encuentra identificado con los valores durante el tiempo de su carrera en la organización el 31% casi siempre y un 15% a veces.



En la anterior grafica de un 100% el 51% siempre existen valores que guían el que hacer en sus acciones, el 43% casi siempre, un 4% a veces, 2%nunca.



En la gráfica anterior 29% indico que siempre conocen la filosofía de la empresa y la hacen parte de su trabajo diario el 37% casi siempre, un 32% a veces y un 2% no respondió a esta afirmación.



A esta afirmación de un 100% el 60% respondió que siempre conocen a donde se dirige la organización el 29% casi siempre y un 11% a veces.



De un 100% el 58% de los colaboradores respondió que son claras las normas que facilitan el trabajo, un 40% casi siempre y un 2% contestó que a veces.



Al preguntar si existe un adecuado acompañamiento personal a los colaboradores y sus necesidades se obtuvo de un 100% de individuos encuestados el 21% respondió que siempre, un 68% casi siempre, el 9% a veces y un 2% nunca.

ANEXO III

Coeficiente de correlación de Pearson

$$r_{xy} = \frac{\sum XY}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}} = \frac{1131}{\sqrt{(4006)(3660)}} = 0,29534737$$

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N} = \frac{2917}{35} = 83 \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y}{N} = \frac{2802}{35} = 80$$

METODOLOGIA ESTADISTICA ESTUDIO DE INVESTIGACION IDENTIDAD LABORAL Y CULTURA ORGANIZACIONAL								
No	Pts Identidad Lab	Pts Cultura Org	Identidad laboral	Cultura Organizacional	XY	X ²	Y ²	
1	95	78	12	-2	-24	144	4	
2	92	92	9	12	108	81	144	
3	70	70	-13	-10	130	169	100	
4	93	92	10	12	120	100	144	
5	79	82	-4	2	-8	16	4	
6	89	88	6	8	48	36	64	
7	76	73	-7	-7	49	49	49	
8	78	83	-5	3	-15	25	9	
9	85	77	2	-3	-6	4	9	
10	64	72	-19	-8	152	361	64	
11	95	81	12	1	12	144	1	
12	84	89	1	-41	-41	1	1681	
13	96	81	13	1	13	169	1	
14	82	79	-1	-1	1	1	1	
15	98	92	15	12	180	225	144	
16	84	78	1	-2	-2	1	4	
17	81	79	-2	-1	2	4	1	
18	73	72	-10	-8	80	100	64	
19	98	96	15	16	240	225	256	
20	93	85	10	5	50	100	25	
21	94	80	11	0	0	121	0	
22	52	93	-31	13	-403	961	169	
23	77	76	-6	-4	24	36	16	
24	85	85	2	5	10	4	25	
25	97	94	14	14	196	196	196	
26	83	76	0	-4	0	0	16	
27	65	76	-18	-4	72	324	16	
28	90	72	7	-8	-56	49	64	
29	86	85	3	5	15	9	25	
30	74	69	-9	-11	99	81	121	
31	94	92	11	12	132	121	144	
32	73	87	-10	7	-70	100	49	
33	80	77	-3	-3	9	9	9	
34	85	75	2	-5	-10	4	25	
35	77	76	-6	-4	24	36	16	
	2917	2802	12	2	1131	4006	3660	