

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

**"EFECTIVIDAD DEL PROGRAMA DE VALORES ORGANIZACIONALES EN UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE BEBIDAS."**

TESIS DE GRADO

FERNANDO ASTURIAS ARANA

CARNET 20451-11

ESCUINTLA, ENERO DE 2016
SEDE REGIONAL DE ESCUINTLA

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

**"EFECTIVIDAD DEL PROGRAMA DE VALORES ORGANIZACIONALES EN UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE BEBIDAS."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
FERNANDO ASTURIAS ARANA

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE PSICÓLOGO INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADO

ESCUINTLA, ENERO DE 2016
SEDE REGIONAL DE ESCUINTLA

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, 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

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. GEORGINA MARIA MARISCAL CASTILLO DE JURADO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. JOSE ANTONIO GARCIA PEREZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. PATRICIA JUDITH ROSADA CHAJON



**Universidad
Rafael Landívar**

Tradición Jesuita en Guatemala.

Sede Regional Escuintla
Teléfono: (502) 78892429
Escuela Oficial Urbana "15 Septiembre"
1a. Avenida 3-40 zona 1
Escuintla, 05001
sedeesc@uri.edu.g

Escuintla, 07 de noviembre del 2015

**Consejo de Facultad
Universidad Rafael Landívar**

Estimados señores:

Atentamente me dirijo a ustedes para informarles que he leído y revisado el estudio de Tesis del alumno **Fernando Asturias Arana**, carné 2045111, quien actualmente cursa el último año de la carrera de Licenciatura en Psicología Industrial/Organizacional, titulada: **"Efectividad del programa de valores organizacionales en una empresa productora de bebidas"**.

Después de revisar el trabajo de investigación, considero que el estudio antes mencionado llena los requerimientos establecidos por la Facultad; por tal motivo, solicito nombramiento de revisor para la evaluación del mismo.

Atentamente,

Mgtr. José Antonio García Pérez
Asesor de Tesis
Código de Docente: 1910

En Todo Amar y Servir
San Ignacio de Loyola



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 051236-2016

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado del estudiante FERNANDO ASTURIAS ARANA, Carnet 20451-11 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL (PD), de la Sede de Escuintla, que consta en el Acta No. 05593-2016 de fecha 13 de enero de 2016, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"EFECTIVIDAD DEL PROGRAMA DE VALORES ORGANIZACIONALES EN UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BEBIDAS."

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGO INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 13 días del mes de enero del año 2016.



Irene Ruiz Godoy

MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por darme la vida y haberme dado la fuerza y la iluminación para llegar hasta donde estoy el día de hoy. Gracias Señor por cuidar siempre de mí y de los que quiero.

A mis padres

Por haberme apoyado de todas las formas en las que pudieron. De verdad gracias porque no estaría donde estoy sin ustedes.

A mi Asesor de Tesis

Gracias Licenciado por haberme apoyado durante el transcurso de la tesis y haberme guiado para presentar un trabajo de graduación digno.

ÍNDICE

RESUMEN	
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
2.1 Objetivos.....	22
2.2 Elemento de Estudio.....	23
2.3 Definición de Elemento de Estudio.....	23
2.4 Alcances y Límites.....	23
2.5 Aporte.....	24
III. MÉTODO.....	25
3.1 Sujetos.....	25
3.2 Instrumento.....	26
3.3 Procedimiento.....	29
3.4 Tipo de Investigación, Diseño y Metodología Estadística.....	29
IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	31
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	50
VI. CONCLUSIONES.....	54
VII. RECOMENDACIONES.....	57
VIII. REFERENCIAS.....	59
ANEXOS	

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de efectividad del programa de valores organizacionales en una empresa productora de bebidas. El estudio es de tipo descriptivo y se tomó una muestra aleatoria de todos los departamentos de la organización, que constó de 122 colaboradores, obtenida por código de empleado.

El instrumento utilizado fue el Cuestionario para Identificar los Valores Organizacionales, creado por Santos (2014). El mismo sirve para medir el uso de valores dentro de la organización por los distintos colaboradores que la conforman. Dicho instrumento fue elaborado con 30 preguntas, calificadas con 5 indicadores diferentes tipo Likert. Se evaluaron los valores en general para medir el programa utilizado por la empresa y además cada un individualmente. Los valores son diez, y se detallan a continuación: profesionalismo, sentido de pertenencia, responsabilidad, aprecio al trabajo, honestidad, trabajo en equipo, lealtad, respeto, eficiencia y calidad.

El resultado obtenido fue que el nivel de efectividad se encuentra en una escala de promedio alto, con un 52.46% de los trabajadores encuestados posicionándose en ese nivel. Se concluyó por lo tanto que el programa de valores organizacionales denota una efectividad aceptable pero no óptima, que es lo que se esperaría de la misma para tener un personal totalmente adaptado a la cultura de la organización. Por lo tanto se recomendó trabajar en los valores organizacionales como todo un programa y no por valores individuales, para volverlo más fuerte.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la importancia de los valores organizacionales ha ido en aumento. Las empresas modernas se basan en un sistema sólido de cultura organizacional, para direccionar los esfuerzos de sus colaboradores y darles un fin en común sin importar la labor que tenga cada quien, o el nivel jerárquico al que pertenezca. Un Programa de Valores Organizacionales además, influye directa e indirectamente en otros aspectos de la Gestión del Talento Humano, como lo es la sensación de pertenencia del trabajador, su adaptabilidad al entorno y sobre todo como va a actuar en su área de trabajo, pudiendo esto causar incluso un beneficio a nivel nacional de ser aplicado en muchas empresas.

El rol de los valores organizacionales está en cómo moldea la actitud de los miembros, esto quiere decir que la importancia radica en crear un sentimiento de pertenencia a la organización, al punto de hacer sentir a cualquier miembro de la misma la necesidad de satisfacer al cliente porque el cliente es específicamente suyo, y no simplemente de la empresa. Los individuos también se benefician de un sistema fuerte de valores organizacionales. Esto se debe a que la convivencia con los demás se solidifica, creando un clima estable en el cual los conflictos disminuyen y la producción aumenta. En sí, la efectividad de los valores organizacionales no se encuentra tanto en el aprendizaje de los mismos, sino que en su empleo en el día a día. De la misma manera entender y estudiar la puesta en práctica de los valores organizacionales desde otros puntos de vista, tales como de la Psicología Industrial y de la sociedad en si podría crear un nuevo nivel de interconexión entre empresas, y podría mejorar la relación entre las mismas.

Es por esto que en la presente investigación se pretende evaluar el programa de valores organizacionales actual de la empresa productora de bebidas para determinar que tan efectivo es en el diario vivir, y posteriormente poder dar algunas sugerencias para mejorar el sistema. Por lo tanto a continuación se presentan algunas investigaciones tanto a nivel nacional como internacional que demuestran que la importancia de los valores en el ámbito laboral es crucial. Se comenzará con las nacionales:

Santos (2014) en su investigación de tipo descriptiva, tuvo como objetivo identificar los valores organizacionales sobresalientes del personal administrativo de una empresa de consultoría. Para lograr esto se tomó como muestra a 54 colaboradores del área administrativa, a quienes les aplicó un cuestionario tipo likert con el cual evaluó los valores organizacionales practicados por los sujetos. Los diez ítems evaluados fueron: profesionalismo, sentido de pertenencia, responsabilidad, aprecio al trabajo, honestidad, trabajo en equipo, lealtad, respeto, eficiencia y calidad. Se utilizó un método estadístico basado en frecuencias y porcentajes, utilizando la media y la desviación estándar como medidas de tendencia central. El principal resultado demuestra que los valores de profesionalismo, sentido de pertenencia, aprecio al trabajo, honestidad, respeto y lealtad tienen los índices más altos. Por lo tanto se concluyó que los valores mencionados con anterioridad son los que sobresalen. Se recomendó continuar con las mismas prácticas para mantener el alto nivel de valores organizacionales.

Asimismo Chávez (2014) en su investigación de tipo cuasi-experimental, tuvo como objetivo determinar la existencia de una diferencia en el sentimiento de pertenencia a la organización después de impartir un programa de valores, en relación al sentimiento que ya hubiera antes del mencionado programa. Para lograr cumplir este objetivo se utilizó una muestra de veinticinco personas, hombres y mujeres, todos integrantes del departamento de atención al

cliente. El instrumento de medición fue un cuestionario tipo likert creado por la investigadora. El mismo midió: responsabilidad, integración, motivación, satisfacción, apego, compromiso y actitud. La metodología estadística fue de correlación basada en valores laborales y trabajo en equipo. Los resultados indicaron que si hubo una diferencia estadística significativa entre pre-prueba y post-prueba, haciendo notar que si hubo un aumento en el sentimiento de pertenencia. Por lo tanto se concluyó que el programa de valores impartido fue efectivo para aumentar el sentimiento de pertenencia de los colaboradores. Finalmente se recomendó implementar con más continuidad programas para motivar al personal y mejorar el servicio al cliente.

De la misma manera De la Peña (2014) en su investigación de tipo descriptiva, se planteó el objetivo de determinar la relación entre valores organizacionales y trabajo en equipo dentro de la organización ya mencionada en el título de la investigación. Se trabajó con una muestra aleatoria de 35 personas, comprendidas entre las edades de 19 y 35 años. El instrumento utilizado fue la prueba estandarizada “Perfil de Valores Laborales” por S. Schwartz, la cual crea un ordenamiento de los siguientes valores según las respuestas de la persona: logro, benevolencia, universalismo, poder, hedonismo, individualidad, seguridad, tradición, estimulación y conformidad. La metodología estadística fue de correlación basada en valores laborales y trabajo en equipo. El resultado principal indica que el trabajo en equipo depende de unos valores laborales bien establecidos. Por lo tanto se concluyó que los valores organizacionales y el trabajo en equipo si están enlazados, y al trabajar en ambos se cumple con los objetivos organizacionales con mayor eficacia. Se recomendó implementar nuevas herramientas para fortalecer el sistema de valores organizacionales.

De igual forma González (2014) en su investigación de tipo cualitativo, plantea como objetivo conocer el punto de vista de los trabajadores de una empresa de alimentos, acerca de los usos que tiene el programa de valores organizacionales. Para esto trabajó con una muestra de 15 personas, con más de 6 meses de antigüedad, que fueran parte del área administrativa de la organización. Como instrumento se utilizó una entrevista semi estructurada, que diera a conocer la opinión de los sujetos, y cómo aplican ellos los valores en sus respectivas áreas de trabajo. La metodología estadística fue básicamente inexistente debido a la naturaleza cualitativa de la investigación. El resultado principal indica que para los sujetos si es importante conocer los valores de la organización, para poder identificarse con los mismos. Por lo tanto el investigador concluyó que el programa de valores motiva al personal y mejora su desempeño. Además recomendó promover la participación de los altos mandos en el programa de valores, ya que ellos son ejemplo para los subalternos.

Finalmente Herrera (2011) en su investigación de tipo cuasi-experimental, tuvo como objetivo conocer si existía una diferencia en el nivel de identificación con los valores organizacionales, antes y posteriormente a aplicar un programa. Para hacer esto utilizó un cuestionario tipo likert en el cual evaluó los valores organizacionales de la Institución: espíritu de servicio, mística de entrega y trabajo en equipo, reconocimiento a la excelencia, pasión por los resultados, comportamiento honesto, compromiso con la simplicidad y buen uso de recursos. El procedimiento utilizado fue el siguiente: se trabajó en el departamento de Recursos Humanos de una entidad financiera, en donde se aplicó la prueba a una población de 26 colaboradores. Posteriormente se pasó un programa de divulgación de valores, y seguidamente se volvió a aplicar el instrumento. Se usó una metodología estadística de correlación basada en la divulgación y la identificación de valores. El resultado indicó que hay una diferencia estadística

del 0.05 y por lo tanto el programa si tuvo efectos positivos. Por lo tanto se concluyó que si hay una diferencia en el nivel de valores organizacionales antes y después de aplicar el programa. Por último se recomendó darle seguimiento a los valores organizacionales dentro del departamento.

A nivel internacional se han realizado varios estudios que demuestran la importancia de los valores organizacionales en las instituciones. A continuación se detallan algunos de ellos:

Rodríguez y Romo (2013) de México plantean en su investigación de tipo descriptiva, el objetivo de identificar la cultura y los valores organizacionales en los trabajadores de una determinada empresa; además de identificar la relación entre las dos variables del estudio. Para esto se tomó una muestra aleatoria de 171 personas, y se utilizó como instrumento el cuestionario denominado “Escala de valores hacia el trabajo”; en el cual se operacionalizan 4 valores de orden superior: apertura al cambio, auto mejora, auto trascendencia y conservación. La metodología estadística fue de tipo correlación basada en cultura y valores organizacionales. El resultado principal de la investigación lleva a aceptar la hipótesis de la investigación, lo cual remarca que si hay correlación, indicando esto que los sujetos mostraron relacionar su cultura con sus valores. En conclusión se estableció que la cultura y los valores organizacionales van de la mano y deben ser trabajados juntos. Se recomendó implementar estrategias que vinculen los valores de los trabajadores con los de la empresa para así generar más ganancias.

Asimismo Conchado, Cortés, Ginés y Carot (2012) de España en su investigación descriptiva, tuvieron como objetivo definir con aplicaciones estadísticas los perfiles de los graduados de educación en España, según sus valores organizacionales. Para lograr esto decidieron utilizar como instrumento un cuestionario diseñado para analizar las carreras profesionales de los graduados en educación, pero con un enfoque importante en los valores. La

muestra estuvo conformada por 668 profesionales en educación, de tres zonas geográficas diferentes del territorio español. El método estadístico se basó en frecuencias y porcentajes. El resultado principal indicó un alto porcentaje en los ámbitos de estabilidad laboral, poder aprender cosas nuevas y poder tener tiempo para la familia. Por lo tanto se concluyó que existe un alto nivel de valores de responsabilidad e integridad. Por último se recomendó ampliar el estudio con fuentes de corte no transversal, lo que sería el opuesto a la metodología de este estudio.

De la misma manera Badillo, López y Ortiz (2012) de México en su investigación de tipo descriptiva, proponen conocer los valores laborales prioritarios para las enfermeras del Hospital DIF de Hidalgo, México. Para determinar esto, utilizaron dos instrumentos: una escala de valores organizacionales y el EVAT-30, que se trata de un test de tipo proyectivo. Para esta investigación se tomó una muestra de 134 enfermeras del mencionado hospital. La metodología estadística se basó en el uso de frecuencias y porcentajes. Los resultados demostraron que las enfermeras dan prioridad al respeto, la generosidad, la benevolencia, la seguridad, la estimulación y el hedonismo. Esto llevó a la conclusión de que las enfermeras poseen más valores colectivos que individuales. Se recomendó por lo tanto trabajar más en los valores individuales como la autoridad y el logro.

De igual forma Gómez (2011) de Colombia en su investigación de tipo cualitativa, propone como objetivo indagar en el modelo de la administración por valores, basándose principalmente en la competitividad dentro de las organizaciones como un motivador. Para poder cumplir con esto decidió usar como instrumento entrevistas semi estructuradas en las cuales los colaboradores pudieran dar su punto de vista sobre el programa de valores existente, y así poder expresar en sus palabras la importancia del mismo en el día a día. La muestra constó de un número no especificado tanto de personal ejecutivo como personal operativo. El método

estadístico fue nulo, al ser la naturaleza de la investigación cualitativa. Los resultados del estudio indicaron entonces que los valores implementados en las empresas afectan enormemente la forma de interactuar de las personas. Por lo tanto se concluyó que la efectividad principal de la administración por valores está en cuestiones tales como el desempeño, el clima laboral, la competitividad, la atención, etc. Finalmente se recomendó fundamentar la sostenibilidad de las organizaciones en valores concretos que conduzcan al desarrollo de ventajas competitivas.

Finalmente Nader y Castro (2009) de España en su investigación de tipo descriptiva, tuvieron como objetivo determinar si la cultura y los valores tanto personales como organizacionales influyen en los estilos del liderazgo para dirigentes civiles y militares. Para poder comprobar esto se utilizaron varios instrumentos: el CELID que sirve para determinar liderazgo, el “*Portrait Values Questionnaire*” que es una escala de valores humanos, el ODQ que sirve para evaluar el tipo de cultura organizacional y el cuestionario VAL que sirve para identificar valores organizacionales. La muestra constó de 226 líderes civiles y 138 líderes militares de todo el territorio español. El método estadístico se basó en el análisis de ecuaciones estructurales. Los resultados indicaron diferencias significativas entre los líderes civiles y los militares y demostraron que las tres variables influyen drásticamente en los estilos de liderazgo. Debido a esto se concluyó que sin importar tanto si son líderes militares o civiles, la verdadera diferencia yace en el tipo de líder que es la persona: transaccional (burocrático) o transformacional (flexible), lo cual es directamente influido por los valores personales y organizacionales inculcados. Se recomendó además retomar las investigaciones de los líderes transaccionales, las cuales han sido olvidadas con el paso del tiempo, debido a la idea de que son cosa del pasado.

Los investigadores nacionales e internacionales presentados anteriormente coinciden en la importancia que tienen los valores organizacionales en el actuar de los integrantes de cualquier tipo de organización. Además de que muestran certeza en que los objetivos de las empresas se alcanzan con mayor eficiencia y eficacia cuando todos trabajan con un mismo objetivo y con una misma dirección, cosa que los valores moldean.

Los valores organizacionales son el motor del esfuerzo en un grupo de trabajadores comprometidos con su trabajo. La razón de esto es que direccionan la energía de todos para hacer que se muevan en una misma dirección. Para entender esto se debe primero comprender lo que es un valor organizacional y todo lo demás que se deriva de este término. Muchos autores han publicado investigaciones respecto a esto. A continuación se cita el trabajo de algunos especialistas que se han dedicado a explicar lo que es un valor, pero sobre todo lo que es un valor organizacional y lo que esto incluye.

Valores

Para Bravo (2000), el término valor se refiere a elementos que no están sujetos a un tiempo o a una cultura en específico, sino que son trascendentes y existen en todas las culturas de una u otra manera. Los valores no tienen una definición específica, sino que son comprendidos dependiendo del ámbito desde el cual se expresan. Al hablar de ámbito se hace una referencia a edad, cultura, nivel y tipo de educación, etc.

Ortega y Gasset (2004) por su lado afirman que, los valores tienen su base en la sociedad y la familia, además de que hacen referencia a aquello que los seres humanos piensan y sienten.

Los valores por lo tanto son muy importantes, ya que constituyen una manera de vivir y de expresarse en el entorno. Un claro ejemplo es el de las diferentes maneras en las que los seres humanos nos comportamos en la que en teoría es una misma situación. Esto ocurre así porque nos guiamos según los valores que más se nos han fomentado en nuestro hogar.

Tipos de Valores

Jiménez (2010), resalta dos categorías de valores:

- **Valores Morales**

Se refiere a aquellos valores que guían la conducta de la persona, o en otras palabras los que hacen que distinga entre lo que está bien y lo que no. Este tipo de valores son los que determinan si a los ojos de los demás la persona es “justa” o “injusta”.

- **Valores Organizacionales**

Estos valores tienen una gran importancia tanto a nivel individual como a nivel grupal, y suelen ser enfocados a aquellas áreas que generan la mayor productividad por parte de los colaboradores de una empresa.

Rodríguez, Díaz, Fuertes, Martín, Montalbán, Santa Bárbara y Zarco (2004) por su parte crean una clasificación más general:

- **Valores Teóricos**

Son los que hacen que el individuo busque la verdad de una manera racional, se enfoca principalmente en la racionalización.

- Valores Económicos

Se fundamentan en lo que es práctico y útil. Su utilización principalmente es para alcanzar metas sociales que le darán éxito al individuo.

- Valores Estéticos

Tienen como objetivo buscar la belleza subjetiva en las cosas. Las personas que tienen estos valores muy desarrollados suelen entender las situaciones y los contextos como arte.

- Valores Sociales

La dignidad humana es la base de estos valores. En otras palabras buscan el amor y la aceptación de los demás.

- Valores Políticos

Como su nombre lo indican buscan la aceptación y el poder sobre otros. Estos tipos de valores se encuentran principalmente en las personas que siempre están tratando de resaltar.

- Valores Religiosos

El encuentro de Dios y el entendimiento del universo son la razón de la existencia de estos valores. Cabe destacar que no se enfocan en una religión en específico. (Rodríguez, Díaz, Fuertes, Martín, Montalbán, Santa Bárbara y Zarco, 2004)

Blanchard y O'Connor (1997) llegan a crear en sus obras una tipología de valores fundamentada en el perfeccionamiento del ser humano. Básicamente la importancia de estas categorías es el o los valores que van a volver a cada individuo en un ser "bueno":

- Infrahumanos

Valores que pueden ser compartidos con los animales.

- Inframorales

Valores puramente humanos.

- Instrumentales

Valores que impulsan al ser humano a conseguir sus metas.

- Terminales

Valores aprendidos cuando se llega a estados finales en la vida.

De la misma forma Robbins y Judge (2009) establecen dos clasificaciones para los valores:

- Valores terminales

Las metas y los sueños que las personas desean alcanzar durante su vida.

- Valores instrumentales

Se refieren a los patrones de conducta elegidos para llegar a conseguir un comportamiento específico y poder lograr lo que proponen los valores terminales.

Los valores como se puede ver pueden ser divididos de diferentes maneras dependiendo de las creencias de cada quien, o por lo contrario lo que cada uno aplica en su vida por considerarlo más importante. Los diferentes tipos de valores se determinan tanto por el ámbito en el que son aplicados como por la funcionalidad que tienen.

La Importancia de los Valores

Robbins y Judge (2009) indican la importancia de los valores para estudiar el comportamiento tanto de cada ser individual como de cada grupo, principalmente en el ámbito organizacional, ya que la base de la motivación se encuentra en ellos. Al momento de ingresar a un ambiente nuevo, cualquier persona trae ya una idea hecha de lo que está permitido hacer y lo que no. Esto tiene su debida importancia, ya que hace que el sujeto le dé prioridad a unas acciones sobre otras, lo cual puede causar un conflicto con lo racional de la situación.

Los valores además suelen ser estáticos, o en otras palabras, no son alterados de una manera determinante, simplemente se mantienen y suelen ser básicos en todo tipo de relaciones, principalmente cuando han sido establecidas recientemente.

Se debe tener en cuenta lo importantes que son los valores para poder vivir con estabilidad en una sociedad que ya tiene sus pautas marcadas. Respetar a los demás y vivir en armonía usando los valores como base, define el tipo de persona que uno es.

Valores Organizacionales

Manene (2010), cataloga a los valores organizacionales como uno de los puntos clave dentro de las empresas al momento de establecer una cultura organizacional, ya que es lo primero que logra verse en este aspecto. Los valores entonces se convierten entonces en la fuente principal para emitir juicios sobre actos realizados en el área laboral. La importancia de estos valores radica además en el hecho de que en ellos suele reflejarse las metas de la organización, en conjunto con sus creencias. Unos valores organizacionales bien fomentados según el autor,

garantizan el éxito individual de cada trabajador y su apego las normas del reglamento interno. Cuando se ve un compromiso real, se debe a una buena utilización de los valores.

Rodríguez, Díaz, Fuertes, Martín, Montalbán, Santa Bárbara y Zarco (2004), tienen una definición similar al afirmar que los valores organizacionales son creencias y principios que son enseñados a los colaboradores por la misma empresa, con el objetivo de lograr estabilidad en las operaciones de todos. Según los autores estos valores nacen de la misión y la visión de la empresa, y es por eso que se logra un compromiso por parte de los trabajadores con los objetivos y metas generales. El éxito de la utilización de los valores organizacionales dependerá de cómo se adapten las personas a su entorno, y de cómo entiendan las normas. De esta manera el desenvolvimiento será satisfactorio y preciso, para que cuando haya algún problema, el ente administrativo sea capaz de encontrar soluciones más rápido, con la asistencia de aquellos que acatan la cultura organizacional.

Los valores se reflejan en actitudes, decisiones y opiniones realizadas por los empleados, demostrando que no es solo la empresa por medio de programas la que establece el uso de valores, sino que son innatos del ser humano como especie que busca su supervivencia.

Gimbert (2003), por su parte establece que los valores organizacionales son la base para crear los aspectos clave en una empresa, ya que por medio de ellos se decide lo que es valioso para una organización. La ética juega un papel muy importante en el uso de valores, ya que por medio de ella se decide si se usan o no. El autor aporta también que los valores son lo más difícil de cambiar en una organización, ya que son moldeados en base a las creencias de los dirigentes y sus personalidades, y es aun mas difícil si la empresa es familiar, ya que los dirigentes suelen mantener sus puestos por muchos años.

Tierno (2000) define los valores organizacionales como características que las personas establecen en su área de labores para alcanzar un logro en el terreno de las relaciones humanas. Además marca la cercana relación que hay entre estos valores y los valores estéticos, políticos y sociales; ya que todo este conjunto forma los valores que nos definen como seres humanos.

Identificar los valores organizacionales no es tan complicado en el ámbito laboral, según el mencionado autor basta con prestar atención a ciertos aspectos de la manera de desenvolverse de un colaborador, como su rendimiento en el trabajo, la conservación de su apariencia, de su salud física y mental, y la moral con la que trabaja. La naturaleza social de los valores organizacionales obliga a que todos aporten para poder progresar, ya que si solo son unas cuantas personas, la mala influencia de quienes no aportan puede causar que los demás retrocedan.

Alles (2010), define los valores organizacionales como parte de la esencia de cualquier organización, ya que son parte de la constitución de la misma. Además recalca la importancia de crear un programa de valores organizacionales para tener una influencia importante en los métodos de trabajo. Cabe destacar que para la autora los valores laborales son la unión entre la vida personal y la profesional.

Por lo tanto, se puede decir en pocas palabras que los valores organizacionales son la base de una empresa sólida. La razón es que sobre los mismos se construyen las relaciones laborales y una rutina que debe conducir al éxito.

Tipos de Valores Organizacionales

García y Dolan (2003) hacen su propia distinción entre valores organizacionales, y los dividen de esta manera:

Valores Finales
Valores Instrumentales
Valores Éticos de la Empresa

- Valores Finales

Se basan principalmente en la misión y la visión. Estos valores son los que crean unión en los trabajadores y los hacen trabajar con un mismo fin.

- Valores Instrumentales

Estos valores son los que hacen que influyen en el pensamiento de los colaboradores para moldear la conducta a una que sea óptima.

- Valores Éticos de la Empresa

Son aquellos valores que tiene la empresa, y que son considerados compartidos por todos en la empresa.

Jiménez (2010), diferencia en su obra los valores morales de los valores organizacionales. Entre los últimos valores mencionados desataca:

Valor del Profesionalismo
Valor del Sentido de Pertenencia
Valor de Responsabilidad
Valor de Aprecio al Trabajo
Valor de Honestidad
Valor de Trabajo en Equipo
Valor de Lealtad
Valor de Respeto
Valor de la Eficacia
Valor de la Calidad

- Valor del Profesionalismo

El valor que junta al respeto y la humildad. Un verdadero profesional se emplea a fondo para cumplir con su labor sin llegar a creerse que es algo más por su conocimiento. El valor del profesionalismo hace además que alguien ejerza según las pautas establecidas por la sociedad, cumpliendo por ejemplo con la vestimenta correcta y las actitudes correctas.

- Valor del Sentido de Pertenencia

Este es un valor que hace al individuo sentirse parte de la organización para la que labora. Este sentido hace que el nivel de involucramiento haga efectos positivos en la mentalidad del trabajador, no solo trabajando para ganar su salario sino que para aportar su grano de arena a la institución.

- Valor de Responsabilidad

En el ámbito laboral se trata de tener el cuidado de cumplir con todas las obligaciones que se tengan. Este valor involucra además ser comprometido y estar dispuesto siempre a actuar de una forma correcta.

- Valor de Aprecio al Trabajo

Apreciar el trabajo no solamente se refiere a estar satisfecho en el lugar donde se labora, sino a demostrarlo con la manera de trabajar. Alguien que realmente aprecia su trabajo se involucra con los objetivos de la organización y se preocupa no solo por su desempeño sino que por el de los demás.

- Valor de Honestidad

Siempre según la obra de Jiménez (2010), la palabra honestidad tiene sus principales sinónimos en los términos decente y justo. Alguien honesto en su puesto de trabajo actuará siempre responsablemente y sin ningún tipo de corrupción.

- Valor de Trabajo en Equipo

El trabajo en equipo es un valor que se refiere a conocer bien a las personas con las que se labora y principalmente tenerles confianza para poder trabajar no como un grupo, sino que como un equipo que será capaz de aportar algo a una organización.

- Valor de Lealtad

Jiménez (2010), nos indica que ser leal es sinónimo a ser fiel y a tener honor. En el ámbito laboral esto se puede expresar siendo honesto y cumpliendo con el reglamento interno de la organización.

- Valor de Respeto

El respeto se basa principalmente en saber llevarse bien con los demás. Si se respeta, la comunicación siempre será fluida, habrá confianza entre todos y habrá un progreso verdadero en los distintos departamentos de la organización.

- Valor de la Eficacia

Este valor se refiere a minimizar tiempo y recursos sin bajar la calidad del producto o servicio. Se considera un valor debido a que ser eficaz viene de un deseo nato del ser humano.

- Valor de la Calidad

La calidad del trabajador también puede medirse como un valor. No solo por la manera en la que trabaja, sino que en cómo se dan sus relaciones interpersonales y en la idea que los demás tienen de él o ella.

Cada valor organizacional existe porque tiene un fin específico, es por eso que hay diferentes tipos de valores. Por ejemplo hay algunos cuyo fin es crear un trabajo de equipo sólido, mientras que pueden existir otros que se centran en mejorar la productividad.

Importancia de los Valores Organizacionales

Jaques (2000), explica la efectividad que los valores organizacionales pueden tener en un ambiente laboral, siendo los puntos a continuación lo que debería darse en la relación entre administradores y subordinados:

- Tener a todos los colaboradores en un puesto donde puedan demostrar su capacidad, siendo los valores e intereses personales lo que funcione como motivación.
- Oportunidades reales de progresar en la jerarquía al demostrar que se tiene la madurez necesaria.
- Remuneración y trato justo para todos, sin ver nivel en la jerarquía.
- Reconocimiento al trabajo del personal según la eficiencia y la eficacia demostradas.
- Liderazgo interactivo, donde los jefes retroalimenten al personal a su cargo, con el fin de aumentar la motivación y la cantidad de trabajo.
- Que exista una verdadera responsabilidad tanto en los méritos como en los errores para forjar un ambiente de compañerismo y admiración.
- Mantener una comunicación directa y constante entre altos mandos y operativos, informando de cambios en los objetivos organizacionales.
- Oportunidades reales para que cualquier persona pueda participar en la toma de decisiones aportando sus comentarios. (Jaques, 2000)

La implementación y fomento de valores organizacionales en la empresa es de gran ayuda, ya que es en buena parte lo que hace que la empresa avance. Manteniendo un programa de valores sólido, se motivará al personal, lo cual tendrá una consecuencia positiva en la productividad tanto grupal como individual.

Cultura Organizacional

La cultura organizacional básicamente engloba todo lo que se da en las relaciones laborales, siendo los valores organizacionales la base de la misma.

Para Davis y Newstrom (2001), la cultura organizacional es el incorporado de valores y normas con las que conviven los trabajadores en las empresas. La cultura tiene un efecto inmediato en cada persona que ingresa a una organización, ya que modifica actitudes y el comportamiento. La cultura es sinónimo a estabilidad laboral para estos autores ya que obliga a que el recurso humano llegue a determinado estándar de calidad.

Koontz, Weihrich y Cannice (2008) hablan de la cultura organizacional como el conjunto de creencias y valores que comparten los miembros de cualquier organización. La misma debe poder crear un sentido de pertenencia en cualquier trabajador.

También es de gran importancia la cultura organizacional. La misma define la manera de ser de una empresa. En pocas palabras, es lo que hace a todas las empresas diferentes. Cabe destacar que a pesar de que la cultura organizacional incluye varios aspectos diferentes, los valores son la base.

Como conclusión del tema se puede decir que los autores citados definen los valores organizacionales como la parte de la cultura organizacional que dirige los esfuerzos de los trabajadores y los moldean, de tal manera que se trabaje con un mismo fin y con el objetivo principal de envolver de tal manera al colaborador que se identifique y sienta el deseo de satisfacer las necesidades del cliente. Pero la Cultura Organizacional no solo abarca esto, ya que la convivencia en si del recurso humano incluye muchas otras cosas, como por ejemplo creencias, costumbres, etc.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los valores organizacionales son clave en cualquier tipo de institución que tenga interés en progresar y desarrollarse. En Guatemala se ven empresas que por no preocuparse por los Valores que su personal pone en práctica, deteriora el clima laboral, afectando directamente la producción y la atención al cliente. Es muy importante que todos los miembros de una empresa trabajen en conjunto para lograr un mismo objetivo, y justamente eso es lo que logran estos valores al darle una dirección a sus esfuerzos. Además se beneficia el desempeño grupal, el cual se construye con un ambiente laboral en el que sobresalen personas con principios sólidos y únicos, fomentados a través de un programa consistente de valores organizacionales. Es importante considerar que un trabajador que emplea los valores de la organización en su día a día, se siente parte de la misma y sobre todo se siente orgulloso de lo que hace.

En Guatemala cada vez más empresas están evolucionando en la gestión del talento humano. Entre estos está la creación e implementación de una cultura organizacional que dirija todas las actividades de las organizaciones, por ello, una empresa de clase mundial debe tener las mejores herramientas para tener un personal satisfecho y motivado con su trabajo.

De acuerdo a lo anterior surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Es efectivo el programa de valores organizacionales implementado en el personal de la empresa productora de bebidas en estudio?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Determinar el nivel de efectividad del programa de valores organizacionales en una empresa productora de bebidas.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar el valor de profesionalismo en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Conocer el valor de sentido de pertenencia a la organización en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Identificar el valor de responsabilidad en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Conocer el valor de aprecio al trabajo en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Verificar el valor de honestidad en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Identificar el valor de trabajo en equipo en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Conocer el valor de lealtad en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Identificar el valor del respeto en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Verificar el valor de la eficacia en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Identificar el valor de la calidad en el personal de la empresa productora de bebidas.
- Verificar el impacto que la edad del colaborador, tiempo de laborar en la empresa y género tienen en la implementación de valores.

2.2 Elemento de Estudio

- Valores Organizacionales

2.3 Definición de Elemento de Estudio

2.3.1 Definición Conceptual

Ruano (2013), define los valores organizacionales como la filosofía o los principios que rigen la conducta de los trabajadores dentro de la empresa, y su relación con el exterior. Además señala que los valores permiten diferenciar a la persona sobre los que es bueno y lo que no. Finalmente señala que los valores organizacionales sirven como directrices generales en cualquier situación.

2.3.2 Definición Operacional

Para efectos de este estudio, se entenderá valores organizacionales como los principios que moldean la actitud de los colaboradores y direccionan sus esfuerzos para que todos trabajen con el afán de alcanzar una misma meta. De la misma manera, los valores organizacionales crean un clima laboral estable y facilitan las relaciones interpersonales entre todos los colaboradores de la empresa.

2.4 Alcances y Límites

El presente estudio se llevó a cabo con el personal de una empresa productora de bebidas, y se basó en el aprendizaje y la utilización de los valores organizacionales en sus puestos de trabajo, además de su uso en las relaciones con sus compañeros de labores. Por lo tanto no es aplicable en realidades donde la cultura o los valores organizacionales no sean fomentados

constantemente. Entre los límites se vieron la poca disponibilidad del personal para responder la prueba y la falta de tiempo para aplicarlas debido al estricto cronograma que se llevó.

2.5 Aporte

El presente estudio permitirá brindar diversos beneficios a la empresa productora de bebidas, ya que se hizo un estudio profundo del programa de valores organizacionales que se ejecutaba en ese entonces, con la intención de detectar las fortalezas y debilidades para posteriormente sugerir mejoras y en el mediano plazo crear un mayor sentimiento de pertenencia en el personal, además de una mayor identificación con la organización. Esto último por medio de la optimización del sistema. A la comunidad universitaria se hará un nuevo aporte en el tema de los valores organizacionales con el fin de tener más bibliografía y sustento para futuros estudios.

El estudio también será de utilidad a otras empresas guatemaltecas que han deseado implementar una nueva metodología para evaluar la efectividad de su programa de valores organizacionales, ya que les servirá como guía para implementar mejoras.

III. MÉTODO

3.1 Sujetos

Para esta investigación se tomó en cuenta al personal de una prestigiosa empresa productora de bebidas. La mencionada empresa se dedica a la producción de conocidas marcas que son consumidas además de Guatemala en el resto de Centroamérica, el Caribe y Estados Unidos.

Dicha organización cuenta actualmente con 402 trabajadores, divididos en 12 departamentos, la cual fue la población de esta investigación. Se tomó una muestra aleatoria de todos los departamentos que constó de 122 colaboradores, obtenida por código de empleado. Cabe destacar que al utilizar la fórmula para obtener la mencionada muestra se hizo con un nivel de confiabilidad del 93% (ver cálculos en anexo no. 2, pág. 68). Con el fin de obtener información relevante, también se tomaron en cuenta detalles que corresponden a edad, años de labores y género.

A continuación la información tabulada:

Tabla No. 1	
Edad	
Rango	No.
20 – 29	75
30 – 39	24
40 – 49	17
50 – 59	6
Total	122

Fuente: Investigador

Tabla No. 2	
Tiempo de laborar en la empresa	
Rango	No.
6 meses a 1 año	27
1 año a 5 años	48
6 años a 10 años	24
Más de 10 años	23
Total	122

Fuente: Investigador

Tabla No. 3	
Género	
Rango	No.
Femenino	15
Masculino	107
Total	122

Fuente: Investigador

3.2 Instrumento

El instrumento utilizado en esta investigación fue un cuestionario, cuyo fin es medir el uso de valores organizacionales mientras el colaborador se encuentra dentro de la organización. El mismo fue creado por González (2014), para ser utilizado en su tesis de previo a optar al título de Psicóloga Industrial en la Universidad Rafael Landívar. Por lo tanto el mismo ya ha sido validado por tres expertos en el área.

El instrumento utiliza una escala de Likert, siendo plasmada de la siguiente manera:

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

El cuestionario incluye dos partes. La primera pide la información demográfica siguiente:

- Edad
- Años de labores en la empresa
- Género
- Puesto
- Religión
- Estado civil

Debido a la naturaleza de la investigación a realizar, no se pidió toda la información solicitada por la autora del instrumento, sino que se hizo énfasis en la edad, años de labores y género.

La segunda parte consta de 30 reactivos, para los cuales hay cinco opciones de respuesta. El objetivo es básicamente descubrir la frecuencia con la que el sujeto evaluado hace lo que se pregunta.

Los valores a evaluar se detallan a continuación:

Valor	Descripción	Ítems en los que se evalúa
Profesionalismo	El empeño de dar siempre la mejor de sí mismo, tratando de cumplir con los estándares pedidos por la organización.	1, 11 y 21
Pertenencia a la organización	La identificación con la cultura y los objetivos de la organización.	2, 22 y 23
Responsabilidad	La respuesta positiva e inmediata hacia las funciones y obligaciones que tiene el trabajo.	3 y 13
Aprecio al trabajo	El esmero, la dedicación y la	4, 14 y 24

	preocupación por cumplir con las funciones a cabalidad.	
Honestidad	La transparencia y la sinceridad en todas las acciones que se tienen dentro de la organización.	5, 15 y 25
Trabajo en equipo	El nivel de cooperación, comunicación y trabajo en conjunto que demuestra la persona.	6, 12, 16 y 26
Lealtad	La fidelidad a la organización y todo lo que esta conforma.	7, 17 y 27
Respeto	La buena disposición que se tiene con uno mismo y los demás.	8, 18 y 28
Eficacia	La precisión en el trabajo para hacerlo de la manera más efectiva posible.	9, 19 y 29
Calidad	Cumplir con las normas de cualquier proceso realizado.	10, 20 y 30

Al calificar la prueba, es necesario que el sujeto haya contestado todas las preguntas para tener una efectividad total. El modo de calificación es la suma de los reactivos según los puntos indicados en cada opción de respuesta. Al final, la suma total será equivalente a uno de los siguientes niveles propuestos por la autora:

Nivel	Puntaje (Sumatoria)	Nivel de Valores Organizacionales
1	30 a 60	Bajo
2	61 a 90	Promedio bajo
3	91 a 120	Promedio alto
4	121 a 150	Alto

3.3 Procedimiento

Con el fin de obtener un resultado exitoso en esta investigación, se siguió una serie de pasos bien marcados:

- Se eligió tema de investigación con sus objetivos e instrumento para medirlo.
- Se solicitó permiso en la empresa para realizar la investigación.
- Una vez autorizado por la empresa, se procedió a enviar el tema a la universidad para aprobación.
- Con el tema aprobado se procedió a elaborar el anteproyecto.
- Posteriormente se envió el anteproyecto a Campus Central para su autorización y poder proceder con el trabajo de campo.
- Se aplicó el instrumento con una muestra elegida aleatoriamente.
- Al cumplirse el punto anterior se tabularon los datos recolectados para poder hacer así una presentación de resultados.
- Como punto siguiente se elaboró la discusión de resultados, se concluyó el tema y se dieron recomendaciones para dar el informe y la investigación como concluidos.

3.4 Tipo de Investigación, Diseño y Metodología Estadística

Según Fidias (2006), el diseño de una investigación se refiere a la profundidad con la que se desarrolla un tema de investigación. Por lo tanto puede decirse que esta investigación será de tipo descriptivo, o en otras palabras se enfocará en describir un suceso, o en este caso, una variable. Además se utilizaron frecuencias y porcentajes una vez se tuvo la información tabulada.

La utilización de medidas de tendencia central también fue vital. Esto se logró por medio de un programa estadístico (Mega Stat).

IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos luego de haber aplicado la encuesta a la muestra de colaboradores de la empresa productora de bebidas estudiada, por medio de gráficos.

El instrumento seleccionado para este estudio se aplicó con el fin de conocer el uso de valores organizacionales de los colaboradores en su trabajo, poder cuantificarlo, y así definir si el programa que se usa para fomentar dichos valores cumple con su objetivo o no.

4.1 Medidas de tendencia central

Conteo	122
Media	124.52
Varianza	345.90
Desviación Estándar	18.60
Valor Mínimo	59
Valor Máximo	150
Rango	91
Error Estándar de la Media	1.68
1er. Cuartil	114
Mediana	119
3er. Cuartil	144
Moda	150

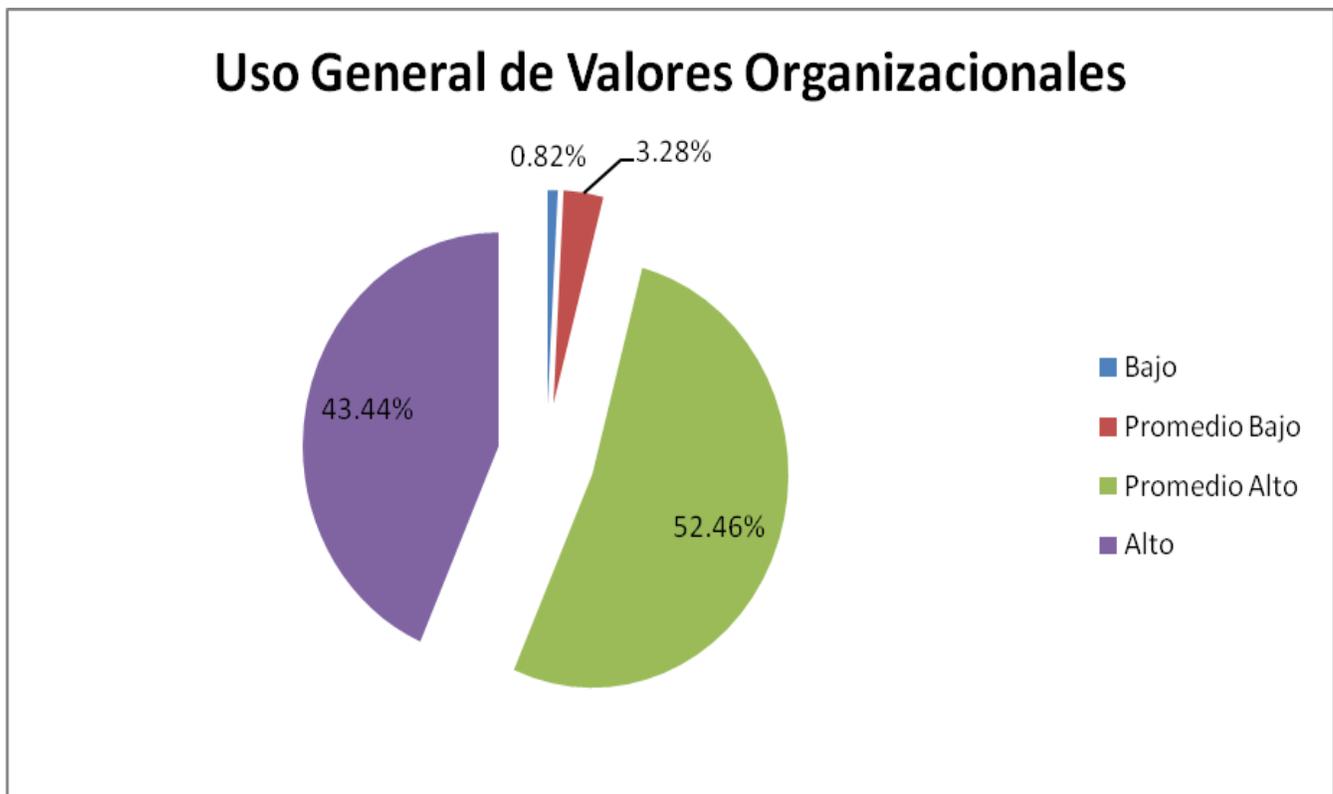
En la tabla anterior se puede apreciar un resumen de los datos recolectados, el cual además da una idea de lo que los valores obtenidos significan. El conteo es de 122 encuestas respondidas, o en otras palabras ese fue el número de colaboradores que apoyaron en la realización de esta investigación. Una media de 124.52 se enfoca en los puntajes obtenidos e indica que ese es el promedio general. La varianza y la desviación estándar al no ser muy elevadas nos demuestran que los datos no son muy dispersos, o dicho de otro modo, los resultados de todas las pruebas son bastante similares. Los puntajes obtenidos dejaron como nota más baja 59 puntos, y cómo la más alta 150, abarcando por lo tanto todos los niveles propuestos en la calificación del instrumento (de bajo a alto). Reforzando lo que indica la desviación estándar, está el rango, demostrando una amplitud de los datos de 91 puntos. Si se colocaran todos los puntajes en línea, nos encontraríamos que la mediana, o de dato del medio, es una prueba cuyo valor fue de 119. Además, el dato al primer cuarto de los mismos es de 114, mientras que a los tres cuartos es de 144. Finalmente se puede ver una moda de 150, por lo que se puede decir que el puntaje más repetido fue una nota perfecta que demuestra óptimo nivel de uso de valores.

4.2 Resultados descriptivos

De acuerdo a la escala establecida en el instrumento, la mayoría de colaboradores demostraron estar en un nivel promedio alto, lo que indica una necesidad de reforzar el sistema de inculcar valores organizacionales, debido a que para tener una cultura organizacional estable la mayoría del personal debe estar identificada con los valores, y por lo tanto en un nivel alto. Cabe destacar que tomando los valores por separado se dio una mayoría (aunque no por mucho) de valores altos. De igual manera se demuestra una necesidad de trabajar en las personas que conformaron los tres niveles inferiores. A continuación la información a detalle.

Nivel General de uso de Valores Organizacionales en el Área de Trabajo

Gráfica No. 1



Fuente: Investigador

Se puede observar en la gráfica anterior, que la mayoría de los colaboradores encuestados no llegan a un nivel óptimo de uso de valores en su área de trabajo. Siendo más de la mitad en cuestión de puntajes, los empleados con un promedio alto aplican valores en sus quehaceres diarios pero no de la manera en la que deberían, mostrando fallas en el Programa de Valores Organizacionales utilizado. Quienes realmente demuestran una estadística preocupante son pocos (4.1% del total entre promedio bajo y bajo) y aunque en teoría no afectan tanto, podrían contagiar a los demás en conductas poco éticas. Finalmente un 43.44% aplica los valores fomentados de una manera satisfactoria.

Valor de Profesionalismo

Gráfica No. 2



Fuente: Investigador

El profesionalismo demostrado por los colaboradores se encuentra en un nivel bastante alto. La mayoría, representada por un 48.91% siempre actúa de acorde a lo que la empresa espera de ellos, pero cabe destacar que un 30.05% casi siempre lo hace, lo cual es preocupante porque en situaciones clave dentro de la producción puede que hagan algo en contra de las normas de la empresa. El restante 21.04% necesita un refuerzo urgente en este valor.

Valor de Pertenencia a la Organización

Gráfica No. 3

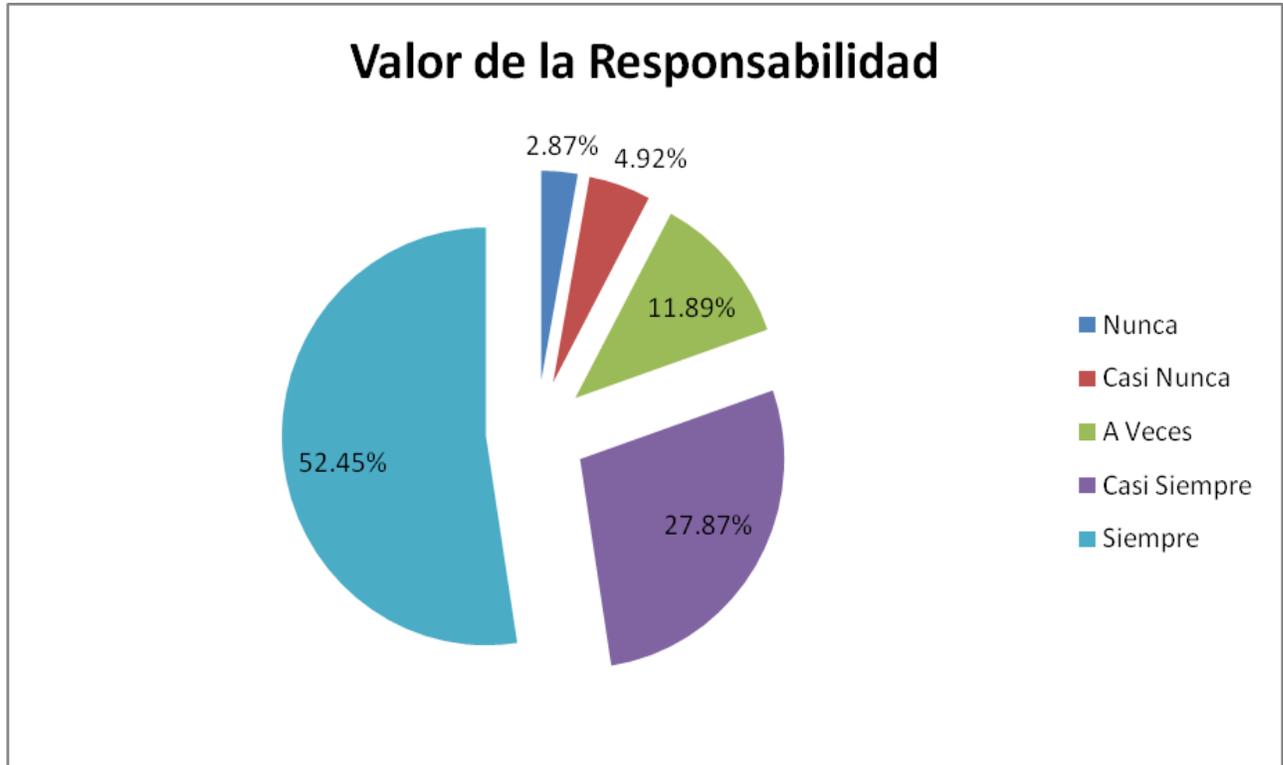


Fuente: Investigador

El sentido de pertenencia hacia la empresa demostrado por los colaboradores no ha sido desarrollado del todo. Buena parte de los trabajadores (47.82%) lo tiene bien inculcado, pero el resto de ellos no ha llegado a desarrollar un compromiso profundo con la cultura de la empresa, pudiendo ser esto contraproducente para los objetivos de la misma. Un 28.14% necesita terminar de adquirirlo, mientras que el restante 24.04%, que es casi un cuarto de los encuestados, deben llegar a familiarizarse con la empresa lo más pronto posible.

Valor de la Responsabilidad

Gráfica No. 4

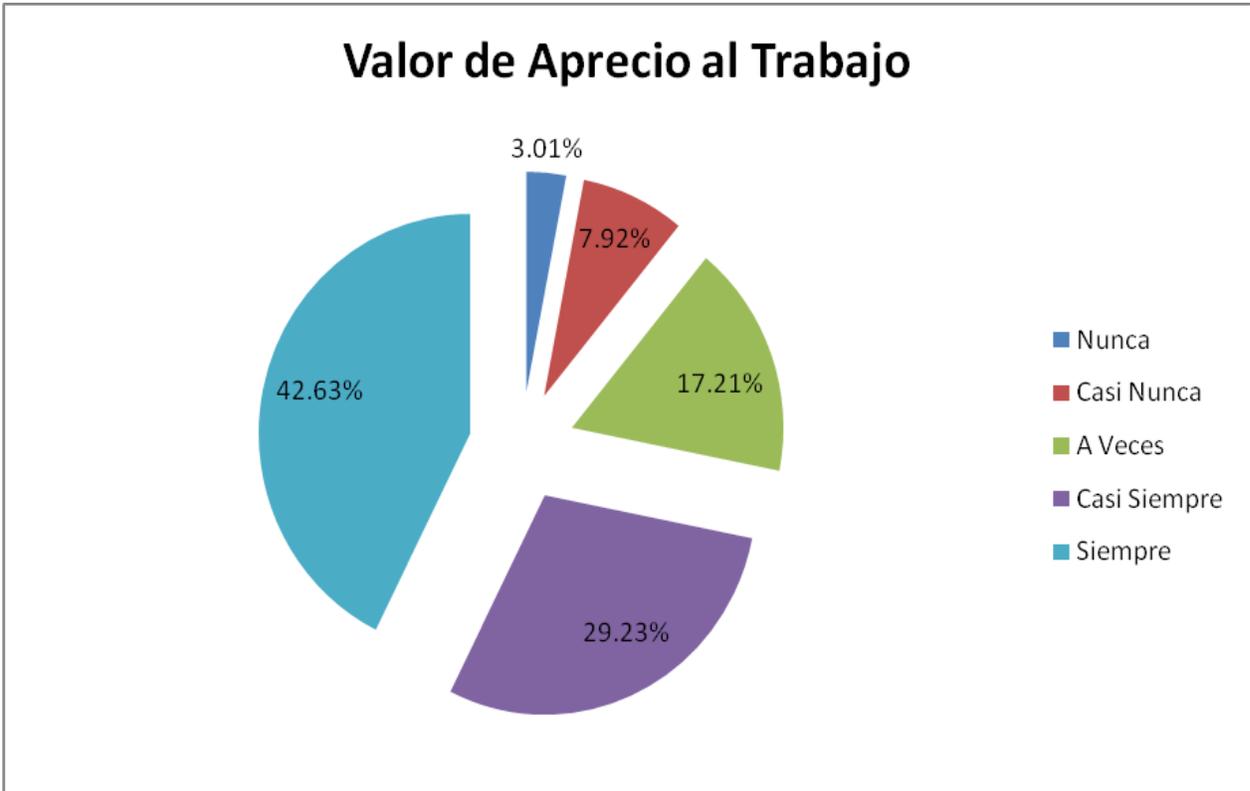


Fuente: Investigador

La responsabilidad en el área de trabajo va en buen camino, pero necesita reforzamiento para alcanzar un nivel de excelencia. A pesar que más de la mitad de los colaboradores demuestran responsabilidad en todo momento (52.45%) el resto de ellos no lo hacen, pudiendo llegar a poner en peligro algunos procesos por negligencias. Es por esto que es necesario reforzar este valor, poniendo especial atención al porcentaje que se encuentra en el rango “a veces”, ya que se encuentra en un nivel más alto del que debería (11.89%).

Valor de Aprecio al Trabajo

Gráfica No. 5

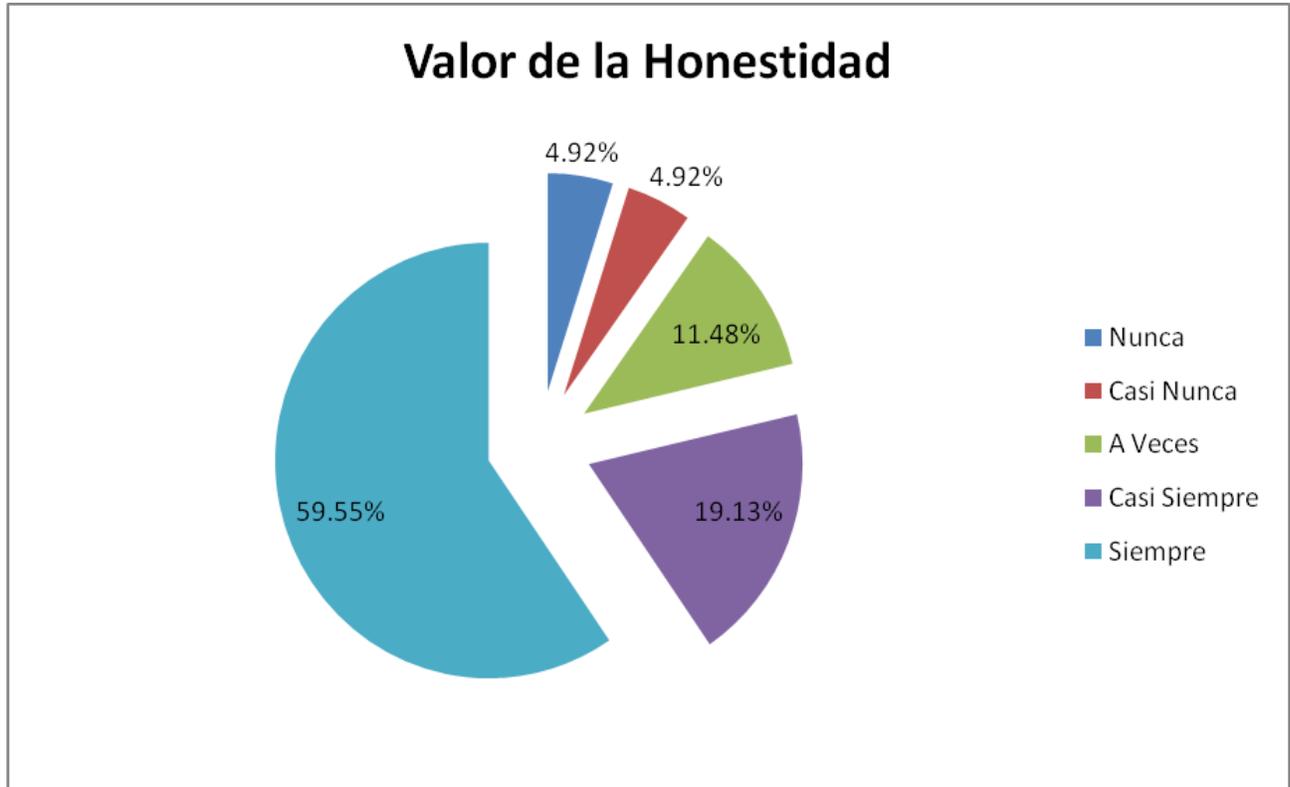


Fuente: Investigador

El valor de aprecio al trabajo es uno de los que más necesidad tienen de ser trabajados. La cantidad de colaboradores que siempre lo demuestran no es una mayoría dominante. Al sumar a quienes casi siempre lo demuestran con quienes lo hacen a veces (46.44%) se obtiene casi la mitad de la muestra, demostrando que a muchos no les importa realizar sus labores como deberían, ni se sienten agradecidos a la empresa que les da trabajo. Eso sin mencionar al 10.93% que realmente les da igual lo que la empresa les da.

Valor de la Honestidad

Gráfica No. 6

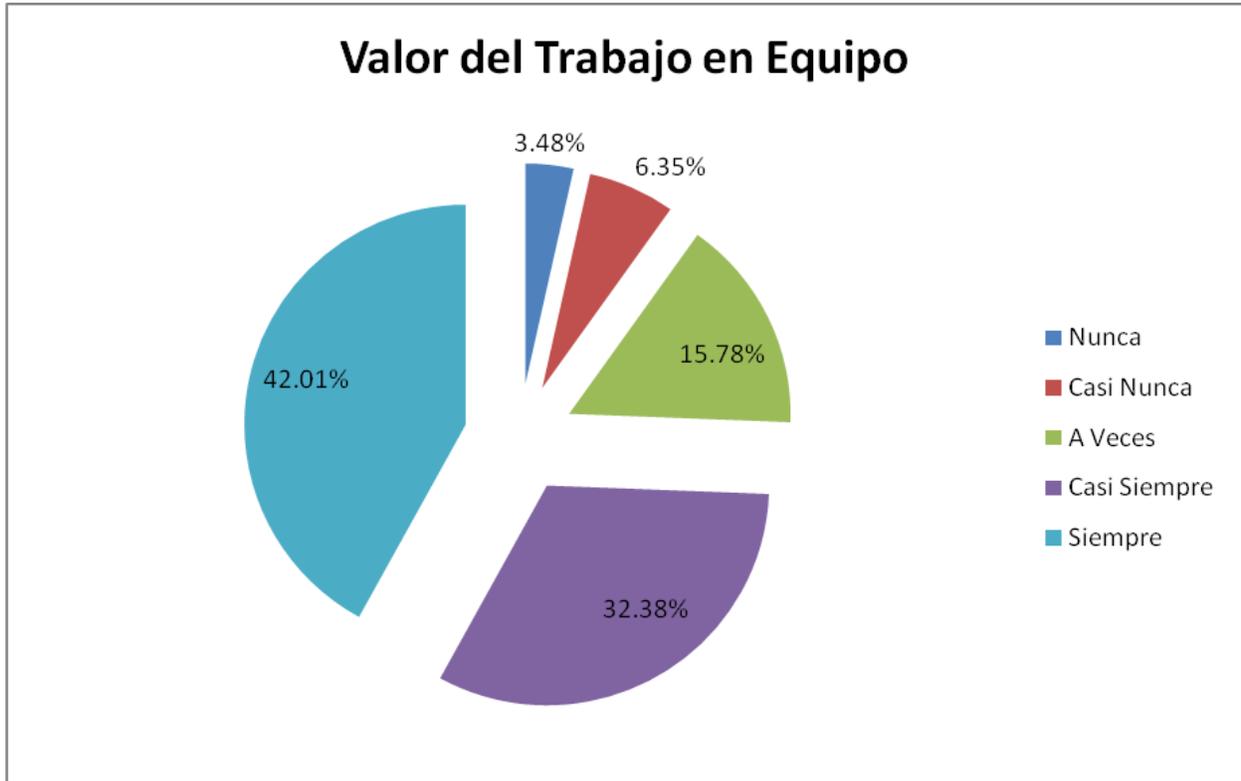


Fuente: Investigador

El valor de la honestidad es en líneas generales uno de los mejores en cuanto a estadísticas se refiere. Una gran mayoría del personal es honesto en sus labores (59.55%) sin importar la circunstancia. Esto se transmite en pérdidas mínimas de producto y mobiliario, además de trabajadores honrados. De igual manera, es clave señalar que el otro 40.45% no actúa honestamente en algunas ocasiones, por lo que es algo que se debe tener en cuenta.

Valor del Trabajo en Equipo

Gráfica No. 7



Fuente: Investigador

El trabajo en equipo muestra unas estadísticas con mucho margen de mejora, que deben ser levantadas para alcanzar los objetivos de producción con más facilidad. Solamente un 42.01% de los colaboradores se esfuerza en tener una buena comunicación con su equipo y con sus jefes. El restante 57.99% debe tener más tareas para fomentar la comunicación y el verdadero trabajo en equipo. De este porcentaje a un 32.38% ya le falta poco, por lo que no debería requerir un esfuerzo extra para la empresa entrenarlos en este valor.

Valor de la Lealtad

Gráfica No. 8



Fuente: Investigador

La lealtad es uno de los valores más importantes en una empresa, y aquí se demuestra con datos estadísticos que existe un nivel bastante alto de esta en los colaboradores en estudio. Un 60.10% es leal sin importar la situación, además de un 26.23% que casi siempre lo es (ambos suman 86.34%). Esto es importante principalmente si se trata de personas con puestos clave y que manejan información confidencial. Es una minoría en la que se debe trabajar el valor de la lealtad.

Valor del Respeto

Gráfica No. 9

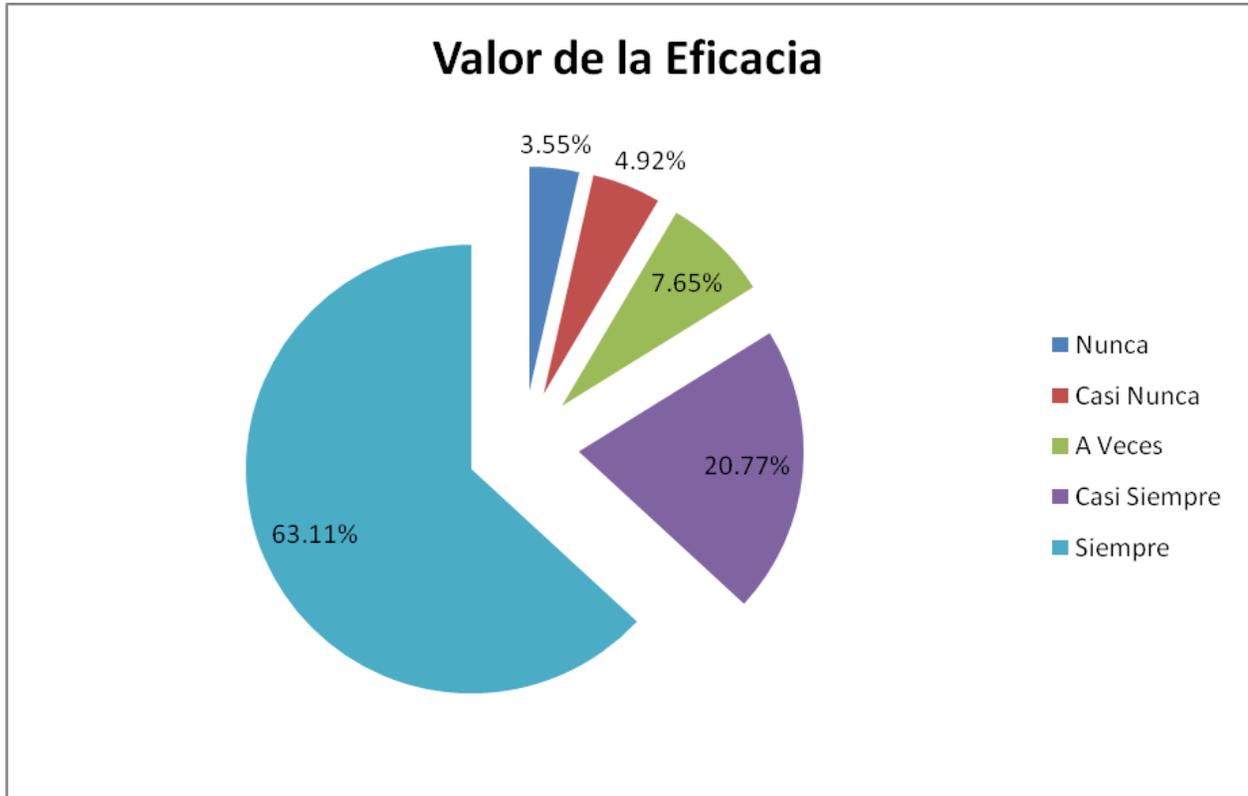


Fuente: Investigador

El valor del respeto es uno al que no se le da la seriedad necesaria. El investigador en persona pudo observar y escuchar la manera en la que los colaboradores se trataban, y en la que expresaban su enojo. Esto se puede ver reflejado en la gráfica, con apenas un 35.79% del personal siendo respetuoso en todo momento. El restante 64.21% necesita un refuerzo en el valor del respeto dentro de la empresa, dándole un énfasis al 12.02% (escalas nunca y casi nunca) que ni tiene dicho valor dentro de sus prioridades.

Valor de la Eficacia

Gráfica No. 10



Fuente: Investigador

El valor de la eficacia es uno de los que demuestra mejores estadísticas. Con un 63.11% los trabajadores buscan ser productivos al mismo tiempo que minimizan costos para la empresa. Sumando un total de 16.12% quienes se situaron en los tres niveles inferiores de la escala de medición necesitan incrementar la utilidad de su trabajo para mejorar la empresa y alcanzar objetivos más altos.

Valor de la Calidad

Gráfica No. 11



Fuente: Investigador

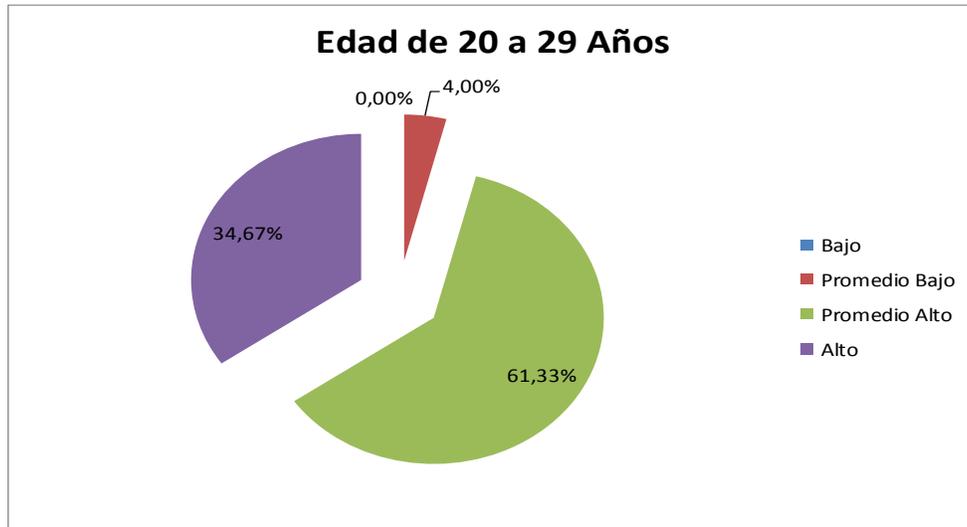
El valor de la calidad es bastante alto según las estadísticas, algo necesario en una empresa de gran nombre y tamaño. Con un 58.74% para más de la mitad del personal las normas de calidad y un trabajo bien hecho son clave en el día a día. Si se suman a las personas que casi nunca y que a veces cumplen con el valor de la calidad se obtiene a la parte del personal que necesita recibir mayor capacitación sobre la importancia de este valor 16.12%.

Existen varios factores que influyen en la manera de actuar de un trabajador, y el uso de valores organizacionales no es excepción. Para profundizar más en el estudio realizado en esta empresa productora de bebidas se analizó si el género, la edad y los años de labores en la

empresa son factores que influyen en aplicar los ya mencionados valores. A continuación los detalles.

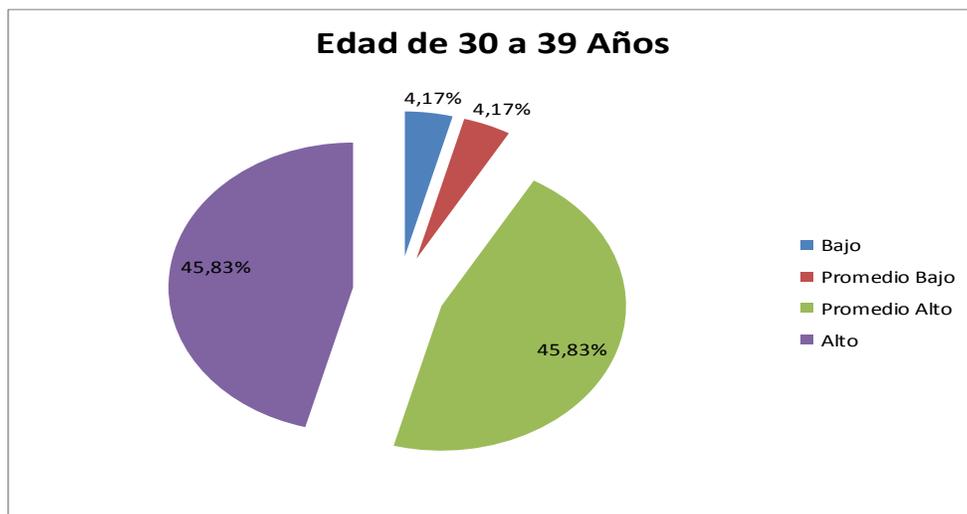
Valores por edad

Gráfica No. 12



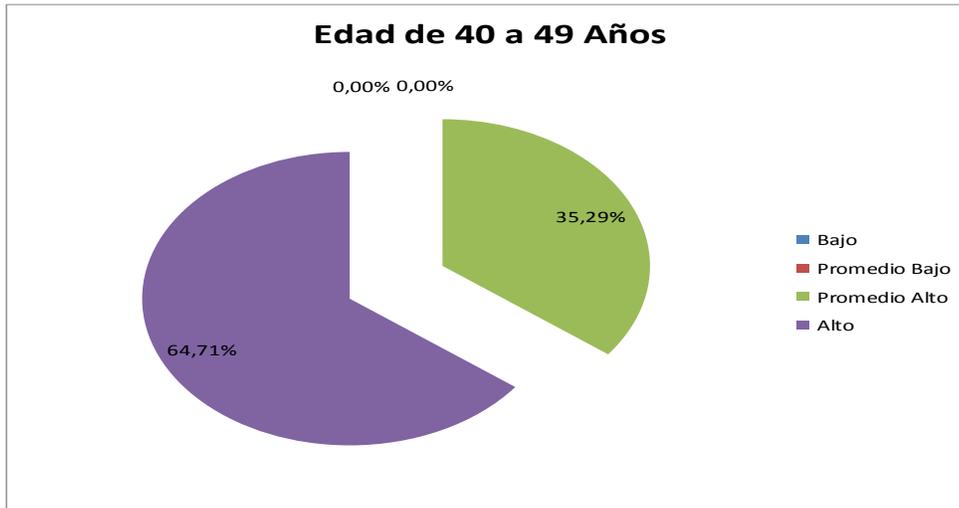
Fuente: Investigador

Gráfica No. 13



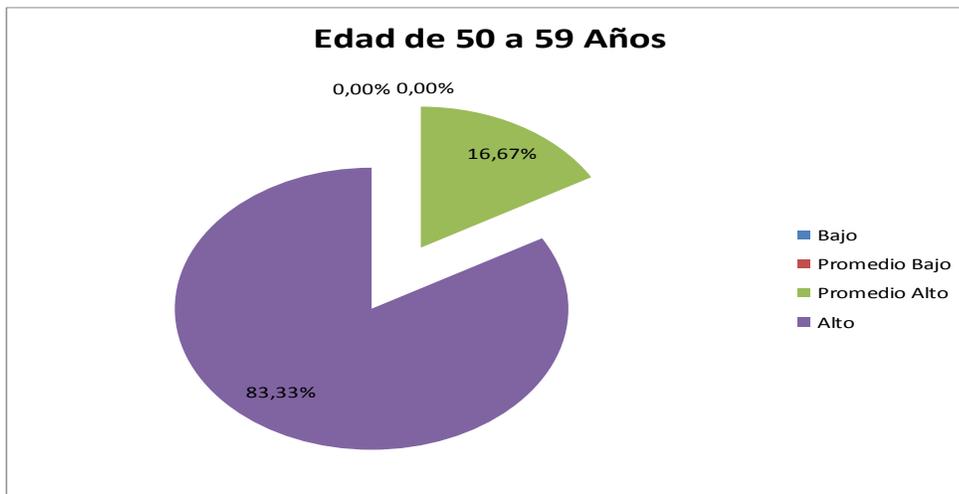
Fuente: Investigador

Gráfica No. 14



Fuente: Investigador

Gráfica No. 15



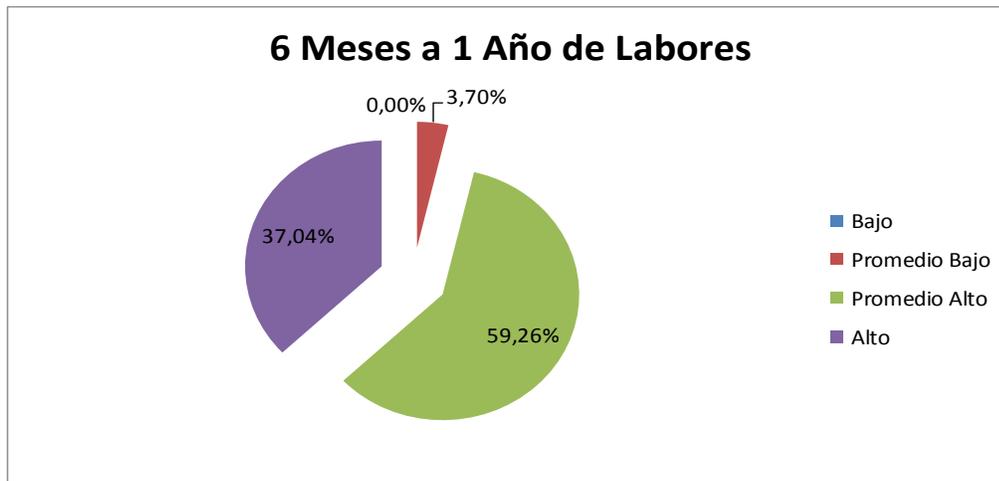
Fuente: Investigador

Se puede observar en los gráficos que el factor edad si es influyente en el uso de valores organizacionales dentro de la empresa, o dicho de otra manera el programa de valores tiene más efectividad en personas mayores. El claro ejemplo está en la escala “alta” de valores. En los

colaboradores más jóvenes solamente un 34.67% tiene un nivel alto de valores, pero el número aumenta gradualmente hasta las personas de más edad, quienes llegan en esta escala a un 83.33%. Y como es lógico, las escalas más bajas van disminuyendo en porcentajes.

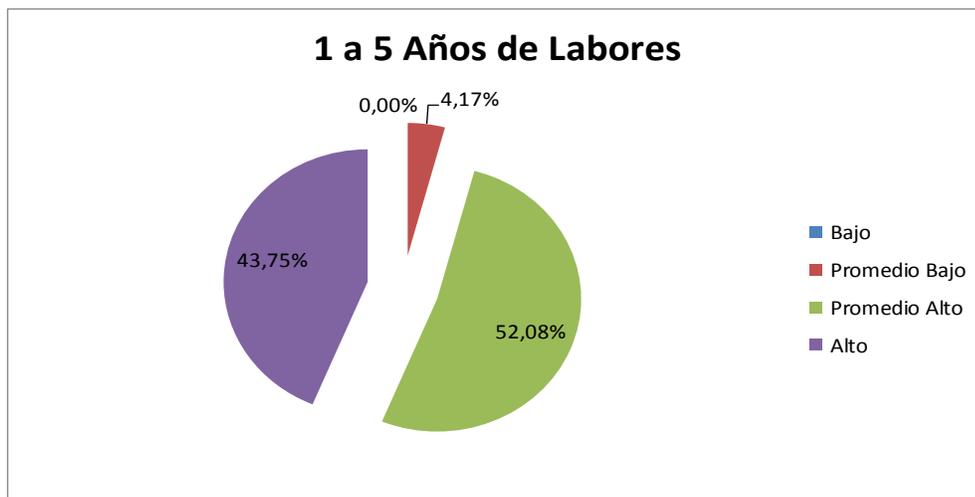
Valores por años de labores

Gráfica No. 16



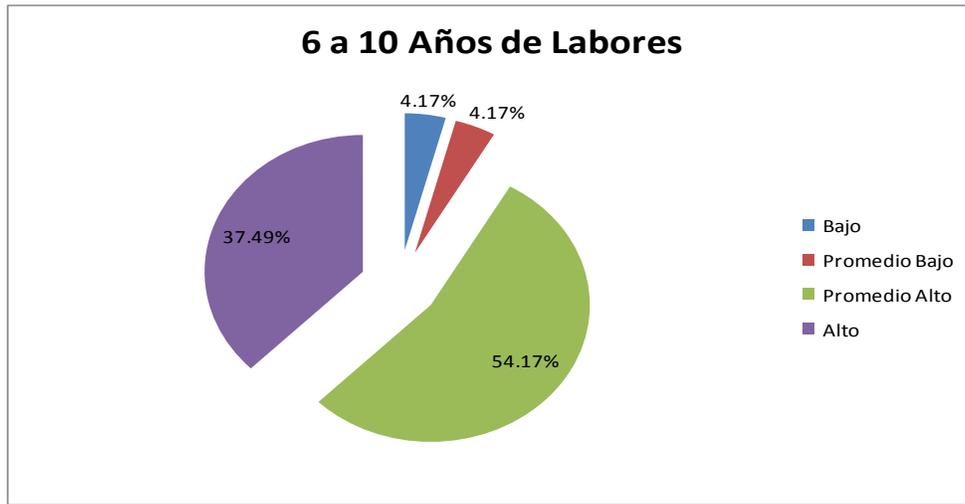
Fuente: Investigador

Gráfica No. 17



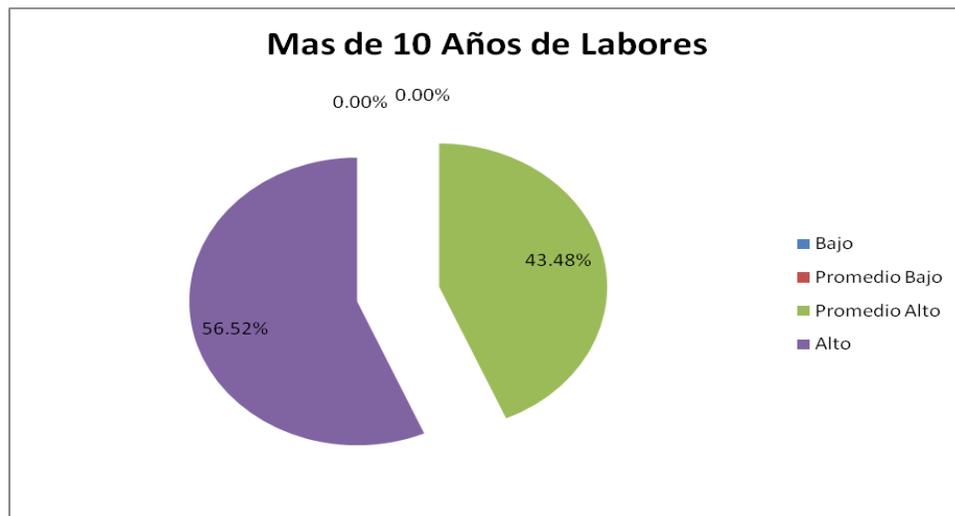
Fuente: Investigador

Gráfica No. 18



Fuente: Investigador

Gráfica No. 19



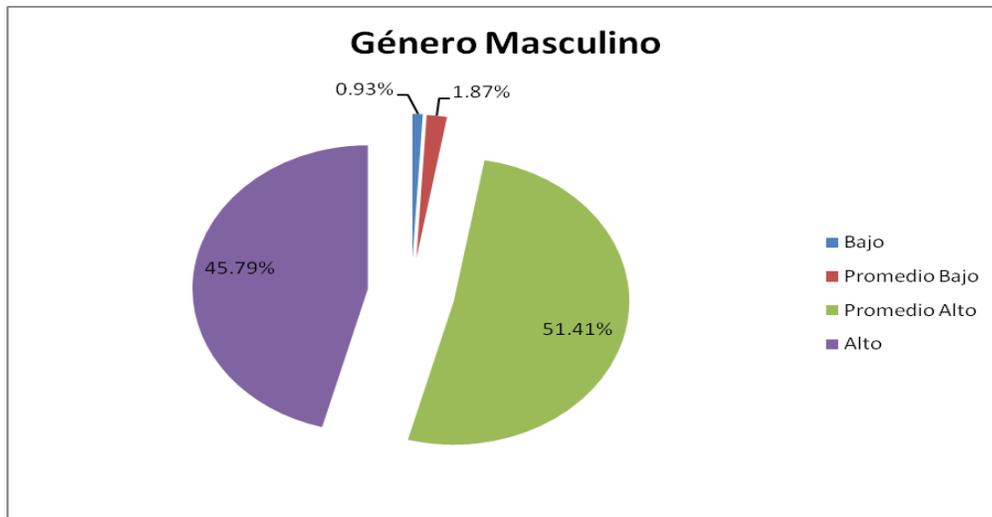
Fuente: Instrumento

El uso de valores según los años de labores no tiene un patrón específico, pero se puede observar que durante los primeros cinco años de estar en la empresa los colaboradores adquieren los mencionados valores organizacionales y los van desarrollando, pero una vez pasan esa barrera vuelven a bajar, demostrando que esa la etapa entre los seis y los diez años es la que más

reforzamiento necesita. Una vez superado este punto, los valores vuelven a subir. Esto también puede relacionarse con la medición por edad y con la madurez que se obtiene con los años.

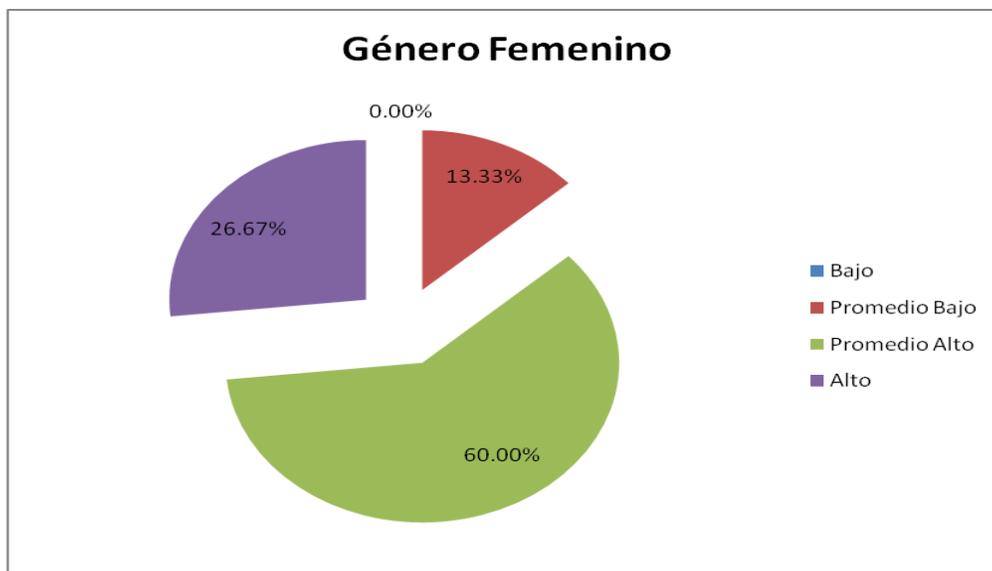
Valores por género

Gráfica No. 20



Fuente: Instrumento

Gráfica No. 21



Fuente: Instrumento

El género parece no ser un factor que afecte en el aprendizaje y uso de valores organizacionales de la empresa. En ambos gráficos se puede observar que es la escala de promedio alto la que domina, seguida por la de alto. Esto deja en evidencia que la efectividad del programa de valores debe ser mejorado para ayudar a todos, y no a algún género en específico.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los valores organizacionales son clave en cualquier empresa, ya que son la base para crear una cultura sólida, y lo primero que un trabajador nuevo debe adquirir para poder integrarse a su área y a su equipo de trabajo. Es por esto que debe existir un programa de valores organizacionales sólido, sencillo y funcional que logre el cometido de educar al colaborador y dirigir su forma de operar, sea cual sea su puesto de trabajo.

En la presente investigación se procedió a descubrir la efectividad del programa de valores organizacionales de una empresa productora de bebidas, según la aplicación de valores por parte del personal. El resultado obtenido fue que el nivel de efectividad se encuentra en una escala de promedio alto, un poco lejos de la escala ideal (escala alta) la cual demostraría que el programa de valores aplicado es altamente efectivo.

Los hallazgos realizados son similares a varias investigaciones y teorías ya existentes. Se puede comenzar defendiendo esta afirmación con la investigación de Santos (2014), quien de la misma manera evaluó los valores de profesionalismo, sentido de pertenencia, responsabilidad, aprecio al trabajo, honestidad, trabajo en equipo, lealtad, respeto, eficiencia y calidad, demostrando la importancia de los mismos en el campo laboral y teniendo un resultado similar, en el cual indica que el nivel de valores demostrado es bueno, pero que le falta para ser óptimo.

Según la presente investigación, el valor del sentido de pertenencia es clave en cualquier persona que quiera adaptarse a la cultura de una empresa y por lo tanto debe tratar la manera de desarrollarlo. Lo mismo es sugerido por los resultados obtenidos en la investigación de Chávez (2014), quien demuestra que los valores permiten la adaptación al ambiente laboral.

Así como el sentido de pertenencia, se vio la importancia del trabajo en equipo dentro de la organización, ya que al contar simplemente con un 42.01% de personas que realmente se esfuerzan en trabajar y comunicarse bien con sus compañeros se vio que lo mismo se traduce en pérdidas y malos entendidos dentro del proceso de producción. Algo similar puede observarse en los resultados de De la Peña (2014), quien demuestra que un verdadero trabajo en equipo y por lo tanto un trabajo bien hecho, está relacionado con unos valores bien fomentados.

Los resultados de esta investigación enseñan que un trabajador que ha asimilado el programa de valores organizacionales y los usa en todas sus actividades es alguien identificado con la empresa, que es lo mismo que enseña González (2014) en su propio estudio, siendo la diferencia que en su caso lo hizo de una manera cualitativa y poniéndole énfasis a la opinión de los trabajadores con los que trabajó.

Al analizar los resultados, se puede ver que los valores que demuestran más aceptación entre los colaboradores son la eficacia, la lealtad, la honestidad, la calidad y la responsabilidad superando en todos estos el 50% en cuanto a personas que poseen un nivel alto en dichos valores. Lo anterior contrasta con lo demostrado en la investigación de Badillo, López y Ortiz (2012), quienes evaluaron a las enfermeras de determinado hospital y encontraron que los valores predominantes en ellas son el respeto, la generosidad, la benevolencia, la seguridad, la estimulación y el hedonismo; pudiéndose deber estas diferencias al tipo de trabajo que hacen ambas poblaciones: por un lado trabajo industrial en una empresa productora de bebidas, y por el otro lado un trabajo mucho más humanista, en un hospital.

Los resultados de esta investigación desafían el modelo actual que la empresa en estudio tiene con la implementación de valores organizacionales, y con lo analizado según los resultados,

se proponen cambios. Gómez (2011) hace lo mismo en su propia investigación llegando a encontrar un problema en la administración por valores que se plantea en la organización de su estudio, y de la misma manera propone ponerle darle un énfasis al clima laboral, o visto de otro modo, los valores del respeto, el trabajo en equipo y pertenencia a la organización combinados.

Los valores organizacionales se definen según los resultados demostrados como la base de una cultura organizacional sólida, además como los valores que son inculcados dentro de la empresa para que el personal logre un objetivo en común. Lo anteriormente mencionado es algo que se comprende al analizar los resultados como un todo. El conjunto de los valores direccionan los esfuerzos de todos, por lo que el que unos tengan más o menos de determinado valor, afectará su trabajo y por lo tanto su efectividad. Lo mismo aplica para la cultura organizacional, siendo la base de esta el uso de los valores por parte de los colaboradores. Algo similar puede apreciarse con lo que indica Manene (2010), al afirmar que los valores organizacionales son uno de los puntos clave dentro de las empresas al momento de establecer una cultura organizacional. De igual manera a lo que dicen Rodríguez, Díaz, Fuertes, Martín, Montalbán, Santa Bárbara y Zarco (2004), afirmando que los valores organizacionales son creencias y principios que son enseñados a los colaboradores por la misma empresa, con el objetivo de lograr estabilidad en las operaciones de todos.

Los tres valores más altos según los resultados son la eficacia, la lealtad y la honestidad, por lo tanto pueden ser considerados los pilares de la cultura de la organización estudiada. Estos valores se definen como la efectividad en el trabajo, la fidelidad a la organización y la transparencia y sinceridad en las acciones realizadas, respectivamente. Jiménez (2010), agrega más a la definición de dichos valores, por lo tanto abarcando más en el campo de lo que conforman. En la eficacia agrega el valor del tiempo, asegurando que al hacer las cosas más

rápido sin bajar la calidad, se aumenta la eficacia. La lealtad la relaciona al honor, argumentando que se demuestra respetando los reglamentos internos y externos y siendo pulcro en todas las actividades. Finalmente el valor de la honestidad lo cimienta en la justicia, ya que al ser uno justo con los demás y con uno mismo se está abarcando un nivel de honestidad que va más allá de la sinceridad en el actuar. Todas estas definiciones son muy funcionales, ya que complementan algunos de los aspectos en los que la empresa productora de bebidas debe trabajar para mejorar su programa de valores.

VI. CONCLUSIONES

En base a la investigación realizada sobre el uso de valores por parte de los trabajadores de una empresa productora de bebidas para evaluar la efectividad de su programa de valores organizacionales existente, se presentan a continuación las siguientes conclusiones:

- El nivel del programa de valores organizacionales de la empresa productora de bebidas estudiada se encuentra en una escala promedio alto, basándose esto en que la mayor parte del personal se encuentra en ese nivel de uso de valores dentro de la organización (52.46%), lo que denota una efectividad aceptable pero no óptima, que es lo que se esperaría.
- El valor del profesionalismo se encuentra en un nivel alto, lo que demuestra que casi la mitad del personal trabaja tratando de dar lo mejor de sí mismo (48.91%).
- El valor de pertenencia a la organización se encuentra en un nivel alto, demostrando que buena parte del personal se siente identificado con la empresa y/o su trabajo dentro de la misma (47.82%).
- El valor de responsabilidad se encuentra en una escala alta, lo cual denota que mas de la mitad del personal de la empresa cumple con sus obligaciones dentro de la misma (52.45%).
- El valor de aprecio al trabajo se encuentra en una escala alta, con un 42.63% del personal demostrando esmero y dedicación en todo momento para salir adelante con sus obligaciones.

- El valor de la honestidad se encuentra posicionado en la escala alta, con un 59.55% de los colaboradores siendo transparentes y sinceros en todas sus acciones.
- El valor del trabajo en equipo se encuentra en la escala alta, demostrando que la mayor parte del personal le da la importancia necesaria al compañerismo y la comunicación constante (42.01%).
- El valor de la lealtad se sitúa en la escala alta, con un 60.10%, demostrando esto que la mayoría de los colaboradores de la organización es fiel a la misma sin importar la situación.
- El valor del respeto se encuentra posicionado en un nivel alto, aunque muy cerca a estar en el nivel promedio alto, con 35.79% y 35.52% respectivamente. Esto indica que una parte mayoritaria del personal tiene un buen trato con los demás.
- El valor de la eficacia se sitúa en un nivel alto con un 63.11%, indicando esto la gran efectividad que demuestra el personal en su trabajo.
- El valor de la calidad se encuentra en una escala alta, manifestando un alto nivel en el cumplimiento total de normas y procedimientos (58.74%).
- La edad si afecta en el impacto que el programa de valores organizacionales tiene en los colaboradores. Iniciando con un 34.67% en un nivel alto de valores, los colaboradores más jóvenes no demuestran gran uso de valores, pero con el pasar de los años el valor aumenta gradualmente, llegando las personas de más edad a un 83.33% en el nivel alto, disminuyendo por lo tanto en las escalas más bajas. Los años

de labores y el género por otro lado no tienen un patrón establecido, por lo que parecen no cambiar la forma de percibir el programa de valores organizacionales.

VII. RECOMENDACIONES

Luego de concluir la investigación sobre la efectividad del programa de valores organizacionales de una empresa productora de bebidas, se procede a hacer las siguientes recomendaciones:

- Trabajar el programa de valores organizacionales como un todo. A pesar de que cada valor individual se posiciona en una escala alta, debe hacerse un análisis profundo y ver que esa escala alta generalmente se encuentra cercana al 50%, lo cual a la vez indica que después de una buena mitad en un valor específico, se encuentra otra mitad que no es tan buena, y eso aplicándolo a cada valor nos dice porque a un nivel general la efectividad del programa se encuentra en un nivel promedio alto en lugar de en uno alto.
- Darle énfasis a los valores del respeto, aprecio al trabajo y trabajo en equipo. Estos son los valores que demostraron los puntajes más débiles, los valores con los porcentajes más altos en las escalas más bajas. El respeto y el trabajo en equipo que son valores especialmente dirigidos hacia los demás, por lo que deben cambiarse enseñando a los colaboradores a que vean las cualidades de los demás.
- Cambiar estrategias. El programa de valores consiste básicamente en una explicación de una hora sobre lo que es el valor, por lo tanto los trabajadores no aprenden mayor cosa. Cambiando a reforzar lo teórico con actividades prácticas se podría dar un cambio positivo en la conducta de quienes participan.

- Dedicar más tiempo a los valores. En la organización se tiene un día al mes establecido para cada valor y los días restantes ni se preocupan por él. Esto puede dar un mensaje negativo a los colaboradores de que los valores no son tan importantes, cuando en realidad son pilares dentro de la organización. Hacer una pequeña actividad relacionada a los valores varias veces al mes daría un mensaje positivo a todos.
- Unificar los valores y demostrar cómo funcionan como una integración. En el programa de valores actual se trabaja un valor y se explica cómo puede beneficiar en cualquier ámbito de la vida. Esto no es suficiente, es importante demostrar cómo funcionan los valores combinados. Por ejemplo cuando una buena acción requiere tanto que la persona sea honesta como responsable, y de la misma manera con otras combinaciones.

VIII. REFERENCIAS

- Alles, M. (2010). *Conciliar Vida Profesional y Personal, dos Miradas: Organizacional e Individual*. Buenos Aires: Granica.
- Badillo, L., López, L. y Ortiz, M. (2012). *Valores Laborales Prioritarios en el Personal de Enfermería*, Rev. Enferm. Inst. Mex, 2, 71-78.
- Blanchard, K. y O'Connor, M. (1997). *Administración por Valores*. Colombia: Editorial Norma.
- Bravo, N. (2000). *Valores Humanos por la Senda de una Ética Cotidiana (6ta. Edición)*. Santiago de Chile: Editorial RIL Editores.
- Chavez, L. (2014). *Efectividad de un Programa de Valores Organizacionales para Aumentar el Sentido de Pertenencia en los Colaboradores de Corporación del Ahorro* (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Conchado, A., Cortés, A., Ginés, J. y Carot J. (2012) *Los Valores Laborales de los Graduados en Educación en España*, Revista de Educación, 359.
- Davis, K. y Newstrom, J. (2001). *Comportamiento Humano en el Trabajo (10ma. Ed.)*. Mexico: Mc Graw Hill.
- De la Peña, Y. (2014). *Valores Laborales y Trabajo en Equipo (Estudio Realizado en Construfácil Coatepeque)* (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Fidias, A. (2006). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica (5ta. Ed.)*. Venezuela: Editorial Episteme, C. A.
- García, S. y Dolan, S. (2003). *La Dirección por Valores*. España: Mc Graw Hill.
- Gimbert, X. (2003). *El Enfoque Estratégico de la Empresa*. España: Editorial Deusto.

- Gómez, K. (2011). *Administración por Valores para la Generación de Ventajas en el Nivel Micro de Competividad* (Tesis de maestría inédita). Universidad Nacional de Colombia, Colombia.
- González, R. (2014). *Percepciones de un Grupo de Trabajadores de una Empresa Dedicada a la Producción de Alimentos Acerca de las Aplicaciones que Realizan al Programa de Valores Corporativos* (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Herrera, R. (2011). *Efectividad de un Programa de Divulgación para Aumentar la Identificación con los Valores Organizacionales en el Área de Recursos Humanos de una Entidad Financiera* (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Jaques, E. (2000). *La Organización Requerida*. Buenos Aires: Editorial Granica.
- Jimenez, J. (2010). *El Valor de los Valores en las Organizaciones* (3ra. Ed.). Caracas, Venezuela: Cograf Comunicaciones.
- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2008). *Administración y una Perspectiva Global y Empresarial* (13va. Edición). Mexico: McGraw-Hill.
- Manene, L. (2010). *La Cultura en la Organización Empresarial*. Recuperado de: <http://www.luismiguelmanene.com/2010/08/27/la-cultura-en-la-organizacion-empresarial/>
- Nader, M. y Castro, A. (2009). *Relación entre los Estilos de Liderazgo, Valores y Cultura Organizacional: Un Estudio con Líderes Civiles y Militares*. *Anuario de Psicología*, Universidad de Barcelona, 2, 237-254.
- Ortega, J. y Gasset (2004). *Introducción a una Estimativa ¿Qué son los Valores?* Madrid: Editorial Ediciones Encuentros, S. A.
- Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (13va. Ed.). Pearson Education: México.

- Rodríguez, A., Díaz, F., Fuertes, F., Martín, M., Montalbán, M., Santa Bárbara, E. y Zarco, V. (2004). *Psicología de las Organizaciones*. Ediciones UOC. España.
- Rodríguez, C. y Romo, L. (2013). *Relación entre Cultura y Valores Organizacionales*. Conciencia Tecnológica, Instituto Tecnológico de Aguascalientes, 45, 12-17.
- Ruano, V. (2013). *Valores Organizacionales ¿Los tenemos presentes en nuestras acciones y decisiones?*. VR Calidad. Recuperado de <https://vrcalidad.wordpress.com/2013/01/31/valores-organizacionales-los-tenemos-presentes-en-nuestras-acciones-y-desiciones/>
- Santos, K. (2014). *Correlación de los Valores Organizacionales sobresalientes del Personal Administrativo de una Empresa de Consultoría y Auditoría de Guatemala, por Edad, Género, Religión y Antigüedad Laboral* (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Tierno, A. (2000). *Psicología Organizacional*. Mexico: Mc Graw Hill.

ANEXOS

ANEXO NO. 1

Ficha Técnica de Instrumento

Nombre	Cuestionario para identificar los valores organizacionales
Autor	Karen Steffany Santos González
Objetivo	Identificar los valores organizacionales que practican los colaboradores de la organización.
¿Qué mide?	<p>Este cuestionario mide los siguientes valores:</p> <ul style="list-style-type: none">• Valor del profesionalismo Pregunta: 1, 11,21.• Valor de sentido de pertenencia a la organización Pregunta: 2, 22 ,23.• Valor de responsabilidad ante el trabajo Pregunta: 3,13.• Valor de aprecio al trabajo pregunta: 4,14,24• Valor de honestidad Pregunta: 5,15,25• Valor de trabajo de equipo Pregunta: 6,12, 16,26• Valor de lealtad Pregunta: 7,17,27• Valor de respeto Pregunta: 8,18,28• Valor de la eficacia Pregunta: 9,19,29• valor de calidad Pregunta: 10,20,30
Tiempo de resolución	Por su forma de aplicación puede variar entre 5 a 10 minutos.

Forma de Aplicación	El Cuestionario de identificación de valores va depender del puesto que ocupe una persona en la empresa. Se aplicará a cada colaborador de la empresa, dándoles instrucciones específicas de cómo debe de responder y del tiempo que se tiene para realizarlo.									
Valor de la escala de interpretación	<p>Cada reactivo o enunciado deberá de seleccionar 1 opción, la cual consta de 5 opciones de respuesta con la siguiente valoración para su interpretación, utilizando una escala tipo Likert:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nunca – 1 punto ➤ Casi Nunca – 2 puntos ➤ A Veces - 3 puntos ➤ Casi siempre - 4 puntos ➤ Siempre – 5 puntos 									
Forma de Interpretación	<p>Según la interpretación de la ponderación obtenida en la escala aplicada de frecuencia, ésta se puede clasificar de los siguientes niveles:</p> <table border="1" data-bbox="500 1346 1308 1812"> <thead> <tr> <th data-bbox="500 1346 769 1423">Nivel</th> <th data-bbox="769 1346 1040 1423">Puntaje</th> <th data-bbox="1040 1346 1308 1423">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="500 1423 769 1619">1</td> <td data-bbox="769 1423 1040 1619">30 a 60 puntos</td> <td data-bbox="1040 1423 1308 1619"> Nivel de Valores organizacionales BAJO </td> </tr> <tr> <td data-bbox="500 1619 769 1812">2</td> <td data-bbox="769 1619 1040 1812">61 a 90 puntos</td> <td data-bbox="1040 1619 1308 1812"> Nivel de Valores organizacionales PROMEDIO BAJO </td> </tr> </tbody> </table>	Nivel	Puntaje	Descripción	1	30 a 60 puntos	Nivel de Valores organizacionales BAJO	2	61 a 90 puntos	Nivel de Valores organizacionales PROMEDIO BAJO
Nivel	Puntaje	Descripción								
1	30 a 60 puntos	Nivel de Valores organizacionales BAJO								
2	61 a 90 puntos	Nivel de Valores organizacionales PROMEDIO BAJO								

	3	91 a 120 puntos	Nivel de Valores organizacionales PROMEDIO ALTO
	4	121 a 150 puntos	Nivel de Valores organizacionales ALTO
Juicio de Expertos	<ul style="list-style-type: none"> • Licda. Karla de Rojas • Mgrt. María de la Luz de León • Mgrt. Julio Arévalo 		

Instrumento

CUESTIONARIO SOBRE VALORES ORGANIZACIONALES

GÉNERO: F () M ()

EDAD: DE 20 A 30 AÑOS () DE 30 A 40 AÑOS () DE 40 A 50 AÑOS () DE 50 A 60 AÑOS ()

ESTADO CIVIL: SOLTERO () CASADO () DIVORCIADO () UNIDO ()
--

PUESTO:

RELIGIÓN: CATÓLICO () CRISTIANO EVANGÉLICO () ATEO () OTRO ()
--

AÑOS DE LABORAR EN LA EMPRESA: DE 6 MESES A 1 AÑO () DE 1 AÑO A 5 AÑOS () DE 5 AÑOS A 10 AÑOS () MAS DE 10 AÑOS ()

A continuación se dará un cuestionario con una serie de preguntas que reflejen los valores que usted posee no solo en el ámbito laboral sino personal, por lo que se le pide que responda los siguientes ítems que considere importantes para usted.

Este cuestionario es confidencial, por lo tanto se le pide que sea lo más sincero posible.

Instrucciones:

Para responder señale el número que mejor corresponda en este momento a su respuesta. Utilice la siguiente clave:

Nº	SIGNIFICA
1	NUNCA
2	CASI NUNCA
3	A VECES
4	CASI SIEMPRE
5	SIEMPRE

N°	VALORES ORGANIZACIONALES EN LA EMPRESA	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
1	Mi profesión me hace sentir realizado					
2	Me siento identificado con la empresa todo el tiempo					
3	Cumplo con mis funciones dentro de la empresa					
4	Aprecio lo que hago en mi trabajo					
5	Cumplo con no revelar confidencias recibidas ya sean personales o profesionales					
6	La interacción con mis compañeros de trabajo ayuda a mi labor dentro de la empresa					
7	Mi lealtad hacia la empresa prevalece ante circunstancias adversas					
8	Me siento respetado por compañeros/jefes todo el tiempo					
9	Busco ser eficiente en las tareas que realizo en mi trabajo					
10	Procuro la excelencia en las labores que realizo					
11	Mi realización profesional me permite realizar un mejor trabajo					
12	Me siento parte de un equipo dentro de la organización					
13	Mi trabajo lo mantengo al día					
14	No me importa trabajar más horas del horario normal de mis labores					

15	Guardo discreción y seriedad ante confidencias personales y secretos profesionales					
16	Mi trabajo se caracteriza por el permanente trabajo en equipo					
17	Me considero leal a la misión y visión de la empresa					
18	Me siento en un ambiente de respeto o estimación dentro de la empresa					
19	Los objetivos que me propongo en mi trabajo son de alto nivel					
20	Me caracterizo por entregar mi trabajo impecable					
21	Mi actividad profesional me conduce a brindar lo mejor de mí mismo en el trabajo					
22	Me siento orgulloso por los logros que tiene la empresa					
23	Realizo sin demora las labores que me asignan					
24	Mi mayor entretenimiento es mi trabajo					
25	Cuando me equivoco en el trabajo reconozco mis errores					
26	Me siento parte de un equipo dentro de la empresa					
27	Yo trabajo no sólo porque me pagan sino porque tengo un compromiso más profundo con la empresa					
28	Se respetan mis opiniones dentro del ambiente del trabajo					
29	Me considero una persona que busca el éxito dentro de mis actividades laborales					
30	Me considero una persona que busca la calidad en todo lo que hago en mi trabajo					

Agradecemos su valioso tiempo para contestar y compartir sus experiencias

ANEXO NO. 2

Cálculo de la Muestra

$$N= 402$$

$$\sigma= 0.5$$

$$Z= 1.85 \text{ (93\% de confianza)}$$

$$e= 0.07$$

$$n= ?$$

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(402)(0.5)^2(1.85)^2}{(402 - 1)(0.07)^2 + (0.5)^2(1.85)^2}$$

$$n = \frac{343.96125}{1.9649 + 0.855625}$$

$$n = 121.95$$

Por lo tanto, para poder medir la efectividad del programa de valores organizacionales de la empresa productora de bebidas con una confianza del 93% se debe encuestar a 122 colaboradores.