



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES
(INDUSTRIÓLOGO)

Título:

CONGRUENCIA ENTRE VALORES INDIVIDUALES Y
ORGANIZACIONALES: RELACIÓN CON EDAD, NIVEL
EDUCATIVO, ANTIGÜEDAD Y DEPARTAMENTO

Realizado por:

Andrea Eugenia del Milagro Pernalette Ducreau

Gladys Daniela Valera Tovar

Profesor guía:

Cesar Rizo

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de Grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la
calificación de: _____()
puntos.

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Caracas, ____ de _____ de _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA: RELACIONES INDUSTRIALES
OPCIÓN: RECURSOS HUMANOS

**CONGRUENCIA ENTRE VALORES INDIVIDUALES Y ORGANIZACIONALES:
RELACIÓN CON EDAD, NIVEL EDUCATIVO, ANTIGÜEDAD Y
DEPARTAMENTO**

Tesistas:

Pernalet Ducreau, Andrea Eugenia del Milagro

Valera Tovar, Gladys Daniela

Tutor:

Rizo, Cesar

Caracas, Junio de 2015.

DEDICATORIA

A Dios, divino creador del universo, por ser la fuerza que me guía en cada paso dado.

A mis padres Delia y Germán, por darme la vida, por el amor brindado y por los valores inculcados para conducirme en cada ámbito de mi vida. Por ser los pilares donde me apoyé y apoyaré siempre. Por dejarme sentir y saber que soy capaz de alcanzar lo que me proponga a pesar de las adversidades.

A mis amados abuelos, Clara Eugenia y Jesús Antonio por todo el amor recibido y también por sus sabias enseñanzas. A ellos, mis dos ángeles en el cielo dedico de manera especial mi Trabajo de Grado. Los amaré por siempre.

A mis abuelas Carmen y María Verona Pernalette, las amo. Gracias por tanto amor y por sus enseñanzas

A mi familia, tíos, primos, hermanos, sobrinos, por ser parte de mis sueños y metas. Con ellos quiero compartir esta alegría, en especial con mis sobrinos para que perseveren en todo lo propuesto.

A Edward, mi novio, mi apoyo constante a lo largo de mi carrera y para la realización de mi Tesis de Grado, quien con su amor, paciencia y comprensión me ayudo en cada etapa durante el desarrollo de este trabajo.

A Gladys Daniela, amiga y compañera de tesis con quien logré concatenar esfuerzo y constancia para alcanzar esta nueva meta.

Andrea Eugenia del Milagro Pernalette Ducreau

DEDICATORIA

A Dios, por iluminarme, guiarme y bendecirme a lo largo de mi vida.

A mis padres Mary Genoveba y Nelso Valera por cuidarme, guiarme, apoyarme y brindarme todo su amor a lo largo de mi vida y en especial en el transcurso de la carrera.

A mis hermanas Darlyn y Darby por brindarme toda su comprensión y apoyo a lo largo de todos estos años de formación académica. A mis tías Reyna y Josefina, por siempre estar presente en los buenos momentos y en los tiempos menos fáciles, por ese apoyo incondicional que siento en ustedes.

A mi sobrino Daniel quien alegra tiernamente mis obligaciones académicas con su dulzura e inocencia y a su papá mi hermano Jesús por formar parte de mi familia.

A mi gran amigo Pedro Atias, por su incondicional apoyo en el transcurso de la carrera.

A mi mascota Laika, quien tiernamente me acompañó durante largas noches de tareas y estudios.

A mi gran amiga Andrea Naranjo quien siempre ha estado dispuesta a escucharme y orientarme de manera muy gentil.

A Greilys Dayana Pérez quien siempre me brindó apoyo laboral para cumplir con mis obligaciones académicas

A Andrea Pernaletti mi amiga y compañera de tesis con quien a lo largo de toda la carrera compartí momentos inolvidables y siempre me brindó su apoyo, especialmente, en los momentos más difíciles

Gladys Daniela Valera Tovar

AGRADECIMIENTOS

Deseamos expresar nuestro profundo agradecimiento al profesor Cesar Rizo, nuestro tutor, quien nos brindó sus conocimientos, apoyo, constancia y dedicación durante el desarrollo de este trabajo. Para él nuestro eterno reconocimiento por sus consejos y acertada tutoría que hizo posible la culminación de esta Tesis Especial de Grado.

Al señor Thomas Sansevic, presidente de la empresa de Asistencia médica domiciliaria Ayuda24, a quién de manera especial agradecemos la oportunidad que nos brindó al permitirnos realizar nuestra investigación en tan prestigiosa organización. Hacemos llegar nuestras felicitaciones al señor Sancevic pues la empresa que preside es ejemplo a seguir por otras organizaciones, la excelente conducción que hace de la misma pudo ser palpada durante el desarrollo de nuestra investigación, en cada uno de los departamentos que la conforman. Mil gracias al señor Thomas Sansevic y a la empresa Ayuda24, por su apoyo, tiempo y receptividad.

A todas aquellas personas que de una u otra manera estuvieron pendiente y colaboraron para hacer posible este trabajo.

A la coordinadora de Relaciones Industriales, profesora Hilda Ruiz, quien siempre estuvo dispuesta ayudarnos.

A nuestra insigne Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello.

De antemano agradecemos a cada uno de los miembros del jurado, por el valioso tiempo que dedicaron a evaluar el presente Trabajo Especial de Grado.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	x
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
CAPÍTULO II	21
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
1. Objetivo General	21
2. Objetivos Específicos	21
3. Hipótesis de Investigación.....	22
CAPÍTULO III.....	23
MARCO TEÓRICO.....	23
1. La Organización	23
1.1. Tipos de Organizaciones. Sector Terciario	25
1.2 Sector Servicio	26
2. Valores	29
2.1 Valores Individuales	30
2.2 Valores Organizacionales	32
3. Congruencia entre los valores individuales y organizacionales	34
3.1. Modelo de Congruencia de Nadler y Tushman.....	34
3.2 Modelo de Congruencia de Jennifer Chatman	35
4. Edad	37
5. Nivel Educativo	37
6. Antigüedad en la Empresa.....	37

7. Departamento	38
8. Marco Referencial	39
CAPÍTULO IV	44
MARCO METODOLÓGICO	44
1. Tipo de Estudio.	44
2. Diseño de Investigación	44
3. Unidad de Análisis	45
4. Población y Muestra.....	45
5. Operacionalización de las Variables.....	46
6. Recolección de Datos	50
6.1 Prueba Piloto	51
7. Análisis de Datos.....	53
CAPITULO V	55
PRESENTACIÓN, ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	55
1. Fiabilidad del Instrumento.....	55
2. Composición de la muestra.....	56
3. Orden de importancia asignado a los valores individuales y valores organizacionales de acuerdo a la opinión de los trabajadores.	60
4. Congruencia de Valores Individuales y Valores Organizacionales utilizando la prueba T Student.	63
5. Congruencia de Valores Individuales y Valores Organizacionales según la variable Edad utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.....	65
6. Congruencia de Valores Individuales y Valores Organizacionales según la variable Antigüedad en la Empresa utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.	66
7. Congruencia de los Valores Individuales y los Valores Organizacionales según el variable departamento utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.	68
8. Congruencia de los Valores Individuales y los Valores Organizacionales según la variable Nivel Educativo utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.	70

.....	70
CAPITULO VI.....	72
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES Y LIMITACIONES	72
Conclusiones.	72
Recomendaciones.....	78
Limitaciones.....	79
LISTA DE REFERENCIAS	80
ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	50
Tabla 2. Alpha de Cronbach para cada dimensión de valores	56
Tabla 3. Distribución por edad	57
Tabla 4. Distribución de la muestra por nivel educativo	57
Tabla 5. Distribución de la muestra por antigüedad en la empresa	58
Tabla 6. Distribución de la muestra por departamento	59
Tabla 7. Orden de importancia asignado a los valores individuales y los valores organizacionales de acuerdo a la opinión de los trabajadores.	60
Tabla 8. Congruencia de los valores individuales y los valores organizacionales	63
Tabla 9. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable edad	65
Tabla 10. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable antigüedad ...	66
Tabla 11. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable departamento	68
Tabla 12. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable nivel educativo	70

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución por nivel académico	58
Gráfico 2. Distribución por antigüedad en la empresa.....	59
Gráfico 3. Distribución por departamento	60
Gráfico 4. Orden de importancia de los valores individuales asignado por los trabajadores a cada valor	61
Gráfico 5. Orden de importancia de los valores organizacionales que los trabajadores piensan que les asigna la empresa	61

RESUMEN

Toda organización debe contar con trabajadores que conozcan y se sientan alineados con la misión, visión y valores, ya que dichos aspectos constituyen la esencia de la organización y son indispensables para que se cumplan las metas y objetivos planteados. La presente investigación propone el objetivo de determinar si existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales: relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24 ubicada en el Área Metropolitana de Caracas. El tipo de estudio es correlacional, el diseño de la investigación es no experimental, ex post – facto. Con una muestra de 74 trabajadores. La variable congruencia de los valores individuales y valores organizacionales se analizaron tomando como base al Instrumento de Congruencia de Jenniffer Chatman (1989). Para el análisis de los datos se hizo uso del nivel de significancia de la prueba T – Student. Los resultados obtenidos una vez finalizada la investigación indicaron que existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y las variables edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de la empresa Ayuda24. La investigación genero aportes tanto teóricos como prácticos que serán de gran beneficio y servirán de referencia para futuros estudios que se propongan estudiar la congruencia de valores individuales y organizacionales relacionados con distintas variables.

Palabras Claves: Congruencia, Valores, Valores individuales, Valores organizacionales, Edad, Nivel educativo, Antigüedad en la empresa, Departamento

INTRODUCCIÓN

Dentro de los países existen diversas organizaciones que brindan a la población servicios tales como educación, alimentación y salud. En el caso de las instituciones que ofrecen servicios en pro de la salud, se espera que ante eventualidades, accidentes o cualquier percance, puedan responder de forma rápida y oportuna hacia sus clientes, quienes en ocasiones cancelan cuotas o mensualidades para contar en el momento que sea necesario con tal servicio.

En tal sentido, la siguiente investigación tiene como finalidad determinar si existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales: relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24 ubicada en el Área Metropolitana de Caracas.

Para ello, la investigación se presenta en seis capítulos expuestos a continuación de forma clara y precisa:

En el primer capítulo se expone la formulación del problema, donde se detalló el tema de investigación y la pregunta de investigación.

En el segundo capítulo se presentaron los objetivos de la investigación, tanto el general como los específicos al igual que la formulación de las hipótesis.

En el tercer capítulo, específicamente el marco teórico, se expuso un análisis sobre organización, tipos de organización especialmente las destinadas al sector terciario, los valores, los valores organizacionales, valores individuales, modelo de la congruencia entre valores organizacionales e individuales según Jennifer Chatman. También se presentan la descripción de las variables edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento.

Posteriormente, a través del marco referencial se describe el contexto dentro del cual se llevó a cabo la investigación, en este caso empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24.

En el cuarto capítulo, el marco metodológico, se presenta todo lo relacionado a la metodología que se utilizará en la investigación. El tipo de estudio, el diseño de investigación. La unidad de análisis, población y muestra, que corresponde a los trabajadores que integran los diferentes departamentos de la empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24. Además, se expone la operacionalización de variables, el instrumento de recolección de datos y la técnica de análisis a utilizar.

En el quinto capítulo, se expone la presentación, análisis y discusión de los resultados obtenidos en la investigación. En base al nivel de significancia de la prueba T- Student y las referencias teóricas que sustentan el estudio.

Finalmente, el sexto capítulo presenta las conclusiones en base a los resultados obtenidos, las recomendaciones a la empresa objeto de estudio y a los futuros investigadores y finalmente las limitaciones.

Todo el material se presenta con el apoyo de las referencias bibliográficas utilizadas, con el fin optar a la Licenciatura en Relaciones Industriales mención Recursos Humanos.

Se pretende que el estudio sirva de guía para investigaciones posteriores en el área. Además, de proporcionar a la organización información oportuna que les permita continuar de manera eficaz con el desarrollo de sus funciones o de realizar alguna modificación de ser necesaria.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los seres humanos para cubrir sus necesidades básicas de alimentación, vestimenta y vivienda de manera digna, necesitan realizar actividades laborales. En ocasiones dichas actividades se pueden realizar de manera independiente o dependiente. Es decir, las personas pueden realizar las actividades laborales por cuenta propia sin pertenecer a ninguna organización o pueden formar parte una empresa. En el caso de las personas que prestan sus servicios dentro de una institución, se considera que forman parte de una organización.

Según Alles (2010) “el término organización hace referencia a un conjunto de personas que conforman una entidad autónoma con capacidad para fijar sus propias reglas, dentro de un marco legal formal, con un propósito determinado” (p. 110). Asimismo, la autora destaca que usualmente una organización es creada en función de una idea, y de esa idea naciente se desglosan los valores. Dichos valores pueden encontrarse definidos o no por escrito en la organización.

En ese mismo orden de ideas, toda organización tiene una cultura organizacional, incluye los valores en ella, debido a que considera que la Cultura Organizacional “es el sistema de valores, tradiciones, creencias, hábitos, normas, actitudes y conductas que dan identidad, personalidad y destino a una organización para el logro de sus fines económicos y sociales” (Siliceo, Casares y González; cp. Tejada, 2007, p 65)

El concepto de valor puede tener al menos dos significados. Por una parte los valores organizacionales y por otra los valores individuales. En el contexto de las organizaciones los valores se definen como “aquellos principios que representan el sentir de la organización, sus objetivos y prioridades estratégicas” (Alles, 2010, p. 109). En otras palabras, Alles (2010)

destaca que los valores en una organización resaltan las características que la misma considera más importantes y quienes no posean dichas características no deberían formar parte de esa organización. Ya que toda organización se fundamenta en sus valores y estos en muchos casos son absorbidos de su propia cultura. Para que los valores puedan ser puestos en práctica deben traducirse en comportamientos que forman parte de un modelo cultural.

Por otra parte, se encuentra la perspectiva de los valores desde su definición enmarcada en lo individual o personal. Es decir, en que los colaboradores de la empresa también tienen sus valores, según Alles (2010)

Estos valores resultan fundamentales para el modo de conducirse y las decisiones que las personas toman en todos los ámbitos. Al mismo tiempo, una persona probablemente pueda cambiar con el tiempo estos valores fundamentales, pero el cambio requiere un proceso difícil y personal, sobre el que las organizaciones solo pueden tener una influencia limitada (p.118).

Según Yubero, Cerrillo y Larrañaga (2004) “los valores son concebidos, dentro de la psicología, como metas amplias y estables que guían la conducta de los individuos” (p.64). En la búsqueda de categorizar dichas metas Schwartz (1992; cp. Yubero, Cerrillo y Larrañaga, 2004, p.64) desarrolló su teoría que plantea la existencia de una estructura de valores estable de carácter transcultural.

Schwartz (1992; cp. Yubero, Cerrillo y Larrañaga, 2004, p 64) la categorización de los valores que presenta está basada en dos aspectos fundamentales: los intereses y las motivaciones de los individuos; definiéndose un valor como una meta o fin transituacional que expresa los intereses (colectivos y/o individuales) relativos a un tipo de motivación (poder, seguridad, hedonismo, etcétera), que son evaluados según su importancia respecto a los principios que guían la vida de una persona.

Desde el punto de vista, de lo individual, los valores individuales según Alles (2010) se caracterizan por lo siguiente

Incluyen las virtudes personales junto con otros conceptos adicionales, que impliquen en una persona aspectos esenciales acerca de su concepción de las cosas. Por lo tanto, dentro de los valores individuales se considerarán aspectos como Integridad y Ética y también otros, por ejemplo, calidad cuando este concepto sea relevante para una empresa (p.120).

Los valores individuales se observan a través del comportamiento de las personas. Es decir, los diferentes comportamientos que un individuo manifieste a lo largo de su trabajo en una organización, van a indicar los valores individuales que lo orientan.

Según Robbins (2004) la importancia de los valores individuales para el comportamiento organizacional se debe a lo siguiente

Los individuos entran en una organización con nociones preconcebidas sobre lo que “debe ser” y lo que “no debe ser”. Desde luego, estas nociones no carecen de valoraciones, todo lo contrario: contienen interpretaciones de lo correcto y lo incorrecto más aún, implican que se prefieren ciertas conductas o resultados antes que otros (p. 64).

En otras palabras, todo individuo al momento de empezar a formar parte de una organización ya tiene diferentes valores y concepciones de lo que él considera correcto o no y por lo tanto dichos valores y concepciones determinan las conductas y los resultados que produzcan esas conductas.

Sobre la base de lo antes expuesto, se hace necesario definir el término congruencia, que según Nadler y Tushman (cp. Parra y Yepes, 2005) “es el grado de necesidades, demandas, metas, objetivos y/o estructuras de un componente son consistentes con las necesidades, demandas, metas, objetivos y/o estructuras de otro componente” (p.63). Por lo tanto, la congruencia se refiere a la consistencia que existe entre los elementos de diferentes componentes.

Compartir valores en un contexto organizacional según Raich y Dolan (2009) reduce la incertidumbre en relación con la “manera correcta de percibir, pensar y sentir” y, por lo tanto, permite que los miembros de la

organización perciban y procesen estímulos externos de una manera similar, y consecuentemente que se comporten de una manera similar (p.241).

De igual manera, los autores Raich y Dolan (2009) resaltan que la congruencia de valores sucede cuando los individuos son atraídos y seleccionados por las organizaciones con las que sus personalidades, actitudes y valores coinciden, y permanecen en ellas. En contraste, una falta de adecuación se da cuando las percepciones individuales de los valores de la organización no se adecuan con las intenciones de la organización, lo que lleva a un conflicto laboral y a la indiferencia del trabajador. Una de las razones de este desajuste es la posible diferencia entre los valores por los que se aboga [*en la empresa*] y los valores internos [*los valores que trae la persona consigo*], porque éstos tienen más influencia en el comportamiento real que aquéllos (p.241).

Existen diferentes modelos a través de los cuales se puede explicar la congruencia, en el caso del modelo de Nadler y Tushman (cp. Parra y Yepes, 2005) “con el fin de diseñar un modelo para diagnosticar el comportamiento en las organizaciones, realizaron un estudio para determinar las posibles causas de los problemas organizacionales y una herramienta para analizarlos” (p. 62). Basando dicho modelo en qué tan congruente están los componentes de la organización.

El modelo de Nadler y Tushman (cp. Ortiz, 2004) está en relación con los insumos como algo fijo respecto al sistema, las variables tomadas en cuenta por estos autores son: medio ambiente, los recursos a disposición de la organización, historial de la organización y las estrategias que se desarrollan en el transcurso del tiempo. Dentro de los recursos considerados para este modelo son: capital (dinero, bienes y equipos), materias primas, tecnología, personas y diversos intangibles como la reputación de la organización (p.22).

Otro modelo sobre congruencia es el de Jennifer Chatman (cp. Parra y Yepes, 2005), “quien realizó un estudio basado en la teoría interaccionista, donde el propósito principal de

dicho estudio era medir el grado de congruencia o consistencia que existe entre los valores individuales y organizacionales” (p. 65).

Los valores forman parte importante de una organización, dichos valores, tienen como objetivo establecer un punto de referencia que motive pero al mismo tiempo dirija el funcionamiento de la organización.

En por ello que a lo largo del tiempo se han desarrollado investigaciones que vinculan los valores organizacionales con los valores individuales y diversas variables como por ejemplo el desempeño laboral. Tal es el caso de Parras y Yepes (2005) que para optar al grado de licenciatura en la Universidad Católica Andrés Bello, realizaron un estudio en una firma de contadores públicos del área metropolitana de Caracas la congruencia entre valores individuales y organizacionales y la variable desempeño laboral, con la finalidad de ayudar a la firma a diseñar planes de acción que sirvan como herramienta para la estructura de su plan de trabajo así mismo analizaron la teoría de la persona y la teoría de la organización, presentando entre otras la teoría de la cultura, la teoría del cambio y la del desempeño laboral. El tipo de investigación que utilizaron fue un estudio correlacional con una estrategia de investigación de campo, un diseño de investigación no experimental transversal, obteniendo como respuesta que no existe una significativa relación entre la congruencia de valores individuales y organizacionales y el desempeño laboral de los empleados de la firma de contadores.

Otro estudio que se ha inclinado hacia los valores organizacionales e individuales, junto a otra variable es el planteado por Bollecker y Martínez (2004) que para optar al grado de licenciatura en la Universidad Católica Andrés Bello, plantearon la investigación sobre la incongruencia entre valores organizacionales e individuales como determinantes del rendimiento laboral en Xerox de Venezuela. Dicha investigación tuvo una cohorte descriptiva, con diseño no experimental o ex post facto, transversal, para recolectar los datos fue utilizada una escala de Lickert de cinco categorías junto a una evaluación del desempeño laboral, realizaron un análisis de tipo no paramétrico y los resultados obtenidos arrojaron que existe capacidad explicativa de que al haber una buena congruencia de valores esto se refleja directamente en la conducta, afectando directamente en el rendimiento de la persona, es decir, al existir una incongruencia entre valores esto va afectar negativamente en el desempeño.

De igual forma se puede mencionar otra investigación que ha tomado en cuenta los valores organizacionales e individuales, acompañados de la variable satisfacción laboral, llevado a cabo por Nijst y Taboada (2001) para optar al grado de licenciatura en la Universidad Católica Andrés Bello, dicho estudio fue realizado en el Ministerio de Interior y Justicia. El tipo de investigación que utilizaron fue transeccional-correlacional de tipo no experimental, el instrumento de recolección de datos fue un cuestionario, el cual se aplicó a 72 empleados de la Dirección General de Recursos Humanos, obteniendo como resultado que no existe una significativa relación entre la congruencia de valores individuales y organizacionales y la satisfacción laboral de los empleados del Ministerio del Interior y Justicia.

Sobre la base de lo antes expuesto, se observa la vinculación de los valores individuales y organizacionales con variables como desempeño laboral, rendimiento laboral y satisfacción laboral, sin ser relacionados dichos valores directamente con variables como edad, nivel académico, antigüedad en la compañía y la gerencia a la cual pertenece.

Toda empresa lleva a cabo un tipo de actividad económica. Entendiéndose por una actividad económica según Guardado et al. (2004) “la parte de la actividad humana encaminada a la satisfacción de las necesidades a partir de unos recursos escasos para producir bienes y servicios y distribuirlos entre los miembros de la sociedad” (p. 15).

Según Guardado et al. (2004) los posibles tipos de actividad que pueden llevarse a cabo, se suelen clasificar de forma genérica en: Producción, comercialización y prestación de servicios. Para fines del presente estudio, se considera la última de las clasificaciones, relacionadas a la prestación de servicios. Para Guardado y Col. (2004) las empresas de servicios “son las encargadas de prestar cualquier tipo de servicio. Éstas son las de mayor peso y el más dinámico de las economías desarrollar. Pueden distinguirse entre empresas de servicios que persiguen obtener un beneficio, como las entidades financieras, de seguros, de transporte, hostelería, etc., y las que no tienen un fin de lucro, como los centros de enseñanza públicos, hospitales, etcétera (p. 16)

Específicamente las empresas de seguros según el Fondo Monetario Internacional (2006) “incluyen entidades anónimas, mutuales y otras entidades cuya función principal es ofrecer seguros de vida, accidentes, enfermedad, incendio y de otros tipos a unidades individuales o grupos de unidades mediante las cuales se mancomunan los riesgos” (p. 295).

Bajo el enfoque de lo antes expuesto, dentro de una empresa; la importancia de la congruencia de los valores individuales de las personas, con los valores organizacionales, se puede orientar en un sentido ético – humanista, más cuando se trata de empresas dedicadas al servicio de asistencia médica domiciliaria. Para Cardona (2000) “los valores desde un punto de vista ético y humanista son convicciones aprendidas mediante experiencias significativas, relacionadas con la responsabilidad del hombre hacia sí mismo y hacia todo lo que lo rodea, en armonía con las leyes de la naturaleza” (p.44).

Por ende el motivo que orienta esta investigación surge del hecho que en el caso de las empresas que pertenecen a la rama de servicio de asistencia médica domiciliaria, las personas acuden a la organización porque tienen la certeza de que cuentan con una institución que al momento de presentarse un accidente o una emergencia, responderá según los servicios y acuerdos pautados con sus clientes, a las necesidades existentes en ese momento, con los recursos humanos apropiados, que colocaran en práctica todos los conocimientos necesarios para solventar la emergencia o accidente. De allí, la importancia que los valores individuales de los trabajadores de la empresa sean congruentes con los valores de la organización.

Es por ello, que la presente investigación se enmarca dentro de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria, llamada Servicios de Ambulancia Ayuda 24, ubicada en el área metropolitana de Caracas. A través del uso de una metodología con un estudio correlacional de tipo no experimental, transeccional con la finalidad de proporcionar una información eficaz a la organización en cuanto a la congruencia de los valores tanto individuales como organizacionales y su relación con las variables edad, nivel académico, antigüedad en la compañía y la gerencia a la cual la persona pertenece.

Por consiguiente, la empresa de servicios de asistencia médica domiciliaria Ayuda 24 tiene interés en conocer si existe o no congruencia entre los valores individuales de sus trabajadores y los valores organizacionales en relación a las variables mencionadas

anteriormente, ya que dicha información puede serle útil al momento de revisarse nuevamente como empresa.

En tal sentido, la presente investigación, plantea como pregunta de investigación la siguiente:

¿Existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales: relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24 ubicada en el Área Metropolitana de Caracas?

CAPÍTULO II

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se presentaran el Objetivo General y los Objetivos Específicos que pretenderán dar respuesta a la pregunta planteada en la investigación y en la orientación para el desarrollo del estudio.

1. Objetivo General

Determinar si existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales: relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria ubicada en el Área Metropolitana de Caracas

2. Objetivos Específicos

Con la finalidad de lograr el objetivo general de la presente investigación, se plantean los siguientes objetivos específicos

- Identificar los valores individuales más importantes para los trabajadores de la empresa de Servicios de Asistencia Médica Domiciliaria Ayuda24 ubicada en el Área Metropolitana de Caracas.
- Identificar los valores organizacionales más importantes para la empresa, según los trabajadores objetos de estudio.
- Establecer la congruencia entre valores individuales y organizacionales, de los trabajadores encuestados.

- Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales y la variable edad.
- Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales y la variable nivel educativo.
- Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales y la variable antigüedad en la empresa.
- Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales y la variable departamento al cual pertenecen los trabajadores.

3. Hipótesis de Investigación

Hi: Existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y las variables edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24

Ho: No existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y las variables edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

1. La Organización

A través de la literatura, se puede observar como el término Organización, ha sido definido por diversos autores. Según Fernández y Sánchez (1997) se puede considerar que las organizaciones son:

Formaciones sociales complejas y plurales, compuestas por individuos y grupos, con límites relativamente fijos e identificables, que constituyen un sistema de roles, coordinado mediante un sistema de autoridad y de comunicación y articulado por un sistema de “significados compartidos” (que incluye interpretaciones de la realidad, normas y valores) en orden a la integración del sistema y a la consecución de objetivos y fines. Estos fines, o el modo de conseguirlos, no siempre son aceptados por todos sus miembros, por lo que deben ser negociados o impuestos, lo que permite entender las organizaciones como coaliciones de poder en lucha, a veces por el cómo conseguir los objetivos, y a veces por la fijación de los objetivos mismos. De duración relativamente estable y continua, estas formaciones sociales se hallan inmersas en un medio ambiente con el que mantienen mutuas relaciones de influencia. (p. 5).

Según Robbins y Coulter (2005) “Una organización es una entidad que tiene una finalidad definida, personas e integrantes y alguna estructura deliberada”. (p.16).

Toda organización posee un objetivo diferente y el mismo se expresa a través de los objetivos que se pretenden alcanzar. Todas las organizaciones están integradas por personas,

ya que las personas son necesarias para llevar a cabo los trabajos necesarios y así la organización logre sus metas. Las organizaciones crean una estructura deliberada para que de esta manera los integrantes de la misma puedan trabajar. (Robbins y Coulter 2005). En otras palabras, los autores destacan el papel esencial que tienen las personas dentro de una organización ya que sin ellas las metas propuestas serían muy difíciles de lograr.

Belamaric (2004) define a la organización como sistema social, y como tal un sistema complejo, en el cual se potencia al máximo el diseño y tratamiento individual de las personas, de las relaciones entre las personas, que se tienen en cuenta como factor principal de las funciones, de la estructura, de los procesos de trabajo, de las políticas y las estrategias, de la comunicación y la información, factores consustanciales a las relaciones interpersonales que condicionan todas las decisiones referidas a los individuos, grupos, a los actos y acciones que se llevan a cabo, en la consecución de la eficiencia, eficacia y efectividad de las actividades que se realizan. (p.12).

Según Alles (2010) Las organizaciones tienen una visión, una misión y una serie de planes estratégicos que desean llevar a cabo o cumplir. Además están basadas en un grupo de valores. Desde la perspectiva de las organizaciones, veremos que para cumplir con los cuatro aspectos mencionados ellas necesitan una serie de personas, desde los directivos a todos los colaboradores restantes, de todos los niveles jerárquicos y en su conjunto, involucrados y comprometidos con dichos aspectos. (p.71).

Alles (2010) menciona que para que las necesidades de las personas y de las organizaciones vayan en un mismo sentido es necesario una serie de correlaciones y entre ellas se encuentran los valores, se pretende con esto que exista una correlación entre los valores de la organización y los valores de las personas que laboran en ella.

1.1. Tipos de Organizaciones. Sector Terciario

Bajo el enfoque de Muñoz y Nevado (2007) existen diversos tipos de organizaciones desde el punto de vista económico. Clasificándose en los siguientes criterios: sector económico; tamaño; estructura social de producción; sistema técnico; localización y ámbito de competencia. Para fines de la presente investigación, se considera el criterio de sector económico, el cual, comprende las siguientes clases de empresas: agropecuarias; industriales; de construcción y de servicios.

Específicamente, las empresas que pertenecen a la clase de servicios. Según Muñoz y Nevado (2007) “forman parte del sector terciario (servicios) que incluye todo lo relacionado con la prestación de servicios: comercio, hostelería, transporte, comunicaciones, educación, sanidad, banca, etc”. (p. 66).

Considerándose, como una de las primeras concepciones descriptivas del sector terciario, la propuesta en los años cuarenta por Colin Clark, según Maqueda y Llaguno (1995) dicha propuesta considera lo siguiente

El sector terciario se subdivide, a veces, en tres partes que constan de servicios cuasi – domésticos (alimentación y alojamiento), tanto si se presta en casa como si no; servicios de negocios; y, finalmente, un grupo “quinario” que incluye recreo, atención médica y educación, cuyo objetivo central es involucrar y mejorar al usuario (p. 36).

Una visión más reciente sobre la concepción del sector terciario, es la planteada por el profesor Enrique Ortega. La cual según Maqueda y Llaguno (1995), considera lo siguiente sobre dicho sector de las organizaciones

Está formado por el conjunto de actividades económicas relacionadas con la presentación de servicios para los sectores secundarios (actividades para la obtención de bienes que experimentan transformación), primarios (actividades relacionadas con la obtención de productos procedentes de la tierra, del aire y del mar) o hacia los particulares. También se denomina sector servicios. (p.36).

1.2 Sector Servicio

Según Maqueda y Llaguno (1995) el concepto de servicio no es nuevo, etimológicamente procede del latín “servitum”, esclavitud, y como tal se ha venido prestando desde los orígenes de la humanidad. Los pueblos primitivos iniciaron la prestación de unos servicios ancestrales de diversa índole: primitiva asistencia entre seres humanos, primeras laborales del hogar tribal, primitivos rituales religiosos y artículos, etc.; servicios que han ido evolucionando con la historia de la humanidad hasta llegar a nuestros días, en los que algunos servicios primitivos permanecen: servicios personales, religiosos y artísticos: otros son nuevos, como la información, que satisfacen modernas necesidades sociales; y otros se prestan a través de productos sofisticados: robots, electrodomésticos, cajeros automáticos, etc. (p.65)

En base a estos autores, el servicio tampoco es patrimonio exclusivo de los países desarrollados ni de las culturas occidentales. Los pueblos marginados y subdesarrollados siguen prestando servicios desde sus orígenes históricos, y constantemente se afanan y esfuerzan en estas tareas de satisfacción de las necesidades humanas, propias y ajenas, siempre condicionadas por los marcos culturales y sociales en los que se han desenvuelto. (Maqueda y Llaguno, 1995, p. 65).

Asimismo, Maqueda y Llaguno (1995) consideran que el valor del uso de los servicios es una apreciación individual y subjetiva del demandante de los mismos, que no puede desprenderse de los determinismos culturales, sociales, históricos, políticos y religiosos que han conformado y forman las necesidades, gustos, preferencias, apreciaciones y expectativas del individuo consumidor de servicios. (p.66).

Además, los autores resaltan la conceptualización económica del servicio, con lo siguiente el servicio, en tanto que satisfactor de necesidades, es una fuente de generación de valor económico, indudablemente con valor de uso,

puesto que satisface necesidades humanas, y con valor de cambio, puesto que sugiere la presencia de una oferta y de una demanda, es decir, siempre que exista un mercado específico (Maqueda y Llaguno, 1995 p.66).

Sobre la base de lo antes expuesto, se procede a realizar algunas definiciones del término servicio, desde una perspectiva organizacional

Para P. Kotler, según Maqueda y Llaguno (1995) “un servicio es toda actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no culminan en la propiedad de la cosa. Su producción no está enteramente ligada a un producto físico” (p. 84).

Desde esta contextualización para Maqueda y Llaguno (1995) se toma en cuenta en aspecto relevante y que define al servicio la intangibilidad, sobre la cual consideran lo siguiente

Si la producción de este bien intangible no está enteramente ligada a un producto físico, se puede deducir que dicha producción estará ligada a otro factor de producción no físico, como son los recursos humanos, de importancia capital en la generación de servicios (Maqueda y Llaguno, 1995, p. 84).

Otra definición sobre el servicio es la que lo enmarca como un proceso, considerándose “el servicio como un proceso o conjunto de actividades y medios interrelacionados y encadenados dentro de una serie u orden de sucesión, al objeto de perseguir un objetivo común” (Maqueda y Llaguno, 1995, p.87).

Los autores reflejan que también existe la definición del servicio enfocada en un resultado con la conjunción de tres actores principales y dependientes: clientes, soporte físico y personal de contacto. En palabras de P. Eigler y E. Langeard en 1987, según Maqueda y Llaguno (1995) “el servicio es la resultante de la interacción entre los tres elementos base, que son el cliente, el soporte físico y el personal en contacto. Esta resultante constituye el beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente” (p.87).

Dadas algunas definiciones del servicio, se procede a describir a la empresa de servicio o perteneciente al sector terciario. Al respecto Martín y Díaz (2013) consideran lo siguiente

La prestación del servicio supone un contacto directo, que se denomina encuentro de servicio u “horas de la verdad”, entre tres elementos interrelacionados que buscan la satisfacción de sus propios objetivos. Estos elementos son los siguientes: la organización de servicios, el personal de contacto y el cliente (p.177).

Asimismo, los autores destacan lo siguiente sobre los objetivos principales de una organización de servicios

Los objetivos prioritarios de la organización de servicios se centran en la optimización de los márgenes, el personal de contacto busca la autonomía y discrecionalidad para desarrollar su trabajo (en permanente contacto directo con el cliente) y el cliente se muestra especialmente preocupado por la satisfacción de sus necesidades. Una situación equilibrada tenderá a favorecer a todos los participantes. Sin embargo, es habitual encontrar situaciones donde uno de los componentes domina al resto (Martín y Díaz, 2013 p.177).

Es decir, los autores destacan que existen situaciones donde la organización de servicios es la que domina, o donde el personal tiene mucha facultad y es él que domina, o por el contrario hay circunstancias donde es el cliente quien domina la situación.

Por lo tanto, Martín y Díaz (2013) afirman que la cultura es, en muchas ocasiones, el factor determinante que hace que el cliente se muestre más interesado por el servicio prestado por una u otra empresa; más allá de otros factores más fácilmente identificables, tales como el precio o la prestación de otros servicios complementarios. A veces, el cliente basa su elección en la reputación de la empresa, por lo que la cultura organizativa, o la identidad, explica una parte muy importante del valor percibido por el cliente sobre determinados servicios (p. 178).

En este sentido, se hace necesario definir el término cultura dentro del mundo de la organización en 1981 Schwartz y Davis según Martín y Díaz (2013) dijeron que “la cultura es el patrón de creencias y expectativas compartidas por los miembros de la organización y las

normas y procedimientos que determinan el comportamiento de los individuos y los grupos de personas que forman parte de la organización” (p.178).

Según Martín y Díaz (2013) Fitzsimmons y Fitzsimmons en el 2011 resaltan que los fundadores y/o directivos Seniors de una organización de servicio establecen, de forma intencionada o no, un clima o cultura que determina una norma de comportamiento o un conjunto de valores que guían el proceso de toma de decisiones de los empleados de la empresa (p.179).

En tal sentido, según Martín y Díaz (2013)

Los valores organizativos, cuando son comunicados adecuadamente desde la dirección de la empresa, permiten que el personal de contacto actúe de forma autónoma, porque sus decisiones están basadas en un conjunto de principios compartidos. Estos valores a menudo son transmitidos en forma de historias o leyendas con lo que su comunicación se hace mucho más eficaz. La organización se beneficia de la existencia de esos valores compartidos porque permite que el personal de contacto tenga mayor poder en la toma de decisiones sin que sea necesario la supervisión de este personal (p.179).

Finalmente, Martín y Díaz (2013) resaltan que “el comportamiento de los empleados estará fuertemente influido por la cultura de la organización en la que prestan sus servicios, o por las normas y valores que delimitan el comportamiento individual y del grupo” (p.179).

2. Valores

Según Zavala (2001) “Un valor es una concepción, explícita o implícita, distintiva de un individuo o característica de un grupo, sobre lo deseable, que influye en la selección de modos, maneras y propósitos disponibles de acción”. (p.38).

Robbins (1996) “Los valores son fuente importante de comprensión de las actitudes y de la motivación de los individuos, así como, fuente de influencia en la percepción de los mismos”. (p.180)

Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998) Un valor es la creencia perdurable en que una forma específica de conducta o condición final de existencia se prefiere

personal o socialmente a un modo opuesto o invertido de conducta o condición final de existencia. Un sistema de valores es una organización perdurable de convicciones concernientes a modos preferibles de conducta o condiciones finales de existencia, paralelo a un continuum de relativa importancia (p.172).

Según Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998) Los valores llevan a considerar algunas metas o finalidades como más legítimas o correctas, y otras como ilegítimas o erradas; también llevan a considerar ciertas formas de alcanzar dichas metas o medios como apropiadas y justas, y otras como inapropiadas o injustas. Como estos valores se encuentran profundamente arraigados en el sistema de creencias de las personas, relativamente son invariables (p.172).

Otra definición de valor es la de Koontz y Heinz, que según Bollecker y Martínez, (2004) “El valor es una convicción sólida sobre lo que es apropiado y sobre lo que no lo es, que guía las acciones y conductas de los empleados en el cumplimiento de los propósitos de la organización” (p.14). La definición anteriormente planteada establece la concepción de los valores desde el punto de vista organizacional, es decir, los valores están presentes en nuestra vida personal pero también en nuestra vida laboral.

Belamaric (2004) Aunque los valores sean abstractos, su utilidad organizacional se basa en su capacidad para generar y dirigir conductas concretas o en la factibilidad de su conversión en pautas, lineamientos y criterios para acciones y conductas. Esto determina que siempre sean formulados, enseñados y asumidos dentro de una realidad concreta de actuación, convirtiéndose en atributos de dignidad o perfección que debe tener cada elemento de lo real o de lo que se hace en el puesto o función.(p.132).

2.1 Valores Individuales

Según Jaques (2004) el nivel de compromiso que tienen las personas viene dado por los valores. Los valores de las personas son los que determinan en qué medida se comprometerán con un cierto rol. Si, por cualquier motivo,

valoran desempeñar cierto rol particular en un momento determinado, comprometerán en su trabajo un mayor grado de su capacidad disponible (o sea, “más motivadas”) que si no lo valoran. Al seleccionar a los empleados que ocuparan los puestos vacantes, es importante tomar en cuenta que ellos valoren el trabajo en cuestión. (p.67).

Para Alles (2010). Los valores individuales son principios básicos inherentes a cada individuo en particular. Se relaciona con las creencias más profundas del individuo, con la forma en que cada uno ve las cosas y, además, con los proyectos personales. Los valores de una persona se observan en sus comportamientos, en cualquier momento o circunstancia. El concepto valores personales engloba aspectos como integridad y ética, y también otros, como, por ejemplo, calidad o excelencia, según la manera en que estos diferentes elementos integran las creencias profundas de cada persona. (p.368).

En este mismo orden de ideas, existen valores decisivos los cuales deben tomarse en cuenta al momento de seleccionar a determinados individuos para ocupar cargos específicos, es decir, si un individuo no valora el hecho de delegar funciones, supervisar y dirigir a otros, este individuo no puede ocupar cargos gerenciales ya que no los desempeñará se forma exitosa. (Jaques, 2004)

Según Jaques, (2004). No le corresponde a la organización dictaminarles a los individuos cuáles tendrían que ser sus valores personales. Sin embargo, si los valores de la organización armonizan con los valores más generales de la sociedad, es adecuado que les exija a quienes trabajan para ella que se conduzcan y expresen su estilo y temperamento personales dentro de los límites establecidos por dichos valores. El objetivo no es lograr una rígida uniformidad de las perspectivas sino una comunidad de valores factibles, capaz de generar el impulso sinérgico hacia el logro de las metas de la empresa. (p.67).

Según Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998). Los valores personales constituyen la base para los valores de la empresa. Por lo general, los fundadores de organizaciones son individuos que tienen fuertes valores en común y, a su vez, contratan personas con la misma mentalidad para trabajar en la compañía: el proceso de selección; luego, los nuevos miembros se forman con base en esos valores organizacionales existentes para fortalecerlos: el proceso de socialización. Con el paso del tiempo, los valores personales compartidos sirven para fortalecer los valores organizacionales en la vida de la compañía. Así, la comprensión de los valores personales proporciona una base para entender cómo evolucionan ciertos valores organizacionales. (p.174)

2.2 Valores Organizacionales

Según Alles (2009) “Los valores organizacionales son aquellos principios que representan el sentir de la organización, sus objetivos y prioridades estratégicas”. (p.367).

Giménez (cp. Parra y Yepes, 2005) “Los valores organizacionales son una estrategia para gerencial identidad, dirección y modo de ser (cultura) en las organizaciones”. (p.54)

Belamaric (2004) cita a Robbins al considerar que “Los valores deben ser claros, compartidos y aceptados por todos los miembros y niveles de la organización, para que exista un criterio unificado que compacte y fortalezca los intereses de todos los miembros con la organización”. (p.131).

Asimismo, Belamaric (2004) considera a Denison para expresar que “La importancia del valor radica en que se convierte en un ente motivador de las acciones y del comportamiento humano, motor impulsor de los comportamientos organizacionales. Define el carácter fundamental y definitivo de la organización, y crea un sentido de identidad del personal con la organización”. (p.131). En otras palabras, la autora destaca relevancia que tienen los valores dentro de la organización, en la medida que los trabajadores se sientan más identificados y comprometidos con la misma, tendrán una motivación mayor de realizar su

trabajo de la forma más eficiente posible y por ende esto ocasionará aumento de productividad de la organización.

Belamaric (2004) “La internalización de los valores organizacionales, implica que el individuo se identifica con la organización, y se compromete con la gerencia, y está a mantener informado al colectivo organizacional del quehacer diario, lo que la organización identificada por parte de sus integrantes, propone como beneficioso, correcto o deseable” (p.132). Asimismo, el autor destaca que las organizaciones consideradas exitosas serán aquellas que identifiquen, promuevan y desarrollen sus valores, apoyados en su capacidad de crear valores mediante la creación del conocimiento.

Según Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998) “Toda empresa posee presunciones tácitas acerca de cómo funciona el mundo laboral, las cuales tienen profundas consecuencias en la manera como los miembros de la organización perciben e interactúan con proveedores, clientes, competidores, empleados, sindicatos, gobiernos y otros. Sin la exposición de estas presunciones tácitas, o lo que Ulrich y Wiersma (1989) denominan estructuras mentales, no es posible que una organización comprenda en su totalidad el comportamiento de sus miembros y mucho menos que esté en capacidad de modificar ese comportamiento.” (p.170)

Asimismo Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998) señalan que “los valores de una compañía se organizan y codifican en una filosofía de operaciones, en la cual se explica de qué manera la empresa enfoca su trabajo, cómo maneja sus asuntos internos y de qué forma se relaciona con su entorno externo, incluidos sus consumidores o clientes. Este tipo de enunciado formal integra los valores de la organización a la forma como lleva a cabo los negocios.” (p.180)

3. Congruencia entre los valores individuales y organizacionales

Según Parra (cp. Parra y Yepez, 2005) la congruencia entre los valores individuales y organizacionales se refiere a la “concordancia existente entre el perfil de los valores individuales y el perfil que sustenta los valores de la normativa organizacional” (p.104)

3.1. Modelo de Congruencia de Nadler y Tushman

Dentro de los modelos relacionados con el comportamiento organizativo Martínez (1996), destaca el modelo de David Nadle “quien asume como factor más significativo de los resultados en las organizaciones el relativo a la integración del individuo en el grupo y la congruencia de sus objetivos y motivaciones hacia la empresa” (p. 52). En tal sentido, los autores Nadle y Tushman conceptualizan la congruencia en su modelo como “el grado de necesidades, demandas, metas, objetivos, y/o estructuras de otro componente” (cp. Parra y Yepes, 2005).

Dicho modelo de congruencia en el sistema de comportamiento organizativo de Nadler y Tushman, contiene los siguientes elementos:

a) cometidos: trabajo básico que debe ser hecho por la empresa y sus individuos. b) individuos: características de los recursos humanos en la organización. c) Organización formal: estructuras, procesos, métodos formales de relación, mecanismos de coordinación y control. d) organización informal: clima, relaciones entre grupos. (Martínez, 1996, p. 53).

Por otra parte, Robledo, López, Zapata y Pérez (2010), resaltan que el modelo de Nadler y Tushman es una aplicación de la teoría contingente de la organización, que adquiere la forma de un sistema abierto, integrado por varios componentes que coexisten en varios estados de congruencia, la hipótesis básica del modelo es que entre más alto sea el nivel de congruencia de sus distintos componentes, más eficaz será la organización. (p. 138)

Robledo et als. (2010) mencionan que los componentes del modelo que se identifican son las entradas, la estrategia, los procesos de transformación y las salidas. Desglosado cada

uno de los componentes, se encuentra que están integrados por cada una de las siguientes subdivisiones.

Las Entradas a la organización incluyen las demandas, oportunidades y restricciones del entorno en que se desenvuelve la organización. Los recursos o gama completa de activos a los que tiene acceso la organización. La historia de la organización, conformada por las decisiones estratégicas, la conducta de los líderes más importantes, las respuestas a las crisis pasadas y la evolución de sus valores y creencias. (Robledo et als., 2010, p. 138)

La Estrategia o conjunto de decisiones organizacionales se refiere a como asignar los recursos escasos a las exigencias, restricciones y oportunidades ofrecidas por el entorno. Los Procesos de transformación constituidos por los sistemas técnicos (tecnología), los recursos humanos (personal), la organización formal y la organización informal. Las Salidas de la organización y su desempeño desde la perspectiva tanto de los grupos de interés como de sus integrantes o participantes. (Robledo et als, 2010, p. 138)

3.2 Modelo de Congruencia de Jennifer Chatman

Según Nijst y Taboada (2001) el modelo de congruencia de Jennifer Chatman se fundamenta en la teoría interaccionista, la cual propone que tanto el individuo como la situación pueden definir diversos comportamientos de los individuos en su entorno. Chatman definió en su modelo la congruencia entre la persona y la organización como la correspondencia entre los patrones de valores organizacionales y los patrones individuales (p.30)

El objetivo general del modelo de Jennífer Chatman, consiste en medir el grado de congruencia que existe entre los valores individuales y organizacionales, con la finalidad de determinar y predecir algunos resultados, tales como: la satisfacción laboral, el compromiso

organizacional, la permanencia en la organización, o los efectos que puede tener un individuo sobre las normas y valores de la misma. (Nijst y Taboada, 2001, p.31)

Chatman (1989), propone que los valores individuales y los valores organizacionales pueden ser explicados en términos de intensidad, fuerza o qué tan arraigados estén, y también pueden describirse por su cristalización, es decir, medida en la cual son compartidos por los trabajadores de la organización. En este sentido, Chatman plantea que un sistema de valores fuerte, intenso y compartido, es lo que la mayoría de los investigadores definen como una cultura fuerte.

En 1991 la Doctora Chatman desarrolló un instrumento conjuntamente Caldwell y O'Reilly, denominado Organizational Culture Profile (OCP) para estudiar la congruencia entre valores individuales y organizacionales. La intención de este instrumento fue recoger un conjunto de valores que caracterizarán tanto a los individuos como a las organizaciones, teniendo en cuenta tres criterios básicos: Que pudiera ser utilizado para describir cualquier persona u organización; Que no fuera solamente característico de algunas personas u organizaciones; Que fueran fáciles de entender. (Nijst y Taboada, 2001, p.31)

Según Nijst y Taboada (2001) “El OCP contiene una serie de planteamientos de valores que pueden ser utilizados para evaluar el grado en el cual ciertos valores caracterizan a una organización, así como también la preferencia individual por una configuración particular de valores” (p.31)

Uno de los supuestos implícitos en el uso del OCP es que el sistema de valores de una organización puede ser representado mediante un perfil único para evaluar el nivel de consenso entre los miembros de una empresa acerca de los valores (Nijst y Taboada, 2001, p.31)

El conjunto inicial de valores que conformaron el OCP fue de 110, reduciendo su número definitivo a 54 ítems con sus respectivas definiciones, que pueden ser utilizados tanto para valorar el grado hasta el cual ciertos

valores caracterizan a una organización en particular, como para valorar la preferencia de un individuo por una configuración de valores. (Nijst y Taboada, 2001, p.32)

Finalmente el ajuste persona – organización es definido por Chatman en 1989 (cp. Pérez, 2013) como la congruencia entre normas y valores de la organización, y los valores de las personas que lo integran, el ajuste persona – organización se enfoca en cómo la comparación entre el ordenamiento y el contenido de los valores de los empleados con el sistema de valores de la empresa para la que trabajan, afectan las actitudes y la conducta de los individuos. (p.36).

4. Edad

Según Pérez (2005) “Es el intervalo de tiempo transcurrido desde el nacimiento del ser humano hasta un corte transversal que se realiza” (p.85)

Por su parte Vila (2005) considerando el Diccionario Aristos define la edad como “el número de años de vida de una persona” (p.33)

5. Nivel Educativo

Según, Vila (2005) en base a lo expuesto por Agostinho y Lappa el nivel educativo se refiere a “los estudios realizados por un individuo dentro del sistema educativo formal venezolano en sus respectivos niveles” (p.33).

6. Antigüedad en la Empresa

Según Robbins (cp. Vila, 2005) se define a la antigüedad en la empresa como el tiempo que un individuo ha trabajado en el empleo en particular, es decir, los años de trabajado que tiene la persona en la organización

“Se refiere al tiempo que tenga el individuo como trabajador dentro de la organización, desde la fecha de ingreso hasta la fecha de recepción del instrumento de medición” (Parra y Yepez, 2005, p.114)

7. Departamento

Antes de explicar que significa el término departamento dentro de una organización, se hace necesario, conceptualizar el término departamentalización, según Hernández (2007), “es la fase del análisis administrativo que se ocupa de analizar el trabajo como un todo, pero estableciendo las diferencias implícitas en materia de especialización y complejidad que de hecho existen entre todas las partes o componentes del trabajo” (p.72)

Asimismo, Hernández (2007) destaca que “la departamentalización implica dividir el trabajo según especialidad (horizontalmente) y complejidad (verticalmente), dando forma a distintas clases de unidades organizativas (Divisiones, Departamentos, Oficinas, Secciones, Áreas) o de clases de puestos de trabajo (unidades organizativas unipersonales)” (p.72).

Por otra parte, Carrasco (2012) establece que “la departamentalización es la agrupación de tareas similares en distintas unidades organizativas, que servirán de base para establecer la estructura de la empresa” (p. 10)

Para Carrasco (2012) la unidad organizativa fundamental es el **departamento**, aunque puede adoptar el nombre de sección, división, área, etc., en función de su tamaño, de su complejidad o, simplemente, de las preferencias de los responsables de la empresa a la hora de denominarla. (p.10).

En tal sentido, Ramos, Yaguez, Jurado, Montserrat (2007) “consideran que departamento es una unidad organizativa resultante del proceso de agrupación de actividades y unidades de nivel inferior”. (p.62).

Los autores Ramos et al. Destacan que bajo esta óptica se puede encontrar los siguientes departamentos dentro de la organización: Departamento de compras, departamento de fabricación, departamento de ventas, departamento de personal, departamento de contabilidad, departamento financiero, departamento de investigación, desarrollo e innovación. (p.62).

Asimismo, resaltan que las características del departamento son las siguientes:

- El tamaño de cada departamento puede ser muy diferente. Además, cada departamento puede subdividirse en secciones o áreas.
- Los objetivos de un departamento son siempre un subobjetivo de los objetivos perseguidos por unidades de nivel superior. (Ramos et al. 2007, p.62).

8. Marco Referencial

Según información consultada en la página web de la empresa Ayuda24 (2014). La organización objeto de estudio, es Servicio de Ambulancia Ayuda24, empresa del sector terciario ubicada en el Área Metropolitana de Caracas -Venezuela. Ayuda24 inicia las actividades en 1996, realizando servicios inter- hospitalarios para subir la demanda de traslados para estudios entre hospitales públicos y clínicas privadas. El servicio se comercializa por evento con el nombre de “Ambulancia José Gregorio Hernández”.

Ayuda24 luego de adquirir experiencia y dominio sobre respuesta inmediata en el área de la salud, explora nuevos segmentos del mercado. Esta vez, con Ayuda24 para la atención de emergencias. Desarrollando las afiliaciones personales y algunas variantes corporativas. En el año 2002 son lanzados productos para compañías de seguros.

El productor “Ayuda total”, está conformado por el servicio de ambulancias y una póliza de accidentes personales con gastos médicos incluidos, siendo puesto a la disposición del público en una campaña puerta a puerta.

Ayuda24 cuenta con una experiencia de más de 20.000 atenciones en la Gran Caracas, lo que permite la expansión del servicio a La Guaira, Maracay y los Valles del Tuy, conformando así una red nacional de empresas asociadas para brindar servicio a nivel nacional.

En tal sentido, Ayuda24 se plantea como misión salvar vidas, brindar soporte médico pre-hospitalario, servir a la comunidad y rentar a su gente, es decir, a los asociados, empleados y accionistas.

Por otra parte, la visión de Ayuda24 consiste en ser la empresa privada líder en los servicios de atención de emergencias: auxilio en accidentes; traslados de pacientes; asistencia pre – hospitalaria; cobertura continental y participación en todo los nichos del mercado.

Ayuda24 describe tres valores principales en los que se apoya diariamente para fortalecer la mística y calidad de servicio. Los cuales son: seguridad, rapidez y confiabilidad. Sin embargo, para fines del presente estudio, se considerarán los valores operacionales y los valores de la institución.

Finalmente, en Ayuda 24, los valores que guían la conducta de todos los miembros de la empresa se dividen en valores operacionales y valores de la institución.

Ayuda24 describe los Valores Operacionales, como aquellos que determinan el comportamiento, las cualidades y características operativas de la organización tales como:

- Rapidez: la velocidad es una característica fundamental del servicio de ambulancias, ya que la atención de emergencias lleva intrínseca la prontitud como una de las principales virtudes para el éxito. En una empresa dedicada al servicio de ambulancias, todas las actividades deben ser rápidas, debido a que una imagen de rapidez, es fundamental para la tranquilidad del cliente. Al ser rápidos en todas nuestras actividades desarrollamos la actitud necesaria para garantizarla en el momento crítico.
- Seguridad: la calidad de nuestro trabajo va reflejada en la seguridad con la cual atendemos nuestros pacientes, con quienes no es posible improvisar. Debemos actuar de manera segura para preservar su vida y evitar en todo caso cualquier tipo de complicaciones. La seguridad es consecuencia del conocimiento, la responsabilidad, la experiencia y el respeto sigiloso de los procedimientos.
- Confianza: nuestros clientes y pacientes se ponen en nuestras manos en momentos críticos y esperan la mejor solución posible. Por esta razón debemos cumplir cada una de nuestras ofertas de servicio, contrataciones o cualquier otro compromiso que de una u otra forma adquiramos. Asegurándonos que todos nuestros relacionados puedan confiar en nosotros y nunca defraudarlos.

Los Valores de la Institución, según Ayuda24 son las cualidades y características que se espera que posean y practiquen los miembros de la compañía en forma individual, así como la organización en conjunto.

- Integridad: nuestra gente y nuestra organización deben ser honestos, confiables y discretos en la realización de sus tareas, en el trato con los clientes, proveedores y con las personas en general; en el manejo de fondos y bienes de la empresa e incluso de terceros. Debemos guardar confidencialidad, información secreta e informar de forma precisa, honesta, oportuna y acertada sobre las situaciones del trabajo, los problemas y las oportunidades que se nos puedan presentar.
- Compromiso: debemos estar comprometidos legítimamente con la misión y las metas de la organización, para realizar el trabajo lo mejor posible, junto con la búsqueda de un desarrollo y crecimiento profesional continuo, asumiendo de igual manera responsabilidades ante la familia y la comunidad. Servicios Ayuda24 retribuye a su gente este compromiso poniendo al alcance de su personal oportunidades de ascenso tan variadas y retadoras como sea su capacidad para aceptar nuevas y mayores responsabilidades. También incluye un compromiso de apoyo para la gente de la organización en casos de necesidades y dificultades.
- Lealtad: adhesión sincera a la empresa, un vigoroso respaldo a sus principios y valores, un interés solícito por nuestra gente y compañeros (superiores o subalternos por igual). Es honestidad a nuestros clientes, brindándoles respaldo en momentos de dificultad y a los proveedores que por su parte nos han demostrado integridad. La lealtad debe ser entendida como sincera defensa de los intereses de la organización por encima de visiones egoístas y personales.
- Trabajo en equipo: se trata de fomentar la cooperación espontánea y organizada que, basada en la confianza mutua, genera el trabajo en equipo. Éste es el principal medio para garantizar que la variedad de aptitudes y experiencias comprendidas en nuestra organización actúen en forma sinérgica para el logro de las metas.
- Coraje: nuestra gente y nuestra organización deben tener el valor de aceptar riesgos en los negocios, siempre que un análisis inteligente y objetivo demuestre que hay mayor potencialidad de éxito o ganancias que posibilidades de fracasos o pérdidas. Tener el

valor personal de quien defiende puntos de vista impopulares y tiene la valentía de disentir con argumentos razonados durante la toma de decisiones. Queremos gente que no tenga miedo de presentar los hechos, por muy desagradables y vilipendiados que ellos sean. El asumir riesgos exige una base de seguridad, por lo tanto, en Ayuda24 somos tolerantes con los errores cometidos de buena fe y aseguramos el respaldo para los que asumen riesgos por el bien de la compañía.

- Innovación: en Ayuda24 somos amigos de nuevas ideas y conceptos, lo cual incluye nuevos productos y servicios, nuevas estructuras organizacionales, sistemas gerenciales, nuevas técnicas de mercadeo, nuevas formas de financiamiento y planteamientos novedosos en cualquier área de funcionamiento de la empresa, especialmente con miras a optimizar resultados y buscar mayor satisfacción de nuestros clientes y de nuestra gente. Nuestro espíritu debe ser de constante evaluación y revisión constructiva, para valorar el cómo se hacen las cosas actualmente, de manera de ajustar nuestro funcionamiento a los acelerados cambios del mundo en que vivimos.
- Iniciativa: la esencia de la forma de actuar de Ayuda24 y de su gente es el nivel de auto gobierno que se da a los miembros de la empresa. El éxito de esta forma de actuar consiste en la iniciativa personal para responder a situaciones no previstas en los planes y proyecciones, en asumir por sí solos las responsabilidades para emprender las acciones requeridas, o buscar cuando sea necesaria la ayuda de colegas y superiores. La iniciativa se entiende como el valor de actuar.
- Equidad: los objetivos de crecimiento y de rentabilidad, junto a la insistencia en la máxima eficacia en todo lo que hacemos, exige una hábil negociación con proveedores y contratistas, para establecer potenciales asociaciones estratégicas, sociedades u otros negocios consorciados y un refuerzo sin cuartel a nuestros estándares de trabajo cotidiano. Todo ello sin embargo se hace dentro de los límites del juego limpio. La equidad con la que tratamos a la gente dentro y fuera de la compañía garantiza la motivación y la reputación, esenciales para lograr gente capaz, recursos de calidad y la consistencia necesaria para alcanzar nuestros objetivos. La equidad la entendemos como darle el justo valor a cada situación.

- Sentido del Humor: el trabajo cotidiano y las tensiones que normalmente genera el trabajo, la exposición a casos de gravedad y a dramas personales, genera situaciones de stress. La manera más eficaz de vivir con tensión, es el sentido del humor. Esto significa que no nos tomarnos demasiado en serio a nosotros mismos, ni como individuos ni como empresa. También significa divertirse, al afrontar nuestras responsabilidades y retos cotidianos, al actuar dentro de la disciplina propia de nuestras actividades y organización, al crecer como individuos, al trabajar con nuestros compañeros y colegas, al realizar nuestras labores de comercialización y sobre todo al darle servicio y atención a nuestros clientes.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

El siguiente capítulo contiene todo lo relacionado a la metodología que se utilizará en el presente estudio, es decir, todos aquellos aspectos que guardan relación con el tipo y diseño de investigación, unidad de análisis, población, muestra, operacionalización de variables, instrumento de recolección de datos y técnicas de análisis. Todo ello para garantizar confiabilidad, objetividad y validez. Para así determinar la posible congruencia o no congruencia entre los valores individuales y organizacionales; y su relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los empleados de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24 ubicada en el Área Metropolitana de Caracas

1. Tipo de Estudio.

La presente investigación se llevará a cabo a través de un tipo de estudio correlacional. Según Narváez (2009) estos estudios tienen como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables. El propósito y utilidad principal de los estudios correlacionales son de saber cómo se pueden comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas. (p.181, 182).

2. Diseño de Investigación

El diseño utilizado en la presente investigación será de tipo no experimental o ex post-facto, debido a que se llevará a cabo sin manipular de forma deliberada las variables. Según Ortiz (2004) “el diseño ex post-facto es aquel en el que el experimentador selecciona a los

sujetos por sus características personales cuando alguna de ellas es considerada como variable independiente y no tiene la posibilidad de manipularla.” (p.46).

Así mismo, el diseño de la investigación será transeccional, ya que los valores individuales y los valores organizacionales se medirán en un solo momento, es decir, al aplicar el instrumento de recolección de datos. Según Ávila (2006) “en los estudios de tipo transeccional o transversal la unidad de análisis es observada en un solo punto en el tiempo” (p.44).

Se realizará un estudio con este tipo de diseño porque los datos serán tomados en un solo momento, por razones de acceso a la organización y por el tiempo destinado a realizar el estudio con fines académicos, no será longitudinal.

3. Unidad de Análisis

La unidad de análisis de la presente investigación estará representada por los trabajadores que pertenecen a la empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24 quienes serán los colaboradores para obtener la información necesaria en esta investigación.

4. Población y Muestra

Según Bisquerra (2009) “la población es el conjunto de todos los individuos a los que se desea hacer extensivo los resultados de la investigación, se simboliza por N. La definición y la delimitación clara de la población permitirá concretar el alcance de una investigación” (p.143). De acuerdo a ello, en la presente investigación se presenta como población los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria específicamente Ayuda24, ubicada en el Área Metropolitana de Caracas que cuenta con 96 trabajadores.

Por su parte, “la muestra (n) es como un subconjunto de la población que se selecciona a través de alguna técnica de muestreo y que debe ser representativa de aquella” (p. 143). Para ello se determinó que la muestra a utilizar en el presente estudio será igual a la población, por lo tanto, se refiere a una muestra censal. Según López (1999) una muestra censal es “aquella porción que representa a toda la población, es decir, la muestra es toda la población a investigar”. (p.12)

5. Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	NÚMERO
Congruencia de Valores	Valores Individuales	Rapidez	1.Cuando usted realiza su trabajo en la mayoría de los casos lo hace en un tiempo menor al esperado	7
		Seguridad	2.Al momento de emitir una factura, dar respuesta a un cliente o explicar algo de la empresa, se preocupas por revisar que la información sea correcta, aunque sea la hora de la salida del trabajo.	4
		Confianza	3.Cuando usted tiene que dar respuestas a otro departamento sobre información de trabajo, el personal de la empresa sabe que su información siempre es precisa	9
		Integridad	4.Un familiar muy querido está en busca de empleo desde hace algún tiempo, y la empresa para la cual usted trabaja tiene una vacante, su familiar le pide que lo recomiende para el puesto aunque usted sabe que no está bien calificado. ¿Lo recomendaría?	5
		Compromiso	5.Se encuentra realizando sus actividades de trabajo en el horario indicado para ello, sin embargo, su jefe y otros compañeros de trabajo lo invitan a dejar lo que está haciendo y salir a tomar un café, aunque todavía le quedan cosas por hacer, usted decide irse con ellos	8
		Lealtad	6.Se encuentra en una reunión en donde representantes de otras organizaciones están desprestigiando a la organización a la que usted pertenece, como sabe que la mayoría de las cosas que dicen son ciertas, decide apoyarlos.	6

Congruencia de Valores	Valores Individuales	Trabajo en equipo	7.Uno de sus compañeros de trabajo está confundido con una de las actividades que debe realizar, usted sabe perfectamente como orientarlo, aunque no está en sus funciones hacerlo, sin embargo, le brinda la ayuda.	11
		Coraje	8.Usted está representando a su organización en una reunión con otras empresas dedicadas a la misma rama de servicio, le ofrecen afiliarse a su organización a un convenio que le traerá muchas ventajas, llama a su jefe para contarle pero le cae la contestadora, por lo tanto, asume el riesgo y afilia a la organización	1
		Innovación	9.Se encuentra reunido con un amigo, que le comenta, que en la organización donde él trabaja existe una gerencia, que puede ayudar mucho en su empresa, y que su organización no la tiene. Por lo tanto, cuando usted se reúne con su jefe le comenta la idea de la nueva gerencia	3
		Iniciativa	10.La organización ha diseñado un plan social para llevar a cabo un proyecto dentro de una comunidad, sin embargo sus compañeros no se inscriben en el plan porque es de carácter voluntario, ni siquiera se han preocupado por saber de qué se trata, por lo que usted decide abstenerse también de participar.	10
		Equidad	11.Se le hace tarde para asistir a una reunión y aún le quedan dos personas por atender, sólo le da tiempo de recibir a una de ellas, la primera se trata de un obrero que tiene 15 min esperando y la segunda, un gerente que acaba de llegar, usted decide atender al gerente por considerar que el asunto a tratar puede ser más importante	2

Congruencia de Valores	Valores Individuales	Sentido del Humor	12. Se encuentra usted realizando un trabajo importante y uno de sus compañeros hace chistes y algunas bromas. Participaría en ellas	12
	Valores Organizacionales	Rapidez	Desarrollar la actitud de velocidad necesaria para dar tranquilidad al cliente en el momento crítico	10
Congruencia de Valores		Seguridad	Actuar con conocimientos, responsabilidades y experiencia para preservar la vida y evitar en todo caso cualquier tipo de complicación	11
		Confianza	Cumplir todas las ofertas de servicio y cualquier otro compromiso que de una u otra forma la compañía adquiere para clientes y con su gente	12
		Integridad	Ser honestos, confiables y discretos	1
		Compromiso	Estar vinculados con la misión y las metas de la organización	2
		Lealtad	Adhesión sincera a la empresa, a sus principios y valores. A nuestra gente proveedores y clientes	3
		Trabajo en equipo	Cooperación espontánea, basada en confianza mutua	4
		Coraje	Valor de aceptar riesgos	5
		Innovación	En ayuda 24 somos amigos de nuevas ideas, conceptos y planteamientos novedosos en todas las áreas	6

Congruencia de Valores	Valores Organizacionales	Iniciativa	Autogobierno para actuar por cuenta propia cuando corresponda	7
		Equidad	Darle el justo valor a cada situación	8
		Sentido del Humor	Divertirse oportunamente para aliviar el peso de las responsabilidades	9
Edad Años Cumplidos	Fecha de Nacimiento. Día/ mes/ año	≥ 18 años		
Nivel Educativo Nivel de educación recibida	Nivel de Instrucción	Primaria Completa Primaria Incompleta Bachiller Completo Bachiller Incompleto Técnico Superior Completo Técnico Superior Incompleto		
Nivel Educativo Nivel de educación recibida	Nivel de Instrucción	Universitario Completo Universitario Incompleto Estudios de Post grado Completo Estudios de Post grado Incompleto		
Antigüedad en la Empresa Tiempo laborado en la institución	Intervalo de años laborado en la institución	De 0 a 1 año De 1 a 5 años De 5 a 10 años De 10 a más años		
Departamento Unidad organizativa fundamental	Área a la cual pertenece el trabajador	- Gerencia General -Departamento de Operaciones		

		-Departamento de Recursos Humanos -Departamento de Soporte Técnico -Departamento Nacional de Mercadeo y Ventas -Departamento de Administración y Finanzas -Departamento de Relaciones Institucionales		
--	--	---	--	--

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Fuente: Algunas de las variables de la operacionalización fueron tomadas de la Tesis de (Rivas, 2012. p. 42)

6. *Recolección de Datos*

En la presente investigación para estudiar las variables; Congruencia de valores individuales y organizaciones: relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento se hará uso del cuestionario.

Según Rodríguez (2005) el cuestionario es de gran utilidad en la investigación científica, ya que constituye una forma concreta de la técnica de observación, logrando que el investigador fije su atención en ciertos aspectos y se sujeten a determinadas condiciones. El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran importantes; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principal mente. Reduce la realidad a ciertos números de datos esenciales y precisa el objeto de estudio (p.98, 99)

Por su parte Arias (cp. Parra y Yepes, 2005) define al cuestionario como “un formato que contiene una serie de preguntas que se responden por escrito en función de la información que se desea obtener” (p.125)

Para determinar la congruencia entre valores individuales y organizacionales de los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria ubicada en el Área Metropolitana de Caracas se utilizó como base el instrumento Perfil de Cultura Organizacional (OCP) diseñado por O'Reilly, Chatman y Caldwell en el año de 1991, el instrumento original está integrado por 54 valores. Para fines de este estudio se realizaron algunas modificaciones al instrumento con el propósito de adaptarlo a los objetivos de la presente investigación ya que se consideraron sólo los valores que constituyen a la empresa Ayuda24 ya que dichos valores constituyen el objeto de estudio.

Será utilizado el cuestionario para fines del presente estudio, con la finalidad de recaudar la información necesaria en base a las variables de estudio para posteriormente realizar el análisis de los datos.

6.1 Prueba Piloto

Según García (2004) La prueba piloto o sondeo es una aplicación experimental del cuestionario, lo más cercano a la encuesta real, pero se aplica sólo a un pequeño grupo. Los sujetos deben tener la misma distribución de edades, características, nivel escolar y cualquier propiedad relevante para el estudio. De la misma manera se cuida que los encuestadores sean los mismos o parecidos a los de la aplicación definitiva y tengan muy claro los objetivos de la investigación. La finalidad de la prueba es comprobar si el cuestionario satisface los objetivos, está orientado al sujeto, favorece la comunicación y se comprenden las preguntas, entre otros asuntos. (p.60)

Asimismo, el autor refleja que la aplicación de una prueba piloto puede indicar modificaciones importantes al cuestionario o al proceso en general; ello aporta beneficios en la calidad del cuestionario al precisar las preguntas, el orden, las instrucciones y demás características, y contribuir al logro de los objetivos de la investigación. A pesar del costo, permite ahorrar tiempo y esfuerzo en la aplicación final, evitando imprecisiones y errores; es menos cara que realizar cambios a gran escala. (García, 2004, p.60)

Con la finalidad de determinar la validez y confiabilidad del instrumento se realizó la aplicación de la prueba piloto a 16 sujetos que forman parte de la población objeto de estudio, para conocer si es necesario hacer modificaciones correctivas al instrumento.

A través de la prueba piloto se determinó si el instrumento contiene instrucciones y enunciados sencillos, claros, precisos y fáciles de entender. El resultado que se obtuvo fue que todas las personas a las cuales se les aplicó la prueba entendieron las instrucciones y enunciados contenidos en dicho instrumento, dando respuesta al mismo en once minutos aproximadamente.

De la aplicación de la prueba se pudo inferir que las personas no dieron respuestas sesgadas hacia lo deseable en el ítems correspondiente a cada valor, incluso en algunos casos se observó extrema sinceridad hacia la conducta que realizaría la persona más que hacia la respuesta socialmente aceptada.

El instrumento se encuentra conformado por doce casos que tienen como finalidad conocer los valores individuales de los trabajadores en diferentes situaciones laborales. La distribución entre las categorías y el puntaje de seis situaciones en el extremo positivo se muestra a continuación.

CATEGORIA	PUNTUACIÓN
Definitivamente Si	5
Probablemente Si	4
Indeciso	3
Probablemente No	2
Definitivamente No	1

La distribución entre las categorías y el puntaje de las seis situaciones restantes en el extremo negativo se muestra a continuación

CATEGORIA	PUNTUACIÓN
Definitivamente Si	1
Probablemente Si	2
Indeciso	3
Probablemente No	4
Definitivamente No	5

Finalmente, el instrumento para conocer la importancia que da la organización a cada uno de los valores que la integran, según la opinión de los trabajadores objetos de estudio, quedó conformado por los doce valores que tiene la organización con sus definiciones. En una escala tipo likert con cinco opciones de respuesta; la distribución entre las opciones y la puntuación se muestra a continuación.

CATEGORIA	PUNTUACIÓN
Nada Importante	1
Poco Importante	2
Indiferente	3
Algo Importante	4
Muy Importante	5

7. Análisis de Datos

Los datos obtenidos serán analizados mediante un estudio estadístico según la naturaleza de las variables, se utilizó la herramienta de Prueba T – Student para muestras relacionadas.

En cuanto a la Prueba T – Student Gómez (2006) la define como “una prueba estadística para evaluar si dos grupos difieren entre sí de manera significativa respecto a sus medias” (p. 158)

Asimismo, en el estudio se considera el nivel de significancia que arrojan ambas pruebas. Según Moncada (2005) el nivel de significancia juega un papel importante en las pruebas de hipótesis pues permite establecer, a priori, el grado de error que el investigador está dispuesta a aceptar. El nivel de significancia especifica que tanto riesgo se quiere correr para que las conclusiones sean erróneas. El nivel de significancia se refiere a una diminuta parte de los extremos o colas de una distribución muestral. Si el valor que se busca se ubica dentro de esa zona entonces se concluye que no es posible que el evento ocurra, por lo que se rechaza la hipótesis nula y por consiguiente se acepta la hipótesis alternativa (p. 9)

Salkind (1999) resalta que “el nivel de significancia tiene asociados ciertos valores. Se han utilizado los niveles convencionales de .01 y .05 para asignar ese grado de riesgo de error” (p. 189)

Por otra parte, Salkind (1999) refleja que la **Hipótesis Nula** (H_0) es aquella que representa una igualdad, y la **Hipótesis de Investigación /alternativa** (H_i) representa una desigualdad.

Cuando el nivel de significancia es menor a 0,05 o menor a 0,01 se rechaza la hipótesis nula, es decir, no hay relación entre las variables (son diferentes). Cuando, es mayor a 0,05 o mayor a 0,01 se acepta la hipótesis nula, es decir, hay relación entre las variables (son iguales). De esta manera se estaría evitando cometer el error tipo I que ocurre cuando rechazamos una hipótesis que debería ser aceptada y el error tipo II que ocurre cuando se acepta una hipótesis debiendo ésta ser rechazada.

CAPITULO V

PRESENTACIÓN, ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta el análisis e interpretación de los resultados, distribuidos de la siguiente manera: fiabilidad del instrumento, composición de la muestra según las variables demográficas consideradas en esta investigación, identificación de los valores más importantes tanto individuales como organizacionales, interpretación de la congruencia obtenida entre los valores individuales y los valores organizacionales y finalmente se establece la congruencia de los valores individuales y organizacionales con cada una de las variables demográficas utilizando la herramienta estadística prueba T- Student.

Todos los resultados obtenidos, se muestran con el apoyo de tablas o gráficos para una mayor comprensión de los lectores de la presente investigación.

1. *Fiabilidad del Instrumento*

El instrumento utilizado para medir la congruencia entre los valores individuales y organizacionales; y su relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los empleados de una empresa de asistencia médica domiciliaria ubicada en el Área Metropolitana de Caracas, aplicado a 74 empleados arrojó un índice ***Alpha de Cronbach de 0,893*** el cual se considera excelente ya que está cerca de 1, lo que hace que el instrumento tenga un elevado nivel de confiabilidad, es decir, indica que existe gran consistencia interna entre los elementos de la escala.

El modelo de consistencia interna de Cronbach analiza concretamente la consistencia interna de la escala como una dimensión de su fiabilidad mediante el cálculo de la correlación entre los ítems de la escala. El valor del

alpha de cronbach puede oscilar entre 0 y 1. Si es 0 significará que las puntuaciones de los ítems individuales no están correlacionadas con las de todos los demás. Por el contrario el mayor valor del alpha significará una mayor correlación entre los distintos ítems, aumentando así la fiabilidad de la escala. (Molina, 2008, p.73)

Así mismo se calculó el Alpha de Cronbach para la primera parte del instrumento correspondiente a los valores individuales y para la segunda parte del mismo la cual hace referencia a los valores organizacionales, dichos resultados se expresan a continuación:

Dimensión	Alpha de Cronbach	Número de Elementos
Valores Individuales	0,806	12
Valores Organizacionales	0,826	12

Tabla 2. Alpha de Cronbach para cada dimensión de valores

En la tabla anterior se puede observar que la dimensión valores individuales tiene un alpha de cronbach de 0,806 el cual es un valor que se considera bueno y que muestra gran asociación entre los ítems que conforman esta dimensión. Por su parte la dimensión de valores organizacionales tiene un alpha de 0,826 dicho valor es considerado como bueno. Todos los valores de alpha de cronbach arrojados en este estudio son aceptables y por ende garantizan la fiabilidad del instrumento utilizado en la presente investigación.

2. Composición de la muestra

La población conformada por 96 personas quedo finalmente constituida para fines de la presente investigación por 74 trabajadores, ya que al momento de llevar a cabo la aplicación del instrumento el resto de los empleados no se encontraban en las oficinas de la empresa ya que por ser una organización de asistencia médica domiciliaria la mayoría de sus empleados se encuentran atendiendo emergencias médicas durante gran parte del día.

La muestra se encuentra distribuida según edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento como se muestra a continuación:

Distribución por edad.

De acuerdo a la distribución de la muestra por edad, se puede observar en la siguiente tabla, que la media de la muestra se ubica en 39.50, y las edades de los trabajadores de la muestra se encuentran dentro de un rango de 20 y 64 años de edad con una desviación típica de 10.09.

ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Edad	74	20	64	39.50	10.09

Tabla 3. Distribución por edad

Distribución por nivel educativo.

La variable nivel académico arroja que 11 personas del total de la muestra tienen un nivel de instrucción de bachiller completo, 4 personas no culminaron sus estudios de bachillerato, por su parte 23 personas son técnicos superiores, 4 personas son técnicos superiores incompletos, 16 personas tienen un nivel de instrucción de universitario completo, 9 personas no culminaron sus estudios universitarios y finalmente 7 personas del total de la muestra tienen estudios de post grado culminados. Esta información se representa en términos de porcentajes en el siguiente gráfico.

NIVEL EDUCATIVO		
	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller Completo	11	14,90%
Bachiller Incompleto	4	5,40%
Técnico Superior Completo	23	31,00%
Técnico Superior Incompleto	4	5,40%
Universitario Completo	9	12,20%
Universitario Incompleto	16	21,60%
Post grado Completo	7	9,50%
Total	74	100,00%

Tabla 4. Distribución de la muestra por nivel educativo

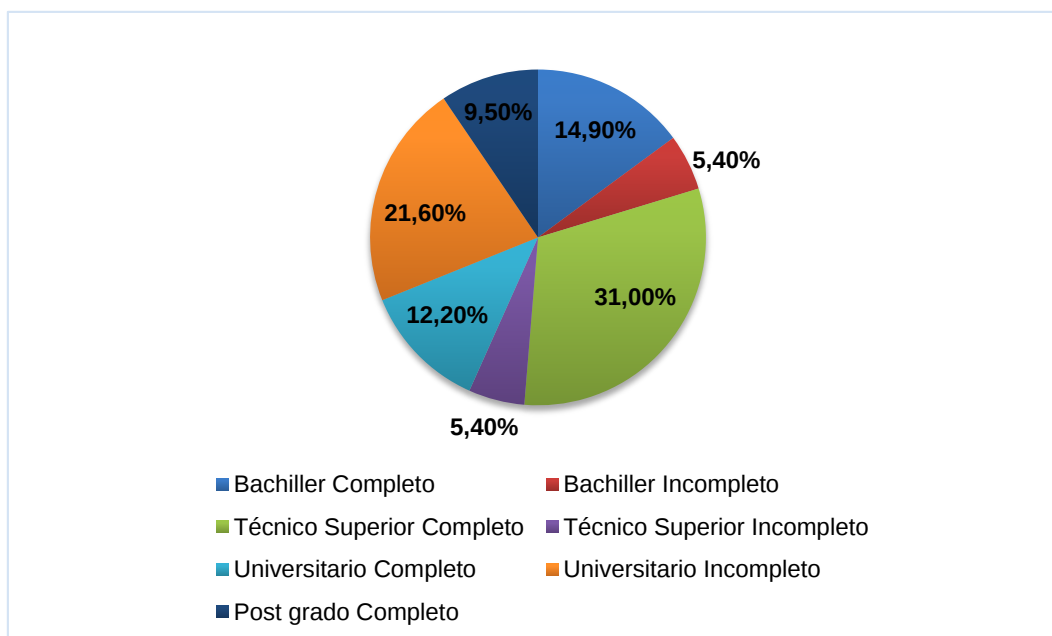


Gráfico 1. Distribución por nivel académico

Distribución por antigüedad.

En relación a los años de antigüedad de los 74 encuestados, se observa que 11 personas tienen un tiempo de antigüedad de 0 a 1 año en la empresa, por otro lado 34 personas han laborado en la organización durante 1 a 5 años, seguidamente 19 personas tienen de 5 a 10 años trabajando en la empresa y finalmente 10 personas han laborado en la institución durante 10 años o más. Esta información se representa en términos de porcentajes en el siguiente gráfico.

ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA		
	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 1 año	11	14,90%
De 1 a 5 años	34	45,90%
De 5 a 10 años	19	25,70%
De 10 a más años	10	13,50%
Total	74	100,00%

Tabla 5. Distribución de la muestra por antigüedad en la empresa

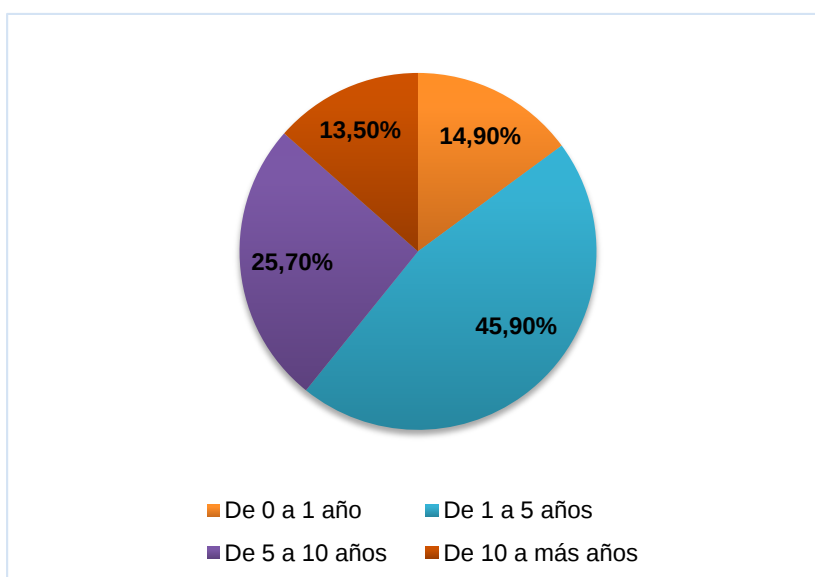


Gráfico 2. Distribución por antigüedad en la empresa

Distribución por departamentos.

La distribución por departamento para la muestra de 74 empleados quedó conformada de la siguiente manera; el 55.40% de la muestra pertenecen al departamento de operaciones, mientras que el 5.40% constituyen al departamento de recursos humanos, el 12.20% forman parte del departamento de soporte técnico, seguidamente el 16.20% de la muestra conforman el departamento nacional de mercadeo y ventas y finalmente el 10.80% componen el departamento de administración y finanzas.

DEPARTAMENTOS		
	Frecuencia	Porcentaje
Departamento de Operaciones	41	55,40%
Departamento de Recursos Humanos	4	5,40%
Departamento de Soporte Técnico	9	12,20%
Departamento Nacional de Mercadeo y Ventas	12	16,20%
Departamento de Administración y Finanzas	8	10,80%
Total	74	100,00%

Tabla 6. Distribución de la muestra por departamento



Gráfico 3. Distribución por departamento

3. Orden de importancia asignado a los valores individuales y valores organizacionales de acuerdo a la opinión de los trabajadores.

ORDEN DE IMPORTANCIA DE LOS VALORES INDIVIDUALES Y ORGANIZACIONALES			
Número	Valores Individuales	Número	Valores Organizacionales
1	Trabajo en Equipo	1	Trabajo en Equipo
2	Coraje	2	Lealtad
3	Sentido del Humor	3	Equidad
4	Lealtad	4	Rapidez
5	Confianza	4	Seguridad
6	Compromiso	5	Confianza
6	Integridad	6	Integridad
7	Iniciativa	7	Compromiso
8	Innovación	8	Innovación
9	Rapidez	9	Iniciativa
10	Equidad	10	Coraje
11	Seguridad	11	Sentido del Humor

Tabla 7. Orden de importancia asignado a los valores individuales y los valores organizacionales de acuerdo a la opinión de los trabajadores.

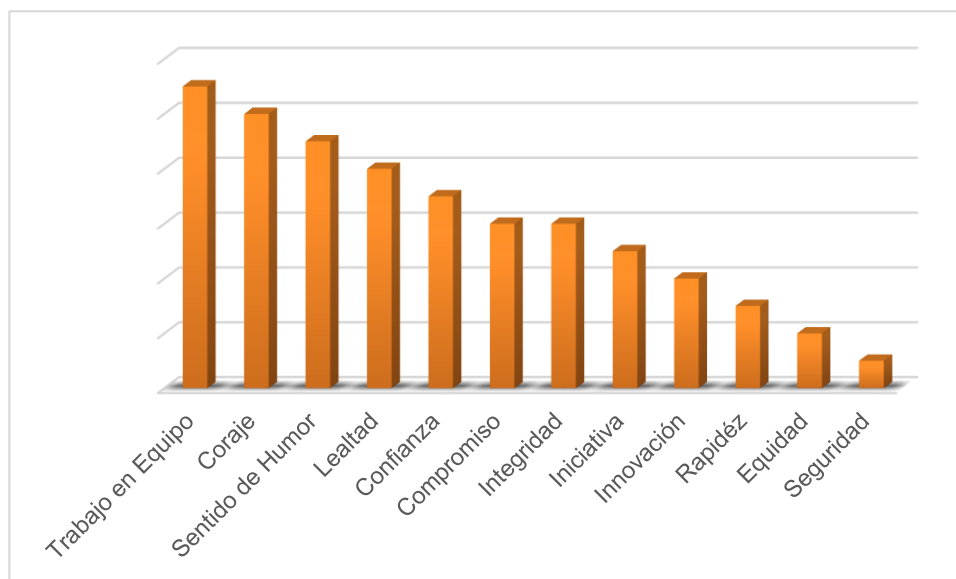


Gráfico 4. Orden de importancia de los valores individuales asignado por los trabajadores a cada valor

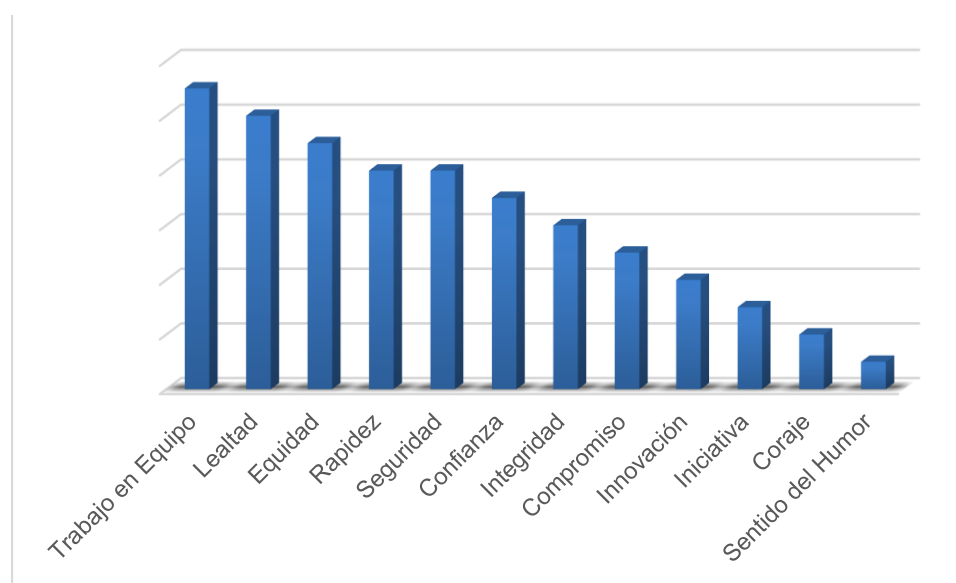


Gráfico 5. Orden de importancia de los valores organizacionales que los trabajadores piensan que les asigna la empresa

En la tabla y gráficos anteriores se muestra el orden de importancia de los valores individuales asignado por los trabajadores al igual que el orden de importancia de los valores organizacionales que los trabajadores piensan que les asigna la empresa, jerarquizados desde aquellos valores que obtuvieron un mayor puntaje hasta los que obtuvieron un menor puntaje por parte de los trabajadores de la organización. Según Alles (2010) los valores individuales son aquellos principios que definen a cada individuo, los cuales guardan relación con las

creencias, la manera de ver las cosas y los proyectos personales. Asimismo Alles (2009) plantea que los valores organizacionales son aquellos principios que constituyen el sentir de una empresa, es decir, sus metas, objetivos, estrategias.

Tanto en los valores individuales como en los valores organizacionales el primer lugar lo obtuvo el valor Trabajo en Equipo. Es decir, los individuos en situaciones particulares dan mayor importancia al trabajo en equipo, y consideran que para la organización el trabajo equipo resulta ser también el valor más importante. Demostrando que la organización ha manifestado a sus trabajadores de manera clara, la importancia del valor Trabajo en Equipo para el prestar un buen servicio a sus clientes. Lo cual sustenta lo planteado por Robbins (2004) quien dice que los valores son compartidos y aceptados por todos los miembros de la organización cuando existen valores con un criterio claro, que unifique y fortalezca los intereses de todos los trabajadores de la empresa.

Asimismo, se encuentra que los valores Confianza, Integridad e Innovación, tienen la misma importancia para los individuos como para la organización según éstos. Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998) proponen que los valores personales cuando son compartidos por los miembros de una empresa sirven para fortalecer los valores organizacionales.

Por su parte, entre los valores individuales Coraje y Sentido del Humor se observa que los individuos los consideran como muy importantes y sienten que para la organización dichos valores son percibidos como menos importantes. Lo contrario sucede con el valor de Equidad, debido a que los individuos lo consideran como menos importante y sienten que la organización le da mucha más importancia que ellos.

En cuanto a los valores Seguridad y Rapidez los individuos los consideran no tan importantes, mientras que la organización según los mismos individuos los considera muy importantes e incluso les da el mismo nivel de importancia.

En el caso de los valores Lealtad, Compromiso e Iniciativa, no existe mayores diferencias según la importancia que le otorgan los individuos y que consideran éstos que le asigna la organización. Lo cual es una ventaja para la organización según lo planteado por Belamaric (2004) quien manifiesta que la internalización de los valores organizacionales, por parte del individuo aumenta la identificación con la organización, el compromiso con la

gerencia y con la información del quehacer diario. Además, los trabajadores sienten que la reciprocidad de la empresa hacia ellos es la deseable.

4. Congruencia de Valores Individuales y Valores Organizacionales utilizando la prueba T Student.

Par de Valores	r	t	Sig
Coraje	0,311	2,191	0,032
Equidad	0,093	-2,054	0,044
Innovación	0,295	-1,146	0,256
Seguridad	0,235	-2,736	0,008
Integridad	0,327	-1,070	0,288
Lealtad	0,231	-1,892	0,063
Rapidez	0,200	-2,089	0,040
Compromiso	0,174	-0,820	0,415
Confianza	0,352	-1,472	0,145
Iniciativa	0,181	-0,318	0,751
Trabajo en Equipo	0,237	-0,191	0,849
Sentido del Humor	0,138	0,982	0,329

Tabla 8. Congruencia de los valores individuales y los valores organizacionales

La congruencia entre valores individuales y valores organizacionales, se estableció tomando en cuenta el nivel de significancia de la Prueba T- Student. Es por ello, que se planteó el siguiente par de hipótesis:

Ho: Los valores individuales son iguales a los valores organizacionales. Esta hipótesis indica que existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales

Hi: Los valores individuales son diferentes a los valores organizacionales. Esta hipótesis indica que no existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales.

Las cuales se aprueban o rechazan según el nivel de significancia de 0,05 de la prueba T- Student. Cuando sea menor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula, y cuando es mayor se acepta dicha hipótesis.

Por lo tanto, los valores Innovación (sig. 0,256), Integridad (sig. 0,288), Lealtad (sig. 0,063), Compromiso (sig. 0,415), Confianza (sig. 0,145), Iniciativa (sig.0,751), Trabajo en Equipo (sig. 0,849) y Sentido del Humor (sig. 0,329) con una significancia mayor a 0,05 indican que la H_0 se acepta, es decir, que existe relación entre los valores individuales (innovación, integridad, lealtad, compromiso, confianza, iniciativa, trabajo en equipo y sentido del humor) y dichos valores en el ámbito organizacional. Indicando de esta manera que existe congruencia entre este grupo de valores a nivel individual y organizacional. Según lo planteado por Parra (2005) la congruencia de los valores individuales y los valores organizacionales expresa la relación entre el perfil de los valores individuales y el perfil de los valores planteados por la organización. Asimismo Chatman (1989) propone que la congruencia entre la persona y la organización es la correspondencia entre los patrones de valores organizacionales y los patrones individuales

Dicha congruencia encontrada entre los valores individuales y los valores organizacionales anteriormente mencionados de la empresa Ayuda24, según lo planteado por el modelo de Jennifer Chatman (1989) podrá permitir, determinar o predecir algunos efectos que puede tener un trabajador sobre las normas y valores de la organización,

Chatman (1989), propone que los valores individuales y los valores organizacionales pueden ser explicados en términos de intensidad, fuerza o qué tan arraigados estén, y también pueden describirse por su cristalización, es decir, medida en la cual son compartidos por los trabajadores de la organización. En este sentido, Chatman plantea que un sistema de valores fuerte, intenso y compartido, es lo que la mayoría de los investigadores definen como una cultura fuerte. En tal sentido tomando como base los resultados obtenidos en cuanto a la congruencia de los valores y lo planteado por Chatman se puede decir que los valores innovación, integridad, lealtad, compromiso, confianza, iniciativa, trabajo en equipo y sentido del humor son aquellos que se encuentran más arraigados, al igual que son los que más comparten los miembros de la empresa Ayuda24.

Por otra parte, los valores Coraje (sig., 0,032), Equidad (sig. 0,044), Seguridad (sig. 0,008) y Rapidez (sig. 0,040) con una significancia menor al parámetro anteriormente descrito indica que se rechaza la H_0 , es decir, que no hay relación entre los valores individuales (coraje, equidad, seguridad y rapidez) y los valores organizacionales (coraje, equidad,

seguridad y rapidez). Demostrando que estos valores son diferentes, es decir, no poseen congruencia. Según Giménez (1998) a través de los valores organizacionales se desarrolla una estrategia para generar identidad, dirección y cultura en las organizaciones. De allí la importancia que la no congruencia entre los valores individuales y valores organizacionales sea atendida por la empresa.

Del grupo de los doce (12) valores objeto de estudios, se puede afirmar que en ocho (8) valores existe congruencia, siendo menor el número de aquellos valores (4) donde no existe relación entre lo individual y lo organizacional.

5. Congruencia de Valores Individuales y Valores Organizacionales según la variable Edad utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.

Par de Valores	Valores Individuales y Valores Organizacionales por Grupos de Edad							
	<=31 años		32-41 años		42-51 años		52 años o más	
	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig
Coraje	0,172	0,866	1,072	0,293	2,259	0,036	0,960	0,355
Equidad	-0,859	0,409	-1,824	0,079	-0,525	0,606	-0,939	0,365
Innovación	0,220	0,830	0,431	0,670	-1,339	0,196	-1,665	0,120
Seguridad	-0,477	0,643	-1,754	0,091	-1,339	0,197	-1,979	0,069
Integridad	1,301	0,220	-1,045	0,305	-0,237	0,815	-3,122	0,008
Lealtad	-0,220	0,830	-1,432	0,164	-1,565	0,134	-0,306	0,765
Rapidez	-1,685	0,120	-1,263	0,217	-1,073	0,297	0,000	1,000
Compromiso	-1,000	0,339	0,166	0,869	-0,302	0,766	-0,493	0,630
Confianza	-1,292	0,223	-0,431	0,670	-0,719	0,481	-0,586	0,568
Iniciativa	-1,517	0,157	-0,548	0,588	0,815	0,425	0,744	0,470
Trabajo en Equipo	-0,616	0,551	-0,273	0,787	0,000	1,000	0,434	0,671
Sentido del Humor	-1,101	0,295	2,330	0,028	0,000	1,000	0,132	0,897

Tabla 9. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable edad

En los grupos de trabajadores con edades menores o iguales a 31 años y de 52 años o más, se observa que en ninguno de los valores, existe una significancia menor al parámetro que indica rechazo de la H_0 , es decir, se puede afirmar que existe congruencia de los valores individuales y valores organizacionales y las personas pertenecientes a estos grupos de edades.

En el grupo de trabajadores con edades comprendidas entre 32 y 41 años, se observa, que solamente en el valor sentido del humor, existe una significancia menor al parámetro, de

0,028, lo cual permite determinar que no existe congruencia del valor individual sentido del humor y del valor organizacional sentido del humor y las personas pertenecientes a este grupo de edad.

Finalmente, en el grupo de trabajadores que oscilan entre 42 y 51 años, se evidencia que únicamente en el valor coraje, existe una significancia menor al parámetro, de 0,036, esto indica que no hay congruencia del valor individual coraje y del valor organizacional coraje en este grupo de edad.

6. Congruencia de Valores Individuales y Valores Organizacionales según la variable Antigüedad en la Empresa utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.

Par de Valor	Valores Individuales y Organizacionales por grupo de Antigüedad en la Empresa							
	0 a 1 año		1 a 5 años		5 a 10 años		10 a más años	
	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig
Coraje	1,936	0,082	0,247	0,807	0,900	0,380	3,087	0,013
Equidad	-1,093	0,300	-0,596	0,555	-1,445	0,166	-1,342	0,213
Innovación	-0,463	0,653	-0,223	0,825	-0,889	0,385	-1,464	0,177
Seguridad	0,265	0,796	-1,094	0,282	-2,935	0,009	-1,809	0,104
Integridad	0,000	1,000	0,596	0,555	-3,240	0,005	-1,152	0,279
Lealtad	0,247	0,810	-0,725	0,473	-1,867	0,078	-0,832	0,427
Rapidez	-0,803	0,441	-1,670	0,104	-0,459	0,652	-1,048	0,322
Compromiso	-1,910	0,085	-0,695	0,492	0,152	0,881	0,840	0,423
Confianza	-1,614	0,138	-2,640	0,794	-1,882	0,076	0,208	0,840
Iniciativa	-0,690	0,506	0,325	0,747	-0,170	0,867	-0,688	0,509
Trabajo en Equipo	-1,472	0,172	-0,162	0,872	-1,637	0,119	-0,429	0,678
Sentido del Humor	0,860	0,410	-0,193	0,848	0,382	0,707	1,588	0,147

Tabla 10. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable antigüedad en la empresa

Los trabajadores que tienen menos tiempo en la empresa es decir, aquellos que tienen máximo un año de antigüedad, según el nivel de significancia de la Prueba T- Student se observa que en ninguno de los valores existe una significancia menor al parámetro que indica rechazo de la H_0 , es decir, se puede afirmar que existe congruencia entre los valores

individuales y valores organizacionales y las personas pertenecientes a este grupo de antigüedad en la empresa

Asimismo, sucede con los trabajadores pertenecientes al reglón de antigüedad de 1 a 5 años, donde ninguno de los valores indica un nivel de significancia inferior a 0,05, es decir, existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y los trabajadores que tienen entre 1 a 5 años laborando en la organización.

Por otra parte, en el caso de los valores seguridad e integridad, se observa en el grupo de antigüedad comprendido entre 5 a 10 años, que arrojan una significancia de 0,009 y 0,005 respectivamente. En otras palabras no existe congruencia entre los valores individuales seguridad e integridad y los valores organizacionales seguridad e integridad y los trabajadores pertenecientes a este grupo de antigüedad.

En el caso del valor coraje, dentro del grupo de antigüedad de 10 a más años, se observa un nivel de significancia de 0,013, es decir, no existe congruencia del valor individual y el valor organizacional coraje y los trabajadores con 10 o más años de antigüedad en la organización.

En líneas generales, se observa que es mayor el número de valores individuales y valores organizacionales que muestran congruencia con la variable antigüedad dentro de la organización.

7. Congruencia de los Valores Individuales y los Valores Organizacionales según el variable departamento utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.

Par de Valores	Valores individuales y valores Organizacionales por Departamento									
	Operaciones		Recursos Humanos		Administración y Finanzas		Mercadeo y Ventas		Soporte Técnico	
	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig
Coraje	1,712	0,095	-0,264	0,809	3,813	0,007	1,400	0,189	-0,577	0,580
Equidad	-1,817	0,077	0,264	0,809	-1,528	0,170	0,000	1,000	-1,170	0,276
Innovación	-0,805	0,426	-0,577	0,604	-1,210	0,265	-0,178	0,862	0,610	0,559
Seguridad	-1,777	0,083	-1414,000	0,252	0,000	1,000	-1,571	0,144	-0,839	0,426
Integridad	-0,879	0,384	0,000	1,000	-0,228	0,826	-2,138	0,056	1,644	0,139
Lealtad	-2,504	0,016	-0,243	0,824	0,180	0,862	-0,923	0,376	0,555	0,594
Rapidez	-3,117	0,003	-3,000	0,058	-0,475	0,649	1,032	0,324	1,000	0,347
Compromiso	-1,021	0,313	-0,420	0,703	0,424	0,685	0,378	0,713	-0,555	0,594
Confianza	-1,594	0,119	0,000	1,000	-1,158	0,285	-0,715	0,489	1,512	0,169
Iniciativa	-0,374	0,710	-1,000	0,391	0,284	0,785	0,609	0,555	-1,000	0,347
Trabajo en Equipo	-0,255	0,800	0,878	0,444	0,314	0,763	0,000	1,000	-0,686	0,512
Sentido del Humor	0,270	0,789	0,333	0,761	0,370	0,722	1520,000	0,157	-0,170	0,870

Tabla 11. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable departamento

Los departamentos de recursos humanos, mercadeo y ventas y soporte técnico, presentan para cada par de valores individuales y valores organizacionales un nivel de significancia, superior a 0,05, lo que indica que existe congruencia entre cada uno de estos par de valores individuales y valores organizacionales. En otras palabras, existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y los trabajadores pertenecientes a los departamentos antes mencionados.

Se puede observar que dentro del departamento de operaciones solamente en los valores de lealtad (0.016) y rapidez (0,003) no existe congruencia. Mientras que el resto de los valores individuales y los valores organizacionales presentan dentro de ese departamento congruencia.

Finalmente, el reiterado valor de Coraje presenta dentro del departamento de administración y finanzas, un nivel de significancia de (0,007), lo que arroja que no existe congruencia del valor individual coraje y el valor organizacional coraje y las personas pertenecientes a este departamento.

8. Congruencia de los Valores Individuales y los Valores Organizacionales según la variable Nivel Educativo utilizando el nivel de significancia de la prueba T Student.

	Valores Individuales y Valores Organizacionales por Nivel Educativo													
	Bachiller Incompleto		Bachiller Completo		T. S. U Incompleto		T.S.U Completo		Universitario Incompleto		Universitario Completo		Estudios de Post grado	
Par de Valores	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig
Coraje	1,192	0,319	2,469	0,033	2,449	0,092	-1,000	0,328	1,518	0,150	0,645	0,537	1,000	0,356
Equidad	-0,878	0,444	-1,249	0,240	-1,000	0,391	-0,738	0,468	-1,315	0,208	0,182	0,860	0,000	1,000
Innovacion	-1,698	0,188	-0,247	0,810	0,000	1,000	0,149	0,883	-0,775	0,451	0,000	1,000	-1,162	0,289
Seguridad	-0,522	0,638	-0,637	0,539	1,414	0,252	-1,908	0,069	-1,168	0,261	-1,732	0,122	-1,382	0,216
Integridad	-1,192	0,319	0,482	0,640	0,000	1,000	-0,926	0,365	-1,023	0,323	0,686	0,512	-0,240	0,818
Lealtad	-2,449	0,092	-1,257	0,237	1,000	0,391	0,472	0,641	-0,878	0,394	-2,101	0,069	-0,701	0,510
Rapidez	1,732	0,182	-3,825	0,003	-1,414	0,252	-0,182	0,857	-0,591	0,564	-0,426	0,681	-0,548	0,604
Compromiso	-1,058	0,368	0,247	0,810	0,397	0,718	1,432	0,166	-1,567	0,138	-0,522	0,616	-1,333	0,231
Confianza	-1,000	0,391	0,289	0,779	-0,243	0,824	0,401	0,692	-2,236	0,041	-0,632	0,545	-0,281	0,788
Iniciativa	0,333	0,761	0,363	0,724	1,000	0,391	-0,289	0,775	-1,142	0,271	0,326	0,753	0,000	1,000
Trabajo en Equipo	0,000	1,000	0,232	0,821	0,000	1,000	0,492	0,628	0,460	0,652	-1,732	0,122	0,795	0,457
Sentido del Humor	2,449	0,092	0,000	1,000	0,522	0,638	0,810	0,426	-0,155	0,879	-0,273	0,791	0,478	0,649

Tabla 12. Congruencia de los valores individuales y organizacionales según la variable nivel educativo

Los valores individuales y los valores organizacionales en base a la variable nivel educativo, presentan mayormente en cada uno de los grupos congruencia.

A excepción de los valores coraje y rapidez, que muestran un nivel de significancia de 0,033 y 0,003 respectivamente, e indican que no existe congruencia entre los valores individuales coraje y rapidez, y los valores organizacionales coraje y rapidez entre las personas con un grado de instrucción de bachiller completo.

En el caso del valor confianza (sig. 0,041), sucede en el nivel educativo universitario incompleto que no existe congruencia entre el valor individual confianza y valor organizacional confianza.

En líneas generales, se observa que existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales con la variable nivel educativo y cada uno de los grupos que la componen.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES Y LIMITACIONES

Conclusiones.

La presente investigación tuvo como finalidad realizar un estudio de la congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales: relación con la edad, nivel educativo, antigüedad y departamento al que pertenecen los trabajadores de la empresa asistencia médica domiciliaria Ayuda 24.

Para ello se procedió a la obtención y análisis de datos que permitieran dar respuesta a los objetivos pautados y a la hipótesis de la investigación. La discusión y el análisis de los resultados, una vez comparados los objetivos de la presente investigación con los conceptos y las valiosas opiniones de diversos autores que han sustentado los aportes prácticos, han permitido a las autoras establecer las siguientes conclusiones:

En relación con el Primer Objetivo Específico: Identificar los valores individuales más importantes para los trabajadores de la empresa Ayuda 24.

De acuerdo al perfil establecido, se observó el orden de importancia que otorgan los trabajadores a los mismos quedando jerarquizados de la siguiente manera:

- 1) Trabajo en equipo
- 2) Coraje
- 3) Sentido del humor
- 4) Lealtad
- 5) Confianza
- 6) Compromiso
- 7) Integridad
- 8) Iniciativa

- 9) Innovación
- 10) Rapidez
- 11) Equidad
- 12) Seguridad.

En cuanto al Segundo Objetivo Específico: Identificar los valores organizacionales más importantes para la empresa según la opinión de los trabajadores objetos de estudio.

Estos se jerarquizaron en el siguiente orden de importancia:

- 1) Trabajo en equipo
- 2) Lealtad
- 3) Equidad
- 4) Rapidez
- 5) Seguridad
- 6) Confianza
- 7) Integridad
- 8) Compromiso
- 9) Innovación
- 10) Iniciativa
- 11) Coraje
- 12) Sentido del humor

Cuando se cotejan ambos resultados se establece que los trabajadores objeto de estudio asignan el primer lugar tanto a nivel individual como organizacional según la opinión de dichos trabajadores al valor Trabajo en Equipo.

De igual manera se determinó, que los valores Confianza, Integridad e Innovación tienen la misma importancia tanto para los trabajadores como para la organización según la opinión de los trabajadores.

Asimismo, según la opinión de los trabajadores objeto de estudio, los valores Coraje y Sentido del Humor son considerados por ellos de gran importancia aunque consideran que la empresa no les otorga el mismo grado de importancia.

En lo que al valor Equidad se refiere, se obtuvo que los trabajadores lo consideran de menor importancia, mientras que en opinión de los mismos trabajadores, la empresa lo considera de gran importancia.

Entre los valores Lealtad, Compromiso e Iniciativa no se observa una marcada diferencia en cuanto a la importancia que le otorgan los trabajadores y la que en opinión de los trabajadores, le asigna la empresa.

Es importante destacar que la visión individual de los trabajadores está alineada con la visión organizacional, debido a que son mayores las similitudes que las diferencias en cuanto al orden de importancia entre los valores individuales y organizacionales asignados por los trabajadores.

Con relación al Tercer Objetivo Específico: Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales de los trabajadores encuestados.

Se utilizó el nivel de significancia de la prueba T-Student. Los resultados obtenidos son los siguientes:

En cuanto a la congruencia existente entre los valores individuales y los valores organizacionales: los valores innovación (sig. 0,256), integridad (sig. 0,288), lealtad (sig. 0,063), compromiso (sig. 0,415), confianza (sig. 0,145), iniciativa (sig. 0,751), trabajo en equipo (sig. 0,849) y sentido del humor (0,329), todos con una significancia mayor al parámetro de 0,05 por lo que se afirma que existe congruencia entre estos valores tanto a nivel individual como a nivel organizacional.

Por su parte los valores coraje (sig. 0,032), equidad (sig. 0,044), seguridad (sig. 0,008) y rapidez (sig. 0,040) presentaron una significancia menor al parámetro establecido, esto es indicativo de la carencia de congruencia entre estos valores tanto a nivel individual como organizacional.

Tomando en cuenta la totalidad de los valores, estudiados en la presente investigación, doce en total, se concluye que existe congruencia a nivel individual y organizacional en los valores que a continuación se mencionan: Innovación, Integridad, Lealtad, Compromiso, Confianza, Iniciativa, Trabajo en Equipo y Sentido del Humor. Siendo menor, el número de valores donde no se evidenció congruencia a nivel individual y organizacional.

En relación con el Cuarto Objetivo Específico de la investigación: Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales y la variable edad.

En los grupos donde se ubican los trabajadores con edades menores o iguales a 31 años y de 52 años o más, se determinó que existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y las personas pertenecientes a estos grupos de edades ya que en ninguno de los valores se obtuvieron significancias menores al parámetro establecido.

En el grupo de trabajadores cuyas edades oscilan entre 32 y 41 años, se observa que el sentido del humor fue el único que obtuvo una significancia de (sig. 0,028), por ende se concluye que no existe congruencia entre el valor individual sentido del humor y el valor organizacional sentido del humor y los trabajadores pertenecientes a este rango de edades. Sin embargo si existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales restantes con las personas correspondientes a este grupo de edad.

En el último grupo de edades comprendidas entre 42 y 51 años, solamente el valor coraje obtuvo una significancia de (sig. 0,036), por ende no existe congruencia entre el valor individual coraje y el valor organizacional coraje y los trabajadores pertenecientes a este rango de edades.

El resto de los valores objeto de estudio si presentan congruencia a nivel individual y organizacional con los trabajadores pertenecientes a este grupo de edad debido a que los niveles de significancia que se obtuvieron son mayores al parámetro establecido.

Con relación al Quinto Objetivo Específico: Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales y la variable nivel educativo

Se obtuvieron los siguientes resultados. Para los niveles bachiller incompleto, TSU completo, TSU incompleto, universitario completo y estudios de postgrado se afirma que si existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales con cada uno de los niveles educativos anteriormente mencionados ya que se obtuvieron niveles de significancia mayores a los que establece el parámetro.

En el caso de las personas con un nivel educativo de bachillerato completo, el nivel de significancia que se obtuvo para el valor coraje fue (sig. 0,033) y para el valor rapidez (sig. 0,003), ambos menores a lo que establece el parámetro. El resultado anterior indica que no existe congruencia entre los valores individuales coraje y rapidez y los valores

organizacionales coraje y rapidez con los trabajadores de la empresa pertenecientes a este nivel de instrucción.

Para el nivel de estudio universitario completo, el valor confianza obtuvo un (sig. 0,041) esta significancia es menor a lo que establece el parámetro, por tanto no existe congruencia entre el valor individual confianza y el valor organizacional confianza con los trabajadores pertenecientes a este nivel educativo.

En términos generales se concluye que existe la congruencia de los valores individuales y organizacionales con la variable nivel educativo.

En cuanto al Sexto Objetivo Específico: Establecer la congruencia entre los valores individuales y organizacionales y la variable antigüedad en la empresa

Se obtuvieron los siguientes resultados. Los trabajadores con una antigüedad en la empresa de 0 a 1 años, de 1 a 5 años y de 10 o más años, presentan niveles de significancia todos mayores al parámetro establecido lo que permite concluir que efectivamente existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y los trabajadores pertenecientes a los grupos de antigüedad antes mencionados.

Por otra parte, en el grupo de antigüedad comprendido entre 5 a 10 años, los valores seguridad e integridad obtuvieron una significancia de 0,009 y 0,005 respectivamente. Estos niveles de significancia conducen a concluir que no existe congruencia entre los valores individuales seguridad e integridad y los valores organizacionales seguridad e integridad de los trabajadores pertenecientes a este grupo de antigüedad.

En líneas generales se concluye que existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales con la variable antigüedad en la empresa.

Con relación al Séptimo y último Objetivo Específico: Establecer la congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales y la variable departamento al cual pertenecen los trabajadores.

Se obtuvieron los siguientes resultados. Los departamentos de recursos humanos, mercadeo y venta y soporte técnico, presentan para los doce valores objeto de estudio, un nivel de significancia mayor a 0,05, lo que indica que existe congruencia entre los valores

individuales y organizacionales con la variable departamento al cual pertenecen los trabajadores.

Además se pudo determinar que en el departamento de operaciones, los valores lealtad y rapidez, con niveles de significancia de 0,016 y 0,003 respectivamente, obtuvieron valores menores a lo establecido en el parámetro. Se concluye, que no existe congruencia entre los valores individuales, lealtad y rapidez y los valores organizacionales, lealtad y rapidez con las personas que trabajan en este departamento.

En relación al departamento de administración y finanzas, el valor coraje obtuvo una significancia de 0,007. En consecuencia no existe congruencia entre el valor individual coraje y el valor organizacional coraje y los empleados del departamento de administración y finanzas.

Para finalizar se da respuesta al Objetivo General de la investigación: Determinar si existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales: relación con la edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria ubicada en el Área Metropolitana de Caracas.

Los resultados obtenidos reflejan que en la mayoría de los casos sí existe congruencia entre los valores individuales y los valores organizacionales con cada una de las variables contempladas edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores.

Por lo tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos en el presente estudio se ratifica la hipótesis de la investigación la cual afirma “Existe congruencia entre los valores individuales y organizacionales y las variables edad, nivel educativo, antigüedad en la empresa y departamento al que pertenecen los trabajadores de una empresa de servicio de asistencia médica domiciliaria Ayuda24”

Recomendaciones

Una vez establecidas las conclusiones del presente estudio, las autoras proponen algunas recomendaciones orientadas a que la empresa asistencia médica domiciliaria Ayuda 24 utilice los resultados a fin de conservar y en la medida posible mejorar las fortalezas detectadas y en menor porcentaje fortalecer algunas debilidades.

De tal manera que este estudio puede representar para la organización el dar inicio a un conjunto de acciones debido a que ofrece un diagnóstico de aquellos elementos que guardan relación con el tema de estudio.

En virtud de los resultados que arrojó la investigación la primera recomendación estaría dirigida a convocar a una reunión con los trabajadores, si el gerente general de Ayuda24 lo considera conveniente, con el propósito de informarles que los resultados obtenidos en la investigación indicaron que los valores individuales y valores organizacionales se encuentran en su mayoría alineados, intercambiar opiniones y plantearse como organización nuevos objetivos y metas a alcanzar, tomando como base los resultados antes presentados, dejando claro que el recurso más valioso lo constituyen los trabajadores.

La segunda recomendación para la empresa ayuda 24 está referida a que dicha organización conserve las técnicas utilizadas para los procesos de reclutamiento y selección, dicha recomendación está sustentada en el relevante nivel de congruencia que se obtuvo entre la mayoría de los valores individuales y los valores organizacionales lo que evidencia lo acertado de las técnicas usadas para tal fin. Al igual que se les recomienda afianzar los valores organizacionales que ellos esperan transmitir a sus trabajadores, es decir, realizar un reforzamiento continuo de dichos valores.

De igual manera en virtud de que los valores coraje, equidad, seguridad y rapidez no arrojaron una significancia que indique congruencia, las autoras consideran importante que la empresa desarrolle un ciclo de actividades como foros, talleres dirigido a todo el personal que labora en ella cuya la finalidad sea reforzar los valores anteriormente mencionados y lograr así que haya correspondencia en estos valores tanto a nivel individual como organizacional, es decir, hacer que internalicen estos valores y la importancia que tienen.

Una vez realizadas estas actividades con miras a fortalecer aquellos valores donde de acuerdo al análisis realizado no se observó congruencia, se sugiere a la empresa dar seguimiento de manera continua con el propósito de verificar los avances logrados por los trabajadores y en caso de ser necesario realizar correcciones que permitan desarrollar una congruencia significativa en los valores coraje, equidad, seguridad y rapidez y en consecuencia lograr el acoplamiento de los trabajadores que permita desarrollar una alineación natural entre los trabajadores y la organización.

Como última recomendación para la empresa, las autoras de la presente investigación consideran pertinente mantener las estrategias comunicacionales desarrolladas por la organización, pues la congruencia significativa que arrojaron los resultados permite deducir que existe una comunicación fluida y oportuna entre la organización y los trabajadores de la empresa Ayuda 24.

En lo que respecta a las futuras investigaciones las autoras recomiendan realizar investigaciones que incorporen las variables compromiso organizacional y rotación con el objetivo de determinar la relación existente entre la variable congruencia de valores individuales y organizacionales y las variables compromiso organizacional y rotación de empleados

Limitaciones

En el estudio realizado se detectaron limitaciones en cuanto al acceso a la muestra, ya que, en las distintas visitas realizadas a la sede de la empresa Ayuda24 algunos trabajadores no se encontraban en la misma, debido a que estaban prestando servicio a aquellos clientes que necesitaban de asistencia médica domiciliaria. Esta limitación redujo la muestra censal de 96 a 74 trabajadores, logrando tener acceso al 77.08% de la población.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alles, M. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Alles, M. (2009). *Como llevarme bien con mi jefe: y mis compañeros de trabajo*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Alles, M. (2010). *Conciliar vida profesional y personal. Dos miradas: organizacional e individual*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Alles, M. (2012). *Diccionario de términos recursos humanos*. 1era Edición. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Ávila, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Edición electrónica.
- Ayuda24 (2014). *Historia de la empresa de servicio de asistencia médica domiciliar* Ayuda24. Recuperado en: <http://www.ayuda24serviciodeambulancia.com/empresa.php>. Consultado el 15 de junio del 2014.
- Belamaric, R. (2004). *Nuevas formas organizativas*. Cuba: Instituto de Estudios e Investigaciones del Trabajo.
- Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. 2 da edición. Madrid: Editorial La Muralla.
- Bollecker, N y Martínez, M. (2004). *Incongruencia entre valores organizacionales e individuales: determinantes del rendimiento laboral*. Tesis de Grado. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Cardona, A. (2000). *Formación de Valores: teorías, reflexiones y respuestas*. Universidad Autónoma de Baja California: Editorial Grijalbo.
- Carrasco, S. (2012). *Atención al cliente en el proceso comercial*. España: Editorial Paraninfo.
- Chatman, J. (1989) Improving Interactional Organizational Research: a model of person-organization fit. *Academy of management review*. Vol. 14, no. 3, 333-349
- Fernández, M y Sánchez, J. (1997) *Eficacia Organizacional: Concepto, desarrollo y evaluación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A
- Fondo Monetario Internacional. (2006). *Indicadores de Solidez financiera: Guía de compilación*. Washington D.C.

Gan, F y Berbel, G. (2007). *Manual de recursos humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del factor humano en las organizaciones actuales*. Barcelona: Editorial UOC.

García, F. (2004). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. México: Editorial Limusa.

García, F. (2002). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. México: Editorial Limusa.

García, M, Hierro, E y Jiménez, J. (2001). *Selección de personal: sistema integrado*. Madrid: Editorial ESIC.

Gimenez, O. (1998). *Congruencia entre los valores individuales y organizacionales: predictor del comportamiento organizacional*. Trabajo de grado de post grado no publicado. Universidad Católica Andrés Bello.

Gómez, M. (2006) *Introducción a la metodología de la investigación científica 1ª ed.* Córdoba Argentina: Editorial Brujas

Goodstein, M, Nolan, T y Pfeiffer, W. (1998). *Planificación Estratégica Aplicada*. Bogotá: Ediciones Mcgraw.Hill

Guardado, J, Caballero, D, González, M, Guerra, J y Montes A. (2004). *Administración, gestión y comercialización de la pequeña empresa*. Madrid: Ediciones Akal S.A.

Guardia, J, Blanchart, M, Però, M y Turbany, J (2008). *Análisis de datos en psicología*. 2da edición. Madrid: Editorial DELTA

Hernández, C. (2007). *Análisis administrativo: Técnicas y método*. Costa Rica: Editorial EUNED

Jaques, E. (2004). *La organización requerida: Un sistema integrado para crear organizaciones eficaces y aplicar el liderazgo gerencial en el siglo XXI*. Buenos Aires: Ediciones Granica.

López, J. (1999). *Procesos de Investigación*. Caracas: Editorial Panapo.

Maqueda, J y Llaguno J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A

Martín, M y Díaz, E (2013) *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. Madrid: Esic Editorial

Martínez, M. (1996). *Casos prácticos de management estratégicos*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Molina, X. (2008). *La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de empresas*. España: Editorial Rubes. Recuperado el día 15 de mayo de 2015 <https://books.google.co.ve/books?id=EfaiWXptOxEC&pg=PA73&dq=definicion+del+alpha+de+cronbach&hl=es-419&sa=X&ei=hCxaVZydFMWSsQTw-oLQCg&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20del%20alpha%20de%20cronbach&f=false>

Moncada, J. (2005). *Estadística para ciencias del movimiento humano*. Universidad de Costa Rica.

Montes, A y González, P. (2006). *Selección de personal: la búsqueda del candidato adecuado*. Madrid: Editorial Ideas Propias.

Muñoz, R y Nevado, D. (2007). *El desarrollo de las organizaciones del siglo XXI: ética, responsabilidad social, gestión de la diversidad y gestión del cambio*. Madrid: Editorial Especial Directivos

Narváez, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística: para médicos, odontólogos y estudiantes de ciencias de la salud*. 2da Edición. Santiago: RIL Editores.

Nijst, M y Taboada, S (2001). *Estudio de la Congruencia entre los valores éticos individuales y organizacionales y su relación con la satisfacción laboral*. Tesis de Grado. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Ortiz, U. (2004). *Diccionario de metodología de investigación científica*. México: Editorial Limusa

Parra, Y y Yepes, V (2005). *Congruencia entre valores individuales y organizacionales: relación con el desempeño laboral*. Tesis de Grado. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Pérez, A. (2013). *Reflexiones en torno a los valores en las organizaciones*. Revista Venezolana de Gerencia (RVG). Recuperado en: <http://www.redalyc.org/pdf/290/29026161007.pdf>. Consultado el 22 de enero de 2014

Pérez, C. (2005). *Relación entre el sexo, la edad, el nivel socioeconómico y el maltrato (BULLYING) y su efecto en la presencia de síntomas ansiedad y depresión en estudiantes universitarios*. Tesis de Grado. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Pérez, R, Caso, C, Río, M & López, A (2012) *Introducción a la estadística económica*. España: Universidad de Oviedo.

Raich, M y Dolan, S. (2009). *Más allá empresa y sociedad en un mundo en transformación: claves para entender el futuro*. Barcelona: Editorial PROFIT.

Ramos, M, Yaguez, M, Jurado, P, Montserrat, R. (2007). *Guía práctica de economía de la empresa II: Áreas de gestión y producción. Teoría y ejercicios*. Publicaciones de la Universidad de Barcelona.

Rivas, Y. (2012). *Impacto del estrés laboral en el rendimiento ocupacional en funcionarios policiales de un municipio del estado Anzoátegui*. Tesis de Grado. Puerto Ordaz: Universidad Nacional Experimental de Guayana.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. 10ma Edición. México: Pearson Educación.

Robbins, S. (1996). *Comportamiento organizacional: teoría y práctica*. 7ma Edición. México: Mc Graw Hill.

Robbins, S y Coulter, M. (2005). W y Pérez J. (2010). *Desarrollo de una metodología de evaluación de capacidades de innovación*. *Revista Perfil de coyuntura económica*. Recuperado en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/coyuntura/article/viewArticle/7667>. Consultado el 22 de enero de 2014.

Robledo, J, López, C, Zapata, W y Pérez J. (2010). *Desarrollo de una metodología de evaluación de capacidades de innovación*. *Revista Perfil de coyuntura económica*. Recuperado en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/coyuntura/article/viewArticle/7667>. Consultado el 22 de enero de 2014

Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Universidad Autónoma de Tabasco.

Rodríguez, J. (2004). *El modelo de gestión de recursos humanos*. Barcelona: Ediciones UOC.

Salkind, N. (1999) *Métodos de investigación 3ª*. Ed. México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A

Tejada, B. (2007). *Administración de servicios de alimentación: Calidad, nutrición, productividad y beneficios*. 2da Edición. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia

Vila, M (2005). *Relación entre compromiso organizacional y satisfacción laboral en una empresa del sector financiero*. Tesis de Grado. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Yubero, S, Larrañaga, R y Cerrillo, P. (2004). *Valores y lectura: Estudios multidisciplinares*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla – La Mancha.

Zavala, I. (2001). *Diferencias culturales en América del Norte*. México D.F: Facultad de Ciencias Políticas y sociales.

ANEXOS

ANEXO A

INSTRUMENTO UTILIZADO EN LA PRESENTE INVESTIGACIÓN PARA MEDIR LA CONGRUENCIA ENTRE LOS VALORES INDIVIDUALES Y LOS VALORES ORGANIZACIONALES

CUESTIONARIO**Antigüedad en la compañía:****Edad:** _____

- ☐ De 0 a 1 año
- ☐ De 1 a 5 años
- ☐ De 5 a 10 años
- ☐ De 10 a más años

Gerencia a la que pertenece: _____**Nivel Educativo:**

- ☐ Primaria Completa ☐ Primaria Incompleta
- ☐ Bachiller Completo ☐ Bachiller Incompleto
- ☐ Técnico Superior Completo ☐ Técnico Superior Incompleto
- ☐ Universitario Completo ☐ Universitario Incompleto
- ☐ Estudios de Post grado Completo ☐ Estudios de Post grado Incompleto

Parte A

A continuación se le presenta un cuestionario constituido por un conjunto de casos, a los cuales deberá responder marcando con una equis (X) aquella alternativa que se encuentre acorde con la forma como actuaría ante determinadas situaciones, cada caso consta de 5 respuestas posibles, de las cuales deberá escoger sólo una.

1. Usted está representando a su organización en una reunión con otras empresas dedicadas a la misma rama de servicio, le ofrecen afiliar a su organización a un convenio que le traerá muchas ventajas, llama a su jefe para contarle pero le cae la contestadora, por lo tanto, asume el riesgo y afilia a la organización

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

2. Se le hace tarde para asistir a una reunión y aún le quedan dos personas por atender, sólo le da tiempo de recibir a una de ellas, la primera se trata de un obrero que tiene 15 min esperando y la segunda, un gerente que acaba de llegar, usted decide atender al gerente por considerar que el asunto a tratar puede ser más importante

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

3. Se encuentra reunido con un amigo, que le comenta, que en la organización donde él trabaja existe una gerencia, que puede ayudar mucho en su empresa, y que su organización no la tiene. Por lo tanto, cuando usted se reúne con su jefe le comenta la idea de la nueva gerencia.

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

4. Al momento de emitir una factura, dar respuesta a un cliente o explicar algo de la empresa, se preocupas por revisar que la información sea correcta, aunque sea la hora de la salida del trabajo.

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

5. Un familiar muy querido está en busca de empleo desde hace algún tiempo, y la empresa para la cual usted trabaja tiene una vacante, su familiar le pide que lo recomiende para el puesto aunque usted sabe que no está bien calificado. ¿Lo recomendaría?

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

6. Se encuentra en una reunión en donde representantes de otras organizaciones están desprestigiando a la organización a la que usted pertenece, como sabe que la mayoría de las cosas que dicen son ciertas, decide apoyarlos.

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

7. Cuando usted realiza su trabajo en la mayoría de los casos lo hace en un tiempo menor al esperado

() Definitivamente Si

() Probablemente Si

() Indeciso

() Probablemente No

() Definitivamente No

8. Se encuentra realizando sus actividades de trabajo en el horario indicado para ello, sin embargo, su jefe y otros compañeros de trabajo lo invitan a dejar lo que está haciendo y salir a tomar un café, aunque todavía le quedan cosas por hacer, usted decide irse con ellos

() Definitivamente Si

() Probablemente Si

() Indeciso

() Probablemente No

() Definitivamente No

9. Cuando usted tiene que dar respuestas a otro departamento sobre información de trabajo, el personal de la empresa sabe que su información siempre es precisa

() Definitivamente Si

() Probablemente Si

() Indeciso

() Probablemente No

() Definitivamente No

10. La organización ha diseñado un plan social para llevar a cabo un proyecto dentro de una comunidad, sin embargo sus compañeros no se inscriben en el plan porque es de carácter voluntario, ni siquiera se han preocupado por saber de qué se trata, por lo que usted decide abstenerse también de participar.

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

11. Uno de sus compañeros de trabajo está confundido con una de las actividades que debe realizar, usted sabe perfectamente como orientarlo, aunque no está en sus funciones hacerlo, sin embargo, le brinda la ayuda.

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

12. Se encuentra usted realizando un trabajo importante y uno de sus compañeros hace chistes y algunas bromas. Participaría en ellas

☐ Definitivamente Si

☐ Probablemente Si

☐ Indeciso

☐ Probablemente No

☐ Definitivamente No

Parte B

A continuación usted encontrará una lista de valores con su correspondiente definición, leer con mucha atención y luego marcar con una equis (X) el grado en el que considera que la organización los toma en cuenta ubicando hasta el extremo inferior (1) de la escala dada, los menos importantes para la organización y hacia el extremo superior (5) los más importantes.

Por favor marcar sólo una alternativa por cada valor que se le presente.

		➤ IMPORTANCIA QUE LA ORGANIZACIÓN DA A CADA VALOR				
		1	2	3	4	5
Valores	Definición	Nada Importante	Poco Importante	Indiferente	Algo Importante	Muy Importante
Integridad	Ser honestos, confiables y discretos					
Compromiso	Estar vinculados con la misión y las metas de la organización					
Lealtad	Adhesión sincera a la empresa, a sus principios y valores. A nuestra gente proveedores y clientes					
Trabajo en Equipo	Cooperación espontánea, basada en confianza mutua					
Coraje	Valor de aceptar riesgos					
Innovación	En ayuda 24 somos amigos de nuevas ideas, conceptos y planteamientos novedosos en todas las áreas.					

		➤ IMPORTANCIA QUE LA ORGANIZACIÓN DA A CADA VALOR				
		1	2	3	4	5
Definición	Valores	Nada Importante	Poco Importante	Indiferente	Algo Importante	Muy Importante
Iniciativa	Autogobierno para actuar por cuenta propia cuando corresponda					
Equidad	Darle el justo valor a cada situación					
Sentido del Humor	Divertirse oportunamente para aliviar el peso de las responsabilidades					
Rapidez	Desarrollar la actitud de velocidad necesaria para dar tranquilidad al cliente en el momento crítico					
Seguridad	Actuar con conocimientos, responsabilidades y experiencia para preservar la vida y evitar en todo caso cualquier tipo de complicación					
Confianza	Cumplir todas las ofertas de servicio y cualquier otro compromiso que de una u otra forma la compañía adquiera para clientes y con su gente					