

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Los valores organizacionales en la empresa inversiones y servicios
Fabri S.A.C. - Barranca - 2016

Autora:

Laguna Lucero, Yuly Yovana

Asesor:

Mg. Neira Valdivia, Ysaac

Barranca – Perú

2017

PALABRAS CLAVE:

Valores Organizacionales

Organizational Values

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

ÁREA : Ciencias Sociales

SUB ÁREA : Economía y Negocios

DISCIPLINA : Negocios y Management

TITULO:

**LOS VALORES ORGANIZACIONALES EN LA
EMPRESA INVERSIONES Y SERVICIOS
FABRI S.A.C. BARRANCA - 2016.**

RESUMEN

La investigación, se realizó con el propósito de estudiar los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016. Respecto al tipo de investigación es básica, nivel de investigación es descriptiva cuantitativa, método de investigación que se empleó fue de un método deductivo y en cuanto al diseño de la investigación es no experimental porque se realizó sin la manipulación deliberada de la variable y a sí mismo es de corte transversal porque recopilamos datos en un momento único. La población estuvo constituida por 60 colaboradores de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, las cuales son las unidades de análisis de la investigación del área administrativa y producción de la empresa. Asimismo, para el logro de los objetivos se realizó una investigación utilizando como técnicas el análisis documental y la encuesta y como instrumento el cuestionario que fue entregado a cada uno de los colaboradores de las diferentes áreas con las que cuenta la empresa; respectivamente se analizó la información proporcionada con el fin de poder plantear una mejora en la aplicación de los Valores Organizacionales en cada uno de los colaboradores dentro de la empresa. Los resultados fueron positivos al observarse que el nivel de los Valores Organizacionales es bueno en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, siendo los valores más predominantes que son: la responsabilidad con un nivel excelente y la calidad con un nivel excelente. Como primer indicador predominante en la responsabilidad es la ética, siendo siempre el predominante, como segundo indicador predominante en el liderazgo es la eficacia, siendo siempre el predominante, como tercer indicador predominante en el trabajo en equipo es la motivación, siendo siempre el predominante y por último como cuarto indicador predominante en la calidad es la competitividad siendo siempre el predominante. Se finaliza que, de acuerdo a la investigación, se obtuvo como resultado que la empresa presenta una buena aplicación de Valores Organizacionales, sin embargo, las dimensiones e indicadores menos predominantes de igual manera influyó en los resultados de la empresa para una mejora continua.

ABSTRACT

The investigation was carried out with the purpose of studying the Organizational Values in the company Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016. Regarding the type of research is basic, research level is descriptive quantitative, research method that was used was a deductive method and as far as the design of the research is non-experimental because it was done without the deliberate manipulation of the Variable and itself is cross-sectional because we collect data in a single moment. The population was constituted by 60 employees of the company Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, which are the units of analysis of the investigation of the administrative area and production of the company. Likewise, in order to achieve the objectives, a research was carried out using techniques such as documentary analysis and the survey and as an instrument the questionnaire that was delivered to each one of the collaborators of the different areas with which the company has; Respectively, the information provided was analyzed in order to be able to propose an improvement in the application of the Organizational Values in each one of the collaborators within the company. The results were positive to note that the level of Organizational Values is good in the company Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, with the most predominant values being: responsibility with an excellent level and quality with an excellent level. As the first predominant indicator in the responsibility is ethics, always being the predominant, as the second predominant indicator in leadership is efficiency, always being the predominant, as the third predominant indicator in teamwork is motivation, always being the predominant and Finally, as the fourth leading indicator of quality, competitiveness is always the predominant one. It is concluded that, according to the research, the result was that the company presents a good application of Organizational Values, however, the dimensions and less predominant indicators also influenced the company's results for continuous improvement.

ÍNDICE

Palabras claves	i
Título	ii
Resumen	iii
Abstract	iv
Capitulo 1: Introducción	1
1.1. Antecedentes y fundamentación científica.....	2
1.1.1. Antecedentes	2
1.1.2. Fundamentación científica	5
1.2. Justificación e importancia.....	26
1.2.1. Justificación.....	26
1.2.2. Importancia.....	27
1.3. Problema de investigación	27
1.3.1. Realidad problemática.....	27
1.3.2. Planteamiento del problema	29
1.4. Conceptuación y operacionalización de la variable	29
1.4.1. Conceptuación de la variable	29
1.4.2. Operacionalización de las variables	30
1.4.3. Delimitación de la investigación	31
1.5. Hipótesis.....	31
1.6. Objetivos	31
1.6.1. Objetivo general	31
1.6.2. Objetivos específicos.....	31
Capitulo 2: Metodología	32
2.1. Tipo y nivel de investigación	32
2.1.1. Tipo de investigación	32
2.1.2. Nivel de investigación	32
2.2. Método y diseño de investigación	33
2.2.1. Método de investigación	33

Diseño de investigación.....	33
2.3.2. Población y muestra	33
2.3.1. Población.....	33
2.3.2. Muestra.....	34
2.4. Técnicas e instrumentos de la investigación	34
2.4.1. Técnica	34
2.4.2. Instrumento.....	34
2.5. Validación y confiabilidad de los instrumentos	35
2.5.1. Validación del instrumento	35
2.5.2. Confiabilidad del1 instrumento	36
Capitulo 3: Resultados	39
3.1. Análisis de datos	39
3.2. Estadístico descriptivo	39
Capitulo 4: Análisis y discusión.....	53
Capitulo 5: Conclusiones y recomendaciones.....	55
5.1. Conclusiones	55
5.2. Recomendaciones.....	56
Capitulo 6: Agradecimiento	58
Capitulo 7: Referencias bibliográfica.....	59
Capitulo 8: Apéndice y anexos	65

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01.....	30
Tabla N° 02.....	35
Tabla N° 03.....	36
Tabla N° 04.....	36
Tabla N° 05.....	37
Tabla N° 06.....	38
Tabla N° 07.....	40
Tabla N° 08.....	41
Tabla N° 09.....	42
Tabla N° 10.....	43
Tabla N° 11.....	44
Tabla N° 12.....	45
Tabla N°13.....	46
Tabla N° 14.....	47
Tabla N° 15.....	48
Tabla N° 16.....	49
Tabla N° 17.....	50
Tabla N° 18.....	51
Tabla N° 19.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01	40
Figura N° 02	41
Figura N° 03	42
Figura N° 04	43
Figura N° 05	44
Figura N° 06	45
Figura N° 07	46
Figura N° 08	47
Figura N° 09	48
Figura N° 10	49
Figura N° 11	50
Figura N° 12	51
Figura N° 13	52

CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

La investigación titulada “Los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016”, es una investigación cuantitativa porque se utilizó técnicas y herramientas estadísticas, y una investigación descriptiva porque el trabajo se limita a describir el fenómeno tal como se encuentra y nos permitió llegar a resultados concretos sobre los Valores Organizacionales. El estudio se realizó durante el año 2016. Los Valores Organizacionales son el conjunto de principios por los que se rigen los colaboradores de la empresa, el cual desarrollan un conjunto de acciones que permite profundizar dicha investigación. La investigación que se realizó, tiene el objetivo de determinar cuál es el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016, dando una posible solución a las dificultades que se pueden encontrar en cada uno de las áreas o departamento de la misma. El presente estudio consta de varias partes que exponen y explican el proceso de los resultados de la investigación. A continuación, se detallará el contenido de cada uno de ellos. En la primera parte se explicaron las razones que motivaron a realizar la investigación; igualmente se plantea la pregunta y el propósito de estudio. También se expone la Operacionalización de la Variable, metodología utilizada para llevar a cabo la investigación, se indica el tipo, nivel, método y diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de investigación, validación y confiabilidad de los instrumentos, y procesamiento de recolección de datos. En la segunda parte se detalló la presentación y análisis de los resultados.

1.1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

1.1.1. ANTECEDENTES

Bollecker y Martínez (2004, pp.09, 24, 50). En la tesis titulada: “Incongruencia entre Valores Individuales y Organizacionales: determinantes del Rendimiento Laboral”, tiene como objetivo general: Identificar la congruencia entre los valores individuales y organizacionales determinantes del rendimiento laboral.

Este trabajo de investigación respondió a un estudio de tipo descriptivo cuantitativa, la muestra de estudio estuvo conformada por 42 colaboradores, el diseño es de tipo no experimental, asimismo, se abordó la investigación con un diseño transaccional descriptivo. Para medir las tres variables: valores organizacionales, individuales y rendimiento laboral, se utilizaron tres cuestionarios, con una escala de Likert de cinco categorías, junto a una evaluación de desempeño orientada hacia la medición de las competencias y capacidades de los empleados.

Se concluye que esta investigación se ha centrado en responder al problema, de si existe incongruencia entre los valores individuales y organizacionales, y si esto es determinante del rendimiento laboral partiendo de los objetivos a cumplir en el presente estudio se puede expresar que una vez determinados los valores individuales más importantes y las organizacionales con mayor relevancia, se planteó la posibilidad de identificar la incongruencia entre esos valores más frecuentes, pero al analizar los resultados se encontró que dentro de los 42 personas que se le aplicó el instrumento, estas mantienen un equilibrio entre los valores individuales y los organizacionales; les dan el mismo nivel de importancia, es decir, que para este contexto y para esta empresa: XEROX de Venezuela, sus trabajadores mantienen una congruencia significativa en relación a los valores identificados los cuales fueron tratados y medidos de distinta manera para cada variable.

Chávez (2014, pp.01, 52). En su tesis titulada: "Efectividad de un programa de Valores Organizacionales para aumentar el Sentido de Pertenencia en los colaboradores de Corporación del Ahorro", tiene como objetivo: Determinar si existe diferencia estadísticamente significativa en el nivel de sentido de pertenencia en los colaboradores de Corporación del Ahorro antes y después de impartir un programa de valores.

Este trabajo de investigación respondió a un estudio de tipo cuasi-experimental, la muestra representativa es de 25 colaboradores, los cuales se conforman de género femenino y masculino. El instrumento que se utilizó fue un cuestionario elaborado por la autora María Landa (2007), mismo que mide el sentido de pertenencia, el cual consta de 36 reactivos (preguntas) y se divide en 7 áreas diferentes. Y su medición es a través de la escala de Likert.

Se concluye que si existe diferencia estadísticamente significativa en el nivel de sentido de pertenencia en los colaboradores de una empresa de servicios farmacéuticos, antes y después de impartir un programa de valores organizacionales, entonces aumentar el sentido de pertenencia forma colaboradores asertivos, con capacidades de innovación, flexibilidad, iniciativa, liderazgo, desarrollo y diferentes cualidades dinámicas para trabajar, para que aseguren una vida laboral plena y en continua mejoría.

Santos (2014, pp.01, 31, 51). En la tesis titulada: "Correlación de los Valores Organizacionales sobresalientes del Personal Administrativo de una empresa de Consultoría y Auditoría de Guatemala, por edad, género, estado civil, puesto, religión y antigüedad laboral", tiene como objetivo general: Determinar la correlación de los valores organizacionales sobresalientes del personal administrativo de una empresa de consultoría y auditoría de Guatemala, por edad, género, estado civil, puesto, religión y antigüedad laboral.

Este trabajo de investigación respondió a un estudio de tipo descriptivo correlacional, el diseño es de tipo no experimental, asimismo, se abordó la investigación con un diseño transeccional correlacional. La empresa tomó como muestra a 54 colaboradores, el instrumento que se utilizó fue un cuestionario

creado por la autora de esta investigación, el cual mide los valores organizacionales que practican los colaboradores dentro de la organización. El instrumento se elaboró en base a una serie de 30 preguntas, calificadas en cinco indicadores en la escala de Likert. El cual evaluó 10 ítems.

De acuerdo a los resultados obtenidos se llegó a la conclusión que el nivel de valores organizacionales de una empresa de auditoría y consultoría es alto, es decir que los colaboradores practican los valores dentro de la empresa y que existe una cultura organizacional estable, ya que de acuerdo a la puntuación establecida dentro del instrumento esta obtuvo un puntaje de 133.31. Asimismo, se determinó que los valores de profesionalismo, de sentido de pertenencia a la organización, aprecio al trabajo, honestidad, lealtad, y respeto si tuvieron correlación con las variables con respecto a la edad, genero, estado civil, puesto, religión y los años de laborar, asimismo los valores que no tuvieron correlación con dichas variables fueron los valores de responsabilidad ante el trabajo, trabajo en equipo, eficacia y calidad.

Briceño (2004, p.152). En su estudio titulado: “Valores Organizacionales y Gerenciales en Empresas”. El propósito de esta investigación estuvo dirigido a determinar la alineación de los valores gerenciales con los valores organizacionales contenidos en la filosofía de gestión de una empresa manufacturera del estado Trujillo.

Este trabajo de investigación respondió a un estudio de tipo descriptivo cuantitativa, con un diseño no experimental, asimismo, utilizando una investigación con un diseño transeccional descriptivo. Se utilizó como población de estudio 21 gerentes de la empresa, a quienes se les aplicó un cuestionario con escala tipo Likert y tres preguntas abiertas, el cual fue validado por 10 expertos y establecida su confiabilidad en un 0.88.

De los resultados obtenidos se concluye que los valores que orientan el comportamiento de los gerentes de la empresa están alineados con los valores organizacionales contenidos en la filosofía de gestión de la empresa objeto de estudio, sin embargo, el valor ético-social definido como responsabilidad social,

no está presente en el comportamiento diario de estos gerentes aun cuando está explicitado en la visión de la organización, algo similar ocurre con el valor instrumental definido como lealtad, cuya presencia se encuentra internalizado en baja escala.

Revilla (2013, pp.02, 30, 69). En la tesis titulada “Los Valores Organizacionales: El caso de un Instituto Pedagógico Público de Lima”, tuvo como objetivo: Analizar los valores organizacionales expresados de forma explícita e implícita en un Instituto Pedagógico Público de Lima.

Este trabajo de investigación respondió a una investigación cualitativa, descriptiva de tipo estudio de caso único. Este tipo de investigación “toma al individuo sujeto único o unidad social como universo de investigación y observación” (Pérez, 1994, p.79), así el objeto de la investigación fue una institución superior de gestión pública atendido como un caso particular, único, de manera holística y que ha sido estudiado en forma profunda.

Se concluye que en el Instituto se reconoce la importancia de los valores institucionales porque se sabe que orientan y dan sentido a la práctica institucional. Los valores son para el Instituto, marcos de referencia por los que dedica su vida. Son de carácter organizacional, porque orientan todo el quehacer de la institución buscando que sean asumidos por todos los miembros.

1.1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

1.1.2.1. VALORES

Según Yarce (2009, pp.09, 10, 253). Lo que hemos visto está muy relacionado con la ausencia de una ética personal y empresarial basada en valores. Por eso el tema de los valores afecta e interesa a todos. A las personas particulares, a las empresas y a los estados. Puede ocurrir que no sepamos de unirlos de un modo muy preciso, pero necesitamos de ellos todos los días. Asimismo, el poder de los valores proviene del hecho de que son las personas quienes primero aceptan vivirlos libremente. Sólo si ellas los viven, podemos afirmar que los viven las organizaciones, la familia, la

empresa, las instituciones, los grupos sociales y la sociedad misma. Poner por obra los valores cada día hasta convertirlos en hábitos es el camino más seguro para lograr el éxito, en cuanto supone alcanzar unos objetivos, no sólo de orden económico, sino metas que tienen que ver con la calidad de vida, con la madurez y el crecimiento de las personas, con aquello que podríamos denominar la plenitud a la que todos aspiramos. Cuando una persona, una empresa o una institución definen sus valores, apenas está en el comienzo de un proceso que debe llevarle primero a la vivencia deliberada y consciente de unos determinados actos que corresponden al contenido de los distintos valores. Por eso los valores dan soporte y sentido al capital intelectual. Por eso es tan importante trabajar por valores, construir valores, aprender a vivir los valores y procurar encarnarlos o incorporarlos establemente a la vida como virtudes. En la medida en que vivamos muchos valores, se incrementará nuestro capital humano.

Según Valbuena, Morillo y Salas (2006, pp.66, 77). Los valores en la organización identifican y refuerzan el comportamiento mediante propuestas sociales que le permiten sobrevivir y lograr los fines. Por ello, la organización debe definir los valores que han de regir en el grupo de empleados, pues esto permitió a todos los miembros orientar su comportamiento y valores individuales para lograr una vida social exitosa a través de las normas bajo valores colectivos. Asimismo, las organizaciones eligen los valores que representan los puntos de vista tanto de los empleados como de sus gerentes, por ello es un requisito indispensable para el logro de su misión y visión, el control de los conflictos a través de programas de capacitación para determinar entre todos los miembros de la organización los principios éticos y legales fundamentales y procedimientos para llevarlos a la práctica.

- **¿Qué son los valores?**

Según Frondizi (2001) citado por Seijo (2009, pp.154, 156). En esta interpretación subjetivista se definió el valor como un “estado subjetivo de

orden sentimental que hace referencia al objeto, en cuanto éste posee la capacidad de suministrar una base efectiva a un sentimiento de valor”. En conclusión, el valor no se encuentra en el objeto, el origen y fundamento de los valores; está en el sujeto que valora. Así las cosas, adquieren valor por el interés que suscita y éste determinado por lo que nos agrada. Asimismo, como principal defensor de estos planteamientos se encuentra Méndez (2001), para quien los valores son cualidades independientes de las cosas y actos humanos. Como principales ideas de la teoría de Méndez (2001) en torno a la naturaleza de los valores, se plantean las siguientes:

Los valores son cualidades apriorísticas e independientes de las cosas y los actos humanos. Por tanto, no varían.

Los valores son absolutos al no estar condicionados por ningún hecho independiente de su naturaleza histórica, social, biológica o puramente individual. El conocimiento de las personas acerca de ellos es lo relativo, no los valores en sí.

A. VALORES ORGANIZACIONALES

Según Yarce (2009, pp.245, 136, 137). La construcción de valores lo ponen en marcha las organizaciones, pero se fundamenta en las conductas de las personas, primeras beneficiadas y responsables únicas de que los valores operen de manera efectiva. Por eso hay que empezar por uno mismo: conocimiento, conciencia, acción, hábito, propósito, constancia y diligencia para mantener el propósito a lo largo del tiempo, comprobando los resultados en la conducta y en la percepción que los demás tiene de ella, con un buen liderazgo o compromiso, de modo que se logre el desarrollo humano de todos. Los resultados se someten a un control permanente con diversas herramientas, todo lo cual forma parte del mejoramiento continuo.

Según Maxwell (2001, p.111). Los valores compartidos definen al equipo, aunque algunos miembros de un equipo no comparten experiencias comunes o no tienen relaciones personales mutuas, poseen sin embargo una

coherencia que define la magnitud del equipo. Lo que se necesita es una visión común (la ley de la brújula) y compartir los valores. Si todos adoptan los mismos valores, los miembros del equipo pueden incluso tener una conexión de unos con otros y con el equipo mayor. Los valores organizacionales influyen y guían el comportamiento del equipo del mismo modo en que los valores personales influyen y guían el comportamiento de un individuo. Se concibe la calidad como una filosofía empresarial coherente que busca ante todo satisfacer al cliente, sus necesidades y expectativas, mejor que la competencia, mediante un servicio o producto lo más perfecto posible con participación plena de todos los miembros de la empresa.

- **RESPONSABILIDAD**

Según Chiavenato (2014, p.454). La responsabilidad significa la cantidad de obligaciones que asume una organización en razón de acciones que proyectan y mejoran el bienestar de la sociedad a medida que trata de satisfacer sus propios intereses. En general esa responsabilidad representa el deber que tiene la organización de adoptar políticas, tomar decisiones y realizar acciones que beneficien a la sociedad.

Según Zorro (2011, p.77). La responsabilidad es una expresión de la ética en las relaciones entre los individuos y su entorno. Por esto cabe afirmar que la ética que prevalece hoy como fundamento de las decisiones sobre el desarrollo en los ámbitos global y nacional, está basado en la lógica del capitalismo, organizado bajo los principios neoliberales y en proceso de globalización acelerada.

Según Recalde, Cantero y Jara (2014, p.01). La Responsabilidad bien entendida y asumida supone un compromiso personal, empresarial y social, que promueve la calidad y competitividad apegada a la ley, y que va más allá promoviendo la práctica de valores éticos, con un reconocimiento de su implicancia social en las decisiones que asuma y que supone relaciones de mutuo beneficio entre todos los actores.

La ética:

Según Chiavenato (2014, pp.452, 453). La ética es un conjunto de valores o principios morales que definen lo que está bien o mal para una persona, grupo u organización. La conducta ética se presenta cuando la organización fomenta que sus miembros se comporten de forma ética al aceptar y sujetarse a esos valores y principios. Así mismo la ética influye en el proceso de toma de decisiones de la compañía porque determina cuáles son los valores que afectan a sus asociados y define la manera en que los administradores pueden aplicarlos en el día a día de la organización.

Liderazgo ético

Según Marco (2000) citado por Gutiérrez y Romero (s.f., p.09). Una vez plasmada la importancia de la ética en las organizaciones es posible afirmar que actualmente no es suficiente con que el líder conozca el negocio y ejerza bien su función, sino que es necesario que sea ético. El problema es que generalmente no resulta tan sencillo obtener el mayor beneficio posible para el accionista y actuar de forma ética al mismo tiempo; sin embargo, para que se dé un buen liderazgo, éste deberá ser moralmente bueno - ético y técnicamente bueno - eficaz.

Según López y Díaz (2006) citado por Gutiérrez y Romero (s.f., p.10). De este modo los partidarios del liderazgo ético defienden lo siguiente:

El líder ético debe tener una clara visión de futuro bañada por su optimismo, que integre a los trabajadores, les inspire y les motive a luchar por unas metas fijadas que deberán ser alcanzadas empleando medios éticos.

Dichos objetivos deberán ser concretos y específicos e implicarán a todas las partes de la organización, que buscarán, además de la prosperidad económica de la empresa, la consecución del bien común. De este modo, el líder deberá involucrarse elevando sus intereses por encima de su propia individualidad, en beneficio de la organización en su conjunto.

El líder ético deberá coordinar a su grupo, basando sus relaciones en la confianza. Es imprescindible que delegue en sus subordinados determinadas tareas y deposite su fe en ellos, pues este comportamiento incentivará el desarrollo personal y profesional de los empleados al sentirse dueños de su propio trabajo. Este empowerment hará que los subordinados se encuentren a gusto en la empresa y trabajen con entusiasmo, lo cual es esencial pues “nadie puede ser líder es soledad. Se necesita liderar gente y esa gente tiene que sentir esa sensibilidad humana porque se dirigen a seres humanos.”

Código de ética organizacional

Los códigos de éticas son un mecanismo que las empresas utilizan para dejar en claro a sus empleados que comportamiento se esperan que tengan. Además, se establecen en éste, la forma en que los valores y preceptos éticos se deben aplicar en el trabajo diario y en las interacciones entre los empleados.

Las reglas y los códigos de éticas organizacional ayudan a las empresas a sensibilizar al personal y lograr que estos realicen una racionalización de cada una de sus acciones desde el punto de vista de integridad, fortalecer el valor moral de los individuos y crea un fuerte sentimiento de identidad con la empresa. El principal objetivo de un código de ética es lograr la coherencia entre los valores que se tratan de adherir con la creación de un código y el comportamiento diario, ser, pensar y actuar. Para que de la apariencia se pase al demostrar con hechos y acciones. (Guillermo, s.f., p.21).

Compromiso:

Según Jericó (2008, p.01). La gestión del compromiso consiste en la integración de las medidas organizativas destinadas a crear las condiciones propensas a la implicación y alineación del trabajador con los valores de la organización, de manera que su rendimiento vaya más allá de la noción

estrictamente contractual de relación laboral. El compromiso se construye desde todos los niveles de la organización. No se puede generar simplemente con campañas de comunicación. Hace falta que el trabajador perciba una coherencia entre los mensajes que recibe y la realidad de su entorno de trabajo.

El compromiso con la institución

Según Porter (1970) citado por Grajales (2000, p.01). El compromiso se define por tres aspectos: Un fuerte deseo de permanecer siendo un miembro de la organización, una disposición de hacer grandes esfuerzos en favor de la organización y una creencia sólida en y aceptación de los valores y objetivos de la organización. Y el nivel de compromiso se ve reflejado en varios aspectos de la vida laboral. A saber, la calidad, el rendimiento, la asistencia y permanencia.

Importancia de la comunicación en las organizaciones

Los estudios organizacionales se han vuelto de un interés especial por aquellos que pretenden entender el interior de las empresas, la cual requiere de un conjunto de factores que le permiten a la misma el éxito, dentro de estos factores de interés se encuentra la comunicación organizacional, ya que mediante ésta se genera un sistema por el cual se hará llegar la información a los miembros de la empresa. Así mismo Rebeil y Ruiz (1998) citado por Soria y Pérez (s.f. p.09). Nos dice que la comunicación es un factor de poder en las organizaciones por que hace posible la cohesión e identidad de sus miembros, constituye a su vez, la identificación, selección y combinación de los medios eficaces para el logro de los objetivos que se propone, genera la coordinación de las acciones que se requieren para la realización de estos objetivos.

Los valores individuales

Los valores son importantes en las vidas de las personas pues orientan su existencia y fundamentan sus decisiones. Y, resulta claro que

tales valores, así como el real compromiso que la persona haya de asumir respecto de los mismos, serán fuerzas poderosas para explicar los alcances y calidad de los logros que pueden ser alcanzados por dicha persona. Por esa razón es importante que todo individuo pueda identificar claramente aquellos valores que lo definen como persona y como integrante de una sociedad y de una cultura. Y también es importante que pueda ordenarlos a los efectos de establecer prioridades y elegir cursos de acción. (Montushi, 2008, p.02).

- **EL LIDERAZGO**

Según Chiavenato (2014, p.89). El liderazgo es necesario en todos los tipos de organización humana, ya sea en las empresas o en cada uno de sus áreas. Es esencial en todas las funciones de la administración porque el administrador debe conocer la motivación humana y saber conducir a las personas, es decir, liderar.

Según Fernández (2014, p.05). El liderazgo es la función que ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para el grupo inspirando al resto que participa alcanzar una meta común, por tal razón se afirma que el liderazgo implica a más de una persona, al líder quien dirige y los subordinados quienes son los que lo apoyan para la obtención de resultados o llegar a la meta. Así mismo en la administración de empresas el liderazgo es el ejercicio de la actividad ejecutiva en un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

Toma de decisiones:

Según Chiavenato (2015, p.226). El éxito de las organizaciones es resultado de las decisiones que toman sus miembros, principalmente sus administradores, sobre le presente y el futuro. Buena parte de las decisiones cotidianas se toman en forma rutinaria y estandarizada, y de acuerdo con los

principios y la experiencia.

Administración por objetivos en la empresa

Un objetivo es el punto final de un programa de administración ya sea que se establezcan en términos generales o específicos, también es un medio para motivar al personal, promueve el compromiso de las personas con sus propias metas, ya que toma parte en la fijación de sus objetivos, dando sus ideas en los programas de planeación las personas se convierten en dispuestos y entusiastas directores de su propio destino. Por consiguiente, brindar participación a los empleados es una de las maneras de reconocer a las personas y proporcionar en ellas un sentimiento de logro. Estas son ventajas importantes del sistema de administración por objetivos bien concebidos y operados correctamente. (Rodas, 2014, pp.01, 13).

El proceso de toma de decisiones como un espacio de aprendizaje en las organizaciones

Tanto la acción como la decisión son consideradas como procesos que comienzan en el momento en que mentalmente el hombre o directivo se propone un objetivo y terminan con la realización del acto correspondiente, dando lugar a la influencia del objetivo, el plan mental, las opciones y el acto en sí. En esta etapa, el directivo, o quien toma las decisiones, se forma una idea de lo que va a hacer a través de la proyección del conjunto de circunstancias que eventualmente afectarían la ejecución de la alternativa elegida. Esta actividad reflexiva le permite al decisor tanto presupuestar las implicaciones sobre el desenvolvimiento imaginario de la realización de la decisión como encontrar las diferencias entre el estado presente de las cosas y el deseado o que espera alcanzar. (Vélez, 2006, pp.157, 160).

Eficacia:

Según el diccionario de la real academia de la lengua española citado en Maella (2010, p.01). La eficacia es la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. A nivel laboral ese efecto que se desea o se espera es

que el profesional consiga resultados positivos en su trabajo, y cuantos mejores sean, más eficaz será. Pon tanto, quien no obtiene resultados no es una persona eficaz, con independencia de que al trabajo le esté poniendo sus mayores esfuerzos o sus mejores intenciones.

Según Garijo de Miguel (2014, p.08). Las organizaciones poseen un elemento común: todas están integradas por personas que se unen para obtener un beneficio mutuo. Estas personas llevan a cabo los avances, los logros y los éxitos de sus organizaciones, por eso no es exagerado afirmar que constituyen el recurso más preciado. La verdadera importancia de los recursos humanos de toda empresa se encuentra en su habilidad para responder favorablemente y con voluntad a los objetivos y de esta forma contribuir a la eficacia empresarial. Partiendo de esta fundamentación teórica todas las organizaciones deben lograr que sus trabajadores, con independencia de su posición jerárquica, sean eficaces y una vez logrado que sean eficientes. Ese debe ser un punto clave a alcanzar ya que supondrá una reducción de costes por parte de la organización y de manera indirecta, una mejor valoración de todos los trabajadores al ver su trabajo mejor desarrollado y más valorado.

Medición de la productividad del valor agregado

En cuanto a la importancia que tiene la medición de la productividad utilizando indicadores financieros, Shimizu (2001) citado por Morales y Masis (2014, p.43). Mencionan que aplicar “un sistema de medición de productividad confiable, integrado con el sistema financiero de una organización, contribuirá en la práctica, a la institucionalización de la productividad”. Por lo tanto, es una metodología que permite determinar aspectos de mejora al detectar puntos débiles de la empresa.

Según Mertens (1999, p.13). El proceso participativo de medición y seguimiento a los indicadores de productividad, debe generar el ambiente en el que el personal se compromete socialmente para adquirir nuevas competencias, a la vez que el propio proceso de medición y evaluación de

los resultados, delimita el horizonte de la amplitud y la profundidad de las nuevas competencias requerida.

- **TRABAJO EN EQUIPO**

Según Ibáñez (2011, p. 62). La cualidad de un objetivo de trabajo es trabajar en armonía, a fin de alcanzar los objetivos especializados. Significa sentirse en confianza y estar cómodo con el grupo con el que se participaría en la toma de decisiones, y al hacerlo, sus miembros se solidarizarán con las necesidades y los sentimientos que se expresan libremente.

Según Jaramillo (2012, p.04). El trabajo en equipo ha supuesto un cambio organizativo amplio, pues ha influido en aspectos como la dirección, la motivación, comunicación y participación, para lo cual se requiere una interacción mayor entre las personas, que solo puede lograrse con una actitud cooperativa y no individualista.

Motivación:

Según Chiavenato (2015, p.236). La motivación es un proceso psicológico básico. Junto con la percepción, las actitudes, la personalidad y el aprendizaje, es uno de los elementos más importante para comprender el comportamiento humano. Interactúa con otros procesos mediadores y con el entorno. Es un constructo hipotético que sirve para ayudarnos a comprender el comportamiento humano.

Teoría de los dos factores de Herzberg

Herzberg citado en Chiavenato (2015, pp.244, 245). Destaca que la motivación de las personas para el trabajo depende de dos factores íntimamente relacionados.

Factores higiénicos: Son las condiciones de trabajo que rodean a las personas. Incluyen las instalaciones y el ambiente y engloban las condiciones físicas, el salario y las prestaciones sociales.

Factores motivacionales: Se refieren al perfil del puesto y a las actividades relacionadas con él. Producen una satisfacción duradera y aumentan la productividad a niveles de excelencia. Cuando los factores motivacionales son óptimos elevan sustancialmente la satisfacción de las personas y cuando son precarios acaba con ella.

Los factores de satisfacción son:

Uso pleno de las habilidades personales.

Libertad para decidir cómo ejecutar el trabajo.

Responsabilidad total por el trabajo.

Definición de metas y objetivos relacionados con el trabajo.

Autoevaluación del desempeño.

Administración de remuneración de la empresa

Según Ibáñez (2011, pp.129,134). Para medir un esfuerzo remunerado en la empresa no es tarea fácil, se requiere de una especialista en administración de sueldos y salarios. En un sentido general, la remuneración, referida tanto a sueldo como a salario, se define como: “toda aquella retribución que percibe el hombre trabajador a cambio de su servicio personal prestado, con su trabajo físico o mental, a la empresa.

Los objetivos de la administración remunerativa en la empresa son los siguientes:

Procurar una administración efectiva de los sueldos y salarios.

Controlar los costos. Un programa racional de compensaciones contribuye a que la organización obtenga y retenga a su fuerza laboral a costos adecuados.

Garantizar la equidad en la administración de sueldos y salarios como un objetivo esencial para lograr la igualdad interna y externa. La igualdad interna requiere que el pago guarde relación con el valor relativo de los puestos. La igualdad externa significa que la remuneración es similar a la

que obtiene el trabajador en funciones análogas en otra empresa.

Procurar un incentivo especial y adicional para atraer a talentos humanos con experiencia y conocimientos avanzados.

Retener a los talentos humanos potenciales, cuando los niveles remunerativos no son competitivos.

Valorar el buen desempeño, la experiencia, la lealtad, las responsabilidades, y reforzarse mediante una política adecuada de compensaciones.

Programas de participación de los empleados

Según Zamora (2008, pp.62, 63, 64). La participación de los empleados se ha convertido en una frase comodín que abarca diversas técnicas. Por ejemplo, comprende ideas populares de la participación de los empleados de la administración participativa, democracia en el trabajo, facultamiento y propiedad de los empleados.

Administración participativa: La característica que distingue a todos los programas de administración participativa es la toma conjunta de decisiones. Es decir, los subordinados comparten una medida significativa del poder de decidir con sus superiores inmediatos.

Participación administrativa: En lugar de que los trabajadores participen directamente en la toma de decisiones, son representados por un grupo pequeño de empleados que son los que participan. Se dice que la participación representativa, es “la forma más legislada de participación de los empleados en todo el mundo”.

Comunicación:

Según Chiavenato (2015, pp.308, 321). La comunicación es el flujo de información entre dos o más personas y su comprensión, o la relación entre personas por medio de hechos, pensamientos, valores y mensajes. Así mismo la comunicación es el punto en el cual convergen las personas cuando

comparten sentimientos, ideas, prácticas y conocimientos, por eso la comunicación es esencial para alcanzar la concordancia y la consistencia en el comportamiento de las personas.

La participación de los trabajadores en la empresa

Según Rivero (s.f. p.255). La participación en la empresa hace referencia a una variedad de formas institucionales con las que se persigue conseguir la cooperación de los trabajadores, ya sea a través de representantes o de forma directa, para que no sean ajenos a la adopción de decisiones y al ejercicio del poder en la misma, instrumentando su presencia activa a través de órganos situados en el nivel económico de dirección de la empresa o en el de la gestión de los centros de trabajo. No obstante, las formas de participación se proyectan también en ámbitos distintos al del ejercicio de los poderes empresariales, concretándose estas otras manifestaciones en la atribución a los trabajadores de derechos de carácter económico- financiero sobre el capital, sobre fondos de inversión, en los beneficios o en los resultados. De otra parte, experiencias participativas más recientes tienen el objetivo de implicar más a los trabajadores en la organización del trabajo para que apliquen su iniciativa y experiencia en la ejecución de los cometidos y tareas a realizar ya sea individualmente o a través de grupos estructurados a tal fin.

Cómo utilizar la comunicación para motivar la acción

Tal es la importancia del grado comunicacional que debe existir en una empresa. Según Covey (1997) citado por Rosas (2005, pp.06,04). Considera que una organización constituida por personas que practican los Siete Hábitos de la Gente Altamente Efectiva, destaca entre sus múltiples características el contar con sistemas de información para mantenerse al tanto de las necesidades y puntos de vista de empleados, clientes, proveedores, accionistas y la comunidad donde operan. Así como propicia el intercambio de información y la cooperación entre los diferentes departamentos y/o unidades de la empresa. Sin embargo, varios han sido los

profesionales de la comunicación que han coincidido en afirmar que el principal objetivo de este proceso es motivar a la acción efectiva de los integrantes de la organización, en función de un logro competitivo y eficaz de la organización en conjunto.

- **CALIDAD**

Según Maya (2013, p.81). La calidad es un elemento estratégico que las organizaciones deben poseer, ya que estas pueden ofrecer precios a bajos, tiempos cortos de entrega, amplia disponibilidad, precio competitivo y alguna otra característica, pero si la calidad no está presente en los productos y servicios que ofrecen, de nada sirve y la pérdida de competitividad y de utilidades se presenta rápidamente en las organizaciones.

Rincón de Parra (2001, p.55). Consideran que, si se logra que cada persona actúe más productivamente, el resultado global se traduce necesariamente en una empresa más productiva.

Los 8 principios de la calidad Enfoque hacia el cliente

Las organizaciones dependen de sus clientes. Esto hace que deban comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y pensar en exceder en sus expectativas.

Liderazgo:

Los directores establecen la orientación de la organización, la política de la calidad y los objetivos cuantificables. Deben crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Participación del personal:

El personal en todos los niveles, es la esencia de una organización y su total implicación posibilita que sus habilidades sean usufructuadas para el beneficio de la organización.

Enfoque basado en procesos:

Los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso

Enfoque hacia la Gestión de un Sistema de Procesos:

Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Mejora continua:

La mejora continua del desempeño global de la organización debe ser un objetivo permanente.

Enfoque basado en análisis de datos para la toma de decisiones:

Las mejores decisiones se basan en el análisis de los datos y la información.

Relaciones cooperativas con los proveedores:

Una organización y sus proveedores son interdependientes y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (Kisnerman, 2009, pp. 02, 05).

Competitividad:

Según Rubio y Baz (2004, p.05). La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo.

Sentido de la evaluación de competencias

Adoptando la distinción que hacen Grados, Beutelspacher y Castro (2006) citado por Gil (2007, p.88). Podríamos afirmar que la evaluación tendría dos finalidades u objetivos básicos: uno de tipo psicosocial y otro de

tipo administrativo.

Desde el punto de vista psicosocial, la evaluación contribuye al desarrollo individual y a la adaptación de las personas al ambiente laboral. Con este fin, la evaluación pretende conocer el rendimiento de los empleados, su conducta, sus cualidades, deficiencias, logros o su potencial de desarrollo.

Desde el punto de vista administrativo, la evaluación sirve a la selección del personal más adecuado para cubrir los puestos de trabajo de la organización, a la toma de decisiones sobre incrementos salariales o la puesta en marcha de acciones formativas, entre otros propósitos.

Sistema de gestión de calidad

La gestión de la calidad como lo menciona Ruiz (2004) citado por Santiago (2008, p.08). Tiene “impacto estratégico en la empresa y representa una oportunidad competitiva, poniendo especial énfasis en el mercado y en las necesidades del cliente”.

Así, el sistema de calidad hace que las actividades que se desarrollen se realizan bien a la primera vez de llevarlas a cabo y no se produzcan errores.

Productividad:

Según Carro y Gonzales (s.f., p.01). La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios productivos. Por ende, la productividad es un índice que se relaciona lo producido por un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos).

Según Medina (2010) citado por Morales y Masis (2014, p.42). Aumentar la productividad es un fin que buscan las empresas que desean permanecer activas en el mercado de bienes y servicios, que con el paso de los años han convertido esto en un objetivo estratégico debido a que “sin ella

los productos o servicios no alcanzan los niveles de competitividad necesarios en el mundo globalizado.”

Según Fuentes (2012, p.08). El aumento en la productividad deriva del uso eficiente de los recursos, por lo que las empresas recurren a varias vías para lograrlo, entre éstas; fomentar la creatividad e innovación, incrementar la motivación y participación del trabajador, formar y capacitar al elemento humano en el uso de la tecnología para facilitar el trabajo, realizar menos esfuerzo y producir más para mejorar los métodos de trabajo y hacerlos más eficientes.

¿Qué es el rendimiento laboral?

Según Motowidlo (2003) citado por Jaén (2010, pp.12,21). Lo concibe como el valor total que la empresa espera con respecto a los episodios discretos que un trabajador lleva a cabo en un período de tiempo determinado. Ese valor, que puede ser positivo o negativo, en función de que el empleado presente un buen o mal rendimiento, supone la contribución que ese empleado hace a la consecución de la eficacia de su organización. En cualquier caso, sea cual sea el objetivo perseguido, las medidas del rendimiento deben estar ligadas a los objetivos estratégicos de la organización. Una medida inadecuada del rendimiento seguramente influirá muy poco en la consecución de los objetivos. Algunas de las críticas más frecuentes a la medida del rendimiento son: que los objetivos para la evaluación del rendimiento están poco definidos, que no tienen conexión con la estrategia organizacional (o entran en contradicción con ésta), o el hecho de que es posible que sólo se emplee para castigar a los “malos” trabajadores. Sin embargo, las medidas del rendimiento sirven (o deberían) como puntos de referencia para los trabajadores, pues si éstos no saben dónde se encuentran (con respecto a su rendimiento), difícilmente llegarán a donde deberían estar (lo que la empresa quiere de ellos).

1.1.2.2. MARCO CONCEPTUAL

Principios:

Es una regla aceptada preferida de acción, ley que rige una conducta; verdad fundamental o primordial que es igual para la acción. (Pérez, 2010, p.234).

Proceso:

Es el conjunto de acciones relacionadas entre sí, que conllevan a lograr un cambio de estado, utilizando técnicas o instrumentos, enmarcados dentro de un lineamiento determinado. (Pérez, 2010, p.236).

Administración:

Es una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzos cooperativos a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr. (Pérez, 2010, p.19).

Sistema:

Es una disposición comprensiva u ordenada de hechos, cosas, personas o principios, cuerpo coordinado de métodos o procedimientos. (Pérez, 2010, p. 262).

Estrategia:

Son planes tácticos que se realizan teniendo en consideración los planes y acciones de la competencia. (Pérez, 2010, p.139).

Actitud:

Se puede definir una actitud como una posición adoptada para demostrar un sentimiento: para indicar opiniones, estados de ánimo, aceptación, rechazo o indiferencia respecto a cosas, instituciones, objetos o personas. (Pérez, 2010, p.15).

Competencia:

Contienda de carácter comercial, realizada mediante actos dirigidos a atraer compradores y competidores. (Pérez, 2010, p.69).

Función:

Término usado ampliamente para denotar un tipo o campo de actividad del que es responsable un trabajador. (Pérez, 2010, p.157).

Empowerment:

Es la delegación de la autoridad y responsabilidad de los trabajadores, con el fin de que estos últimos se sientan únicos responsables y autónomos en su trabajo, lo que favorece para una mayor satisfacción, motivación y aumento de la autoestima en el desarrollo de sus funciones. (Herrera, 2008, p.04).

Desarrollo:

El desarrollo es una estrategia educativa para realizar un cambio planeado en la organización o esfuerzo planeado y administrado por la cúpula de la organización para aumentar la efectividad de este mediante la aplicación de las ciencias del comportamiento. (Pérez, 2010, p.107).

Organización:

Es la agrupación de personas para lograr un objetivo convenido, por medio de asignación de responsabilidades y funciones. (Pérez, 2010, p.216).

Acciones:

En el ámbito de las ciencias administrativas: Se entiende por acciones, el conjunto de tareas necesarias para cumplir con los objetivos y metas programadas, sin embargo, es necesario que responda a los siguientes requisitos: claridad, precisión y coherencia con los objetivos y políticas. (Pérez, 2010, p.12).

Gestión:

Es el conjunto de reglas, procedimientos y métodos operativos para llevar a cabo con eficacia una actividad empresarial tendiente a alcanzar objetivos concretos. (Andrade, 2010, p.321).

Cultura Organizativa:

Se conoce así al conjunto de valores compartidos, normas, pautas de conductas y símbolos, que cohesión socialmente a los miembros de una organización. (Andrade, 2010, p.207).

Capacidad:

Es la destreza, precisión, iniciativa e ingenio de una persona para alcanzar el objetivo que se ha propuesto. (Pérez, 2010, p.55).

Decisión:

Consiste en elegir una alternativa, entre dos o más, para determinar una opinión o un curso de acción. Para cada una de las alternativas se prevén los resultados y luego se los evalúa en función de su conveniencia relativa. (Pérez, 2010, p.97).

Eficacia:

Es la relación que existe entre los resultados obtenidos y los objetivos propuestos (relación íntima entre los fines y los medios). (Pérez, 2010, p.126).

Recursos:

Es necesario tener presente que el recurso humano tiene un amplio contenido conceptual en la concepción humanista, considerándosele como recurso, a la vez beneficiario del proceso de producción y/o servicios. (Pérez, 2010, p.244).

Motivación:

Impulsa a una persona a comportarse de cierto modo para satisfacer

sus necesidades individualizadas de supervivencia, seguridad, respeto y sentido de su propio valor. (Pérez, 2010, p.206).

Método:

Es el modelo o procedimientos usados para realizar un proceso o ejecutar un trabajo. (Pérez, 2010, p.201).

1.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.2.1. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de investigación se realizó con la finalidad de estudiar los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.

La razón por la cual se decidió iniciar este estudio de investigación, está basada a la crisis de valores organizacionales ya que actualmente lo que se busca es recuperar la calidad de vida de los Valores Humanos, debido a que las personas y sociedad se han monetizados ya que buscan el bien material por sus necesidades propios.

Es por esto que la presente investigación se basó en una experiencia propia en relación a la empresa que hemos investigado lo cual me motivó a estudiar estos Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.

En el aporte teórico, la investigación propuesta buscó mediante la aplicación de las teorías y los conceptos básicos de los Valores Organizacionales, encontrar explicaciones a situaciones internas que se detecten y que puedan afectar a la empresa en estudio. Esto permitió a la investigación contrastar diferentes conceptos de los Valores Organizacionales en una realidad concreta como es la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C.

En la parte metodológica, para lograr los objetivos de la investigación se acudió al empleo de la técnica de encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario según la Escala de Likert y su procesamiento en software para medir

el nivel de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C.

En la parte práctica, de acuerdo con los objetivos de la investigación su resultado nos permitió conocer con mayor profundidad la realidad de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. y proponer alternativas de solución.

Esperamos que la presente investigación sirva como fuente de información para los directivos de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. debido a que tendrá a su disposición un material de trabajo que reflejará con seriedad, validez y confiabilidad la situación que se vive dentro de su organización.

Consideramos que el presente trabajo es importante porque servirá de referencia para otros trabajos de investigación que se relacionen con el tema.

1.2.2. IMPORTANCIA

La presente investigación se realizó con el propósito de estudiar los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca. Es decir, se centró en ubicar el problema de estudio con la intención de brindar a la empresa soluciones de estos valores organizacionales.

Así también el presente estudio contribuyó a darle alternativas de mejoramiento en los problemas diarios a los que como investigador también me da muchos conocimientos y deja bases teóricas.

1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. REALIDAD PROBLEMATICA

En la actualidad, nuestro país está atravesando por una crisis de valores que vivimos en nuestros días y se manifiestan en todos los aspectos de la vida humana: en el modo de hablar, de relacionarse con los demás, en la forma en que se quiere acumular todo, ya sean posesiones materiales, información o hasta personas, y también en el ambiente laboral. Sin embargo, el ser humano entre

más tiene, más vacío se siente, ya que el consumismo exagerado lo aleja de los valores y principios que son la base de su existencia.

Por eso es importante que, en las organizaciones, se apliquen los valores que permitirán que sus integrantes interactúen de manera armónica. Influyendo en su formación y desarrollo como personas, y así facilitar alcanzar los objetivos propuestos de manera individual y colectivamente. Sin embargo, para el bienestar de la empresa es necesario que existan normas compartidas que orienten el comportamiento de sus colaboradores. De lo contrario, la empresa no logrará funcionar de manera satisfactoria para la mayoría de sus colaboradores. Como pilares de la empresa, estos valores no sólo necesitan ser definidos, sino también que la empresa debe darles mantenimiento, promoverlos y divulgarlos constantemente. Sólo así sus colaboradores tendrán mejor oportunidad de comprender sus significados y ponerlos en práctica en sus labores diarias.

Al ser éste un problema social de gran importancia en nuestro país como en cualquier parte del mundo; desde mi perspectiva considero muy importante y necesario sugerir que se impartan en todas las organizaciones cursos de capacitación integral, con el objetivo de que los colaboradores no sólo reciban un entrenamiento técnico, sino también una capacitación enfocada a los valores de la organización, lo cual puede fomentar el desarrollo de la persona dentro de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, y además de lograr la congruencia en su manera de pensar y de actuar.

Por eso es necesario en esta investigación analizar: cuál es el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, con el propósito de que los directivos de la empresa tomen en cuenta en qué nivel se encuentra cada uno de estos valores organizacionales, haciendo un seguimiento de evaluación propiamente dicha en el comportamiento de los colaboradores y de ellos mismos para así reforzar y tomar más importancia en las aplicaciones de estos valores organizacionales siendo más estrictos en sus funciones, y poniendo más énfasis en las nuevas estrategias para que estos valores puedan darse poco a poco hacia los

colaboradores, de tal manera que ayudará al rendimiento y éxito de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.

1.3.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016?

1.4. CONCEPTUACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

1.4.1. CONCEPTUACIÓN DE LA VARIABLE

A. VALORES ORGANIZACIONALES

Se menciona que los valores organizacionales revisten una gran importancia en las organizaciones, porque indican las formas de actuación en el trabajo para alcanzar los objetivos trazados. En este sentido Caín (2009) y Ballvé y Debeljuh (2006) citado por Velásquez de naime, Rodríguez y Guaita (2012, p.841). Plantean que los valores organizacionales son fuerzas impulsoras para alcanzar los resultados, en este trabajo el interés se centra en establecer un sistema de valores que sirva de referencia para evaluar las variaciones en la productividad, incorporando en esta evaluación el efecto de los valores organizacionales para detectar que valor está impulsando o limitando su crecimiento.

Según Jiménez (2010, p.25). Cuando los valores son puestos en práctica, especialmente por los líderes de todos los niveles, los miembros de la organización adquieren más conciencia de la dirección de los objetivos y metas en el corto y largo plazo. Estos valores permiten que los integrantes de las organizaciones se sientan realizados como personas y estimen más sus propios comportamientos. Así, se sienten más identificados, estimulados y comprometidos con la razón de ser de esa organización. Nos sirve de brújula para actuar de manera coherente y consistente entre lo que decimos y hacemos, ante cualquier situación.

1.4.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla N° 01

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES (observables)	ITEMS
VALORES ORGANIZACIONALES	Responsabilidad	Ética	1-2
		Compromiso	1-2
	Liderazgo	Toma de decisiones	1-2
		Eficacia	1-2
	Trabajo en equipo	Motivación	1-2
		Comunicación	1-2
	Calidad	Competitividad	1-2
		Productividad	1-2

Elaboración: Fuente Propia.

1.4.3. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.3.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se desarrolló en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.

1.4.3.2. DELIMITACIÓN SOCIAL

Las unidades de análisis de la investigación de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, estuvo constituida por 60 colaboradores del área administrativa y producción de la empresa.

1.4.3.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se realizó durante el periodo comprendido entre los meses de febrero a Mayo del 2016.

1.4.3.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

Para el desarrollo de la Investigación se tomó en cuenta la base teórica referida a los Valores Organizacionales de los colaboradores de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.

1.5. HIPÓTESIS

No se incluye la hipótesis por el carácter descriptivo de la investigación y la naturaleza de la variable en estudio.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.

1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Evaluar el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.

Identificar las dimensiones predominantes de los Valores

Organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.

Conocer que indicador predomina en la Responsabilidad, dentro de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.

Analizar que indicador predomina en el Liderazgo, dentro la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.

Reconocer que indicador predomina en el Trabajo en Equipo, dentro la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, año 2016.

Explicar que indicador predomina en la Calidad, en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.

CAPITULO 2: METODOLOGÍA

2.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se definió como un estudio de Tipo Básica, según Grajales (2000, p.02), esta investigación busca el progreso científico y persigue las generalizaciones al desarrollo de una teoría basada en principios de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.

2.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Del mismo modo, tomado como referencia a Hernández (2014, pp.10, 92), la investigación fue de un Nivel Descriptivo Cuantitativo, ya que el estudio descriptivo busca especificar las propiedades, características de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, y el enfoque cuantitativo pretende medir con precisión las variables del estudio y establece con exactitud patrones de comportamiento de una población.

2.2. MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

2.2.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que se empleó en la investigación fue de un Método deductivo Según Morán y Alvarado (2014, p.12). Nos dice que el método deductivo es el razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares sobre los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.

2.2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño que se empleó en la investigación corresponde a los No Experimentales y de Corte Transversal, según Hernández (2014, pp.152, 154), la investigación es no experimental porque se realiza sin la manipulación deliberada de variables y asimismo de corte transversal porque se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único sobre los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.



Dónde:

O: Valores Organizacionales

MT1: Población de Inversiones y Servicios Fabri S.A.C.

2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.3.1. POBLACIÓN

Según Hernández (2014, p.174). Nos dice que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, y se debe establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuales son los parámetros muestrales.

Estuvo constituida por los colaboradores de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca en un número de 60 colaboradores, quienes nos

brindaron información de los Valores Organizacionales en la presente investigación.

2.3.2. MUESTRA

No hay muestra, ya que se trabajó con toda la población.

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como técnica se utilizó el análisis documental, la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario.

2.4.1. TÉCNICA

A. ANÁLISIS DOCUMENTAL

Esta técnica se utilizó para registrar la información necesaria de los reportes, libros, informes, tesis y registro y otros documentos que serán de gran importancia para recabar información de interés para la elaboración de esta investigación.

B. ENCUESTA

Esta técnica se utilizó para recopilar información mediante el instrumento del cuestionario con el propósito de medir los diversos indicadores de las dimensiones de nuestra variable que sustentan nuestra investigación, así como demostrar el cumplimiento de los objetivos. La encuesta se aplicó fundamentalmente a los 60 colaboradores de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca.

2.4.2. INSTRUMENTO

A. CUESTIONARIO

Según Hernández (2014, p.217). Es una herramienta conformada por un conjunto de preguntas respecto a los indicadores de las dimensiones a medir. Este instrumento se utilizó para la recolección de los datos, debe ser congruente con el planteamiento del problema referente a los Valores Organizacionales con la finalidad del logro de los objetivos de la empresa Inversiones y Servicios Fabri

S.A.C. Barranca.

2.5. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

2.5.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Según Hernández (2014. p.201). Nos dice que la validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.

Por lo cual, este procedimiento se realizó a través de la evaluación de juicio de expertos (3), solicitando la opinión de docentes de reconocida trayectoria en la Universidad San Pedro Filial Barranca. Los cuales determinaron la adecuación muestral de los ítems de instrumentos.

El resumen de la evaluación de juicios de expertos se muestra en la tabla 02.

Tabla N° 02

Validación de la encuesta según el juicio de expertos

Expertos	(%)
Lic. Francisco Javier Cristóbal Gaytán	85
Lic. Víctor Wilson Saavedra Dioses	87
Dr. José Vergaray Huamán	88
Promedio	87

Fuente: Elaboración propia.

Los valores resultantes después de tabular la calificación emitida por los expertos, para determinar la validez del instrumento se obtuvo un valor de 87%, por lo que puedo deducir que el instrumento tiene una muy buena validez, el cual pueden ser comprendidos mediante la siguiente tabla 03.

Tabla N° 03

Valores de los niveles de validez

Valores	Niveles de validez
100%	Muy Bueno
75%	Bueno
50%	Regular
25%	Deficiente

2.5.2. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Según Hernández (2014, p.200). Nos dice que la confiabilidad de un instrumento de medición es el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales.

La confiabilidad de estos instrumentos se realizó según el Alfa de Cronbach, el cual sirve para determinar el nivel de confiabilidad de una escala y para determinar su valor. Sus valores oscilan entre 0 y 1.

La escala de confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Tabla N° 04

Niveles de confiabilidad

Valores	Niveles de validez
De 0,81 a 1	Confiabilidad muy alta
De 0,61 a 0,80	Confiabilidad alta
De 0,41 a 0,60	Confiabilidad moderada
De 0,21 a 0,40	Confiabilidad baja
De 0,01 a 0,20	Confiabilidad muy baja

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2010).

Tabla N° 05

Estadísticos de fiabilidad - instrumento valores organizacionales

Alfa de cronbach	Alfa de cronbach basada en los elementos tipificados	N° de elementos
0.959	0,959	16

Fuente: Elaboración propia.

El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido es de 0,959, lo cual nos permitió decir que el instrumento valores organizacionales de 16 ítems tiene confiabilidad muy alta.

Tabla N° 06.
Estadísticos total-elemento

Descripción	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento total corregida	Alfa de cronbach si se elimina el elemento
1.- ¿Considera importante la formación ética de los líderes para un buen ejercicio administrativo dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	61,33	177,867	0,520	0,961
2.- ¿Usted respeta y practica las normas y reglas de trabajo dentro de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C.?	61,17	175,367	0,741	0,959
3.- ¿El nivel de compromiso con los objetivos de la institución proponen mejoras en el sistema de comunicación interna dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	62,33	160,267	0,774	0,956
4.- Sus valores personales están comprometidos con los valores y la cultura de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	62,67	156,667	0,731	0,958
5.- ¿Los objetivos de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., están en correspondencia con sus objetivos personales?	62,00	150,000	0,932	0,953
6.- ¿Está de acuerdo con la forma en que toman las decisiones los directivos en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C.?	61,83	167,767	0,742	0,957
7.- ¿Está de acuerdo que la eficacia es un logro para obtener el éxito de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., en el mercado laboral?	61,50	177,100	0,611	0,960
8.- ¿Está clara la idea que la medición de la productividad es importante para la demostrar eficacia en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	61,33	165,867	0,891	0,955
9.- ¿Está de acuerdo que un sueldo alto es un claro indicativo del valor que tiene el trabajador para la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	61,33	174,667	0,746	0,959

10.- ¿El equipo permite que las personas den su punto de vista para analizar un problema dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	61,67	167,667	0,746	0,959
11.- ¿La participación de sus compañeros de trabajo, le permite realizar mejor sus funciones laborales dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	62,00	149,200	0,957	0,953
12.- ¿Se desarrolla en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., la comunicación interna como una actividad permanente y planificada?	61,33	174,667	0,746	0,959
13.- ¿Está de acuerdo que las evaluaciones de competencia sean observadas continuamente para el mejoramiento de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	61,33	174,667	0,746	0,959
14.- ¿Considera Usted que la Competitividad es un factor importante en la Gestión de Calidad en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	62,00	150,000	0,932	0,953
15.- ¿Ha incrementado la productividad de su empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., por tener la calidad de sus productos?	62,00	150,000	0,932	0,953
16.- ¿Existe un gran rendimiento en la mano de obra para mayor productividad en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?	61,67	147,867	0,907	0,955

CAPITULO 3: RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE DATOS

Para la interpretación y análisis de la información obtenida se utilizó la técnica de la encuesta, mediante el cuestionario y las herramientas estadísticas, entre los cuales están: tablas, figuras y gráficos (barras), a través de los cuales se obtuvo la información necesaria para realizar el análisis pertinente.

3.2. ESTADÍSTICO DESCRIPTIVO

En las siguientes tablas se apreció los resultados descriptivos de la variable Valores Organizacionales y sus dimensiones e indicadores.

3.2.1. VARIABLE: VALORES ORGANIZACIONALES

Tabla N° 07

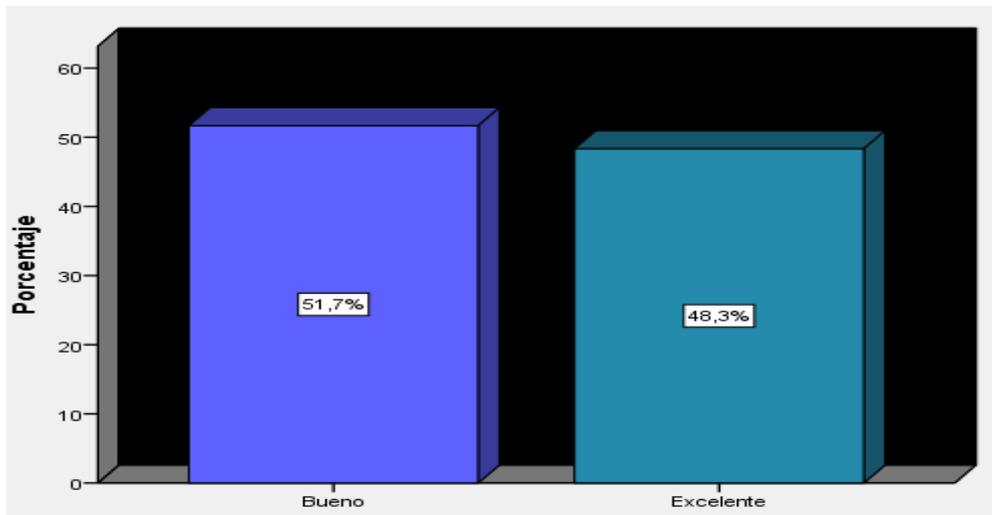
Frecuencias y porcentajes de la variable Valores Organizacionales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	31	51,7
Excelente	29	48,3
Total	60	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la variable Valores Organizacionales.

Figura N° 01

Grafica de barras de la variable Valores Organizacionales



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la variable Valores Organizacionales.

Resultados:

En la Tabla N° 07 y Figura N° 01, revela más de la mitad de los colaboradores que representan el 51.7% del total, opinan que el nivel de los valores organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, es bueno en su aplicación en las dimensiones e indicadores. Asimismo, se puede apreciar que 29 colaboradores que representan el 48.3% del total, opinan que el nivel de los valores organizacionales es excelente. Siendo el nivel bueno el predominante en los Valores Organizacionales.

3.2.2. DIMENSIÓN: RESPONSABILIDAD

Tabla N° 08

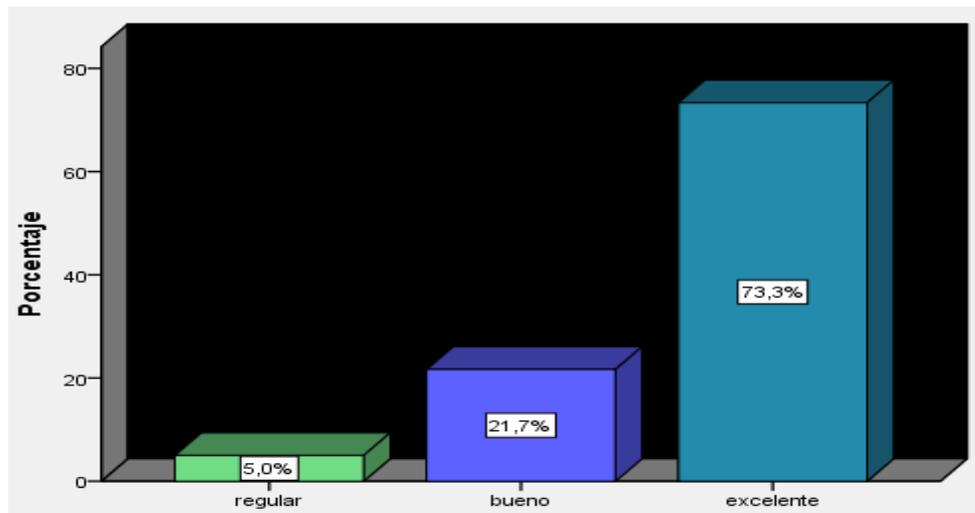
Frecuencias y porcentajes de la dimensión Responsabilidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Regular	3	5.0
Bueno	13	21.7
Excelente	44	73.3
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión Responsabilidad.

Figura N° 02

Grafica de barras de la dimensión Responsabilidad



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión Responsabilidad.

Resultados:

En la Tabla N° 08 y Figura N° 02, revela que 44 colaboradores que representan el 73.3% del total, opinan que el nivel de la responsabilidad en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, es excelente en la aplicación de la ética y el compromiso. Asimismo, se puede apreciar que más de la quinta parte de los colaboradores que representan el 21.7% del total, opinan que el nivel de la responsabilidad es bueno. Finalmente, solamente 3 colaboradores que representan el 5% del total opinan que el nivel de la responsabilidad es regular. Siendo el nivel excelente el predominante.

3.2.2.1. INDICADOR: ÉTICA

Tabla N° 09

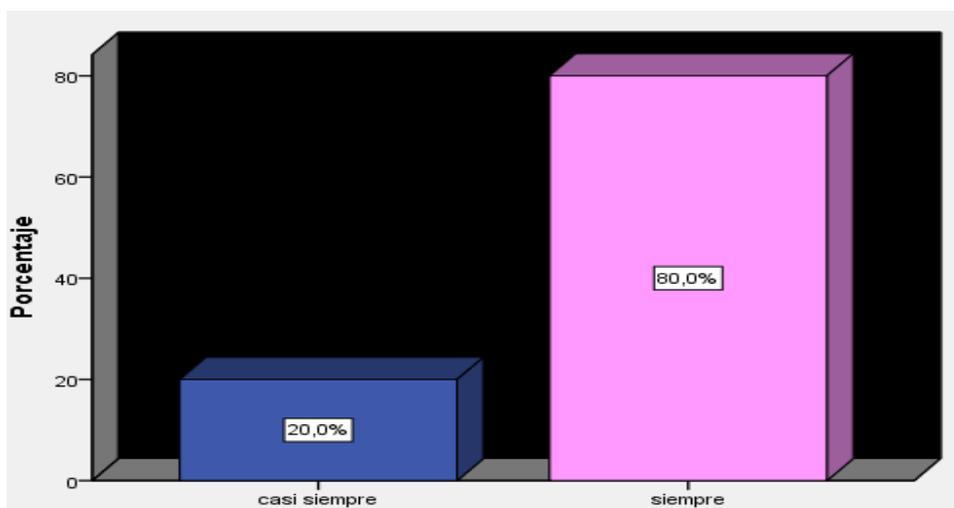
Frecuencias y porcentajes del indicador Ética

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	12	20.0
Siempre	48	80.0
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Ética.

Figura N° 03

Grafica de barras del indicador Ética



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Ética.

Resultados:

En la Tabla N° 09 y Figura N° 03, revela que 48 colaboradores que representan el 80.0% del total, opinan que la ética en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, se da siempre en la formación ética de los líderes. Asimismo, se puede apreciar que 12 colaboradores que representan el 20.0% del total, opinan que la ética se da casi siempre. Siendo siempre el predominante.

3.2.2.2. INDICADOR: COMPROMISO

Tabla N° 10

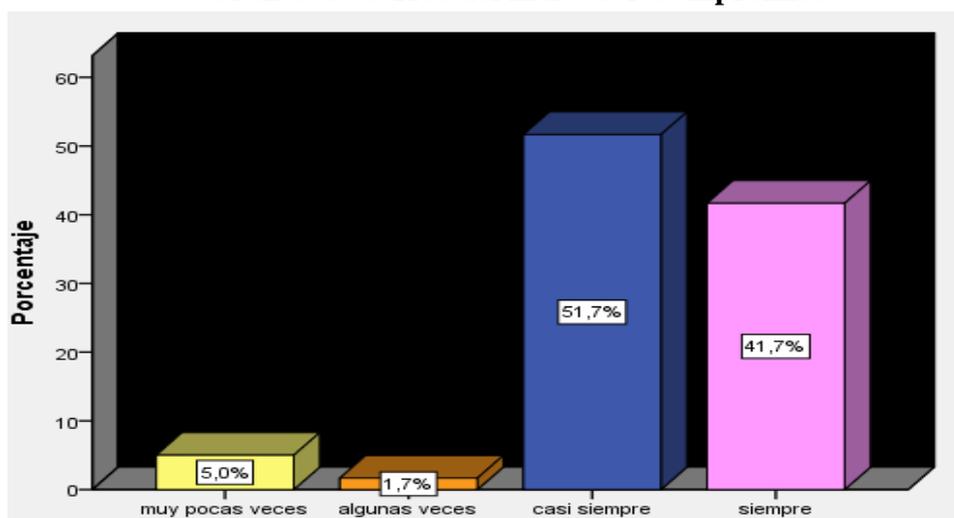
Frecuencias y porcentajes del indicador Compromiso

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy pocas veces	3	5.0
Algunas veces	1	1.7
Casi siempre	31	51.7
Siempre	25	41.7
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Compromiso.

Figura N° 04

Grafica de barras del indicador Compromiso



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Compromiso.

Resultados:

En la Tabla N° 10 y Figura N° 04, revela que 31 colaboradores que representan el 51.7% del total, opinan que el compromiso en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, se da casi siempre con los objetivos de la institución. Asimismo, se puede apreciar que más de la tercera parte de los colaboradores que representa el 41.7% del total, opinan que el compromiso se da siempre. Finalmente, solamente 4 colaboradores que representan el 6.7% del total, opinan que el compromiso se da muy pocas veces o algunas veces. Siendo casi siempre el predominante.

3.2.3. DIMENSIÓN: LIDERAZGO

Tabla N° 11

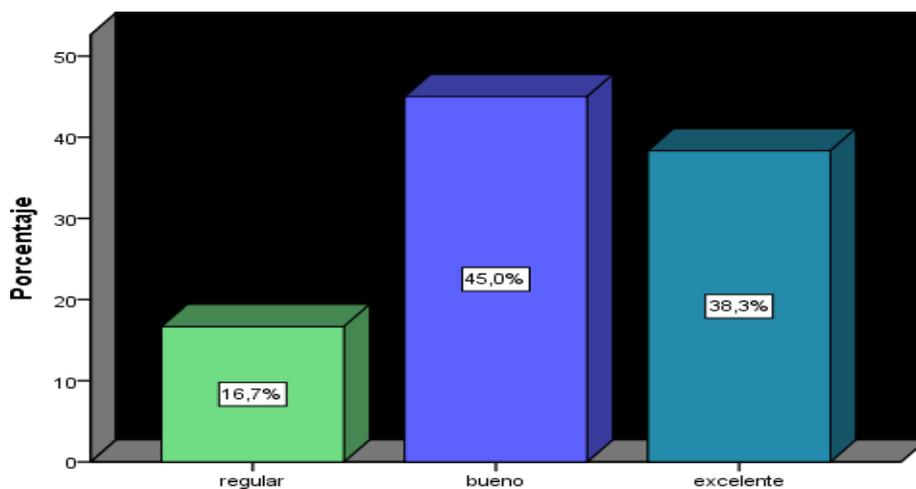
Frecuencias y porcentajes de la dimensión de Liderazgo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Regular	10	16.7
Bueno	27	45.0
Excelente	23	38.3
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión Liderazgo.

Figura N° 05

Gráfica de barras de la dimensión Liderazgo



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión Liderazgo.

Resultados:

En la Tabla N° 11 y Figura N° 05, revela que 27 colaboradores que representan el 45.0% del total, opinan que el nivel del liderazgo en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, es bueno en la toman de decisiones para la eficacia de la organización. Asimismo, se puede apreciar que más de la tercera parte de los colaboradores que representan el 38.3% del total, opinan que el nivel del liderazgo es excelente. Finalmente, solamente 10 colaboradores que representan el 16.7% del total, opinan que el nivel del liderazgo es regular. Siendo el nivel bueno el predominante.

3.2.3.1. INDICADOR: TOMA DE DECISIONES

Tabla N° 12

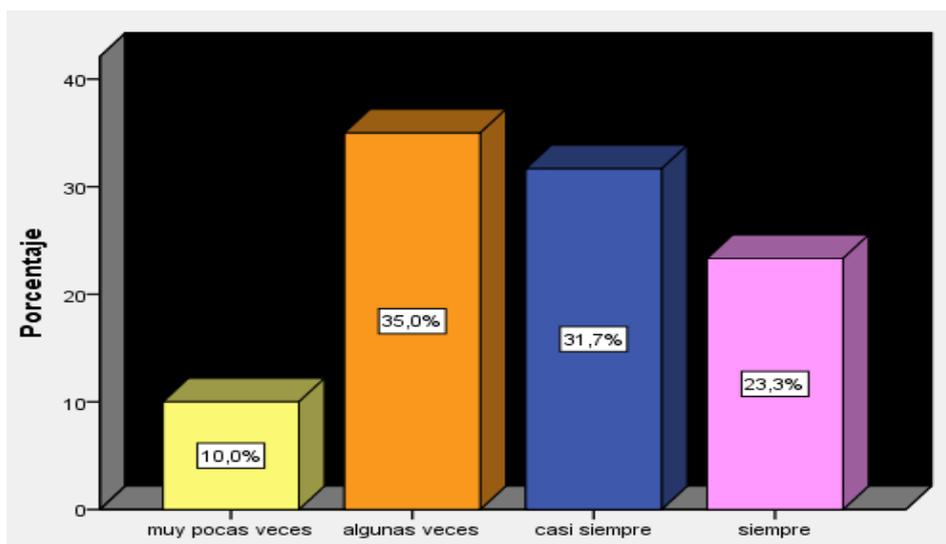
Frecuencias y porcentajes del indicador Toma de Decisiones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy pocas veces	6	10.0
Algunas veces	21	35.0
Casi siempre	19	31.7
Siempre	14	23.3
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Toma de Decisiones.

Figura N° 06

Grafica de barras del indicador Toma de Decisiones



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Toma de Decisiones.

Resultados:

En la Tabla N° 12 y Figura N° 06, revela que más de la tercera parte de los colaboradores que representan el 35.0 % del total, opinan que la toma de decisiones en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, se da en algunas veces en los objetivos de la organización. Asimismo, se puede apreciar que 19 colaboradores que representan el 31.7 % del total, opinan que la toma de decisiones se da casi siempre. También se

puede apreciar que 14 colaboradores que representan el 23.3 % del total, opinan que la toma de decisiones se da siempre. Finalmente, solamente 6 colaboradores que representan el 10.0% del total, opinan que la toma de decisiones se da muy pocas veces. Siendo algunas veces el predominante.

3.2.3.2. INDICADOR: EFICACIA

Tabla N° 13

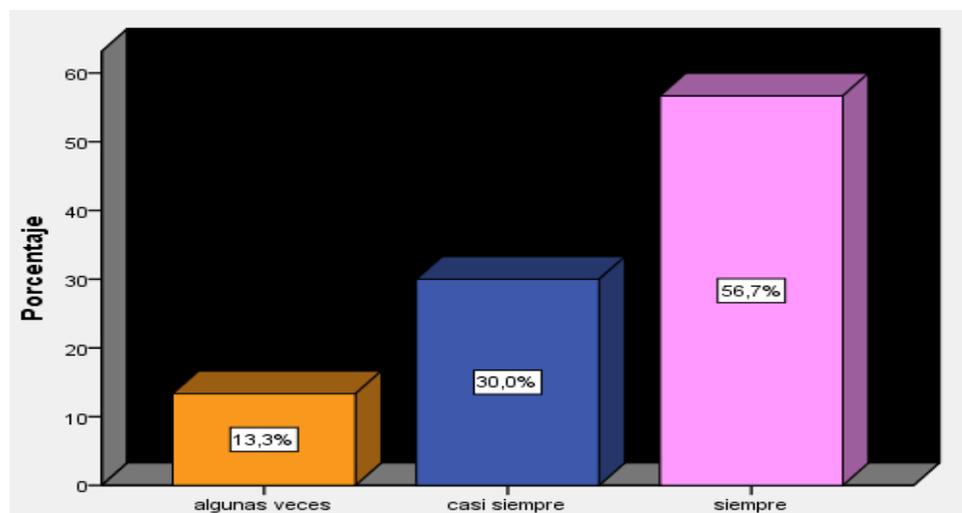
Frecuencias y porcentajes del indicador Eficacia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Algunas veces	8	13.3
Casi siempre	18	30.0
Siempre	34	56.7
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Eficacia.

Figura N° 07

Grafica de barras del indicador Eficacia



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Eficacia.

Resultados:

En la Tabla 13 y Figura 07, revela que 34 colaboradores que representan el 56.7% del total, opinan que la eficacia en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, se da siempre en la medición de la productividad. Asimismo, se puede apreciar que menos de la tercera parte de los colaboradores que representan el 30.0% del total,

opinan que la eficacia se da casi siempre Finalmente, solamente 8 colaboradores que representan el 13.3% del total, opinan que la eficacia se da en algunas veces. Siendo siempre el predominante.

3.2.4. DIMENSIÓN: TRABAJO EN EQUIPO

Tabla N° 14

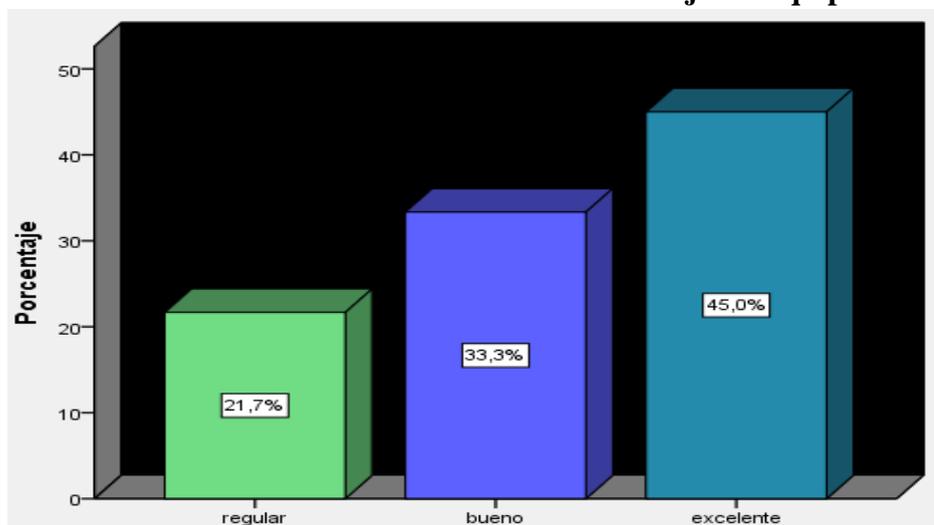
Frecuencias y porcentajes de la dimensión Trabajo en Equipo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Regular	13	21.7
Bueno	20	33.3
Excelente	27	45.0
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión de Trabajo en Equipo.

Figura N° 08

Grafica de barras de la dimensión Trabajo en Equipo



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión de Trabajo en Equipo.

Resultados:

En la Tabla N° 14 y Figura N° 08, revela que 27 colaboradores que representan el 45.0% del total, opinan que el nivel del trabajo en equipo en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, es excelente en la motivación y comunicación de sus colaboradores. Asimismo, se puede apreciar que la tercera parte de los colaboradores

que representan el 33.3 % del total, opinan que el nivel del trabajo de equipo es bueno. Finalmente 13 colaboradores que representan el 21.7 % del total, opinan que el nivel del trabajo en equipo es regular. Siendo el nivel excelente el predominante.

3.2.4.1. INDICADOR: MOTIVACIÓN

Tabla N° 15

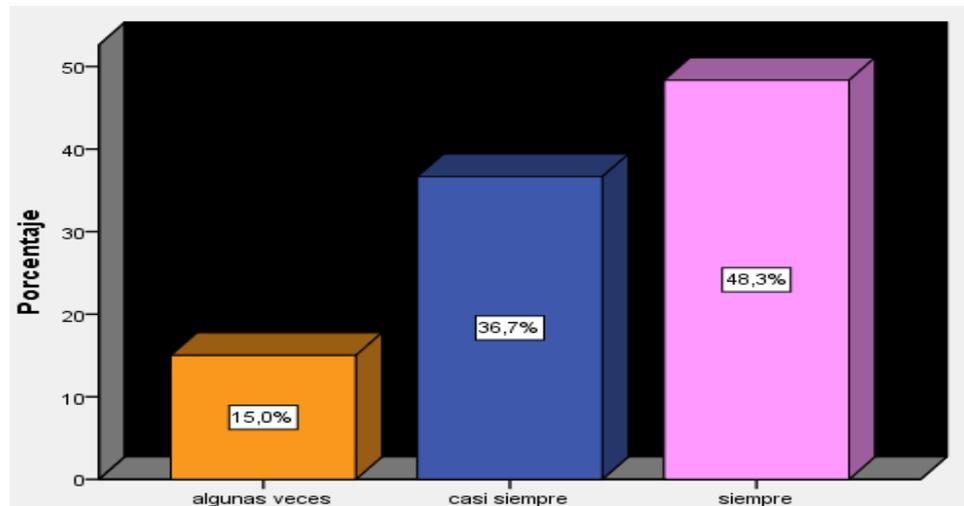
Frecuencias y porcentajes del indicador Motivación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Algunas veces	9	15.0
Casi siempre	22	36.7
Siempre	29	48.3
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Motivación.

Figura N° 09

Grafica de barras del indicador Motivación



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Motivación.

Resultados:

En la Tabla 15 y Figura 09, revela que 29 colaboradores que representan el 48.3% del total, opinan que la motivación en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, se da siempre en los incentivos. Asimismo, se puede apreciar que más de la tercera parte de los colaboradores que representan el 36.7% del total, opinan que la motivación se da casi siempre. Finalmente, solamente 9 colaboradores que representan

el 15.0% del total, opinan que la motivación se da algunas veces. Siendo siempre el predominante.

3.2.4.2. INDICADOR: COMUNICACIÓN

Tabla N° 16

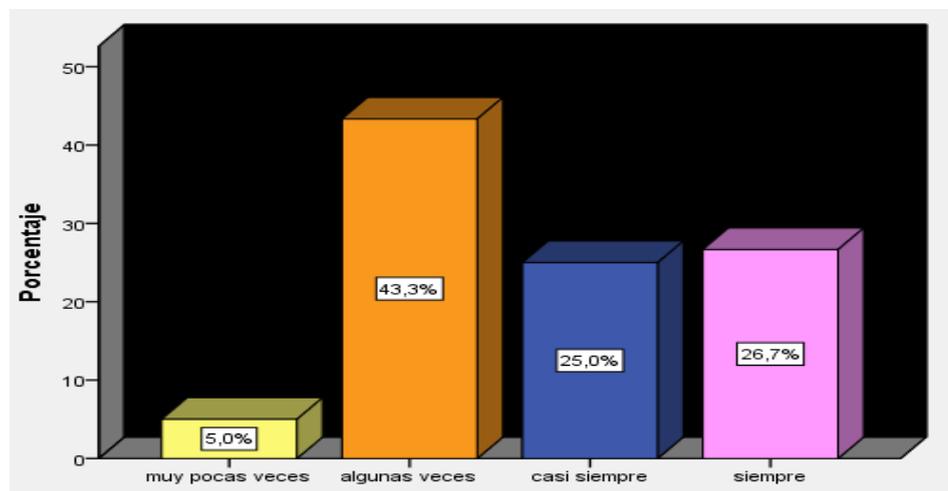
Frecuencias y porcentajes del indicador Comunicación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy pocas veces	3	5.0
Algunas veces	26	43.3
Casi siempre	15	25.0
Siempre	16	25.7
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Comunicación

Figura N° 10

Grafica de barras del indicador Comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Comunicación.

Resultados:

En la Tabla 16 y Figura 10, revela que 26 colaboradores que representan el 43.3% del total, opinan que la comunicación en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, se da algunas veces en la participación de los colaboradores. Asimismo, se puede apreciar que la cuarta parte de los colaboradores que representan el 25.0% del total, opinan que la comunicación se da casi siempre. También se puede apreciar que más de

la cuarta parte que representan el 25.7 % del total, opinan que la comunicación se da siempre. Finalmente, solamente 3 colaboradores que representan el 5.0 % del total, opinan que la comunicación se da muy pocas veces. Siendo algunas veces el predominante.

3.2.5. DIMENSIÓN: CALIDAD

Tabla N° 17

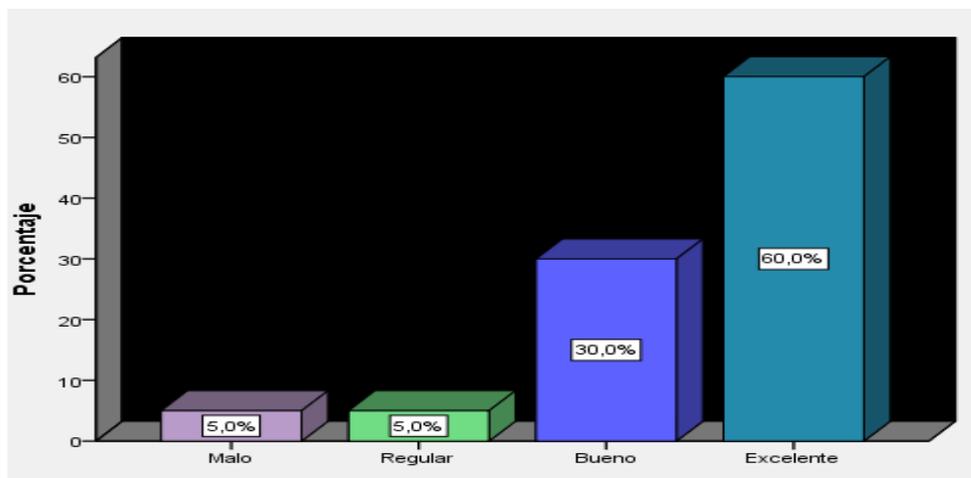
Frecuencias y Porcentajes de la Dimensión Calidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Malo	3	5.0
Regular	3	5.0
Bueno	18	30.0
Excelente	36	60.0
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión Calidad.

Figura N° 11

Grafica de barras de la dimensión Calidad



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la dimensión Calidad.

Resultados:

En la Tabla 17 y Figura 11, revela que 36 colaboradores que representan el 60.0% del total, opinan que el nivel de calidad en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, es excelente en la competitividad y productividad de la organización. Asimismo, se puede apreciar que menos de la tercera parte de los colaboradores que

representan el 30.0% del total, opinan que el nivel de Calidad es bueno. Finalmente, solamente 6 colaboradores que representan el 10.0%, del total, opinan que el nivel de calidad es regular o malo. Siendo el nivel excelente el predominante.

3.2.5.1. INDICADOR: COMPETITIVIDAD

Tabla N° 18

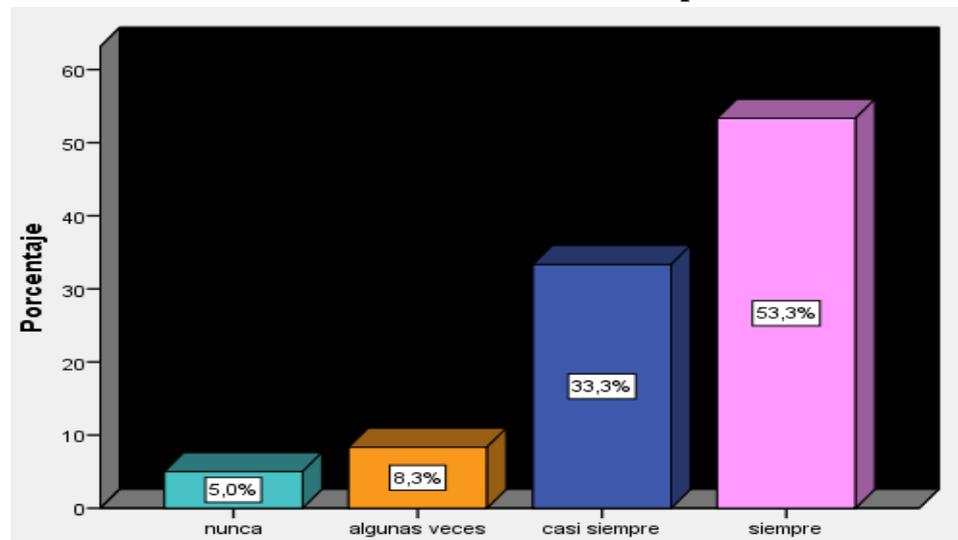
Frecuencias y porcentajes del indicador Competitividad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy pocas veces	3	5.0
Algunas veces	5	8.3
Casi siempre	20	33.3
Siempre	32	53.3
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Competitividad

Figura N° 12

Grafica de barras del indicador Competitividad



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Competitividad.

Resultados:

En la Tabla 18 y Figura 12, revela que 32 colaboradores que representan el 53.3% del total, opinan que la competitividad en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, se da siempre en las evaluaciones de competencias. Asimismo, se puede apreciar que la tercera parte de los colaboradores que representan el 33.3% del total,

opinan que la competitividad se da casi siempre. Finalmente, solamente 8 colaboradores que representan el 13.3% del total opinan que la competitividad se da algunas veces o muy pocas veces. Siendo siempre el predominante.

3.2.5.2. INDICADOR: PRODUCTIVIDAD

Tabla N° 19

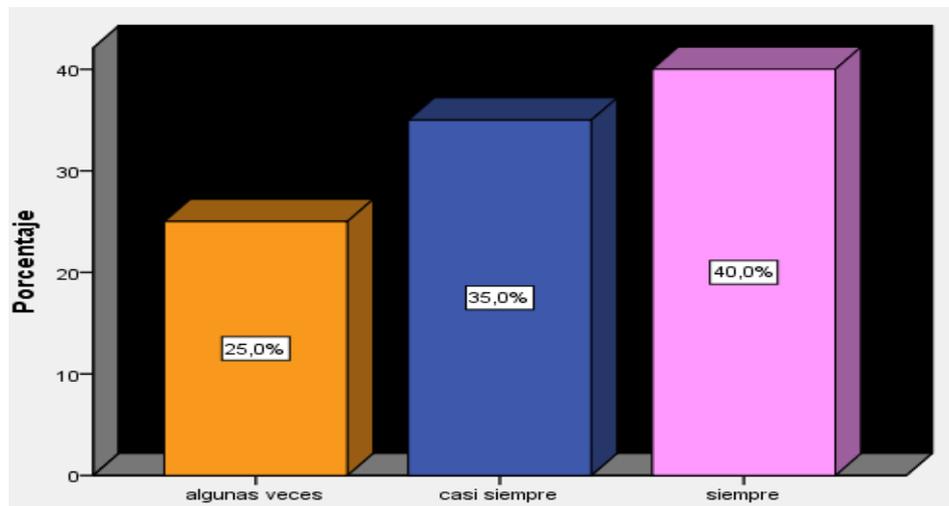
Frecuencias y porcentajes del indicador Productividad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Algunas veces	15	25.0
Casi siempre	21	35.0
Siempre	24	40.0
Total	60	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Productividad.

Figura N° 13

Grafica de barras del indicador Productividad



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta del indicador Productividad.

Resultados:

En la Tabla 19 y Figura 13, revela que 24 colaboradores que representan el 40.0% del total, opinan que la productividad en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. se da siempre en el rendimiento de la mano de obra. Asimismo, más de la tercera parte de los colaboradores que representan el 35.0% del total, opinan que la productividad se da casi siempre. Finalmente, 15 colaboradores que representan el

25.0% del total, opinan que la productividad se da algunas veces. Siendo siempre el predominante.

CAPITULO 4: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

De los resultados obtenidos, y teniendo en cuenta el problema y los objetivos de la investigación, se establece:

En el análisis estadístico en la Tabla N° 07 y Figura N° 01, se puede observar que la variable: Valores Organizacionales, propicia el nivel bueno presentando una frecuencia absoluta más de la mitad de los colaboradores, con un porcentaje de 51.7%. Como afirma Briceño (2004). En su estudio titulado: “Valores Organizacionales y Gerenciales en Empresas”. Nos dice que los valores que orientan el comportamiento de los gerentes de la empresa están alineados con los valores organizacionales contenidos en la filosofía de gestión de la empresa objeto de estudio. En la misma línea Caín (2009) y Ballvé y Debeljuh (2006) citado por Velásquez de Naime, Rodríguez y Guaita (2012). Nos dice que los valores organizacionales son fuerzas impulsoras para alcanzar los resultados, en este trabajo el interés se centra en establecer un sistema de valores que sirva de referencia para evaluar las variaciones en la productividad, incorporando en esta evaluación el efecto de los valores organizacionales para detectar que valor está impulsando o limitando su crecimiento.

En el análisis estadístico en la Tabla 08 y Figura 02, se puede observar que la dimensión Responsabilidad, propicia el nivel excelente presentando una frecuencia absoluta de 44 colaboradores, con un porcentaje de 73.3%. Como afirma Chiavenato (2014). La responsabilidad significa la cantidad de obligaciones que asume una organización en razón de acciones que proyectan y mejoran el bienestar de la sociedad a medida que trata de satisfacer sus propios intereses. Asimismo, en el análisis estadístico en la Tabla 17 y Figura 11, se puede observar que la dimensión Calidad propicia el nivel excelente presentando una frecuencia absoluta de 36 colaboradores, con un porcentaje de 60.0%. Como afirma Maya (2013). La calidad es un elemento estratégico que las organizaciones deben poseer, ya que estas pueden ofrecer precios bajos, tiempos cortos de entrega, amplia disponibilidad, precio competitivo y alguna otra característica, pero si la calidad no está presente en los productos y servicios que ofrecen, de nada sirve y la pérdida de competitividad y de utilidades se presenta rápidamente en las organizaciones. Y por último Rincón de Parra (2001). Considera que, si se logra que cada persona actúe más productivamente, el resultado global se traduce necesariamente en una empresa más productiva.

En el análisis estadístico en la Tabla 09 y Figura 03, se puede observar que el indicador Ética, propicia siempre presentando una frecuencia absoluta de 48 colaboradores, con un porcentaje de 80.0%. Como afirma Chiavenato (2014). La ética es un conjunto de valores o principios morales que definen lo que está bien o mal para una persona, grupo u organización. La conducta ética se presenta cuando la organización fomenta que sus miembros se comporten de forma ética al aceptar y sujetarse a esos valores y principios. Así mismo la ética influye en el proceso de toma de decisiones de la compañía porque determina cuáles son los valores que afectan a sus asociados y define la manera en que los administradores pueden aplicarlos en el día a día de la organización.

En el análisis estadístico en la Tabla 13 y Figura 07, se puede observar que el indicador Eficacia propicia siempre, presentando una frecuencia absoluta de 34 colaboradores, con un porcentaje de 56.7 %. Según el diccionario de la real academia de la lengua española citado en Maella (2010). La eficacia es la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. A nivel laboral ese efecto que se desea o se espera es que el profesional consiga resultados positivos en su trabajo, y cuantos mejores sean, más eficaz será. Por tanto, quien no obtiene resultados no es una persona eficaz, con independencia de que al trabajo le esté poniendo sus mayores esfuerzos o sus mejores intenciones.

En el análisis estadístico en la Tabla 15 y Figura 09, se puede observar que el indicador motivación propicia siempre, presentando una frecuencia absoluta de 29 colaboradores, con un porcentaje de 48.3%. Como afirma Chiavenato (2015). La motivación es un proceso psicológico básico. Junto con la percepción, las actitudes, la personalidad y el aprendizaje, es uno de los elementos más importante para comprender el comportamiento humano. Interactúa con otros procesos mediadores y con el entorno. Es un constructo hipotético que sirve para ayudarnos a comprender el comportamiento humano.

En el análisis estadístico en la Tabla 18 y Figura 12, se puede observar que el indicador Competitividad, propicia siempre, presentando una frecuencia absoluta de 32 colaboradores, con un porcentaje de 53.3%. Como afirma Rubio y Baz (2004). La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo.

CAPITULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos se concluye que existe más del 50% de los encuestados que opinan que el nivel de los valores organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, es bueno, reflejado en sus dimensiones e indicadores para el logro de los objetivos.

De los resultados obtenidos se concluye que la primera dimensión predominante de la variable valores organizacionales es la responsabilidad en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, ya que existe más del 70% de los encuestados que opinan que el nivel de la responsabilidad es excelente, considerando importante la formación ética y el respeto a las normas y reglas de trabajo, están identificadas con los objetivos de la institución y sus valores personales están acorde con los valores de la organización. Asimismo de los resultados obtenidos se concluye que la segunda dimensión predominante de la variable valores organizacionales es la Calidad en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, ya que existe el 60% de los encuestados que opinan que el nivel de calidad es excelente, considerando que las evaluaciones de competencias sean observadas continuamente, siendo la competitividad un factor importante en la gestión de calidad, para el incremento de la productividad por tener la calidad de sus productos como resultado del gran rendimiento de la mano de obra.

De los resultados obtenidos se concluye que el indicador predominante de la dimensión responsabilidad es la ética en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, ya que existe el 80% de los encuestados que opinan que la ética se da siempre en la formación ética de los líderes para un buen ejercicio administrativo, y a su vez el respeto a las normas y reglas de trabajo dentro de la organización.

De los resultados obtenidos se concluye que el indicador predominante de la dimensión Liderazgo es la eficacia en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, ya que existe más del 50% de los encuestados que opinan que la eficacia se da siempre, en la medición de la productividad, considerando que la eficacia es un logro para obtener el éxito en la organización.

De los resultados obtenidos se concluye que el indicador predominante de la dimensión Trabajo en equipo es la motivación en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, ya que existe más del 40% de los encuestados que opinan que la motivación se da

siempre de una manera extrínseca, considerando los sueldos como un claro indicativo del valor que tiene el colaborador y a su vez permitiendo que los colaboradores den su punto de vista para analizar un problema en la organización.

De los resultados obtenidos se concluye que el indicador predominante de la dimensión Calidad es la competitividad en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, ya que existe más del 50% de los encuestados que opinan que la competitividad se da siempre, en las evaluaciones de competencia siendo observadas continuamente para el mejoramiento de la empresa, considerando la competitividad un factor importante en la gestión de la calidad.

5.2. RECOMENDACIONES

En todas las empresas y en los recientes cambios generado a nivel organizacional se recomienda que los directivos de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C, Barranca, evalúen constantemente la aplicación de los valores organizacionales para el mejoramiento y desarrollo de la empresa, con la finalidad de fortalecer estos valores a través de estrategias de capacitación, mediante un cronograma de actividades debidamente planificada en tema de integración y sentido de pertenencia con la organización y de esa manera se involucren en el logro de los objetivos.

Se recomienda fortalecer las dimensiones responsabilidad y calidad de la variable valores organizacionales, mediante la aplicación de la ética, las normas y reglas del mismo modo participar en el establecimiento de los objetivos de la organización y socializar la misma en el personal operativo, todo esto con la finalidad de fomentar e incrementar el nivel de responsabilidad en los colaboradores. Asimismo, se debe considerar las evaluaciones de competencia para el mejoramiento de la empresa, y de esa manera logren niveles de desempeño cada vez más alto. Planear, ejecutar y controlar las actividades son necesarios para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de productos y servicios con altos estándares de calidad para un mayor incremento de la productividad.

Se recomienda fortalecer el indicador predominante de la dimensión responsabilidad que es la ética mediante los códigos de ética (dignidad, respeto, justicia, etc.), para la formación de los líderes y la aplicación de los principios que rigen el comportamiento y el proceso de formación de cada colaborador, y de esa manera evaluar el nivel desempeño para el buen rendimiento ético dentro de la organización.

Se recomienda fortalecer el indicador predominante de la dimensión liderazgo que es la eficacia mediante los colaboradores capacitados en cada una de las áreas administrativas y de producción, para el cumplimiento de sus funciones ya que gestionar la eficacia permitirá que los colaboradores multipliquen sus posibilidades de progreso profesional debido a su mayor competencia de acuerdo a sus capacidades y habilidades en el desarrollo de la empresa.

Se recomienda intensificar el indicador predominante de la dimensión trabajo en equipo que es la motivación de una manera extrínseca mediante los incentivos a los colaboradores destacados, no sólo monetariamente sino también con cursos de capacitación, así sentirán que son importantes y le devolverán esa inversión a la empresa con la aplicación de los aprendido. Harán sus labores con más ganas y energías.

Se recomienda fortalecer el indicador predominante de la dimensión calidad que es la competitividad mediante capacitaciones que les permita a los colaboradores seguir desarrollando habilidades para realizar eficaz y eficientemente sus funciones. Y realizar un diagnóstico de Foda para detectar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades siendo evaluadas constantemente y tomar decisiones correctas para el desarrollo y mejoramiento de la organización.

CAPITULO 6: AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fortaleza para llegar hasta donde he llegado por hacer realidad este sueño anhelado, en segundo lugar, a cada uno de los que forman parte de mi familia es especial a mi hija y a mi esposo por haberme dado siempre la fuerza el apoyo incondicional que me han ayudado y motivado en mi formación profesional. Así mismo agradecer a mis Asesores al profesor Alejandro López Morilla, el coordinador de Escuela Profesional de Administración Dr. José Vergaray Huamán quienes con sus rectitud y profesionalismos me guiaron en cada momento con sus consejos a formarme como profesional y persona.

CAPITULO 7: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Andrade, S. (2010). “Diccionario de Economía y Finanzas”. 3 era edición. Lima. - Perú.
Editorial Andrade.
- Bollecker, N y Martínez, M. (2004). “Incongruencia entre Valores Individuales y Organizacionales: determinantes del Rendimiento Laboral”. Consultado de:
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ1348.pdf>.
- Briceño, C. (2004, 5 de noviembre). “Valores Organizacionales y Gerenciales en Empresas”.
Revista CICAG, 3(1). Consultado de:
<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/570/1437..>
- Carro, R. y Gonzales, D. (s.f). “Productividad y Competitividad”. Consultado de:
http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf.
- Chávez, L. (2014). “Efectividad de un Programa de Valores Organizacionales para Aumentar el Sentido de Pertenencia en los Colaboradores de Corporación del Ahorro”, Tesis para optar el grado de Licenciada en Psicóloga Industrial/Organizacional de la Universidad Rafael Landívar, Retalhuleu. Consultado de:
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Chavez-Linda.pdf>.
- Chiavenato, I. (2014). “Introducción a la Teoría General de la Administración”. 8° Edición.
México. Editorial Mexicana.
- Chiavenato, I. (2015). “Comportamiento Organizacional: La Dinámica del Éxito de las Organizaciones”. 3° edición. México. Editorial Mexicana.
- Fernández, R. (2014). “La Toma de Decisiones como Proceso Esencial del Liderazgo”, Tesis de diplomado en alta gerencia de la Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá D.C., Colombia. Consultado de:
<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/12776/1/ENSAYO%20PCION%20DE%20GRADO%20RENATO%20d0104531.pdf>.
- Fuente, S. (2012). “Satisfacción Laboral y su Influencia en la Productividad” (estudio realizado en la delegación de recursos humanos del organismo judicial en la ciudad de Quetzaltenango), Tesis para optar el título de Licenciada en Psicóloga Industrial/Organizacional de la Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango. Consultado de:

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>.

Garijo de Miguel (2014). “La Importancia de los Recursos Humanos en la Eficacia de la empresa”, Trabajo de grado en Administración y Dirección de empresas de la Universidad de Valladolid. Consultado de:

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5981/1/TFG-O%20180.pdf>.

Gil, J. (2007). “La Evaluación de Competencias Laborales”. red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 21(10). Consultado de: <http://www.redalyc.org/pdf/706/70601006.pdf>.

Guillermo, M. (s.f). “La Ética es un compromiso interno más que un aspecto de Responsabilidad frente a la ley”. Consultado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/enciso_t_ef/capitulo3.pdf.

Gutiérrez, M. y Romero, M. (s.f). “La Importancia del Liderazgo Ético en las Organizaciones.” Consultado de

<https://arehuse.webs.ull.es/mesasdetrabajo/ponenciagutierrezyromero.pdf>.

Grajales, T. (2000). “Tipos de investigación. Consultado de: <http://tgrajales.net/investipos.pdf>.

Hernández, R. (2014). “Metodología de la Investigación”. 6° edición. México. Editorial Mexicana.

Herrera, J. (2008). “Empowerment”. Consultado de: <https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/01/empowerment.pdf>.

Ibáñez, M. (2011). “Gestión del Talento Humano en la empresa”. 1° Edición. Lima- Perú. Editorial San Marcos E.I.R.L.

Jaén, M. (2010). “Predicción del Rendimiento Laboral a partir de Indicadores de Motivación, Personalidad y Percepción de Factores Psicosociales”, Tesis para optar al grado de Doctor de la Universidad de Complutense de Madrid, Madrid. Consultado de: <http://eprints.ucm.es/10843/1/T31913.pdf>.

Jiménez, C. (2010). “El Valor de los Valores en las Organizaciones”. 3° edición. Venezuela. Ediciones Cograf comunicaciones. Consultado de: <http://www.libroscograf.com/valores/losvalores/elvalordelosvalores.pdf>.

Jaramillo, R. (2012). “Trabajo en Equipo”. Consultado de:

- <http://dgrh.salud.gob.mx/Formatos/MANUAL-DE-TRABAJO-EN-EQUIPO-2012.pdf>.
- Jericó, P. (2008). “Gestión del Compromiso.” Consultado de: https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8279/gcompromis_def_cast.pdf.
- Kisnerman, M. (2009). “Sistemas de Gestión: Calidad Medio Ambiente y Salud y Seguridad Ocupacional”. Consultado de: http://www.marcelokisnerman.com.ar/info/novedades_03.pdf.
- Maella, P. (2010). “Las Variables y las Conductas de la Eficacia Personal”. Consultado de: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-0174.pdf>.
- Maya, J. (2013). “Método para Lograr la Calidad en las Organizaciones”. Revista Punto de Vista, 5(8). Consultado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4776951.pdf>.
- Maxwell, J. (2001). “Los 17 niveles leyes incuestionables del Trabajo en Equipo”. Edición castellana: A&W Publishing Electronic Serviles, Inc. Estados Unidos. Editorial Caribe. Consultado de: <file:///C:/Users/Diana/Downloads/7CPM3T2-Maxwell-2001-17-leyes-incuestionables-trabajo-en-equipo.pdf>.
- Mertens, L. (1999). “La Medición de la Productividad como referente de la Formación-Capacitación articulada con el Aprendizaje Organizacional: una Propuesta Metodológica”. Consultado de: https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/edit/docref/medicion_capacitacion.pdf.
- Montuschi, L (2008). “Los Valores Personales y los Valores Corporativos en el comportamiento ético en la empresa. Consultado de: file:///C:/Users/Diana/Desktop/libros%20de%20pdf/MONTUSHI%20UISA%20Los_valores_personales_y_los_valores_corporativos%20PDF.pdf.
- Morales, C. y Masis, A. (2014). “La Medición de la Productividad del Valor Agregado: Una Aplicación Empírica en una Corporativa Agroalimentaria en Costa Rica”. Revista Tec Empresarial, 8(2). Consultado de: <file:///C:/Users/Diana/Downloads/DialnetlaMedicionDeLaProductividadDelV>

alorAgregado-4808514%20(5).pdf.

- Morán, G. y Alvarado, D. (2014). “Métodos de Investigación”. Consultado de:
<https://mitrabajodegrado.files.wordpress.com/2014/11/moran-y-alvarado-metodos-de-investigacion-1ra.pdf>.
- Pérez, M. (2010). “Diccionario de administración”. 6° edición. Lima-Perú. Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Recalde, H.; Cantero, W. y Jara, J. (2014). “Responsabilidad y compromiso social”. Consultado de:
http://www.fceunca.edu.py/application/files/2014/7827/1660/4._Responsabilidad_y_Compromiso_Social.pdf.
- Rivero, J. (s.f.). “Participación y Representación de los Trabajadores en la empresa”. Consultado de:
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/139/18.pdf>.
- Revilla, E. (2013). “Los Valores Organizacionales. El caso de un Instituto Pedagógico Público de Lima”, Tesis para optar el grado de Magister en educación con Mención de Gestión de la Educación de la Universidad Católica del Perú, San Miguel, Lima. Consultado de:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4624>.
- Rincón de Parra, H. (2001). “Calidad, Productividad y Costos: Análisis de Relaciones entre estos tres conceptos”. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 4(4). Consultado de
<http://www.redalyc.org/pdf/257/25700405.pdf>.
- Rodas, C. (2014). “Administración por Objetivos en la Empresa”, Tesis para optar el grado de Licenciada en administración de la Universidad de Rafael Landívar, Quetzaltenango. Consultado de:
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Rodas-Claudia.pdf>.
- Rosas, N. (2005). “Importancia de la Comunicación Efectiva en las Organizaciones”. Revista Prisma, 2(1). Consultado de:
http://www.cuft.tec.ve/publicaciones/barquisimeto/prisma/paginas/revista/prisma_2/espacio_arbitrado/teoria_y_metodos/Rosas_La_comunicacion_efectiva_en_la_o

rganizaci%F3n.pdf.

Rubio, L y Baz, V. (2004). “El Poder de la Competitividad”. Consultado de: http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL- Agosto_2004.pdf.

Santiago, R. (2008). “La Importancia de los Sistemas de Gestión de Calidad en Empresas Agrícolas”. Tesis para optar el título de Maestría de la Universidad Veracruzana, Veracruz-México. Consultado de:

<https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/rosa-leonor-santiago-carrillo.pdf>.

Santos, K. (2014). “Correlación de los Valores Organizacionales sobresalientes del Personal Administrativo de una empresa de Consultoría y Auditoría de Guatemala, por edad, género, religión y antigüedad laboral”, Tesis para optar el grado de Licenciada en Psicóloga Industrial/ Organizacional en el grado académico de Licenciada de la Universidad Rafael Landívar, Guatemala de la asunción. Consultado de:

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/42/Santos-Karen.pdf>.

Soria, R. y Pérez, A. (s.f). “Importancia de la Comunicación Organizacional como Factor de Efectividad Organizacional: El caso comparativo de tres organizaciones no gubernamentales en Jalisco”. Consultado de:

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/docs/62.pdf>.

Seigo, C. (2009). “Los Valores desde las Principales Teorías Axiológicas: Cualidades apriorísticas e independientes de las cosas y actos humanos”. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 34(28). Consultado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/1956/195617795007.pdf>.

Valbuena, M., Morillo, R., y Salas, D. (2006). “Sistema de Valores Organizacionales”. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 12(3). Consultado de: <http://www.redalyc.org/pdf/737/73712303.pdf>.

Velásquez de naime, Y., Rodríguez, C. y Guaita, W. (2012). “Los Valores Organizacionales: Referencia para la Evaluación de la Productividad”. Consultado de: http://oa.upm.es/19402/1/INVE_MEM_2012_139916.pdf.

Vélez, M. (2006). “El Proceso de Toma de Decisiones como un espacio para el Aprendizaje en las Organizaciones”. Revista Ciencias Estratégicas, 14(216). Consultado de: http://oa.upm.es/19402/1/INVE_MEM_2012_139916.pdf.

Yarce, J. (2009). “El Poder de los Valores”. 1º edición. Colombia. Editorial: Oficina de Publicaciones. Consultado de: <https://es.scribd.com/doc/16465411/El-Poder-de-los-Valores>.

Zamora, E. (2008). “Importancia de la Motivación de la empresa”. Tesis para optar el grado de Licenciada en Administración de la Universidad Veracruzana, Veracruz-México. Consultado de:
<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/28925/1/Zamora%20Salazar.pdf>.

Zorro, C. (2011). “Ética y Responsabilidad Social en el mundo Globalizado”. Revista *Éthique et économique/Ethics and Economics*, 8 (1). Consultado de:
<https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/4582/Sanchez.pdf>.

CAPITULO 8: APÉNDICE Y ANEXOS

ENCUESTA

Con la finalidad de describir los Valores Organizacionales que práctica la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. A continuación, se relaciona una serie de enunciados de los Valores Organizacionales y sus dimensiones hacia los directivos y colaboradores.

Por favor lea Usted de manera espontánea cada una de las preguntas y señale la opción que usted considera concuerde con su percepción, según la siguiente escala (Likert) de 1 a 5, en donde:

5= Totalmente de acuerdo

4= Parcialmente de acuerdo

3= Indiferente

2=Parcialmente en desacuerdo

1=Totalmente en desacuerdo

En la empresa los directivos son personas que:	5	4	3	2	1
1. ¿Considera importante la formación ética de los líderes para un buen ejercicio administrativo dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
2. ¿Usted respeta y práctica las normas y reglas de trabajo dentro de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C.?					
3. ¿El nivel de compromiso con los objetivos de la institución proponen mejoras en el sistema de comunicación interna dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
4. ¿Sus valores personales están comprometidos con los valores y la cultura de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
5. ¿Los objetivos de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., están en correspondencia con sus objetivos personales?					

6. ¿Está de acuerdo con la forma en que toman las decisiones los directivos en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C.?					
7. ¿Está de acuerdo que la eficacia es un logro para obtener el éxito de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., en el mercado laboral?					
8. ¿Está clara la idea que la medición de la productividad es importante para demostrar la eficacia en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
9. ¿Está de acuerdo que un sueldo alto es un claro indicativo del valor que tiene el trabajador para la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
10. ¿El equipo permite que las personas den su punto de vista para analizar un problema dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
11. ¿La participación de sus compañeros de trabajo, le permite realizar mejor sus funciones laborales dentro de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
12. ¿Se desarrolla en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., la comunicación interna como una actividad permanente y planificada?					
13. ¿Está de acuerdo que las evaluaciones de competencia sean observadas continuamente para el mejoramiento de la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
14. ¿Considera Usted que la Competitividad es un factor importante en la Gestión de Calidad en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					
15. ¿Ha incrementado la productividad de su empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C., por tener la calidad de sus productos?					
16. ¿Existe un gran rendimiento en la mano de obra para mayor productividad en la empresa Inversiones Servicios Fabri S.A.C.?					

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	POBLACIÓN Y MUESTRA	TIPO, NIVEL, MÉTODO Y	TÉCNICA - INSTRUM.
<p>¿Cuál es el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016?</p>	<p>Determinar cuál es el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.</p>	<p>No se incluye la hipótesis por el carácter descriptivo de la investigación y la naturaleza de la variable en estudio.</p>	<p>POBLACIÓN La población estuvo constituida por 60 colaboradores</p>	<p>TIPO DE INVEST. Básica</p>	<p>TÉCNICA Análisis documental y Encuesta</p>
	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p>			<p>NIVEL DE INVEST. Cuantitativa Descriptiva</p> <p>MÉTODO Deductivo</p>	
	<p>Evaluar el nivel de aplicación de los Valores Organizacionales en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.</p>				
	<p>Identificar las dimensiones predominantes de los Valores Organizacionales de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.</p>				
	<p>Conocer que indicador predomina en la Responsabilidad, dentro de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca - 2016.</p>				
	<p>Analizar que indicador predomina en el Liderazgo, dentro de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, año 2016.</p>		<p>MUESTRA No hay muestra, ya que se trabajó con toda la población.</p>	<p>DISEÑO No experimental de corte transversal</p>	<p>INSTRUMENTO Cuestionario</p>
	<p>Reconocer que indicador predomina en el Trabajo en Equipo, dentro de la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, año 2016.</p>				
	<p>Explicar que indicador predomina en la Calidad, en la empresa Inversiones y Servicios Fabri S.A.C. Barranca, año 2016.</p>				