



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

**Los valores personales y el clima organizacional en colaboradores de
un supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

AUTORA

Culqui Mas Melissa Jasmin

ASESOR

DR. Juan Bautista Caller Luna

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comportamiento organizacional

LIMA – PERÚ

2017

Página del jurado



Mgtr. Lincol Orlando Olivas Ugarte
PRESIDENTE



Dr. Juan Bautista Caller Luna
SECRETARIO



Dr. Ignacio de Loyola Pérez Díaz
VOCAL

Dedicatoria

A Dios, por todas las bendiciones que han llegado a mi vida.

A mi papá Justiniano por todo su apoyo, sus palabras de aliento siempre, y la motivación firme a ser cada día mejor; mi mamá por todas sus atenciones y mi hermana Yeymy.

Agradecimiento

A las personas que contribuyeron con sus valiosos consejos, críticas constructivas e intelectual para solidificar la presenta tesis.

Al Gerente del Supermercado Sr. Edwin Mendoza Maguiña, por el permiso para poder realizar la investigación.

A mi asesor de tesis Dr. Juan B. Caller Luna por su aplicada experiencia científica y apoyo en la corrección de la tesis.

A todos ellos, mi eterno agradecimiento.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Melissa Jasmin Culqui Mas, con DNI N° 44501276, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Humanidades, Escuela de Psicología, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño en veraz y auténtica.

Asimismo, declaro bajo juramento que todos los datos y la información que se presentan en esta tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de la información aportada. Por lo cual, acepto lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de octubre del 2017



Melissa Jasmin Culqui Mas
DNI: 44501276

Presentación

Señores miembros de Jurado:

Se presenta ante ustedes la tesis titulada: “Los valores personales y el clima organizacional en colaboradores de un supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración, esperando que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Psicología.

La Autora

ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación	vi
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad problemática.....	15
1.2. Trabajos previos.....	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	22
1.4. Formulación del problema	35
1.5. Justificación del estudio	36
1.6. Hipótesis	37
1.7. Objetivos	40
II.MÉTODO	43
2.1. Diseño de investigación	44
2.2. Variables, Operacionalización	45
2.3. Población y muestras	48
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ...	51
2.5. Método de análisis de datos.....	55

2.6. Aspectos éticos	56
III. RESULTADOS	57
IV. DISCUSIÓN.....	73
V. CONCLUSIONES.....	80
VI. RECOMENDACIONES.....	83
VII. REFERENCIAS	86
ANEXOS.....	96
Anexo 01. Matriz de consistencia	97
Anexo 02. Instrumentos de evaluación	100
Anexo 03. Coeficiente de Validación de V Aiken.....	103
Anexo 04. Jueces de expertos	105
Anexo 05. Carta de presentación	109
Anexo 06. Consentimiento informado	110
Anexo 07. Base de datos.	111
Anexo 08. Análisis psicométrico.....	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición operacional de la variable valores personales	47
Tabla 2. Definición operacional de la variable clima organizacional	48
Tabla 3. Clasificación de los participantes según género.	58
Tabla 4. Frecuencia de la muestra según tiempo de servicio	59
Tabla 5. Frecuencia de la muestra según estado civil	60
Tabla 6. Frecuencia de la muestra según de nivel de instrucción.....	61
Tabla 7. Niveles de valores personales	62
Tabla 8. Niveles del clima organizacional.....	63
Tabla 9. Pruebas de normalidad de las variables de valores personales y clima organizacional.....	64
Tabla 10. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la variable clima organizacional.	65
Tabla 11. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional	66
Tabla 12. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional.....	66
Tabla 13. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional.	67
Tabla 14. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional.	68

Tabla 15. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional	69
Tabla 16. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional.	69
Tabla 17. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional	70
Tabla 18. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional...	71
Tabla 19. Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional.	72
Tabla 20. Juicio de expertos del cuestionario de valores personales.	103
Tabla 21. Juicio de expertos del cuestionario de clima organizacional.....	104
Tabla 22. Estadística de fiabilidad valores personales (Piloto).	124
Tabla 23. Estadística de fiabilidad clima organizacional (Piloto).....	124
Tabla 24. Estadístico de fiabilidad valores personales	125
Tabla 25. Resumen del procesamiento de los casos.	125
Tabla 26. Estadísticos de fiabilidad por el método de dos mitades.....	126
Tabla 27. Estadísticos total-elemento	127
Tabla 28. Análisis estadístico de la prueba KMO y Bartlett del cuestionario de valores personales.	128
Tabla 29. Varianza total explicada del cuestionario de valores personales	129
Tabla 30. Estadísticos de fiabilidad clima organizacional	131

Tabla 31. Resumen del procesamiento de los casos.	131
Tabla 32. Estadísticos de fiabilidad por el método de dos mitades.....	132
Tabla 33. Estadístico total elemento.	133
Tabla 34. Análisis estadístico de la prueba KMO y Bartlett del cuestionario de clima organizacional.....	134
Tabla 35. Varianza total explicada.	134

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema correlacional).....	45
Figura 2. Representación gráfica de los participantes según género.	58
Figura 3. Representación gráfica de los participantes según tiempo de servicio. .	59
Figura 4. Representación gráfica de los participantes según estado civil.	60
Figura 5. Representación gráfica de los participantes según nivel de instrucción.	61
Figura 6. Niveles de valores personales.....	62
Figura 7. Niveles de clima organizacional.	63

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar si existe relación entre valores personales y clima organizacional, para ello, se trabajó con una muestra no probabilística de 210 colaboradores de un supermercado en San Juan de Lurigancho. La técnica utilizada fue la entrevista y cuestionarios. El cuestionario de valores personales de Schwartz y el de clima organizacional de Litwin y Stringer. El diseño de la investigación es no experimental, de corte transversal, descriptivo correlacional. Los resultados que se obtuvieron de la investigación presentaron un valor p (sig.) mayor a 0.05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y se acepta la hipótesis nula. En conclusión, no existe relación entre los valores personales y el clima organizacional; lo cual evidencia que los colaboradores no se identifiquen con el mismo. A causa de un cambio brusco del clima organizacional dentro de una empresa generaría conflictos entre los colaboradores evidenciado la falta de compromiso y valores personales dentro de misma la institución; así como sucedió años atrás de la venta de un supermercado nacional a inversionistas extranjeros. Asimismo, Schwartz (1994) identificó valores básicos reconocidos en toda sociedad; que sirven para la vida personal y social; explicando la toma de decisión individual, la actitud y el comportamiento ante determinada situación.

Palabras claves: valores, clima organizacional, cultura organizacional.

ABSTRACT

The present investigation had as objective to determine if there is a relationship between personal values and organizational climate, for that purpose, we worked with a non-probabilistic sample of 210 employees of a supermarket in San Juan de Lurigancho. The technique used was the interview and questionnaires. Schwartz's personal values questionnaire and the organizational climate of Litwin and Stringer. The research design is non-experimental, cross-sectional, descriptive, correlational. The results obtained from the research had a p (sig.) Value greater than 0.05, which indicates that the working hypothesis is rejected and the null hypothesis is accepted. In conclusion, there is no relationship between personal values and the organizational climate; which shows that the collaborators do not identify with the same. Because of a sudden change in the organizational climate within a company, it would generate conflicts between collaborators, evidencing the lack of commitment and personal values within the institution itself; just as it happened years ago from the sale of a national supermarket to foreign investors. Also, Schwartz (1994) identified basic values recognized in every society; which serve for personal and social life; explaining the individual decision making, attitude and behavior in a given situation.

Key words: values, organizational climate, organizational culture.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad no podemos negar la presencia de la globalización y lo que este genera con la evolución del proceso económico. En tal contexto, resulta de vital importancia conocer profundamente las características de los recursos humanos que forman parte importante en diversas organizaciones; con el fin de fortalecer el desarrollo empresarial. Se sabe, que el éxito de una organización está basado al talento humano, los rasgos y particularidades de las personas que laboran dentro de una organización; en los últimos años se ha prestado mayor atención a los recursos humanos, pues se considera que no solo representa la fuerza operativa y productiva, sino, más bien son el sustento del ejercicio y desarrollo del clima organizacional.

Por otra parte, Concalves (2000) planteó que el clima organizacional se vincula con las características y condiciones ambientales de la empresa las mismas que ocasionan tipos de comportamientos en los empleados. Además, Robbins (1998) indicó al entorno o clima organizacional como un ambiente múltiple, conformado por las instituciones y fuerzas externas que tienden a influir en su desenvolvimiento. En cuanto a nuestros autores nacionales consideramos a Palma (2004), quien define operacionalmente la percepción del trabajador con respecto a su ambiente laboral.

De acuerdo con la Organización para las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2016) menciona que los valores son una situación esencial para descubrir la cosmovisión de cada individuo así como su contexto, en cada país, grupo cultural, el individuo debe lograr el talento de identificar sus propios valores y evaluarlos en el contexto de la sostenibilidad. Además, Rokeach (1973) definió a los valores como la “afirmación superviviente de un tipo de comportamiento o el resultado de un evento personal o socialmente preferible”. Por otra parte, Hernández, Machado y Quintana (2016) mencionan que el valor, es una estimación de un objeto, un principio; es ubicar y decidir lo que es más importante de un determinado momento. Los conocimientos, aptitudes y valores se adquieren

como resultado de la realidad en que cada sujeto vive y el desarrollo histórico social alcanzado en una época determinada.

Asimismo, según la Organización Internacional de Trabajo (OIT, 2017) informa sobre el Plan SCORE que es un programa mundial de formación y asistencia técnica desarrollado por la OIT para mejorar las condiciones de trabajo de los trabajadores y su productividad en las empresas mediante la implementación de sistemas de gestión empresarial sostenibles basados en la cooperación en el lugar de trabajo. Desde 2013 el programa se implementa en Perú en coordinación con los gremios empresariales CONFIEP, AGAP y ADEX en el sector agroexportador. El proyecto cuenta con el apoyo de la Agencia Noruega de Cooperación para el Desarrollo – NORAD y la Cooperación Suiza – SECO.

Además, El Ministerio de Trabajo (MINTRA, 2017) menciona que la satisfacción laboral es un indicador de una mejora de la calidad de vida del trabajador. Asimismo, una mayor satisfacción laboral se verá reflejada en una menor reducción del estrés y una mayor motivación en el trabajo.

En el 2008 la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), realiza un estado de opinión pública en donde muestra una encuesta referente a los valores en los peruanos siendo los resultados paradójicos pues nos consideramos orgullosos de lo nuestro pero también “vivos” para realizar nuestras actividades en muchos casos sin respetar a nuestro compañero. Por ello, inicia esta investigación para corroborar dicho estudio que se realizó en el 2008 por la PUCP y dar aportes para el plan SCORE de la OIT; con el fin de poder dar un aporte al crecimiento empresarial peruano, respondiendo la siguiente preguntas ¿Los valores personales influyen en el clima organizacional?; y asimismo realizar la correlación de los valores personales y el clima organizacional. De acuerdo a las teorías sobre el clima organizacional los valores personales vendrían a ser un factor clave para el buen desempeño y productividad de la empresa.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional tenemos:

González (2013), en su investigación: “Los Valores tradicionales de género y la valoración de la sexualidad entre jóvenes de secundaria de la Ciudad de México”. Siendo el objetivo central averiguar si un grupo de jóvenes estudiantes de secundaria de la Ciudad de México imitan o no los valores tradicionales, para ello se destinaron un cuestionario llamado “opiniones y valores sobre los roles y género en la sexualidad, en la familia y en la sociedad” a escolares de secundaria en las zonas más populares, recogiendo el sentir de 856 jóvenes; La información obtenida se estudió utilizando un análisis descriptivo bi-variado, las principales evidencias muestran que los jóvenes arrancan de manera importante las visiones tradicionales de género y sexualidad. Dentro de los resultados podemos encontrar que respecto a los géneros los jóvenes y las señoritas principalmente las de sexo femenino, poseen mayor claridad referente la igualdad entre hombres y mujeres y le restan valor a lo que antaño marcaba fuerte distinción entre los derechos y obligaciones de un género y otro. Sin embargo tenemos un concepto que por más época moderna que nos encontremos, aún persisten ideas tradicionales como el que la principal del hombre casado es de proveedor y que la mujer no debe ser independiente económicamente del esposo.

Pol (2015), en su investigación: “La influencia de los valores personales en la gestión del conflicto a través de la negociación, por la Universidad de Sevilla”, usando una investigación no experimental, descriptivo, de corte transversal y correlacional trata de reflejar la necesidad de analizar los valores y aspectos personales y como estos condicionan el comportamiento del sujeto para el manejo de conflictos que se puede presentar en el común de los días. Por lo cual busca determinar la influencia de los valores y la relación con su entorno, todo ello de acuerdo a la Escala de Valores de Rokeach y el Cuestionario Rahim Organizacional Conflict Inventory – II (ROCI – II) Estilos de gestión de conflicto, aplicados a una población de 518 participantes. Los resultados del análisis son los siguientes: Integración $r_s = ,227$ (sig. 0.00) < 0.05; Dominación $r_s = ,283$ (sig. 0.00) < 0.05; Evitación $r_s = ,044$ (sig. 0.002) < 0.05; Servilismo $r_s = ,084$ (sig. 0.00) < 0.05;

Compromiso $r_s = ,070$ (sig. 0.00) < 0.05. Por lo tanto, la autora concluye de los resultados, existe la relación entre los valores personales y los estilos de gestión de conflicto. Además refiere que para una adecuada gestión del conflicto se debe destacar los valores personales, y la factibilidad para una ideación estratégica.

Banegas y Cardona (2017), en su trabajo de investigación titulada: "Incidencia del clima organizacional en la motivación de los empleados de la Universidad Católica de Cuenca". Tuvo como objetivo determinar la incidencia del clima organizacional en la motivación de los empleados. Para diagnosticar el clima organizacional se aplicó un cuestionario denominado CLIOUNing y para la motivación se utilizó el cuestionario de Ancona, Camacho y García (2012). El análisis de fiabilidad de los cuestionarios presentó un coeficiente de Alfa de Cronbach para la escala de clima organizacional y de motivación laboral de 0,869 y 0,914. Los resultados evidencian que el clima percibido por el personal que participó fue favorable, en el caso de la motivación laboral se reportó un nivel muy favorable; ambas variables fueron medidas de un continuo. Finalmente, el estudio demostró que existe una relación positiva moderada que es significativa al nivel de $p < 0,01$, entre clima y motivación, sin llegar a un sentido de causalidad.

Cuicas, Rovero, Rivas y Rivas (2017), en su investigación que lleva por título "Valores personales y organizacionales de los estudiantes del núcleo LUZ - COL". El objetivo fue determinar la relación entre los valores personales y organizaciones de los estudiantes. La muestra estuvo conformada por 361 alumnos de los programas de Ciencias Económicas y Sociales (206), del programa de Ingeniería (108) y del programa Humanidades y Educación (47), los cuales desarrollaron dos cuestionarios tipo encuesta: 1) Con 18 ítems para medir los valores personales y 2) Con 12 ítems para medir los valores organizacionales, ambos con escala de medición de frecuencias; dicha investigación fue de tipo descriptiva correlacional,, que evidenció un valor ($r = 0.88$) que indicó un asociación positiva considerable entre las mismas. A lo que los autores concluyen que existe una considerable relación entre los valores personales y los valores organizaciones de los estudiantes.

Rodríguez (2017), en su investigación que lleva por título: “Las relaciones interpersonales y el clima organizacional de los trabajadores de una empresa. Ambato – Ecuador”. Siendo su objetivo determinar la incidencia de las relaciones interpersonales en el comportamiento organizacional. La población fue un total de 33 trabajadores, el tipo de investigación es de nivel exploratorio descriptivo correlacional, utiliza la técnica con el instrumento cuestionario estructurado de Litwin y Stringer, para la verificación de la hipótesis de trabajo, se utilizó el nivel alfa $\alpha = 0.05$, es decir, 95% de confianza y un 5% de margen de error. La investigación permitió comprobar que las relaciones interpersonales afecta directamente la comunicación entre los trabajadores limitando lazos de amistad por ende daña el buen desempeño del clima organizacional.

A nivel nacional tenemos:

Perez y Rivera (2013), realizaron una investigación titulada “Clima organizacional y satisfacción laboral en trabajadores del Instituto de investigaciones de la Amazonia Peruana”, periodo 2013 que tuvo como objetivo detallar la relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral en trabajadores del instituto de investigaciones de la Amazonia Peruana. La muestra contó con la participación de un total de 148 colaboradores. El tipo de investigación es descriptivo correlacional, para lo cual se, utilizaron como instrumentos de Clima Organizacional y de Satisfacción Laboral de Price, esta última adaptada al contexto peruano. Los resultados obtenidos de la investigación presenta una correlación $r_s = 0.419$; $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Por lo tanto, se estableció una apropiada correlación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. Además, se encuentra una vinculación causa efecto favorable entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral.

Castro (2014), en la tesis titulada: “Clima organizacional y Rotación de personal en la empresa Supermercados Peruanos – Plaza Veja Valle Hermoso Surco”. El objetivo se basó en encontrar la relación entre el clima organizacional y la rotación de personal en la empresa de Supermercados Peruanos. Utiliza el tipo de estudio descriptivo correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal. Con una población de 100 trabajadores. Para realizar la medición la

investigadora construye en base a la observación un cuestionario tipo Likert los mismos que fueron validados por una junta de expertos y de confiabilidad aceptada por el alfa de Cronbach. Siendo las conclusiones, que se logra identificar el vínculo de la autonomía individual y la rotación de personal, además que se debe tomar en cuenta la participación de los colaboradores para la toma de decisiones con el fin de mejorar el ambiente y aumento de la productividad, de tal forma tenga a un colaborador motivado que conlleva a realizar con responsabilidad sus funciones para el logro de las metas determinadas.

Bravo (2015), en su investigación denominada: "Clima organizacional y satisfacción laboral en una empresa industrial de Lima". Con el objetivo centrado en precisar y analizar si existen diferencias entre el clima organizacional y satisfacción laboral en la empresa industrial de Lima. La muestra estuvo constituida por 175 colaboradores que oscilan entre los 22 a 64 años. Los instrumentos utilizados fueron: Escala de Clima Organizacional (CL-SPC) y la Escala de Satisfacción Laboral. El estudio fue descriptivo exploratorio transversal, utilizando un análisis descriptivo correlacional. Los resultados mostraron que existe una asociación positiva y directa entre percepción favorable del clima organizacional y la satisfacción laboral, tiene una correlación de $r_s = 0.51$ ($p < 0,05$) en el grupo total. En conclusión, tal como se mencionó anteriormente, no existen diferencias significativas en relación a esta variable.

Parillo (2015), en su investigación "Clima organizacional y desempeño laboral de los docentes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez". La tesis tuvo como objetivo determinar qué tipo de correlación existe en clima organizacional y desempeño laboral entre docentes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez. Para ello se tomó una muestra de la población total de docentes nombrados y contratados. El tipo de investigación es descriptiva correlacional. Los instrumentos que se utilizaron fueron elaborados y validados, se aplicó un cuestionario de 50 ítems de Sonia Palma para la variable clima organizacional y en la variable desempeño laboral se aplicó un cuestionario de 19 ítems. Los resultados que se obtuvieron fueron que existe correlación directa (alta y positiva; $r = 0.91$) donde rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna. En

conclusión la autora refiere, donde un clima organizacional desfavorable, tendrá como resultado un desempeño laboral insuficiente de los docente de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.

Riveros (2016), en su tesis: “Valores Personales y Clima Organizacional en Docentes de un instituto de Educación Superior de la Ciudad de Lima”. Determinar la relación de los valores y el clima organizacional con la finalidad de conocer y correlacionar las variables. La muestra estuvo conformada por 100 docentes entre 44% varones y 56% mujeres cuyas edades fluctúan entre 30 y 65 años pertenecientes a la facultad de gestión. El tipo de estudio es descriptivo correlacional. Se emplearon los siguientes cuestionarios: Portrait Value Questionnaire de Shalom Schwartz, Cuestionario de Clima Organizacional de Litwin y Stringer y una encuesta de datos sociodemográficos. Los resultados obtenidos de la investigación señala a nivel e correlación $r_s = .07$, $p > 0.01$. Se concluye que el estudio se demuestra que no existe relación entre los valores personales y el clima organizacional salvo algunas áreas en la muestra de docentes de una Institución de Educación Superior; puesto que, se ha encontrado que si hay una correlación significativa entre los valores: poder, autodirección, universalismo, estimulación y tradición con todas las dimensiones de clima organizacional.

Alva (2017), realiza una investigación que lleva por título: “Relación del clima organizacional y la motivación en trabajadores de una empresa aduanera del Callao” Su objetivo se basa en determinar cómo se relacionan el clima organizacional y la motivación en trabajadores de una empresa aduanera del Callao. El tipo de estudio es no experimental y transversal. La población que participó en la investigación fue de 39 trabajadores. Los instrumentos que se emplearon fueron el cuestionario de clima organizacional y la escala de motivación. El resultado obtenido en la correlación $r = 0.733$ y el valor $p < 0.05$. En conclusión, la relación de las variables clima organizacional y el desempeño de los colaboradores es positiva y directa. Esta relación también se encuentra entre el clima, y la eficiencia.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Visión Gestalt

La corriente Gestalt nos indica que se basa en una reflexión sobre “lo vivido” afirmando que; en la percepción humana la totalidad es experimentada antes que las partes que la componen. La Gestalt o forma, vendría a ser el modo en que las partes se ubican en el todo. (Koffka, 1922).

Lewin (1951), crea el concepto de campo psicológico con el fin de explicar la interacción de fuerzas que brotan de los sujetos y las influencias sociales. Dicho campo psicológico es una totalidad dinámica, que manifiesta el estado de relación de la persona con su entorno en un momento determinado. Incluyendo sus percepciones y desmotivaciones. En cada situación se combinan influencias que generan estados de tensión los que provocarían nuevos comportamientos.

Valores

El fundamento de la axiología viene a ser la ontología. Para la axiología descendemos hasta el “ser” un valor según Rokeach (1973), es una creencia relativamente permanente de un modo de conducta particular y socialmente preferible a modos alternos de conducta.

En la filosofía de los valores propuesta por Kant (1764), durante la edad media que describe los valores como adjetivos o cualidades independientes de las ideas y los objetos, identifica el valor moral con la moralidad misma, en el sentido de legalidad (ley moral).

Desde otro punto de vista tenemos al subjetivismo, iniciado por Meinong (1894), quien plantea que un objeto tiene valor en tanto posee la capacidad de suministrar una base afectiva a un sentimiento de valor. En otras palabras, El Subjetivismo da a entender que los objetos existe solo en el sujeto que lo percibe y él es quien otorga valor a las cosas o situaciones; si cada quien puede poner valor a las cosas, se da por entendido que existen valores particulares, y esto puede generar muchos desacuerdos entre las personas. Por ejemplo, el apreciar un

cuadro de pintura, o algún tipo de arte, entre dos personas sencillamente tendría diferentes apreciaciones hacia esta.

Asimismo, tenemos a Ehrenfels (1897), que menciona que el fundamento de los valores hay que buscarlo en el apetito, en deseo. Es decir, que es valioso lo que deseamos o apetecemos; el apetito y el deseo son las bases fundamentales son los que confieren valor a las cosas.

En cambio, Brentano (1874), da inicio a la corriente objetivista, donde afirma que los valores son objetos ideales que van más allá de la experiencia. Además, propone la idea de “intencionalidad” o de tendencia de una persona hacia un objeto. Por otro lado, la intencionalidad, el dinamismo de tener hacia, característica a la conciencia y todo acto psíquico. En otras palabras; El Objetivismo manifiesta que los valores existen por sí mismos, independientemente de ser o no percibidos por el hombre. Considera que los valores no cambian con el tiempo, si no que permanece, por ello, se supone que los valores universales se pueden considerar como objetivos. Se supone que por ello la Solidaridad es un valor universal ya que si vemos que una persona requiere ayuda, inmediatamente la reacción es ir a ayudarla.

Además, Barton (1926), en su teoría general del valor, usa un nuevo concepto: el de “interés” para el autor el interés radica en la actitud afectiva motora a favor o en contra de un objeto. Asimismo, esta actitud afectivo motora es la que confiere el valor al objeto y no viceversa. Por lo tanto, representa tanto al deseo como a la aversión, a la búsqueda como el rechazo, al gusto como al resentimiento.

Otro autor distinguido de esta corriente es Husserl (1999) quien plantea el tema del apriorismo y objetivismo axiológico, según el cual el valor se halla en el sentimiento, sino que es sentido, percibido, en el valorar. Además, el valor se experimenta, pero no se inventa por el sujeto valorante.

Asimismo, Scheler (1973), postula que los valores son cualidades independientes e inmutables, razón y sólo se nos revela en el “percibir sentimental”,

es decir, en el preferir amar, odiar, etc. Según los conceptos de este autor el criterio de preferencia que nos permite establecer la jerarquía de los valores se hace, a priori, sobre una base emocional. Además, en el mismo año establece cinco criterios que nos permiten determinar el orden axiológico. Durabilidad: se refiere a la permanencia de los valores en un período. Divisibilidad: los bienes materiales se pueden apartar a las personas pero los espirituales tienden a empalmar. Fundación: existe una relación de filiación pues algunos valores están implantados en otros. Profundidad de satisfacción: cuando un valor produce un estado de sensación de armonía. Relatividad: cuando un valor es menos relativo, generalmente es más duradero, menos divisible y tiene un profundo contenido.

Desde una perspectiva social, Kluckhohn (1951), mantiene que un valor es un pensamiento explícito de un individuo o característica de un grupo, sobre lo codiciado, que interviene en la elección de moderaciones, portes e intenciones aprovechables de acción. Además él desarrolló una teoría sistemática de los valores en el marco del estructuralismo funcional. Desde esta perspectiva el valor se define como una concepción, explícita o implícita, propia de un individuo o grupo, de algo que merece ser deseado y que influye en la elección de posible fines y modos de acción. Los valores son comprobados y verificados por los acontecimientos y los fenómenos reflejando la esfera existencial.

En tanto Frondizi (1968), indica que el valor es una condición estructural que sale de la reacción de un sujeto frente a pertenencias que se encuentran en una esencia, esto quiere decir que el valor es algo básico relacional. No se habla de una organización, sino de una cualidad estructural que surge de la reacción de un sujeto frente a propiedades que se hallan en un objeto. Como lo menciona el autor; los valores son propiedades, cualidades sui generis, que poseen ciertos objetos llamados bienes. Por otra parte, esa correlación no se da en el vacío, sino en una situación física y humana determinada.

En año (1951) Allport, Vernon y Lindzey elaboraron un cuestionario en el que se describía diversas situaciones, para poder analizar los juicios preferenciales y medir el grado en que éstos estaban determinados por los diferentes tipos de

valores e intereses. Que son los siguientes: Teórico: hacen referencias al acumulado de valores que se expresa en las preferencias de las personas por el mundo de ideas y del conocimiento. Económico: preferentemente orientado por aquello que es útil, fundamentado en la en la satisfacción de necesidades corporales incluidas también las necesidades sociales. Estético: orientado por el valor de la armonía y la forma, valorando la vivencia con la personas y los objetos desde el punto de vista de la belleza. Social: es el valor central dirigido a su propia conveniencia. Político: guiado por la búsqueda de obtención de poder, pues buscan el prestigio y reconocimiento social. Religioso: se rige y se orienta ante todo a la búsqueda de la unidad, identificado con una entidad sobrenatural y superior.

Para Hartman, DesJardind y Espinoza (2014), señalan la axiología (del griego axios, “valor”) es el estudio de los valores. Por ejemplo, la sociedad se ocupa de los valores sociales; la estética, de los valores estéticos; la economía de los valores económicos y la moralidad y la filosofía moral se encargan de los valores morales. Sin embargo, se centraliza en este último uso del concepto de valores, refiriéndose a una clase de estándares implicados en la regulación de comportamiento que una persona acepta o que una colectividad reconoce como guía de conducta y modales.

Locke (1984), planteo que cuando el individuo visualiza algún hecho u objeto de la realidad, esta observación es procesada cognitivamente y en este proceso los valores ayudan a interpretar al individuo lo que ve, de forma tal que si el objeto tiene una importancia significativa para el sujeto (importancia asignada por su valores) éste experimentará una intensa emoción que bien puede ser positiva o negativa. Establece que los valores son elementos mediadores en los procesos motivacionales ya que transforman las necesidades en metas e intenciones.

Además, Schwartz y Bilsky (1987) generaron un concepto operativo universal acerca de los valores, incorporando en ella cinco características que formalmente estaban contenidas en la mayoría de la definición conocida y que, teóricamente, hacen más comprensible su presencia en el sujeto humano. Por lo tanto, para ambos autores un valor es: El concepto que tiene un individuo de un

objetivo (terminal – instrumental) transituacional, que expresa intereses (individuales – colectivos o ambos) concernientes a un dominio motivacional (placer, poder, etc.) y que es evaluado en un rango de importancia (muy importancia – sin importancia) como principio de su vida. De acuerdo con esta definición, cada valor se puede caracterizar respecto de cinco facetas o aspectos que le son propios: (a) un concepto o creencia, (b) que atañe a situaciones finales o comportamiento deseables, (c) trasciende situaciones específicas, (d) guía selecciona y evalúa comportamientos y eventos (e) están ordenados entre sí por importancia relativa.

Por otro lado, Locke (1991) afirma que los valores van a mediar los procesos de la motivación, por ello se transforman las necesidades en metas a lograr e intencionalidad; éstos se darán en forma consciente, tomando en cuenta que se tenga una representación mental sobre los valores, por otro lado, el autor asocia que las metas pueden percibirse como valores aplicables a diferentes situaciones específicas, pero también destaca la influencia de la autoeficacia.

Según Braithwaite y Scott (1991) indican que desde la década de los años 50 se conceptualizan los valores básicos. Valores son creencias, cognitivas que están estrechamente vinculadas para afectar en el comportamiento humano. Cuando los valores entran en juego se implican junto a los sentimientos. Las personas se sienten amenazadas si la independencia de sus valores se ve afectada; se sienten desesperadas cuando se sienten incapaces de protegerlas; son felices si lo pueden hacer y expresarlas. Por ello, los valores tienen capacidad de trascender acciones y situaciones concretas. Tal es el caso, por ejemplo, de la honestidad o la obediencia, valores que son relevantes en distintos ámbitos como la escuela, el trabajo. Es una característica diferencial con respecto a otros atributos como las normas o las actitudes que están ligadas a ámbitos concretos de la actividad humana.

Asimismo, Judge y Bretz (1992) en su estudio de valores aplicado a un ámbito laboral de una manera personalizada nos sirve para entender mejor y también hace que sea más digerible los procesos de reclutamiento y selección,

formación de equipos, comprensión de la satisfacción laboral; considerando a los valores como guías de conducta e influencia ante las percepciones, ello estaría conectado directamente con el sentirse a gusto o no con el clima organizacional.

Además, Guédez (2002) refiere lo siguiente: Los valores se dividen en nucleares y universales, además son inherente de la esencia humana, es influyente ya que se liga a la cultura de las organizaciones emergentes, que surgen como respuesta a los cambios recurrentes, que son los que pierden vigencia debido a los cambios en el entorno. Por su parte clasifica, los valores en (a) centrales, que son compartidos por el conjunto de una población independiente del género, edad o grado de estudio; (b) específicos, que corresponden a categorías particulares de personas, como podrían ser los miembros de una clase social, una etnia o un grupo civil.

Además de Robbins y Judge (2013) que mencionan que los valores son convicciones que a nivel personal y social hacen que uno prefiera una cosa y rechace otra, de acuerdo a nuestra idiosincrasia sobre lo bueno, lo correcto; así también se plantea su importancia para el estudio del comportamiento organizacional ya que con estos se puede comprender el porqué de las actitudes y motivación de las personas, puesto que repercuten en la percepción. Cabe mencionar que según estos autores las personas ingresan a la organización con los conceptos de valores preconcebidos de lo que “debe ser” y lo que “no debe ser” por eso influye en sus actitudes y comportamiento.

Según Angelucci, et. al., (2009) son varios los autores que a lo largo de la historia se han dedicado al estudio de los valores y la forma como se involucra con el individuo. Mencionan que los valores pueden ser investigados desde su conceptualización, jerarquización, medición; haciendo distinción de los valores personales versus los colectivos y también se estudia la relación entre este y otros conocimientos como normas, conductas, y juicios morales. De la misma forma, indican el interior de sus emociones y compromisos para contemplar, los valores como virtudes y responsabilidades fundamentales relacionados con las conexiones existentes.

Asimismo, Robbins y Judge (2013) indican que los valores representan convicciones fundamentales en clima organizacional “a nivel personal y social, cierto modo de conducta o estado final de existencia es preferible a otro opuesto o inverso. Contiene un elemento criterio que incluye ideas personales sobre lo que es correcto, bueno o deseable. Los valores tienen atributos tanto de contenido como intensidad. El atributo de contenido que establece que un modo de conducta o estado de existencia es importante.

Los mismos mencionan que los valores tienden a ser relativamente estables y permanentes. Una parte significativa de los valores que tenemos se establece en nuestros primeros años de vida: gracias padres, maestros, amigos y otras personas. Cuando niños, se nos dice que ciertos comportamientos o resultados siempre son deseables o siempre son indeseables: hay pocas áreas indefinidas. Desde luego, si cuestionamos nuestros valores podrían cambiar, pero lo más común es que se vean reforzados. Importancia de los valores, los valores son esenciales para entender las actitudes y la motivación de las personas, y también influyen en nuestras percepciones. Los individuos ingresan a una organización con nociones preconcebidas acerca de lo que “debe ser” y lo que “no debe ser”.

Por otro lado, Etkin (2012) menciona que, en el plano del individuo, el conocimiento y la práctica de los valores humanos y sociales forman parte de su “arte de vivir” en la disposición, consecuente de su responsabilidad en el conjunto. Es trabajar en un marco de proceso y relaciones que se complementan pero que también incluye intereses y fuerzas contradictorias. En esta realidad compleja se plantea la cuestión de la dualidad entre valores éticos y políticas de la empresa. Puede presentar distintas funciones y significados en el discurso según el contexto. A nivel de organizaciones permiten proyectar todas las competencias no solo satisfacer las necesidades básicas sociales de las personas y de la organización sino también a la creación de un nuevo compromiso social fundado en principios y valores éticos, que integra la responsabilidad social en un proyecto de vida compartida y valiosa.

Modelo de valores personales según Schwartz

Schwartz (1994) identificó un conjunto completo de valores básicos reconocidos en todas las sociedades y los definió como metas que trascienden las situaciones y van a ser diferentes en nivel de importancia; sirviendo para la vida personal y social, también sustentó que están inmersos en un sistema coherente que se puede ayudar a explicar la toma de decisiones individual, las actitudes y el comportamiento. Asimismo, los valores son universales puesto que guían la existencia humana con la que tiene que lidiar en cuanto a sus necesidades como seres biológicos, sociales, conductual y social.

En un inicio, Schwartz (1992) afirmó que la mayoría de los científicos sociales consideran como valores arraigados o motivacionales que los guían a justificar o explicar sus actitudes, normas, opiniones o acciones, además plantea que existe un consenso sobre la forma más útil para conceptualizar los valores básicos:

- Los valores como creencias, estructuras cognitivas estrechamente vinculadas con las emociones;
- Los valores como objetivos deseables a alcanzar;
- Al trascender a las acciones y situaciones específicas, por ejemplo valores relevantes en el centro de labores, la política, la escuela, los distingue de los conceptos más estrechos como las normas y actitudes;
- Como normas o criterios que guían la selección o evaluación de acciones políticas, personas, etc.;
- Al ser clasificadas por la importancia relativa el uno al otro, constituye un sistema de prioridades de valor para finalmente darle la importancia relativa de la serie de valores pertinentes que guían la acción. Siendo cualquier actitud o comportamiento que tiene implicancia para varios valores; por ejemplo, asistir a la iglesia pudiera expresar y promover la tradición, la conformidad, la seguridad y los valores de benevolencia para una persona pero a expensas de los valores del hedonismo, la autonomía y la estimulación.

Posteriormente, Schwartz (1994) clasificó diez dimensiones, partiendo de tres requisitos universales de la condición humana, tales como las necesidades biológicas, sociales, de supervivencia y bienestar de grupos resultando lo siguiente:

- Autoridad o poder relacionado con el estatus social y prestigio, control, dominio sobre las personas y/o recursos (poder social, autoridad, riqueza)
- Logro: relacionado al éxito personal como resultado de la demostración de ser competente a través de los estándares sociales, reflejados en valores de autodirección (éxito, capacidad, ambicioso, influencia)
- Hedonismo: búsqueda de obtención de placer, gratificación personal (placer, disfrute de la vida);
- Estimulación: referido a innovar y tener retos en la vida (atreimiento, vida variada, vida emocionante);
- Auto – dirección: elección independientemente de actos y pensamientos, toma de decisiones y la acción, creación y exploración como son: la creatividad, libertad, elegir sus metas;
- Universalismo: relacionado a comprender, ser tolerante, apreciar y proteger a la gente y naturaleza, involucrando la justicia para los demás y sobre su naturaleza (mentalidad abierta, sabiduría, justicia social, equidad, buscar que haya paz, belleza, unidad en el mundo, protección del ambiente);
- Benevolencia: preservar y engrandecer el bienestar de las personas con las que tenemos contacto, incluye ayuda, honestidad, perdón, lealtad, responsabilidad;
- Tradición, respeto, compromiso, aceptación de costumbres de la cultura o religión (humildad, aceptar parte de mi vida, devoción, respeto por la tradición, moderación)
- Conformidad: restricción a las acciones, impulsos que pueden perjudicar o incomodar a otros cumpliendo pautas socialmente aceptadas (cortesía, obediencia, autodisciplina, honra a los padres y mayores);
- Seguridad: implica conseguir, armonía y estabilidad social en distintas relaciones interpersonales y con uno. (familia, seguridad, seguridad nacional, orden social.

Asimismo, Borg, Groenen, Jehn & Schwartz (2011) plantean que las fuentes sociales influyen en las diferencias individuales en cuanto a las prioridades de valor, cultura, instituciones sociales y experiencias individuales, porque proporcionan oportunidades para expresar o alcanzar valores y limitaciones particulares; por ende los individuos adaptan sus prioridades de valor, de modo que sean compatibles con las oportunidades y limitaciones que se enfrentan; así pues las comparaciones de las prioridades de valor de los grupos que difieren según el país, el ingreso, la edad, el sexo y la ocupación apoyan a este razonamiento. Así también, Schwartz, menciona que las prioridades de valor pueden derivar de los esfuerzos de la gente para entender, describir o justificar sus necesidades o rasgos dándoles etiquetas de valor socialmente aprobados por ejemplo el amor puede reflejar en parte una necesidad transformada por el sexo, o valoración de los logros puede ser una transformación de rasgo de agresividad socialmente aprobado.

Clima Organizacional

Según Forehand & Von Haller (1964) lo definen como todo aquello que describe a una organización, son relativamente duraderas e influyen en el comportamiento de las personas también es multidimensional conformado por un grupo de características que describen a la organización. Se convierte en un prodigio meramente perceptual, haciendo que puedan existir muchos climas organizacionales en una misma organización, dependiendo del punto de vista del colaborador. Este concepto recoge desde las características de la organización como esquemas cognoscitivos y las percepciones sumarias; pues tiene ventaja al permitir investigaciones que estarían focalizadas en gran parte en el nivel individual.

Asimismo, Taguiri (1968) refiere que “el termino clima organizacional comenzó a formarse pública a finales de la década de 1960” (p.11); también ofrece sinónimos como “atmosfera, condiciones, cultura y ecología” (p.12). Estas definiciones están dirigidas a la esencia, de las organizaciones como un organismo, que es percibido por sus miembros, así como cobra sentido para las personas externas a la organización; no obstante, también se refiere a la calidad de ambiente interno. Según el autor el clima organizacional o normas formales o informales, valores y conducta asociada relativa a la administración de la organización se

diferencian del clima social como un término genérico del cual los climas organizacionales forman partes interaccionadas.

Por su parte, Concalves (1998) mencionan el clima organizacional está compuesto por dimensiones y estructuras, como: el tamaño, la forma de interactuar, el estilo de liderazgo, etc. Que va a generar un matiz que se influencia en los trabajadores. Refiriéndose básicamente a los procesos de interacción que los individuos desarrollan en grupo. Por lo tanto, los factores organizacionales dependen de las percepciones del trabajador y a su vez éstas dependen de las actividades, interacciones, entre otras experiencias.

Además; Weyner, et. al., (2012) señalan que la cultura y el clima organizacional se enfocan en la forma como los colaboradores ven, interpretan y dan significado a su entorno elaborando explicaciones para describir, ordenar y analizar los hechos en la organización; cabe resaltar que clima antes que cultura históricamente.

Clima organizacional según Litwin y Stringer

El modelo de Litwin y Stringer (1968) sostiene que el clima es una forma de medir cómo repercute el ambiente en que los colaboradores se motiven, en forma cuantitativa.

Asimismo, Litwin y Stringer (1968) presentan nueve dimensiones que explicarían el clima existente en una determinada empresa. Cada una de estas dimensiones se relaciona con ciertas propiedades de la organización, tales como:

- Estructura: La medida en que la organización enfatiza en la burocracia;
- Responsabilidad: Implica la autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo;
- Recompensa: Percepción sobre la equidad y justicia en cuanto a la gratificación recibida por el trabajo bien hecho;
- Desafío: Sentimiento de desafío propio de trabajo;
- Relaciones: Es la percepción de los colaboradores sobre la existencia de un ambiente de trabajo grato que concibe buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados;

- Cooperación: Sentir de los miembros con respecto a ayudar de parte de los directivos y de otros empleados del grupo.
- Estándares: Percepción acerca del énfasis que pone la organización sobre las normas de rendimiento.
- Conflicto: Sentimiento, tanto de pares como superiores, de aceptar las opiniones discrepantes y no temer enfrentar y solucionar los problemas.
- Identidad: Es el sentimiento de pertenencia a la organización.

El clima organizacional según el tratadista Robbins (2004) conceptualiza al clima organizacional como un campo de artículo en el que indaga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones.

Asimismo Robbins (2004) explica que el clima organizacional estudia “tres determinantes del comportamiento en las organizaciones: individuos, grupos y estructura. Además, el clima organizacional aplica el conocimiento obtenido acerca de los individuos, los grupos y el efecto de la estructura en la conducta, con la finalidad de que la organizaciones funcionen mejor”.

Además, Robbins y Judge (2013) estos estudiosos conceptualizan al clima organizacional “es un campo de estudio que investiga el efecto que los individuos, grupos y estructura tiene sobre el comportamiento dentro de las organizaciones con el propósito de aplicar dicho conocimiento para mejorar la efectividad de las organizaciones”.

Por otro lado, Segredo (2013) menciona a Halpin y Crofts quienes definieron al clima organizacional como la opinión que el trabajador se forma de la organización. Se considera por los investigadores que el ambiente laboral está constituido por tres determinantes: (a) El general: Integrado por los aspectos económicos, sociales, legales y tecnológicos, que influyen a largo plazo en el quehacer de los directivos, la organización y sus estrategias, (b) El operativo: Que comprende el cliente, el trabajo y los proveedores que ejercen su influencia

más o menos concreta e inmediata en la dirección y (c) El interno: Que abarca el total de las fuerzas que actúan dentro de la organización y que posee implicaciones específicas para su dirección y desempeño. A diferencia de los componentes general y operativo, que actúan desde afuera de la organización, este se origina en su interior.

Cultura Organizacional

Este concepto se desarrolla a finales de los años setenta para Pettigrew (1979) lo describe como el sistema de significados públicamente y colectivamente aceptados operando para un grupo determinado en un tiempo dado; se manifiesta por símbolos, lenguajes, ideologías, creencias, rituales y mitos; que son divulgados por algunos directivos para influir sobre el comportamiento de los miembros de la empresa.

Luego aparece Schwartz y Davis (1981) que afirman que la cultura organizacional es un patrón de creencias y expectativas compartidas por los miembros de la organización, las cuales producen normas que, ponderosamente forman la conducta de los individuos y los grupos de la organización.

La cultura organizacional va ligada al concepto de ser un recurso que se utiliza para alcanzar los objetivos, como tal está ligada íntimamente con el entorno y contexto en el que se encuentra la empresa, la historia de la misma e incluso el lenguaje que se utiliza, el cómo maneja los sistemas de producción y el liderazgo, así como las relaciones interpersonales dentro de la empresa. La cultura organizacional tiene como fortaleza el grado de presión que maneja sobre los integrantes de la organización y por supuesto el comportamiento de los mismos. Gálvez y García (2012).

Posteriormente Pucheu (2014) la cultura organización es el conjunto de elementos que facilita o dificulta la implementación de las estrategias organizacionales. Esto incluiría como elementos centrales al conjunto de ideologías que sustentan las identidades y roles que se requiere implementar, así como las que sustentan a aquellas identidades y roles que se requiere modificar; junto a las

ideologías se encontrarían los artefactos que permiten su expresión y control, así como los elementos cognitivos que determinan los espacios, tiempos y relaciones significativos para los miembros del sistema organizacional

El mismo autor menciona que el más evidente beneficio del uso de la cultura organizacional en los diagnósticos de despersonalización de los conflictos. Explicándolo se puede señalar que, incluso en organizaciones pequeñas y de creación reciente, los cambios suelen generar tensión debido a los cambios en la jerarquía, poder o autonomía en diferentes unidades.

El profesor investigador de CENTRUM Católica, Pimentel (2017) señala que la cultura organizacional, no solo genera cambios, sino además tiene un impacto en las variables del negocio. Porque cualquier elemento que tengamos que administrar en termino de gestión humana, de cultura, de clima, de satisfacción realmente tiene que tener una orientación a que tenga un impacto en las variables de negocio, que tenga un impacto en la productividad, en la calidad, en la rentabilidad, porque si no serían acciones huecas.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es la relación que se da entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho Lima, 2017?

Problemas específicos

Problema específico 01

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 02

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 03

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 04

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 05

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 06

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 07

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 08

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

Problema específico 09

¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?

1.5. Justificación del estudio

Partiendo de la utilidad del desarrollo del proyecto de investigación, ayudará a describir y entender la relación de los valores personales y como estos se relacionan con el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017.

En cuanto a la perspectiva de la relevancia social, los valores es un tema bastante mencionado por la sociedad pues los medios de comunicación nos ayudan a recordar cómo nos encontramos en la actualidad. Debido a ello, esperamos que los resultados encontrados en la investigación sirva para identificar con que valores cuentan el personal que acude a un centro de trabajo, de qué manera estos tipos de valores pueden aportar a la producción de la empresa en el día a día. Permitiendo que especialistas en el plano Recursos Humanos implementen estrategias de mejora del clima organizacional y lo que se desprende de ello.

En cuanto a las implicaciones a nivel práctico, es pertinente asumir estrategias direccionados a formar un propicio clima organizacional reconociendo aquellos valores que aporten a la empresa y haciendo un mismo objetivo que lo lleve al cumplimiento de sus metas e ideales.

En la perspectiva teórica, es significativa por ser investigación científica pues está basada en la recolección de conocimientos ya aplicados en anteriores investigaciones y la implementación de nuevos conceptos actualizados acerca de los valores y el clima organizacional; de esta manera contrastar teorías, aumentando el nivel cognoscitivo del lector o investigador consecuente.

Para concluir, referente al campo metodológico, la presente investigación sustenta que es preciso cuestionar nuestro contexto, para marcar las hipótesis los

mismos que darán respuesta a los problemas de investigación. La información recopilada servirá de base a futuras investigaciones con similares variables o población.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

H_i: Existe relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específicas

Hipótesis específica 01

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 02

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 03

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 04

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 05

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 06

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 07

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 08

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Hipótesis específica 09

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Analizar la relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivos específicos

Objetivo específico 01

Examinar la relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 02

Identificar la relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 03

Especificar la relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 04

Determinar la relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 05

Reconocer la relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 06

Comparar la relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 07

Contrastar la relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 08

Calcular la relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Objetivo específico 09

Señalar la relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Siguiendo a Sánchez y Reyes (2015) nos dice que la palabra Investigación viene de los términos latinos in que significa en o hacia y vestigium que significa huella o pista. Por lo tanto etimológicamente significa hacia la pista. Además cita a AnderEgg (1971) que define a la investigación científica como un proceso formal, sistemático, racional e intencionado en el que se lleva a cabo el método científico de análisis; es un procedimiento reflexivo, controlado y crítico que permite descubrir nuevos hechos o datos, relaciones o leyes, en cualquier campo del conocimiento, en un momento histórico concreto.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren que es el propósito es responder a las preguntas de investigación, cumple con los objetivos de estudio y somete las hipótesis con el fin de probarlas. A manera de concepto tenemos que es un plan que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación o responder al planteamiento.

Amiel (2014) “refiere que, para obtener las respuestas a las preguntas planteadas en la hipótesis, el tratadista tendrá que desarrollar estrategias las cuales le brindaran información precisa para poder interpretar, estas estrategias son los diseños”.

Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2013) considera que el diseño de investigación es de carácter estrictamente científico, que permite evaluar si el propósito de investigar problemas e hipótesis científicas son justificables, viables y factibles. De esta manera no sólo responde a las preguntas de a las preguntas de investigación, si no que determina que variables van a ser estudiadas (variables dependientes, variables independientes). Además, nombra al diseño de investigación correlacional al momento que se quiere establecer el grado de correlación o de asociación entre una variable (X) y otra variable (Z).

El presente estudio será una investigación de diseño no experimental puesto que no se manipuló las variables, de tipo descriptivo correlacional dado que se

asociaron variables mediante un patrón predecible para un grupo o población y de corte transversal, porque recogió información en un solo momento.

Por lo tanto, el esquema que resume la presente investigación, es el siguiente:

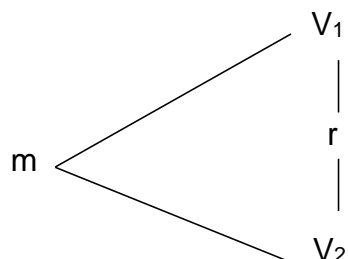


Figura 1. Esquema correlacional de Sánchez y Reyes (2015)

Donde:

m: Muestra de la población de colaboradores de un Supermercado de San Juan de Lurigancho.

V1: Medición de la variable de Valores personales de colaboradores de un Supermercado.

V2: Medición de la variable de Clima organizacional en colaboradores de un Supermercado.

r: Posible relación de las variables valores personales y clima organizacional.

2.2. Variables, Operacionalización

Definición Conceptual

Valores personales

Son metas deseables transituacionales, variables en su nivel de importancia, que orientan la vida y conductas del individuo o de una institución. Schwartz (1992).

- a) Hedonismo: Experiencias afectivas buscando placer y gratificación sensual. Schwartz (1992).
- b) Seguridad: Destinado a conseguir seguridad, armonía y estabilidad en la sociedad. Schwartz (1992).
- c) Poder: Obtención de posición y prestigio social. Schwartz (1992).

- d) Logro: Mediante la obtención del éxito profesional. Schwartz (1992).
- e) Autodirección: Afronta de forma positiva situaciones difíciles, controlándose emocionalmente. Schwartz (1992).
- f) Conformidad: Tolerancia y resignación ante las circunstancias desagradables y difíciles. Schwartz (1992).
- g) Universalismo: Integración de los valores relacionados con la madurez. Schwartz (1992).
- h) Estimulación: Cambio activo para salir adelante a través de la autodirección. Schwartz (1992).
- i) Tradición: Vinculado con el respeto, compromiso y aceptar las costumbres. Schwartz (1992).
- j) Benevolencia: Preserva y refuerza el bienestar de las personas cercanas a su entorno social. Schwartz (1992).

Clima organizacional

Son características de una organización que son relativamente permanentes en el tiempo, las cuales son percibidas por unidades o departamento; se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa. Litwin y Stringer (1968).

- a) Responsabilidad: Autonomía en sus decisiones. Litwin y Stringer (1968).
- b) Desafío: Sentimiento de desafío propio de trabajo. Litwin y Stringer (1968).
- c) Relaciones: Percepción de los colaboradores en su ambiente de trabajo. Litwin y Stringer (1968).
- d) Cooperación: Apreciación de los miembros con respecto a ayudar en las actividades del trabajo. Litwin y Stringer (1968).
- e) Conflicto: Aceptar o no las opiniones discrepantes y no temer enfrentar para solucionar los problemas. Litwin y Stringer (1968).
- f) Identidad: Pertenencia a la organización. Litwin y Stringer (1968).

Definición operacional

Tabla 1

Definición operacional de la variable valores personales

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Valores personales	Son metas deseables transituacionales, variables en su nivel de importancia, que orientan la vida y conductas del individuo o de una institución. Schwartz (1992).	Los puntajes obtenidos en las dimensiones determinarán las diferencias individuales orientadas a los valores.	Hedonismo	Experiencias afectivas buscando placer y gratificación sensual.	Escala ordinal
			Seguridad	Destinado a conseguir seguridad, armonía y estabilidad en la sociedad	
			Poder	Obtención de posición y prestigio social	
			Logro	Mediante la obtención del éxito profesional.	
			Autodirección	Afronta de forma positiva situaciones difíciles, controlándose emocionalmente.	
			Universalismo	Integración de los valores relacionados con la madurez.	
			Estimulación	Cambio activo para salir adelante a través de la autodirección.	
			Tradición	Vinculado con el respeto, compromiso y aceptar las costumbres.	
Benevolencia	Preserva y refuerza el bienestar de las personas cercanas a su entorno social.				

Tabla 2

Definición operacional de la variable clima organizacional.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Clima organizacional	Son características de una organización que son relativamente permanentes en el tiempo, las cuales son percibidas por unidades o departamento; se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa. Litwin y Stringer (1968).	Los puntajes obtenidos en las dimensiones de clima organizacional, ayudarán a determinar el nivel de satisfacción de todo el personal en el trabajo.	Estructura	Engloba todos los procedimientos y niveles jerárquicos dentro de la organización	Escala ordinal
			Responsabilidad	Autonomía en sus decisiones	
			Recompensa	Percepción que tienen los colaboradores sobre la recompensa a su esfuerzo	
			Desafío	Sentimiento de desafío propio de trabajo, contribuye a un clima saludable de competitividad.	
			Relaciones	Percepción de los colaboradores en su ambiente de trabajo	
			Cooperación	Apreciación de los miembros con respecto a ayudar en las actividades del trabajo	
			Estándares	Percepción que tienen los colaboradores en base al rendimiento, niveles de exigencias, respecto a la justicia y equidad.	
			Conflicto	Aceptar o no las opiniones discrepantes y no temer enfrentar para solucionar los problemas	
		Identidad	Pertenencia a la organización		

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

“La población o universo son el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández, et al., 2014, p. 174).

La población son todos aquellos elementos (N) que proporcionan información de la investigación de manera directa (información primaria), es el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, documentos, data, eventos, empresas, situaciones, etc.) A investigar; tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo. Vara (2012). “El universo en las investigaciones, es el conjunto de objetos, hechos, eventos que se van a estudiar”. Ñaupas et al. (2013).

Para Bernal (2010) “la población es la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer la diferencia o bien las unidades de análisis”.

Cid et al. (2015) “refieren a la totalidad, tanto de los sujetos seleccionados como el objeto de estudio, mencionando que la población es la colección completa de todos los elementos (puntuaciones, personas, mediciones) a estudiar”.

Con el propósito de poder definir los parámetros muestrales, en el supermercado de San Juan de Lurigancho, durante el año 2017 están contratados con todos los beneficios de ley, 470 colaboradores ambos pertenecen al género masculino y femenino, cuyas edades oscilan entre los 18 años a los 55 años.

2.3.2. Muestra

“Es el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado teniendo siempre en cuenta representatividad del universo es decir; debe reunir características de los individuos del universo”. Según Ñaupas et al. (2013).

No probabilística “Sub grupo de la población en el cual todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. Hernández et al. (2014).

Bernal (2010), “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables de estudio”.

Citamos a Hernández et al. (2014) “refiere que para el proceso cuantitativo la muestra es un sub grupo de interés sobre el cual se recolectarán datos teniendo y que tiene que definirse delimitando de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población”.

Cid et al. (2015), “toman a la muestra como un elemento que represente a la población”.

La muestra fue de 210 colaboradores conformado entre varones y mujeres, de los diferentes estados civiles, con un nivel de instrucción desde secundaria a post grado, con un tiempo de servicio de hasta once meses a más de un año, del supermercado del distrito de San Juan de Lurigancho.

2.3.3. Tipo de muestreo

Para el caso de la investigación, se utilizó el tipo de Muestreo no Probabilístico intencional con trabajadores que pertenecen al supermercado.

Criterio de selección

Criterio de inclusión

- Personas mayores de 18 años a 55 años de edad.
- Personas de ambos sexos.
- Mujeres embarazadas y en periodo de lactancia.
- Personal que pertenezca a la planilla del Supermercado.
- Colaboradores de todas las áreas de la tienda.

Criterio de exclusión

- Menores de 18 años.
- Los colaboradores del turno mañana y tarde que pertenezcan a otra organización.
- Aquellos colaboradores que estén de vacaciones o licencia por maternidad o de salud.

- Falta de ética al momento de completar los cuestionarios; es decir copiar las respuestas, poca predisposición a colaborar con la investigación.
- Colaboradores que cuenten con una habilidad diferente.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas

Las variables de estudios son valores personales y clima organizacional que son de naturaleza cualitativa, no pudiendo ser medidas, por lo tanto se aplicó los cuestionarios para determinar el nivel de cada variable estudiada.

Según Fridias (2012) se entiende por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos de información, considerando un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso o dispositivo o formato (papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información. Dicho procedimiento se realizará por medio de dos cuestionarios.

Alarcón (2013), define el cuestionario como “un conjunto ordenado de preguntas previamente probadas, destinado a obtener información relativa de los objetivos de la investigación”. Así también, “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetos del proyecto de investigación” (Bernal, 2010, p.250).

Para Sánchez y Reyes (2015), la encuesta es una estrategia oral o escrita, cuyo propósito es obtener información acerca de un grupo o muestra de individuos, en relación con la opinión de estas sobre un tema específico.

En esta investigación se utilizó técnicas de encuesta que sirvió para medir las variables de estudio.

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizó dos cuestionarios, de valores personales de Schwartz, el cuestionario de clima organizacional de Litwin y Stringer, entrevista y observación.

Instrumento de medición para la variable 1:

Ficha técnica del instrumento para medir los valores personales

Nombre	:	Cuestionario de Valores Personales.
Nombre original:	:	Personal Questionnaire of Individual Values
Autor	:	Shalom H. Schwartz.
Duración	:	Aproximadamente 30 minutos.
Aplicación	:	Adolescentes y adultos
Aparición	:	1994.
Puntuación	:	En los niveles de bajo, promedio y alto.
Adaptación	:	A la realidad peruana, por Mirian Grimaldo (2010).
Administración	:	Individual o colectiva.
Tiempo	:	20 a 30 minutos.

Instrumento de medición para la variable 2:

Ficha técnica del instrumento para medir el clima organizacional

Nombre	:	Cuestionario de Clima organizacional
Autores	:	Litwin, G. y Stringer, H.
Aparición	:	1978.
Procedencia	:	Estados Unidos

Adaptación	:	Vicuña (2006)
Duración	:	15 minutos aproximadamente.

Validez y confiabilidad

Validez confiabilidad del instrumento de los valores personales

En su versión original Schwartz (1994) considera como Confirmado con Análisis factorial.

En la adaptación que se realizó por Grimaldo (2010) validó por criterio de jueces obteniendo un nivel de significancia de 0.05. En su prueba original consta por un Alfa de Cronbach de 0.68 a 0.82; lo que nos muestra un valor de alta confiabilidad.

Piloto

Para el sometimos a juicio de expertos para determinar su validez y confiabilidad. La participación de expertos en la evaluación de los instrumentos correspondió a Magísteres con conocimiento y experiencia en el área organizacional que juzgaron en forma independiente la bondad de los ítems del instrumento, en base a la relevancia o congruencia de contenido, claridad de la redacción y su sesgo. En cuanto al instrumento fue evaluado en tres indicadores como Claridad, Coherencia y Pertinencia en la cual se presenta los valores de Si Corresponde y No Corresponde. En donde encontramos un 98.75% en el cuestionario.

Desarrollo de investigación

El presente estudio se desarrolló en un supermercado del distrito de San Juan de Lurigancho, donde se analizó la confiabilidad de la escala de valores personales mediante el Alfa de Cronbach arrojó un valor de consistencia muy alta de 0.843 puntos, además, en el estadístico por mitades se analiza la prueba obteniendo un valor de 0.871 considerando como fiabilidad alta; también se realizó el análisis estadístico KMO el cual brindando un valor de aceptable de 0.731 en donde el análisis de Bartlett tubo un valor menor a 0.05 de manera que el modelo factorial fue adecuado para explicar los datos. En el análisis del valor acumulado de la varianza el 55% con 10 dimensiones por lo que se confirma que el instrumento era válido midiendo así la variable valores personales.

Validez y confiabilidad del instrumento de clima organizacional

El instrumento en la encuesta será el cuestionario, el cual será aplicado a cada unidad de la muestra, tomando en cuenta que para la variable de clima organizacional los cuales se han estructurado en 9 ítems.

En su versión original Litwin y Stringer (1968) demandaron una valoración del clima de forma global a tres responsables sobre las observaciones en lo referente a las nueve dimensiones, los expertos eran responsables con relación diaria con los grupos analizados. Su evaluación sobre diez reflejaba una media de 2.67 diferencia entre el primer sondeo y el segundo en el grupo experimental y una diferencia apreciable, 0.19 en los resultados del grupo de control. La diferencia entre ambos grupos paso de -.023 a 3.4.

En la adaptación peruana que se realizó por Vicuña (2006) validó por el método de análisis de constructo, en la que propició que los evaluados que estuvieran dentro del cuartil tres se distingan significativamente de los examinados comprendidos en el cuartil uno, mediante la evaluación de los ítems, para ello se contrastaron las medidas aritméticas del grupo superior e inferior de la prueba T. los ítems eran significativamente diferentes aún para el 0.01 de margen de error, siendo mayor las medidas aritméticas en el grupo alto, lo que indica que los ítems cumplen su función discriminativa.

Piloto

Se realizó la medición de la variable clima organizacional aplicando la prueba piloto a los colaboradores de un supermercado de San Juan de Lurigancho siendo la muestra de 54 colaboradores de los turnos mañana y tarde entre los 18 a 55 años. Para la evaluación del clima organizacional se aplicó el cuestionario de Litwin y Stringer, la validación fue sometida a través de juicio de expertos para su revisión minuciosa de los ítems en donde se buscaba determinar si el lenguaje utilizado se adecua al lenguaje de nuestro medio; siendo sus valores "V" de Aiken de 97.22%. Para demostrar la confiabilidad del instrumento se utilizó el método coeficiente de Alfa de Cronbach en donde evidenció un valor de consistencia interna de 0.884

puntos considerando como muy alta lo que se evidencia que el instrumento es adecuado para medir la variable de estudio.

Desarrollo de investigación

El presente estudio se desarrolló en un supermercado del distrito de San Juan de Lurigancho, donde se analizó la confiabilidad de la escala de clima organizacional mediante el Alfa de Cronbach arrojó un valor de consistencia muy alta de 0.812 puntos; además, en el estadístico por mitades se analiza la prueba obteniendo un valor de 0.818 considerando como fiabilidad alta; también se realizó el análisis estadístico KMO el cual brindando un valor de aceptable de 0.889 en donde el análisis de Bartlett tubo un valor menor a 0.05 de manera que el modelo factorial fue adecuado para explicar los datos. En el análisis del valor acumulado de la varianza el 40% agrupado a una dimensión por lo que se confirma que el instrumento era válido midiendo así la variable clima organizacional.

2.5. Método de análisis de datos

Hernández. et al. (2014) el análisis de datos consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio; todas estas operaciones no pueden definirse de antemano de manera rígida. La recolección de datos de ciertos análisis preliminares puede revelar problemas y dificultades que desactualizarán la planificación inicial del análisis; sin embargo; es importante planificar los principales aspectos del plan de análisis en función de la verificación de cada una de las hipótesis formuladas ya que estas definiciones condicionarán a su vez la fase de recolección de datos.

En la presente investigación los datos recolectados fueron procesados a través del Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS versión 22). Se procedió al análisis por consistencia interna mediante el alfa de Cronbach, estadístico de fiabilidad de dos mitades de Guttman, estadístico total de Elementos para examinar ítems por ítems y la validez interna por criterio de jueces mediante el V de Aiken.

Luego se evaluó mediante la distribución con el Ks (Kolmogórov – Smirnov), para confirmar que tipo de prueba estadística, por ser de distribución no normal será de tipo de prueba no paramétrica. Se contrastó las hipótesis mediante el Coeficiente de Correlación de Rho Spearman R_s , porque corresponde a la cantidad de evaluados que formaron parte de la investigación.

Se realizó la prueba de correlación, en la medida que los objetivos e hipótesis de investigación así lo determina, para lo cual se hace necesario el empleo del coeficiente de correlación Rho de Spearman.

En cuanto a estadística, el coeficiente de Spearman ρ (Rho) es una medida de la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias continuas. Para calcular ρ , los datos son ordenados y reemplazados por su respectivo orden.

2.6. Aspectos éticos

Para realizar el presente investigación, se consideró criterios éticos, a fin de que se realice de una manera veraz y fidedigna. En primer lugar se solicitó permiso mediante una carta de presentación a nombre de la Universidad César Vallejo, a la dirección general del Supermercado de San Juan de Lurigancho, con el fin de realizar las coordinaciones con las autoridades ya mencionadas, en lo que corresponde se procedió a trabajar con la venia de la gerencia

Según el Código de Ética del Colegio de Psicólogos del Perú, se respetó la dignidad de los colaboradores, preservando sus derechos, comprendiendo sus comportamientos, con miras a contribuir su bienestar en la organización. Se cuidó la privacidad e integridad de aquellos que formaron parte del proyecto de investigación poniendo en conocimiento mediante el consentimiento informado a los colaboradores, el fin de la investigación, confidencialidad y anonimato de cada uno de los participantes

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivos

Tabla 3

Clasificación de los participantes según género.

		Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	99	47%
	Femenino	111	53%
	Total	210	100%

En la tabla 3 y figura 2, se visualiza la división de sujetos participantes según género; el 53% está representada por el género femenino mientras que el 47% son participantes del género masculino.

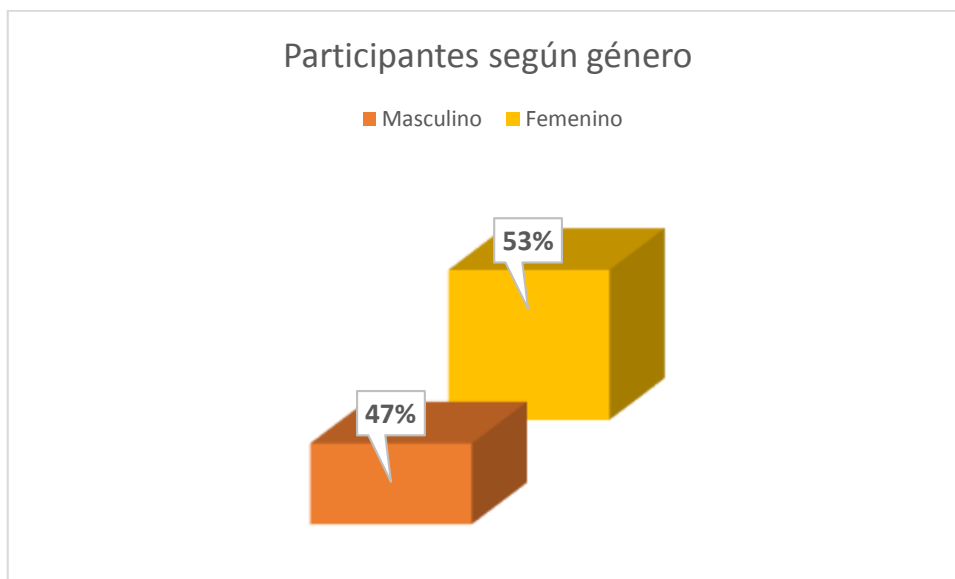


Figura 2. Representación gráfica de los participantes según género.

Tabla 4

Frecuencia de la muestra según tiempo de servicio

		TIEMPO DE SERVICIO					
		Hasta 11 meses		1 año		Más de un año	
Sexo		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Masculino		28	47%	26	44%	45	49%
Femenino		31	53%	33	56%	47	51%
Total		59	100%	59	100%	92	100%

En la tabla 4 y figura 3, correspondiente a frecuencia según tiempo de servicio, tenemos un total de 92 colaboradores los que cuentan con más de un año, de los cuales 51% es personal femenino y 49% personal masculino; los colaboradores que vienen trabajando un año en total suman 59 colaboradores los que son 56% femenino y 44% masculino; por ultimo las personas que se encuentran hasta 11 meses son 53% del sexo femenino y 47% del sexo masculino siendo 59 colaboradores. Haciendo un total general del 210 colaboradores.

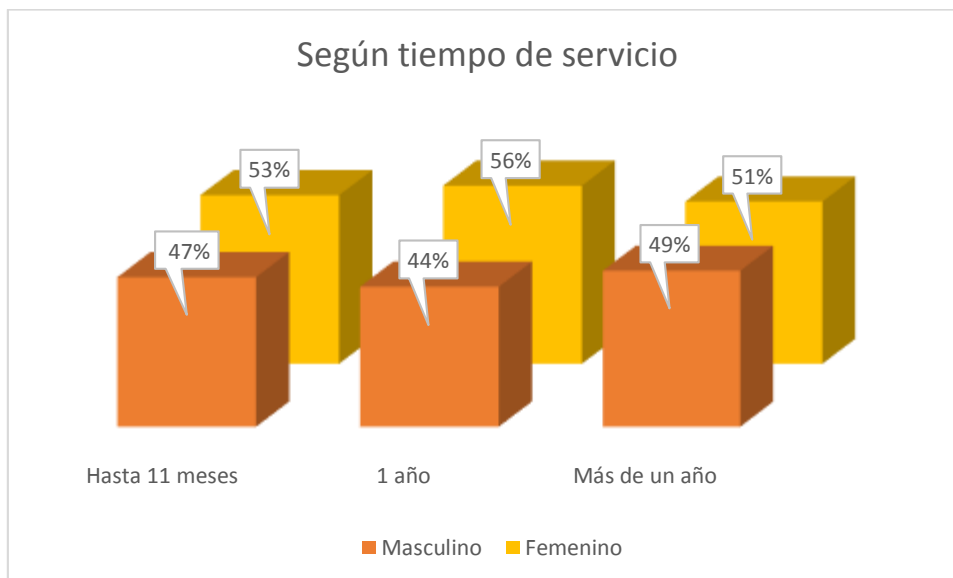


Figura 3. Representación gráfica de los participantes según tiempo de servicio.

Tabla 5

Frecuencia de la muestra según estado civil

	Estado Civil							
	Soltero		Casado		Separado / Divorciado		Conviviente	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Masculino	51	42%	28	54%	2	50%	18	55%
Femenino	70	58%	24	46%	2	50%	15	45%

En la tabla 5 y figura 4, tenemos que 70 colaboradores hacen un 58% corresponde al género femenino, 51 colaboradores son el 42% correspondiente al género masculino, los mismos que se encuentran solteros; luego, 28 colaboradores son el 54% que corresponden al género masculino, mientras que 24 que son el 46% son del género femenino se encuentran casados; se la misma manera, 18 colaboradores vienen a ser 55% son del género masculino, luego 15 colaboradoras vienen a ser el 45% del género femenino son convivientes; por último dos hombres y dos mujeres que hacen 50% cada uno se encuentran separados y/o divorciado.

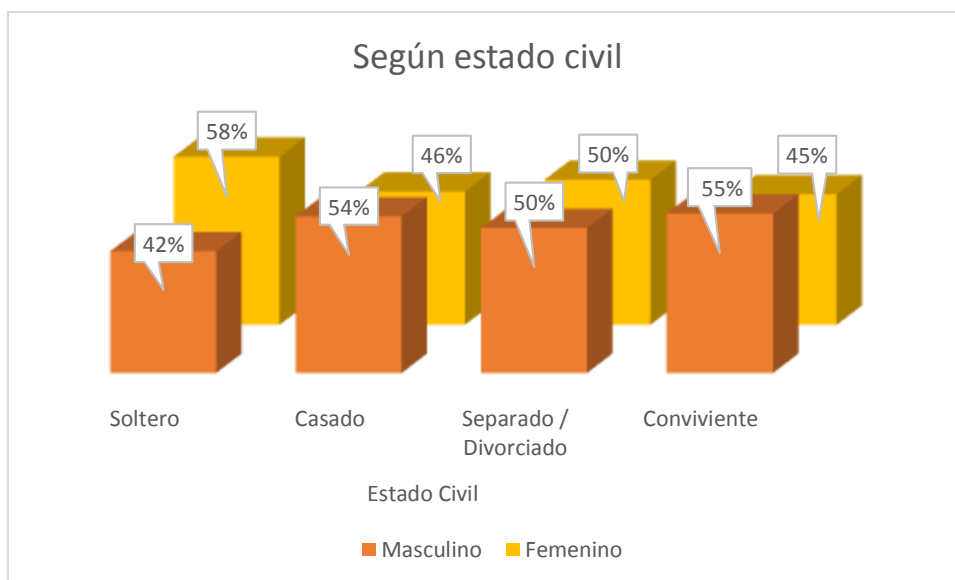


Figura 4. Representación gráfica de los participantes según estado civil.

Tabla 6

Frecuencia de la muestra según de nivel de instrucción

	Nivel de instrucción							
	Secundaria		Técnico		Superior		Post grado	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Masculino	24	56%	56	45%	18	43%	1	100%
Femenino	19	44%	68	55%	24	57%	0	0%

En la tabla 6 y figura 5, en relación al nivel de instrucción tenemos; que el 68 colaboradoras que corresponden al 55% y luego 56 colaboradores que hacen el 45%, cuentan con instrucción técnica; 24 colaboradores hacen un 56% y 19 colaboradoras siendo el 44%, cuentan con secundaria; en educación superior son 24 colaboradoras que hacen el 57% y 18 colaboradores correspondiente al 43%; en tanto que, estudios de post grado lo cuenta solo un colaborador

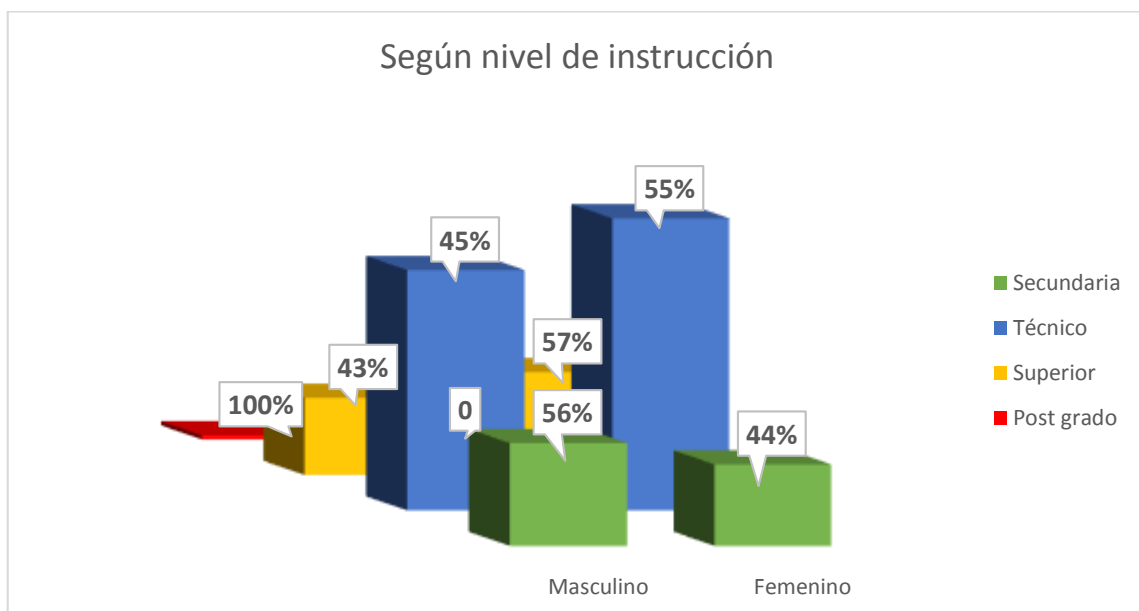


Figura 5. Representación gráfica de los participantes según nivel de instrucción.

Tabla 7

Niveles de valores personales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo nivel valores personales	144	68.6	68.6
	Adecuados nivel Valores personales	41	19.5	88.1
	Alto nivel valores personales	25	11.9	100.0
	Total	210	100.0	

En la tabla 7 y figura 6, se puede observar los niveles de valores personales; con una frecuencia de 144 colaboradores están representados por el 68.6% de la muestra que presentan un bajo nivel de valores personales, 41 colaboradores representaron el 19.5% los cuales tienen un nivel adecuado nivel valores personales y 25 colaboradores que son representados por el 11.9% lo que se ubica en un nivel alto nivel de valores personales.

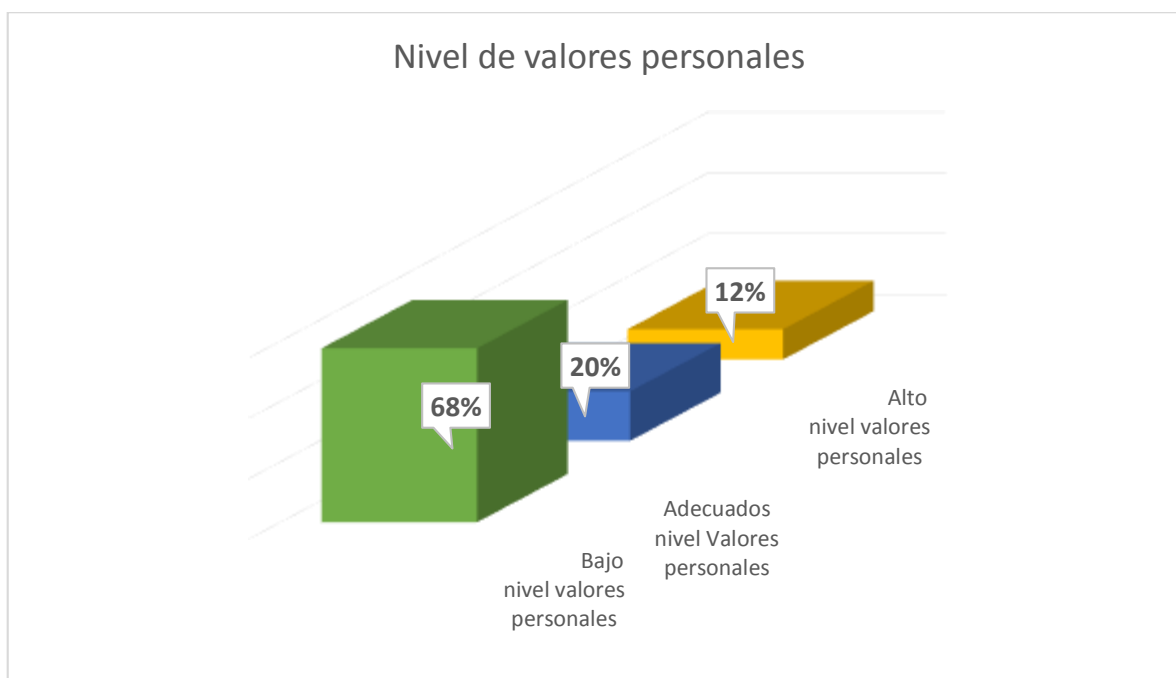


Figura 6. Niveles de valores personales.

Tabla 8

Niveles del clima organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	114	54.3	54.3
Adecuado	51	24.3	78.6
Bueno	45	21.4	100,0
Total	210	100,0	

En la tabla 8 y figura 7, se puede observar los niveles de clima organizacional; con una frecuencia de 114 colaboradores que representan al 54.3% tienen un bajo nivel de clima organizacional; 51 colaboradores representaron el 24.3% los cuales cuentan con un adecuado clima organizacional; por último encontramos 45 evaluados que forman parte del 21.4% que mantienen un buen clima organizacional.

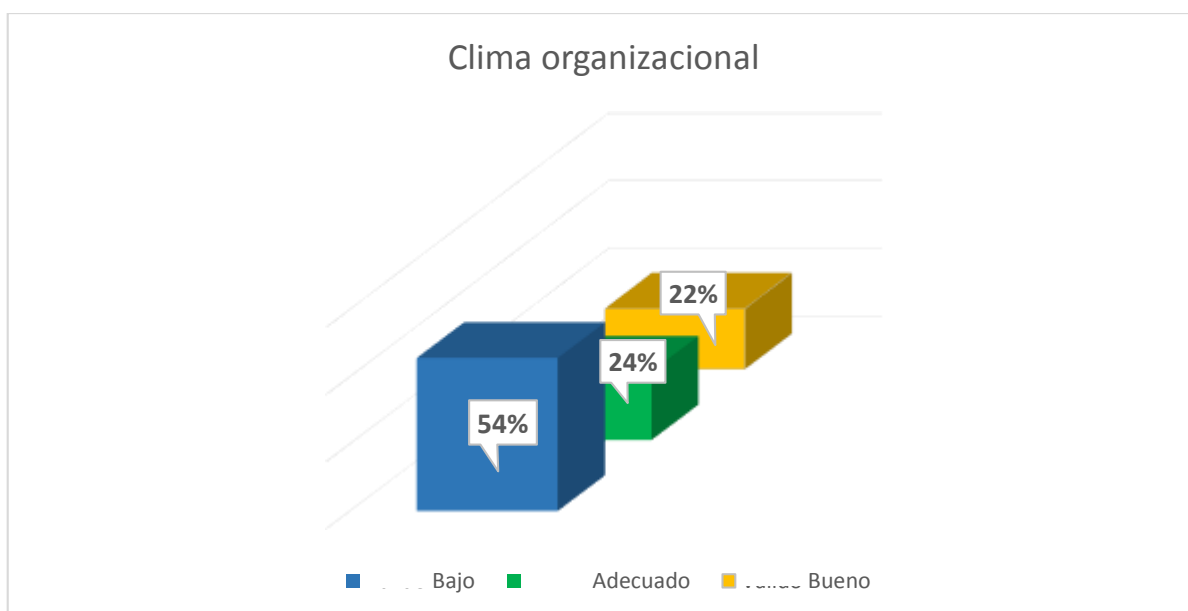


Figura 7. Niveles de clima organizacional.

3.2 Resultados inferenciales

Prueba de normalidad

Tabla 9

Pruebas de normalidad de las variables de valores personales y clima organizacional.

	Kolmogórov - Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Valores personales	,081	210	,002
Clima laboral	,081	210	,002
Dimensión Estructura	,124	210	,000
Dimensión Responsabilidad	,109	210	,000
Dimensión Recompensa	,127	210	,000
Dimensión Desafío	,120	210	,000
Dimensión Relaciones	,129	210	,000
Dimensión Cooperación	,125	210	,000
Dimensión Estándares	,149	210	,000
Dimensión Conflicto	,106	210	,000
Dimensión Identidad	,081	210	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En la tabla 9, se observa que al realizar el análisis de la variable valores personales, sus dimensiones y la variable clima organizacional encontramos que los valores p (sig.) menor a 0.05, lo cual nos indica que el estadístico a usar sería Rho de Spearman.

Hipótesis General

H_i: Existe relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 10

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la variable clima organizacional.

		Clima organizacional	
Rho de	Valores	Coefficiente de correlación	,070
Spearman	personales	Sig. (bilateral)	,313
		N	210

En la tabla 10, el análisis demuestra que se encontró un valor p (sig.) mayor a 0.05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y se acepta la hipótesis nula. Por lo tanto, no existen relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específicas

Hipótesis específica 01

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 11

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional.

		Dimensión estructura	
Rho de Spearman	Valores personales	Coefficiente de correlación	,011
		Sig. (bilateral)	,875
		N	210

En la tabla 11, el análisis demuestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. De manera que, no existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado de San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 02

H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 12

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional.

		Dimensión responsabilidad	
Rho de Spearman	Valores personales	Coefficiente de correlación	,172*
		Sig. (bilateral)	,013
		N	210

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

En la tabla 12, el análisis demuestra que se encontró un valor p (sig.) menor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y afirma la hipótesis de trabajo. Además,

se observa que existe una correlación positiva muy débil ($r = ,172^*$). De tal manera que, se puede afirmar a un alto nivel de valores personales mayor desenvolvimiento en la responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 03

H_i: Existe una relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H₀: No existe una relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 13

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional.

		Dimensión recompensa	
Rho de Spearman	Valores Personales	Coeficiente de correlación	,121
		Sig. (bilateral)	,081
		N	210

En la tabla 13, el análisis muestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. De modo que, no existe relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 04

H_i: Existe una relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H0: No existe una relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 14

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional.

		Dimensión desafío	
Rho de Spearman	Valores Personales	Coeficiente de correlación	,152*
		Sig. (bilateral)	,028
		N	210

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

En la tabla 14, en el análisis se encontró un valor p (sig.) menor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y afirma la hipótesis de trabajo. También, se observa que existe una correlación positiva muy débil ($r = ,152^*$) Por consiguiente, se puede afirmar que a un alto nivel de valores personales, mejor desempeño en la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 05

Hi: Existe una relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H0: No existe una relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 15

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional.

		Dimensión relaciones	
Rho de Spearman	Valores Personales	Coeficiente de correlación	,104
		Sig. (bilateral)	,135
		N	210

En la tabla 15, el análisis muestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. En consecuencia, no existe relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 06

Hi: Existe una relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H0: No existe una relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 16

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional.

		Dimensión cooperación	
Rho de Spearman	Valores Personales	Coeficiente de correlación	,104
		Sig. (bilateral)	,839
		N	210

En la tabla 16, el análisis demuestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Al respecto, no existe relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 07

Hi: Existe una relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H0: No existe una relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 17

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional.

		Dimensión estándares	
Rho de Spearman	Valores Personales	Coefficiente de correlación	,013
		Sig. (bilateral)	,852
		N	210

En la tabla 17, el análisis demuestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Por ende, no existe relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 08

Hi: Existe una relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H0: No existe una relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 18

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional.

		Dimensión conflicto	
Rho de	Valores	Coefficiente de correlación	,036
Spearman	Personales	Sig. (bilateral)	,600
		N	210

En la tabla 18, el análisis muestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Por tanto, no existe relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

Hipótesis específica 09

Hi: Existe una relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

H0: No existe una relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.

Tabla 19

Análisis de correlación del estadístico Rho Spearman entre la variable valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional.

		Dimensión identidad	
Rho de Spearman	Valores Personales	Coefficiente de correlación	,053
		Sig. (bilateral)	,444
		N	210

En la tabla 19, el análisis muestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. En tal sentido, no existe relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho.

IV. DISCUSIÓN

El propósito de la investigación fue establecer si existe relación entre la variable valores personales y clima organizacional en colaboradores de un supermercado en San Juan De Lurigancho. Lima. En tal sentido se procede a discutir y comparar los hallazgos encontrados en antecedentes tanto nacionales e internacionales así como teorías que sustentan la investigación.

En lo que corresponde a la hipótesis general encontramos un valor p (sig.) mayor a 0.05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y se acepta la hipótesis nula. Por lo tanto, no existen relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. A nivel descriptivo se encuentra que el 68.6% de los colaboradores que participaron en la evaluación presentan un bajo nivel de valores personales, el 19.5% evidencian un nivel adecuado de valores personales y el 11.9% desarrollan un nivel alto nivel de valores personales. En cuanto al clima organizacional tenemos al 54.3% perciben un bajo nivel de clima organizacional, 24.3% los cuales aprecian un adecuado clima organizacional; por ultimo encontramos al 21.4% que perciben un buen clima organizacional.

En concordancia con los hallazgos encontrados se ajustan a los estudios por Riveros (2016) quien encontró análisis son los siguientes Los resultados obtenidos de la investigación señala a nivel e correlación $r_s = .07$, $p > 0.01$. Concluye que dicha investigación demuestra que no existe relación entre los valores personales y el clima organizacional salvo algunas áreas donde se halló una correlación significativa entre los valores: poder, autodirección, universalismo, estimulación y tradición con todas las dimensiones de clima organizacional.

Corroborando el resultado encontrado en la presente investigación el 54.3% cumplen sus actividades laborales percibiendo un ambiente de bajo nivel de clima organizacional, según como lo menciona Rodríguez (2017) que comprobó que las relaciones interpersonales afecta directamente la comunicación entre los trabajadores limitando lazos de amistad por ende daña el buen desempeño del clima organizacional. Lo que se puede deducir el débil estado de la comunicación en la organización.

Ante los hallazgos mencionados, existe concordancia con el sustento teórico de los siguientes autores. En primer lugar, Frondizi (1968) ya mencionaba que los valores son una condición estructural de un sujeto de forma básica que le permite poder reaccionar frente a diferentes contextos, habiendo una correlación diferente en cada situación. Más adelante Locke (1991) afirmaba que los valores eran los responsables de mediar los procesos de motivación, dándose de forma inconsciente frente a un ambiente o contexto laboral; asimismo Braithwaite y Scott (1991) señalan que los valores son la capacidad que podían trascender en acciones y situaciones concretas. En otro lado Judge y Bretz (1992) realizó un estudio sobre los valores con la finalidad de poder entender el clima laboral, llegando a la conclusión de que los valores son la guía de toda conducta y esta a su vez en la forma en que su sujeto interactúa en un contexto social o laboral, el cual influirá en su desarrollo profesional y personal. En suma, Robbins y Judge (2013) toman a los valores personales como un factor fundamental en el desarrollo del clima laboral tanto a nivel personal y profesional de cada individuo; además mencionan que estos mismos tienden a ser estables y permanentes a través del tiempo. Y finalmente, Forehand & Von Haller (1964) y Weyner, et. al., (2012) señalan que el clima organizacional se enfocan en los colaboradores en la forma como los colaboradores ven, interpretan y dan significado a su entorno elaborando explicaciones para describir, ordenar y analizar los hechos en la organización en base a sus valores profesionales.

En base a la investigación realizada, adicional a ello la experiencia por haber laborado en dicho supermercado se pudo encontrar cambios desde la compra de los inversionistas chilenos. Según el concepto de cultura organizacional Pettigrew (1979) lo describe como el sistema de significados públicamente y colectivamente aceptados operando para un grupo determinado en un tiempo dado; se manifiesta por símbolos, lenguajes, ideologías, creencias, rituales y mitos; que son divulgados por algunos directivos para influir sobre el comportamiento de los miembros de la empresa. Además Pucheu (2014) menciona que el más evidente beneficio del uso de la cultura organizacional en los diagnósticos de despersonalización de los conflictos. Explicándolo se puede señalar que, incluso en organizaciones pequeñas

y de creación reciente, los cambios suelen generar tensión debido a los cambios en la jerarquía, poder o autonomía en diferentes unidades.

A nivel específico, respecto a la primera hipótesis el análisis demuestra que se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. De manera que, no existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional. Lo anterior coincide, con Riveros (2016) que concluyó que no existe relación salvo en algunas áreas de lo que corresponde a valores personales. Como Frondizi (1968) mencionaba que los valores son una condición estructural de un sujeto de forma básica que le permite poder reaccionar frente a diferentes contextos, habiendo una correlación diferente en cada situación. De tal manera que puede encontrarse variaciones según el nivel de valores que cuentan los colaboradores.

En lo que corresponde a la segunda hipótesis, se encontró un valor p (sig.) menor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y afirma la hipótesis de trabajo. Además, se observa que existe una correlación positiva muy débil ($r = ,172^*$). De tal manera que, se puede afirmar a un alto nivel de valores personales mayor desenvolvimiento en la responsabilidad de la variable clima organizacional. Así como Riveros (2016) encontró relación en sólo en algunas áreas, de la misma forma la presente investigación se halla una correlación positiva muy débil. Al consultar con la teoría descrita por los autores Judge y Bretz (1992) en su estudio sobre los valores con la finalidad de poder entender el clima laboral, llegan a la conclusión de que los valores son la guía de toda conducta y esta a su vez en la forma en que su sujeto interactúa en un contexto social o laboral, el cual influirá en su desarrollo profesional y personal.

En referencia a la tercera hipótesis, se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. De modo que, no existe relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores. Tal como Riveros (2016) no encontró correlación en sus variables de estudio. Sin embargo, Robbins (1998) indicó al entorno o clima organizacional como un ambiente múltiple,

conformado por las instituciones y fuerzas externas que tienden a influir en su desenvolvimiento que en este caso vendría a ser la dimensión recompensa, es decir la percepción sobre el estímulo que se brindará a base del esfuerzo realizado.

Con relación a la cuarta hipótesis, encontró un valor p (sig.) menor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y afirma la hipótesis de trabajo. También, se observa que existe una correlación positiva muy débil ($r = ,152^*$) Por consiguiente, se puede afirmar que a un alto nivel de valores personales, mejor desempeño en la dimensión desafío de la variable clima organizacional, respecto a lo mencionado tenemos a Pol (2015) que en su investigación obtiene $r_s = ,070$ (sig. 0.00) < 0.05 concluyendo, la relación entre los valores personales y los estilos de gestión de conflicto. De ahí que, Kluckhohn (1951) dice que un valor es un pensamiento explícito de un individuo o característica de un grupo, sobre lo codiciado, que interviene en la elección de moderaciones, portes e intenciones aprovechables de acción; lo que vendría a ser la manera que repercute los valores encontrados en los colaboradores para generar un nivel de competencia saludable.

En cuanto a la quinta hipótesis, se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. En consecuencia, no existe relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores, esto quiere decir la percepción en el ambiente de trabajo. Esto se puede entender con el concepto de Barton (1926) en su teoría general del valor, usa un nuevo concepto: el de "interés" para el autor el interés radica en la actitud afectiva motora a favor o en contra de un objeto. Asimismo, esta actitud afectivo motora es la que confiere el valor al objeto y no viceversa. Por lo tanto, representa tanto al deseo como a la aversión, a la búsqueda como el rechazo, al gusto como al resentimiento.

En lo que corresponde a la sexta hipótesis, se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Al respecto, no existe relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores, como lo menciona Locke (1984) planteo que al ser expuesta una persona a algún hecho u

objeto lo verá y procesará de modo que su forma de interpretarlo estará asociada a los valores que posee, por ende, los interpreta de una manera diferente. De manera similar Locke (1991) afirma que los valores van a mediar los procesos de la motivación, por ello se transforman las necesidades en metas a lograr e intencionalidad; éstos se darán en forma consciente, tomando en cuenta que se tenga un representación mental sobre los valores, por otro lado, el autor asocia que las metas pueden percibirse como valores aplicables a diferentes situaciones específicas, pero también destaca la influencia de la autoeficacia.

En conexión a la séptima hipótesis, se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Por ende, no existe relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional, esto se da en base a los niveles de exigencia que amerite el cargo, como lo mencionan los autores Braithwaite y Scott (1991) refieren que desde la década de los años 50 se conceptualizan los valores básicos. Valores son creencias, cognitivas que están estrechamente vinculadas para afectar en el comportamiento humano. Cuando los valores entran en juego se implican junto a los sentimientos. Las personas se sienten amenazadas si la independencia de sus valores se ve afectada; se sienten desesperadas cuando se sienten incapaces de protegerlas; son felices si lo pueden hacer y expresarlas. Por ello, los valores tienen capacidad de trascender acciones y situaciones concretas.

Con respecto a la octava hipótesis, se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Por tanto, no existe relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional; en la teoría de Guédez (2002) refiere lo siguiente: Los valores se dividen en nucleares y universales, además son inherente de la esencia humana, es influyente ya que se liga a la cultura de las organizaciones emergentes, que surgen como respuesta a los cambios recurrentes, que son los que pierden vigencia debido a los cambios en el entorno.

Para finalizar la novena hipótesis, se encontró un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. En

tal sentido, no existe relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores, esto lo entendemos según la conceptualización de Robbins y Judge (2013) mencionan que los valores tienden a ser relativamente estables y permanentes. Una parte significativa de los valores que tenemos se establece en nuestros primeros años de vida: gracias padres, maestros, amigos y otras personas. Cuando niños, se nos dice que ciertos comportamientos o resultados siempre son deseables o siempre son indeseables: hay pocas áreas indefinidas. Desde luego, si cuestionamos nuestros valores podrían cambiar, pero lo más común es que se vean reforzados. Los valores son esenciales para entender las actitudes y la motivación de las personas, y también influyen en nuestras percepciones. Los individuos ingresan a una organización con nociones preconcebidas acerca de lo que “debe ser” y lo que “no debe ser”.

Por lo tanto, habría que considerar la información encontrada para ayudar con la aplicación de programas, talleres para los colaboradores, lo que contribuirá a un mejor clima organizacional. No obstante, se sugiere continuar con esta línea de investigación, replicando la experiencia para brindar mayor consistencia a los hallazgos.

V. CONCLUSIONES

En conclusión se puede aceptar que esta investigación está en concordancia con los objetivos de la presente investigación, hipótesis, marco teórico y son las siguientes:

1. En lo que corresponde a la hipótesis general encontramos un valor p (sig.) mayor a 0.05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y se acepta la hipótesis nula. Por lo tanto, no existen relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. A nivel descriptivo se encuentra que el 68.6% de los colaboradores que participaron en la evaluación presentan un bajo nivel de valores personales, el 19.5% evidencian un nivel adecuado de valores personales y el 11.9% desarrollan un nivel alto nivel de valores personales. En cuanto al clima organizacional tenemos al 54.3% perciben un bajo nivel de clima organizacional, 24.3% los cuales aprecian un adecuado clima organizacional; por ultimo encontramos al 21.4% que perciben un buen clima organizacional.
2. La hipótesis específica primera refiere que luego de procesar los datos estadísticos se encuentra un valor p (sig.) mayor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. De manera que, no existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura en los colaboradores de la organización en estudio.
3. En lo que corresponde la segunda hipótesis específica se halla un valor p (sig.) menor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y afirma la hipótesis de trabajo. Además, se observa que existe una correlación positiva muy débil ($r = ,172^*$). De tal manera que, se puede afirmar a un alto nivel de valores personales mayor desenvolvimiento en la responsabilidad de la variable clima organizacional colaboradores del Supermercado.
4. En la tercera hipótesis se encuentra un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. De modo que, no existe relación entre los valores personales y la dimensión

recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado

5. En la cuarta hipótesis se halla un valor p (sig.) menor 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y afirma la hipótesis de trabajo. También, se observa que existe una correlación positiva muy débil ($r = ,152^*$) Por consiguiente, se puede afirmar que a un alto nivel de valores personales, mejor desempeño en la dimensión desafío de la variable clima organizacional.
6. El resultado de la quinta hipótesis se encuentra un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. En consecuencia, no existe relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional.
7. En la sexta hipótesis se observa un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Al respecto, no existe relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional.
8. En la séptima hipótesis se encuentra un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Por ende, no existe relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional.
9. En el desarrollo de la octava hipótesis visualizamos un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. Por tanto, no existe relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores.
10. El resultado estadístico de la novena hipótesis tenemos un valor p (sig.) mayor 0.05; lo cual indica que se rechaza la hipótesis de trabajo y afirma la hipótesis nula. En tal sentido, no existe relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores.

VI. RECOMENDACIONES

En lo que refiere a resultados y conclusiones obtenidas en la presente investigación se recomienda lo siguiente:

1. Según los resultados encontrados y considerando el concepto que propone Schwartz y Davis (1981) los cuales afirman que la cultura organizacional es un patrón de creencias y expectativas compartidas por los miembros de la organización, las cuales producen normas que, ponderosamente forman la conducta de los individuos y los grupos de la organización; se intenta explicar que existe un desenvolvimiento en el desarrollo de las funciones que impiden a los valores personales de los colaboradores influyan en el clima organizacional.
2. Se recomienda realizar diagnostico situacional para conocer la percepción general de todos los colaboradores, así como también, si conocen el buen procedimiento de tus funciones y de los que integran su ambiente de trabajo.
3. Se recomienda trabajar con los directivos y jefes de área, programas de motivación o recompensa a las acciones que evidencian el adecuado nivel de responsabilidad, de esta manera fomentará el buen desempeño de tan importante dimensión.
4. Se recomienda realizar una capacitación con el personal responsable para informar a los colaboradores acerca de todos sus derechos y beneficios que tienen en la organización, como por ejemplo: salario, pago de horas extras, bonos, campañas, etc.
5. En lo que corresponde a la dimensión desafío, se recomienda implementar proyectos que sumen al desarrollo profesional de los colaboradores, así como la ejecución de línea de carrera.
6. Se recomienda trabajar con talleres y programas de línea horizontal, es decir que participen todos los colaboradores de la compañía, en temas de relaciones interpersonales y comunicación efectiva.

7. Se recomienda desarrollar talleres o programas que implementen el trabajo en equipo, de tal manera conozcan lo importante que es desarrollar esta competencia.
8. Se recomienda sensibilizar a la población un periodo prudencial antes de aplicar los cuestionarios, pues siempre se maneja un margen de error justamente porque los colaboradores asumen de manera equivocada los fines de la investigación.
9. Se sigue volviendo a ejecutar la investigación en un ciclo de tres meses con el fin de poder contrastar los resultados y empezar a trabajar con la realización de programas relacionados a mejoras de los procesos de producción sean bienes o servicios, como capacitaciones sobre sistemas o medios que puedan contribuir a generar un nivel de competencia saludable.
10. Se recomienda trabajar más con los valores personales por medio de talleres vivenciales, programas respecto a normas de convivencia, autonomía y conocimiento de sus funciones, capacitación a los jefes de equipos para desarrollar un mejor involucramiento con los objetivos de la organización.
11. A nivel de estado se recomienda que los municipios y el mismo Ministerio de Trabajo ejecuten proyectos que intervengan y promuevan el buen clima organizacional identificando los tipos de valores que cuentan para desarrollarlos en todas las organizaciones no importando el tamaño, nivel o grado de las empresas, tomar conciencia realmente de la importancia de conocer aquella fuerza que impulsa el camino del éxito no solo como persona sino como Nación.

VII. REFERENCIAS

- Acosta, B. y Venegas, C. (2010). *Clima Organizacional en una empresa cervecera: un estudio exploratorio*. Revista IIPSI. 13(1) 1 – 10.
- Alarcón, R. (2013). *Métodos y diseños de investigación del comportamiento*. Perú: Editorial Universitaria.
- Ancona, M., Camacho, M., & García, C. (2012). *Motivación Laboral en Empleados Administrativos de la Unversidad de Juárez Autónoma de Tabasco*. Revista Internacional Administración & Finanzas.
- Angelucci, L., Da Silva, J., Juaréz, J., Serrano, A., Lezama, J. y Moreno, A. (2009). *Valores y factores sociodemográficos en estudiantes universitarios: un estudio comparativo*. Colombia: Universidad Católica de Colombia.
- Amiel, J. (2014). *Metodología y diseño de la investigación científica*. (1ra Ed.). Perú: Fondo de la Universidad Científica del Sur.
- Allport, G., Vernon, P., Lindsey, G. (1951). *Studies of Values*. (Lydia Arbaiza, trad.). Boston: Houghton Mifflin.
- Alva, R. (2017). *Relación del clima organizacional y la motivación en trabajadores de una empresa aduanera del Callao*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Banegas, C., Cardona, D. (2017). Incidencia del clima en la motivación de los empleados de la Universidad Católica de Cuenca. Ecuador. Recuperado el 10 de julio del 2017, de file:///C:/Users/Mel/Downloads/80-150-1-SM.PDF
- Barton, R. (1926). *General Theory of Value: Its meaning and basic principles construed in them of interest*. (Lydia Arbaiza, trad.). Estados Unidos: Longmans Green and Company.

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra. Ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Borg, I., Groenen, P., Jehn, K. & Schwartz, S. (2011). *Embedding the Organizational Culture Profile Into Schwartz's Theory of Universals in Value*. Recuperado el 11 de octubre del 2016, de: https://www.researchgate.net/publication/241121808_Embedding_the_Organizational_Culture_Profile_Into_Schwartz%27s_Theory_of_Universals_in_Values.
- Braithwaite, V., y Scott, W. (1991). *Value Measures of personality and social psychological attitudes*. California: Academic Press.
- Bravo, J. (2015). *Clima organizacional y satisfacción laboral en una empresa industrial de Lima*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6580>
- Bretano, F. (1874). *Psychologie du point de vue empirique*. (Lydia Arbaiza, trad.). Paris: Editions Montaigne.
- Castro, R. (2014) *Clima organizacional y Rotación de personal en la empresa Supermercados Peruanos – Plaza Vea Valle Hermoso*. Tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración. Universidad César Vallejo, Lima.
- Cid, A., Méndez, R., y Sandoval (2015). *Investigación Fundamentos y Metodología*. (3ra Ed.). Perú: Pearson Educación.
- Colegio de Psicólogos del Perú. *Código de Ética Profesional* Recuperado del 15 de agosto del 2017 de: https://www.colpsic.org.co/aym_image/files/CodigoEticaPeru.pdf

- Concalves, A. (1998). *Fundamentos del clima organizacional*. Sociedad Latinoamericana para la Calidad (SLC) . Hampton.
- Cuicas, M., Rovero, Y., Rivas, J., y Rivas, A. (2017). *Valores personales y organizacionales de los estudiantes del núcleo LUZ – COL*. Venezuela. Recuperado el 23 de Setiembre del 2017 de: <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/impacto/article/view/22700>
- Ehrenfels, C. (1987). *System der Werttheorie*. (Leipzig Reiland, trad.)
- Etkin, J. (2012) *Brechas éticas en las organizaciones*. Buenos Aires: CENGAGE Learning Argentina.
- Forehand, G. & Von Haller, G. (1964). *Environmental variations in studies of organizational climate*. Estados Unidos: Psychological Bulletin. (Journal TOC, trad.)
- Fridias, C. (2012). *Metodología de la Investigación*. Venezuela: Episteme.
- Fronzizi, R. (1968). *¿Qué son valores?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Gálvez, E., y García, R. (2012). *Impacto de la innovación sobre el rendimiento sobre la MiPyme*. México: Gestión Joven
- Guédez, V. (2002). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial: El aporte de la empresa al capital social*. Caracas: Editorial Planeta.
- González, M. (2013). Biblioteca Daniel Cosío Villegas. Recuperado el 15 de junio del 2017 de: https://colmex.alma.exlibrisgroup.com/view/delivery/52COLMEX_INST/1265062880002716

- George, D., y Malley, P. (2013). *SPP for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. United States: Pearson.
- Guillén, O., y Valderrama, S. (2013). *Guía para elaborar la tesis universitaria*. La Libertad, Perú.
- Grimaldo, M. (2010). *Valores y Juicio Moral en un Grupo de Abogados de Lima*. *Revista de Psicología*. 13 (4), 229 – 255.
- Hartman, L., DesJardins, J. y Espinoza, F. (2014). *Ética en los Negocios*. México D.F.: McGRAW-HILL/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Hernández, H., Machado, D., y Panol, M. (11 de Setiembre de 2017). *Revista Cubana de Higiene y Espistemología. Obtenido de La formación de Valores de la juventud de nuestros días.:* http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-30032012000300018
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta Ed.). México: Mc Graw Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Husserl, E. (1999). *Investigaciones Lógicas I*. España: Alianza.
- Judge, T. & Bretz, R. (1992). *Effects of work values on job choice decisions*. *Journal of Applied Psychology*. (El Caribe, trad.)
- Kant, E. (1764). *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime* (Madrid Alianza Editorial, trad.).
- Kluckhohn, C. (1951). *Value and value orientations in the theory of action: an exploration in definition and classification*. (Lydia Arbaiza, trad.). Estados Unidos: Harvard University.

- Koffka, K. (1922). *Percepción: una introducción a la Teoría Gestalt*. International Encyclopedia of the Social.
- Lewin, K. (1951). *Field theory in social science*.(Dorwin Cartwright, trad.) Estados Unidos.
- Litwin, G. & Stringer, R. (1968). *Motivation and Organizacional Climate*. Boston: Division of Research Graduate School of Bussiness Administration Havard University.
- Locke, E. (1984). *Job Satisfaction*. Social psychology and organizational behaviuor.
- Locke, E. (1991). *The motivation sequence, the motivation hub, and the motivation core*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, (2014). Manual del modelo de documentación de la Asociación de Psicología Americana (APA) 6ta Ed. Recuperado el 17 de octubre de 2017 de; <http://online.upaep.mx/LPC/online/apa/APAimp.pdf>
- Meinong, A. (1894). *Psychologische-ethische Untersuchungen zur Werttheorie* (Wein Hölder, trad.)
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Perú (2012). *Boletín de Economía Laboral*. Recuperado el 26 de mayo de 2017 del sitio web: http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/BEL_39.pdf
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., y Villagómez, A. (2013). *Metodología de la Investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. (3ra. Ed.). Perú: Ediciones de la U.

Organización Internacional de Trabajo (2017). *Empresas peruanas diseñan planes para mejorar su productividad y condiciones de trabajo con el apoyo del proyecto de la OIT, SCORE Perú*. Recuperado el 26 de mayo de 2017 del sitio web: http://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS_380420/lang-es/index.htm

Organización para las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2016). EDUCACIÓN. Recuperado el 01 de octubre de 2016, de Valores del Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/values-sd/#topPage>

Palma, S. (2004). *Escala Clima Laboral - SPC Manual*. Lima.

Parillo, E. (2015). *Clima organizacional y desempeño laboral de los docentes de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Año – 2015*. Lima, Perú. Recuperado el 29 de setiembre del 2017 de: <https://www.uancv.edu.pe/revistas/index.php/RCIA/article/viewFile/272/223>

Perez, N., & Rivera, P. (2013). *Clima organizacional y satisfaccion laboral en trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana*. UNAP Iquitos. Recuperado el 15 de abril del 2017 de: <http://dspace.unapiquitos.edu.pe/bitstream/unapiquitos/363/1/maestria.pdf>

Pettigrew, A. (1979). *On Organizational Cultures*. Sage Publications, Inc. School of Management, Cornell University. (José Lopez, trad.) Recuperado el 30 de setiembre del 2017 de: <file:///C:/Users/Culqui/Downloads/Dialnet-LaCulturaDeLasOrganizacionesParaElDesarrollo-2376703.pdf>

Pimentel, M. (2017). *Clima y Cultura organizacional*. Recuperado el 30 de setiembre del 2017 de: http://centrumaldia.com/32-Prensa/3994-Clima_y_Cultura_Organizacional

- Pol, R. (2015). *Influencia de los Valores Personales en la Gestión del Conflicto a través de la Negociación*. Universidad de Sevilla. España.
- Pucheu, J. (2014). *Desarrollo y eficacia organizacional*. Universidad Católica de Chile. Recuperado el 28 de setiembre del 2017 de: <http://www.digitaliapublishing.com/a/38233/desarrollo-y-eficacia-organizacional>
- Restrepo, G., Avella, D., Castro, E., & Gamboa, M. (2001). *Educación en Ética y Valores Análisis y Síntesis de Investigaciones e Innovaciones 1998 - 2000*. Colombia: Delfín Ltda.
- Riveros, P. (2017). *Valores Personales y Clima Organizacional en Docentes de un Instituto de Educación Superior de la Ciudad de Lima*. Lima, Perú.
- Rodríguez, D. (2017). Las relaciones interpersonales y el clima organizacional de los trabajadores de Servientrega Ambato S.A. Ecuador. Recuperado el 16 de junio del 2017 de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25405/1/RODR%C3%8DGUEZ%20GARZ%C3%93JN%20DOLORES%20ANDREA%20050328202-2.pdf>
- Robbins, S. (1998). *Fundamentos del Comportamiento Organizacional*. Prentice Hall.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional: Teoría y Práctica*. México: Pearson.
- Robbins, S., y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free press.

- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. Perú: Business Suport Aneth S.R.L.
- Scheler, M. (1973). *Formalism in ethics and non formal ethic of values*. (Lydia Arbaiza, trad.). Illinois: Northwestern.
- Schwartz, S. (1992). *Universal in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries*. Estados Unidos: Academic Prees.
- Schwartz, S. (1994). *Are there Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values*. *Journal of Social Issues*, 50 (4), 19 – 45. Recuperado el 15 de setiembre del 2016, de https://www.researchgate.net/publication/227762767_Are_There_Universal_Aspects_in_the_Structure_and_Contents_of_Human_Values
- Schwartz, S. (2001). *Extendig the Croos – Cultural Validity of the Theory of Basic Human Values*. Estados Unidos: Academic Prees.
- Schwartz, S. y Bilsky, W. (1987). *Toward a universal psychological structure of human value*, *Journal of Personality and Social Psychology*. Estados Unidos: Academic Prees.
- Schwartz, S. y Boehnke, K. (2004) *Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis*. *Journal of Research in Personality*
- Schwartz S., y Davis, S.(1981). *Matching Corporate Culture and Bussiness Strategy* Organizational dynamics summer. (Estudios Gerenciales, trad.) Recuperado el 30 de setiembre del 2017 de: file:///C:/Users/Culqui/Downloads/Cultura_organizacional__evoluc.PDF

- Segredo, A. (2013). *Clima Organizacional en la gestion del cambio para el desarrollo de la organización*. Revista Cubana de Salud Pública, 385 - 393.
- Taguiri, R. (1968). *Organizational Climate: Exploration of a concept*. Boston: Harvarf University.
- Universidad Popular Autónoma Del Estado De Puebla. (2014). *Manual del modelo de documentación de la Asociación de Psicología Americana (APA)*. Recuperado el 17 de octubre 2017, de web: <http://online.upaep.mx/LPC/online/apa/APAimp.pdf>
- Vara, A. (2012). *Siete pasos para una tesis éxitos, un método efectivo para las ciencias empresariales*. Lima: Universidad San Martin de Porres.
- Velázquez, G. (2013). *Comportamiento en las Organizaciones*. México: Limusa.
- Vicuña, L. (2006). *Clima Organizacional de Litwin y Stringer*. Revisión Psicométrica por Luis Alberto Peri. Lima, Perú: Universidad Mayor de San Marcos.
- Weyner, A. Chen, H., Liu, C., Rahat, A., Klien, A. y Soares, L., (2012). *Psicología Industrial y Organizacional*. (2da. Ed.). Estados Unidos: Wiley.

ANEXOS

ANEXO 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

Valores personales y clima organizacional en colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología													
Problema General ¿Cuál es la relación que se da entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho Lima, 2017?	Objetivo General Analizar la relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.	Hipótesis General H_i: Existe relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y el clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.	OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE VALORES PERSONALES	Tipo: Aplicada Diseño: No experimental, descriptivo correlacional, de corte transversal Población y muestra: Población: Con el propósito de poder definir los parámetros muestrales, en el supermercado de San Juan de Lurigancho, durante el año 2017 están contratados con todos los beneficios de ley, 470 colaboradores ambos pertenecen al género masculino y femenino, cuyas edades oscilan entre los 18 años a los 55 años.													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Definición conceptual</th> <th>Definición operacional</th> <th>Dimensiones</th> <th>Escala de Medición</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="10"> Para Schwartz (1992), los valores personales son metas deseables transituacionales, variables en su nivel de importancia, que orientan la vida y conductas del individuo o de una institución. </td> <td rowspan="10"> Se utiliza la encuesta tipo cuestionario de Schwartz (1992), donde busca medir las diferencias individuales en cuanto a la orientación a los valores en una escala de de 40 ítems de tipo Likert que son: se parece mucho a mí, se parece a mí, se parece algo a mí, se parece poco a mí, no se parece a mí, no se parece nada a mí. </td> <td>Hedonismo</td> <td rowspan="10">Nominal</td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> </tr> <tr> <td>Poder</td> </tr> <tr> <td>Logro</td> </tr> <tr> <td>Autodirección</td> </tr> <tr> <td>Conformidad</td> </tr> <tr> <td>Universalismo</td> </tr> <tr> <td>Estimulación</td> </tr> <tr> <td>Tradicón</td> </tr> <tr> <td>Benevolencia</td> </tr> </tbody> </table>		Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Escala de Medición	Para Schwartz (1992), los valores personales son metas deseables transituacionales, variables en su nivel de importancia, que orientan la vida y conductas del individuo o de una institución.	Se utiliza la encuesta tipo cuestionario de Schwartz (1992), donde busca medir las diferencias individuales en cuanto a la orientación a los valores en una escala de de 40 ítems de tipo Likert que son: se parece mucho a mí, se parece a mí, se parece algo a mí, se parece poco a mí, no se parece a mí, no se parece nada a mí.	Hedonismo	Nominal	Seguridad	Poder	Logro	Autodirección	Conformidad
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Escala de Medición														
Para Schwartz (1992), los valores personales son metas deseables transituacionales, variables en su nivel de importancia, que orientan la vida y conductas del individuo o de una institución.	Se utiliza la encuesta tipo cuestionario de Schwartz (1992), donde busca medir las diferencias individuales en cuanto a la orientación a los valores en una escala de de 40 ítems de tipo Likert que son: se parece mucho a mí, se parece a mí, se parece algo a mí, se parece poco a mí, no se parece a mí, no se parece nada a mí.	Hedonismo	Nominal														
		Seguridad															
		Poder															
		Logro															
		Autodirección															
		Conformidad															
		Universalismo															
		Estimulación															
		Tradicón															
		Benevolencia															
Problema Específico 01 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?	Objetivo Específico 01 Examinar la relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.	Hipótesis Específica 01 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión estructura de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.	OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE CLIMA ORGANIZACIONAL	Muestra La muestra fue de 210 colaboradores conformado entre varones y mujeres, de los diferentes estados civiles, con un nivel de instrucción desde secundaria a post grado, con un tiempo de servicio de hasta once meses a más de un año, del supermercado del distrito de San Juan de Lurigancho.													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Definición conceptual</th> <th>Definición operacional</th> <th>Dimensiones</th> <th>Escala de Medición</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="8"> El clima organizacional son características de una organización que son relativamente permanentes en el tiempo, las cuales son percibidas por unidades o departamento; se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa. Litwin y Stringer (1968). </td> <td rowspan="8"> Se utiliza el cuestionario de Litwin y Stringer (1968) que mide y evaluar el grado de satisfacción de todo el personal en el trabajo, en una escala de 9 ítems. </td> <td>Estructura</td> <td rowspan="8">Ordinal</td> </tr> <tr> <td>Responsabilidad</td> </tr> <tr> <td>Recompensa</td> </tr> <tr> <td>Desafío</td> </tr> <tr> <td>Relaciones</td> </tr> <tr> <td>Cooperación</td> </tr> <tr> <td>Estándares</td> </tr> <tr> <td>Conflicto</td> </tr> <tr> <td>Identidad</td> </tr> </tbody> </table>		Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Escala de Medición	El clima organizacional son características de una organización que son relativamente permanentes en el tiempo, las cuales son percibidas por unidades o departamento; se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa. Litwin y Stringer (1968).	Se utiliza el cuestionario de Litwin y Stringer (1968) que mide y evaluar el grado de satisfacción de todo el personal en el trabajo, en una escala de 9 ítems.	Estructura	Ordinal	Responsabilidad	Recompensa	Desafío	Relaciones	Cooperación
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Escala de Medición														
El clima organizacional son características de una organización que son relativamente permanentes en el tiempo, las cuales son percibidas por unidades o departamento; se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa. Litwin y Stringer (1968).	Se utiliza el cuestionario de Litwin y Stringer (1968) que mide y evaluar el grado de satisfacción de todo el personal en el trabajo, en una escala de 9 ítems.	Estructura	Ordinal														
		Responsabilidad															
		Recompensa															
		Desafío															
		Relaciones															
		Cooperación															
		Estándares															
		Conflicto															
Identidad																	
Problema Específico 02 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?	Objetivo Específico 02 Identificar la relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.	Hipótesis Específica 02 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión responsabilidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.															

<p>Problema Específico 03 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?</p>	<p>Objetivo Específico 03 Especificar la relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis Específica 03 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión recompensa de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>	<p>Diseño de investigación El presente estudio será una investigación de diseño no experimental puesto que no se manipuló las variables, de tipo descriptivo correlacional dado que se asociaron variables mediante un patrón predecible para un grupo o población y de corte transversal, porque recogió información en un solo momento.</p>
<p>Problema específico 04 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?</p>	<p>Objetivo específico 04 Determinar la relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis específica 04 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión desafío de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>	<p>Método de análisis de datos En la presente investigación los datos recolectados fueron procesados a través del Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS versión 22). Se procedió al análisis por consistencia interna mediante el alfa de Cronbach, estadístico de fiabilidad de dos mitades de Guttman, estadístico total de elementos para examinar ítems por ítems y la validez interna por criterio de jueces mediante el V de Aiken. Luego se evaluó mediante la distribución con el Ks (Kolmogórov – Smirnov), para confirmar que tipo de prueba estadística, por ser de distribución no normal será de tipo de prueba no paramétrica. Se contrastó las hipótesis mediante el Coeficiente de Correlación de Rho Spearman R_s, porque corresponde a la cantidad de evaluados que formaron parte de la investigación.</p>
<p>Problema específico 05 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?</p>	<p>Objetivo específico 05 Reconocer la relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis específica 05 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión relaciones de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>	
<p>Problema específico 06 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?</p>	<p>Objetivo específico 06 Comparar la relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis específica 06 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión cooperación de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>	

<p>Problema específico 07 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?</p>	<p>Objetivo específico 07 Contrastar la relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis específica 07 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión estándares de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>
<p>Problema específico 08 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?</p>	<p>Objetivo específico 08 Calcular la relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis específica 08 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión conflicto de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>
<p>Problema específico 09 ¿Qué relación existe entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho, Lima 2017?</p>	<p>Objetivo específico 09 Señalar la relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis específica 09 H_i: Existe relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017. H₀: No existe relación entre los valores personales y la dimensión identidad de la variable clima organizacional en los colaboradores de un Supermercado en San Juan de Lurigancho. Lima, 2017.</p>

ANEXO 02

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES

Instrucciones: A continuación describimos brevemente a algunas personas. Por favor lea cada descripción y piense que tanto o no se parece a usted cada una de esas personas. Ponga una "X" en la casilla de la derecha que se muestre cuánto se parece a usted la persona descrita.

		¿QUÉ TANTO SE PARECE ESTA PERSONA A USTED?					
		Se parece mucho a mi	Se parece a mi	Se parece algo a mi	Se parece poco a mi	No se parece a mi	No se parece nada a mi
1	Tener ideas nuevas y ser creativo es importante para él / ella. Le gusta hacer las cosas de manera propia y original.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Para él / ella es importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y poder comprar cosas caras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Piensa que es importante que a todas las personas del mundo se les trate con igualdad. Cree que todos deberían tener las mismas oportunidades en la vida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Para él / ella es muy importante mostrar sus habilidades. Quiere que la gente lo/la admire por lo que hace.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Piensa que es importante hacer muchas cosas diferentes en la vida. Siempre busca experimentar cosas nuevas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Cree que las personas deben hacer lo que se les dice. Opina que la gente debe seguir las reglas todo el tiempo, aún cuando nadie las esté observando.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Le parece importante escuchar a las personas que son distintas a él/ella. Incluso cuando está en desacuerdo con ellas, todavía intenta poder entenderlas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Piensa que es importante no pedir más de lo que se tiene. Cree que las personas deben estar satisfechas con lo que tienen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le resulten placenteras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Es importante tomar sus propias decisiones acerca de lo que hace. Le gusta tener la libertad de planear y elegir por sí mismo/ a sus actividades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Es muy importante para él/ella ayudar a la gente que lo/la rodea. Se preocupa por su bienestar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Para él/ella es importante ser una persona muy exitosa. Le gusta impresionar a la gente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Es muy importante la seguridad de su país. Piensa que el estado debe mantenerse alerta ante las amenazas internas y externas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Le gusta arriesgarse. Anda siempre en busca de aventuras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Es importante comportarse siempre correctamente. Procura evitar hacer cualquier cosa que la gente juzgue incorrecta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Para él/ella importante mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer. Desea que las personas hagan lo que se les dice.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Es importante ser leal a sus amigos. Se entrega totalmente a las personas cercanas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿QUÉ TANTO SE PARECE ESTA PERSONA A USTED?

		Se parece mucho a mi	Se parece a mi	Se parece algo a mi	Se parece poco a mi	No se parece a mi	No se parece nada a mi
19	Cree firmemente que las personas deben proteger la Naturaleza, siendo importante el cuidado del medio ambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Las creencias religiosas son importantes para él/ella. Trata firmemente de hacer lo que su religión le manda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Cree que es importante interesarse en las cosas. Le gusta ser curioso/a y trata de entender toda clase de cosas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Cree que todos los habitantes de la Tierra deberían vivir en armonía. Para él/ella es importante promover la paz entre todos los grupos del mundo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Piensa que es importante ser ambicioso/a. Desea mostrar lo capaz que es.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Cree que es mejor hacer las cosas de forma tradicional. Es importante para él/ella conservar las costumbres que ha aprendido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Disfrutar los placeres de la vida es importante para él/ella. Le agrada "darse los gustos"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	Es importante atender a las necesidades de los demás. Trata de apoyar a quienes conoce.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	Cree que debe respetar siempre a sus padres y a las personas mayores. Para él/ella es importante ser obediente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Desea que todos sean tratados con justicia, incluso las personas que no conoce. Le es importante proteger a los más débiles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	Les gustan las sorpresas. Tener una vida llena de emociones es importante para él/ella.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano/a.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Progresar en la vida es importante para él/ella. Se esfuerza en ser mejor que otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Para él/ella es importante perdonar a la gente que le ha hecho daño. Trata de ver lo bueno en ellos y no guardarles rencor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Es importante para él/ella ser independiente. Le gusta arreglárselas solo/a.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Le es importante ser siempre amable con todo el mundo. Trata de no molestar o irritar nunca a los demás.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	Él/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasarla bien es muy important.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	Es importante ser humilde y modesto/a. Trata de no llamar la atención.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39	Siempre quiere ser él/ella la que toma las decisiones. Le gusta ser líder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	Le es importante adaptarse a la naturaleza e integrarse en ella. Cree que la gente no debería alterar el medio ambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Instrucciones:

A continuación encontraras nueve escalas con enunciados polarizados en cada extremo, para que marques con una x sobre el número que exprese el grado en que están las cosas ahora en la organización desde tu punto de vista.

El exceso o la carencia de normas dificultan el desarrollo del trabajo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Las normas son las suficientes, impulsan a desarrollar el trabajo.
La supervisión a mi trabajo me dificulta tomar decisiones propias.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	La supervisión ayuda a mejorar mi trabajo.
En mi unidad se descuida reconocer el trabajo bien hecho.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Hay reconocimiento al buen trabajo
Mis superiores no me dan la confianza suficiente para desarrollar mi trabajo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Asumo los riesgos de mi trabajo a manera de retos para lograr los objetivos propuestos.
El ambiente de mi unidad se caracteriza por la frialdad en la relación entre mis compañeros, jefes y subordinados.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Mis jefes, compañeros y subordinados, mantenemos relaciones cordiales en un ambiente de camaradería.
Mis jefes, como mis compañeros y mis subordinados, cada uno trabaja por su cuenta, enviando el apoyo mutuo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	El apoyo mutuo con mis jefes, compañeros y subordinados se genera un espíritu de ayuda.
En mi unidad los superiores descuidan los criterios para evaluar el rendimiento.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Los criterios de evaluación del rendimiento son justos.
Mis superiores y compañeros, evitan las opiniones discrepantes, nadie puede estar en desacuerdo.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	En mi unidad se aceptan las ideas discrepantes enfrentando y buscando la solución.
En mi unidad, no se siente la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Se comparten los objetivos personales con los de la organización.

Tabla 21.

Juicio de expertos del cuestionario de clima organizacional.

Clima organizacional										
Jueces										
Ítems	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Fila total
Juez 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Juez 2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Juez 3	3	3	3	3	3	0	3	3	3	24
Juez 4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Total, columna	12	12	12	12	12	9	12	12	12	105
promedio	100	100	100	100	100	100	100	100	100	97.22

Interpretación

Los resultados de la tabla 21, muestran la evaluación de los cuatro jueces con respecto al cuestionario de clima organizacional, lo que no evidencia un valor de “V” de Aiken de 97.22

**ANEXO 04
JUECES EXPERTOS
CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES**

Juez 1

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE VALORES PERSONALES
CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: HEDONISMO								
10	Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le suelen placenteras.	/		/		/		
26	Disfrutar los placeres de la vida es importante para él/ella. Le agrada "darse los gustos"	/		/		/		
37	Él/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasarla bien es muy importante.	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
5	Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.	/		/		/		
14	Es muy importante la seguridad de su país. Piensa que el estado debe mantenerse alerta ante las amenazas internas y externas.	/		/		/		
21	Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío.	/		/		/		
31	Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano/a.	/		/		/		
35	Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social.	/		/		/		
DIMENSIONES / ítems DIMENSIÓN 3: PODER								
2	Para él / ella es importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y poder comprar cosas caras.	/		/		/		
17	Para él/ella importante mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer. Desea que las personas hagan lo que se les dice.	/		/		/		
29	Siempre quiere ser él/ella la que toma las decisiones. Le gusta ser líder.	/		/		/		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Luzeth Anca Collozo Toledo DNI: 41862579

Especialidad del validador: Psicología Organizacional

*Pertinencia: El ítem corresponde al constructo teórico planteado.
*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al constructo o dimensión específica del constructo.
*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, en sentido, modo y dirección.
Nota: Suficiente es una calificación cuando los ítems afectados son suficientes para medir la dimensión.


 21 de octubre del 2016
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

Juez 2

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE VALORES PERSONALES
CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: HEDONISMO								
10	Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le suelen placenteras.	/		/		/		
26	Disfrutar los placeres de la vida es importante para él/ella. Le agrada "darse los gustos"	/		/		/		
37	Él/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasarla bien es muy importante.	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
5	Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.	/		/		/		
14	Es muy importante la seguridad de su país. Piensa que el estado debe mantenerse alerta ante las amenazas internas y externas.	/		/		/		
21	Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío.	/		/		/		
31	Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano/a.	/		/		/		
35	Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social.	/		/		/		
DIMENSIONES / ítems DIMENSIÓN 3: PODER								
2	Para él / ella es importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y poder comprar cosas caras.	/		/		/		
17	Para él/ella importante mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer. Desea que las personas hagan lo que se les dice.	/		/		/		
29	Siempre quiere ser él/ella la que toma las decisiones. Le gusta ser líder.	/		/		/		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Ysabel Pineda Rojas DNI: 4013909

Especialidad del validador: Psicología Organizacional

*Pertinencia: El ítem corresponde al constructo teórico planteado.
*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al constructo o dimensión específica del constructo.
*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, en sentido, modo y dirección.
Nota: Suficiente es una calificación cuando los ítems afectados son suficientes para medir la dimensión.


 27 de octubre del 2016
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

Juez 3

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE VALORES PERSONALES
CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: HEDONISMO								
10	Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le suelen placenteras.	✓		✓		✓		Corregir: Para él/ella es importante hacer cosas que le suelen ser placenteras
26	Disfrutar los placeres de la vida es importante para él/ella. Le agrada "darse los gustos"	✓		✓		✓		
37	Él/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasarla bien es muy importante.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
5	Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.	✓		✓		✓		
14	Es muy importante la seguridad de su país. Piensa que el estado debe mantenerse alerta ante las amenazas internas y externas.	✓		✓		✓		
21	Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío.	✓		✓		✓		
31	Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano/a.	✓		✓		✓		
35	Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / ítems								
DIMENSIÓN 3: PODER								
2	Para él / ella es importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y poder comprar cosas caras.	✓		✓		✓		
17	Para él/ella importante mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer. Desea que las personas hagan lo que se les dice.	✓		✓		✓		
39	Siempre quiere ser él/ella la que toma las decisiones. Le gusta ser líder.	✓		✓		✓		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr / Mg. Pablo Zaverucha Angulo Plaza DNI: 45115588

Especialidad del validador: Organizacional de octubre del 2016

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar la dimensión o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, en sentido, sentido y directo.

Nota: Suficiente es dos suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Juez 4

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE VALORES PERSONALES
CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: HEDONISMO								
10	Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le suelen placenteras.	✓		✓		✓		
26	Disfrutar los placeres de la vida es importante para él/ella. Le agrada "darse los gustos"	✓		✓		✓		
37	Él/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasarla bien es muy importante.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: SEGURIDAD								
5	Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.	✓		✓		✓		
14	Es muy importante la seguridad de su país. Piensa que el estado debe mantenerse alerta ante las amenazas internas y externas.	✓		✓		✓		
21	Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío.	✓		✓		✓		
31	Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano/a.	✓		✓		✓		
35	Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / ítems								
DIMENSIÓN 3: PODER								
2	Para él / ella es importante ser rico/a. Quiere tener mucho dinero y poder comprar cosas caras.	✓		✓		✓		
17	Para él/ella importante mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer. Desea que las personas hagan lo que se les dice.	✓		✓		✓		
39	Siempre quiere ser él/ella la que toma las decisiones. Le gusta ser líder.	✓		✓		✓		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr / Mg. García de Olavea Ugozue Ricardo DNI: 44499264

Especialidad del validador: Organizacional de octubre del 2016

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar la dimensión o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, en sentido, sentido y directo.

Nota: Suficiente es dos suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.
Especialidad

JUECES EXPERTOS DEL CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Juez 1

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: RESPONSABILIDAD								
4	Mis superiores no me dan la confianza suficiente para desarrollar mi trabajo. / Asumo los riesgos de mi trabajo a manera de retos para lograr los objetivos propuestos.	✓		✓		✓		
DIMENSION 2: DESAFIO								
5	El ambiente de mi unidad se caracteriza por la frialdad en la relación entre mis compañeros, jefes y subordinados. / Mis jefes, compañeros y subordinados, mantenemos relaciones cordiales en un ambiente de camaradería.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / Items								
DIMENSION 3: RELACIONES								
6	Mis jefes, como mis compañeros y mis subordinados, cada uno trabaja por su cuenta, enviando el apoyo mutuo. / El apoyo mutuo con mis jefes, compañeros y subordinados se genera un espíritu de ayuda.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / Items								
DIMENSION 4: COOPERACIÓN								
8	En mi unidad, no se siente la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización. / Se comparten los objetivos personales con los de la organización.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / Items								
DIMENSION 5: CONFLICTO								
8	Mis superiores y compañeros, evitan las opiniones discrepantes, nadie puede estar en desacuerdo. / En mi unidad se aceptan las ideas discrepantes enfrentando y buscando la solución.	✓		✓		✓		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Luzmila Paredes Cordero Toledo DNI: 41802579

Especialidad del validador: Psicología Organizacional

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Si existe alguna dificultad alguna el enunciado del ítem, se conciso, exacto y directo.

Note: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

21 de octubre del 2016
 Nov.
 Firma del Experto Informante:
 Especialista en PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL
 Sede de Investigación y Gestión
 DNE. 4106379

Juez 2

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: RESPONSABILIDAD								
4	Mis superiores no me dan la confianza suficiente para desarrollar mi trabajo. / Asumo los riesgos de mi trabajo a manera de retos para lograr los objetivos propuestos.	✓		✓		✓		
DIMENSION 2: DESAFIO								
5	El ambiente de mi unidad se caracteriza por la frialdad en la relación entre mis compañeros, jefes y subordinados. / Mis jefes, compañeros y subordinados, mantenemos relaciones cordiales en un ambiente de camaradería.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / Items								
DIMENSION 3: RELACIONES								
6	Mis jefes, como mis compañeros y mis subordinados, cada uno trabaja por su cuenta, enviando el apoyo mutuo. / El apoyo mutuo con mis jefes, compañeros y subordinados se genera un espíritu de ayuda.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / Items								
DIMENSION 4: COOPERACIÓN								
9	En mi unidad, no se siente la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización. / Se comparten los objetivos personales con los de la organización.	✓		✓		✓		
DIMENSIONES / Items								
DIMENSION 5: CONFLICTO								
8	Mis superiores y compañeros, evitan las opiniones discrepantes, nadie puede estar en desacuerdo. / En mi unidad se aceptan las ideas discrepantes enfrentando y buscando la solución.	✓		✓		✓		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Yvonne Sanaballe Rivas DNI: 90187605

Especialidad del validador: Psicología Organizacional

Juez 3

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD								
4	Mis superiores no me dan la confianza suficiente para desarrollar mi trabajo. / Assumo los riesgos de mi trabajo a manera de retos para lograr los objetivos propuestos.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: DESAFIO								
5	El ambiente de mi unidad se caracteriza por la frialdad en la relación entre mis compañeros, jefes y subordinados. / Mis jefes, compañeros y subordinados, mantenemos relaciones cordiales en un ambiente de camaradería.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: RELACIONES								
6	Mis jefes, como mis compañeros y mis subordinados, cada uno trabaja por su cuenta, enviando el apoyo mutuo. / El apoyo mutuo con mis jefes, compañeros y subordinados se genera un espíritu de ayuda.	✓		✓		✓		Corregir palabra "enviando"
DIMENSIÓN 4: COOPERACIÓN								
9	En mi unidad, no se siente la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización. / Se comparten los objetivos personales con los de la organización.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5: CONFLICTO								
8	Mis superiores y compañeros, evitan las opiniones discrepantes.							


Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [v] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg. Ros Zambora Angélica María DNI: 40515888

Especialidad del validador: Organizacional

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


de octubre del 2016
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

Juez 4

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: RESPONSABILIDAD								
4	Mis superiores no me dan la confianza suficiente para desarrollar mi trabajo. / Assumo los riesgos de mi trabajo a manera de retos para lograr los objetivos propuestos.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: DESAFIO								
5	El ambiente de mi unidad se caracteriza por la frialdad en la relación entre mis compañeros, jefes y subordinados. / Mis jefes, compañeros y subordinados, mantenemos relaciones cordiales en un ambiente de camaradería.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: RELACIONES								
6	Mis jefes, como mis compañeros y mis subordinados, cada uno trabaja por su cuenta, enviando el apoyo mutuo. / El apoyo mutuo con mis jefes, compañeros y subordinados se genera un espíritu de ayuda.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4: COOPERACIÓN								
9	En mi unidad, no se siente la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización. / Se comparten los objetivos personales con los de la organización.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5: CONFLICTO								
8	Mis superiores y compañeros, evitan las opiniones discrepantes.							


Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [v] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg. García de Olvera Wanyu Ricardo DNI: 64499264

Especialidad del validador: Organizacional

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


de octubre del 2016
 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

ANEXO 05 CARTA



CARGO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA
FACULTAD DE HUMANIDADES

"AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MAR DE GRAU"

San Juan de Lurigancho, 08 de setiembre del 2016

CARTA-EST- N° 057-2016-EAP-PS-UCV-LIMA

Sr.
Edwin Quijana
Gerente de Tienda
Metro San Juan de Lurigancho
CENCOSUD
Presente.-

Asunto: Autorización para aplicar un instrumento de investigación de la estudiante **MELISSA JASMIN CULQUI MAS**

De mi consideración

Mediante la presente me dirijo a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo solicitar a su despacho otorgue la autorización para que el/la Sr. /Srta. **MELISSA JASMIN CULQUI MÁS** estudiante del XI ciclo de la Escuela Académico Profesional de Psicología, pueda aplicar las siguientes pruebas psicológicas a los colaboradores de la Empresa Cencosud de la Tienda Metro San Juan de Lurigancho.:

- Cuestionario de Valores
- Cuestionario de Clima Laboral
- Ficha de Datos Sociodemográficos

Dicho instrumento corresponde a su Tesis titulada: "RELACIÓN ENTRE LOS VALORES Y CLIMA LABORAL EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CENCOSUD DE LA TIENDA METRO SAN JUAN DE LURIGANCHO, 2016", el cual tiene como objetivo identificar la relación que existe entre los Valores y Clima Laboral en los Colaboradores de la Empresa Cencosud de la Tienda Metro San Juan de Lurigancho.

Sin otro particular, me despido de usted no sin antes expresarle los sentimientos de estima personal.



[Firma]
Dra. Tanieth L. Cubas Romero
Directora de la Escuela Académico Profesional de Psicología
UCV – LIMA



EHS/psg

ANEXO 06
CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____, he leído detenidamente la hoja de información que se me ha proporcionado por la investigadora, he podido realizar preguntas sobre el estudio, así como he recibido la suficiente información sobre el mismo. He hablado con la investigadora sobre los riesgos y beneficios directos de mi colaboración en el estudio, habiendo entendido que: la información brindada es carácter confidencial y no se utilizara para ningún otro fin. Además comprendo que mi participación es anónima y voluntaria, por lo que acepto que el resultado de la investigación sea publicado en una revista científica.

Por tal presto libremente mi aprobación para colaborar en el estudio suscribiendo a la presente.

Firma del Participante

DNI:

ANEXO 07
BASE DE DATOS
CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES

Nº	SEXO	EDAD	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	ESTADO CIVIL	TIEMPO DE SERVICIO	V 1	V 2	V 3	V 4	V 5	V 6	V 7	V 8	V 9	V 10	V 11	V 12	V 13	V 14	V 15	V 16	V 17	V 18	V 19	V 20	V 21	V 22	V 23	V 24	V 25	V 26	V 27	V 28	V 29	V 30	V 31	V 32	V 33	V 34	V 35	V 36	V 37	V 38	V 39	V 40	Suma_V	UNIVERSALISMO	BENEVOLENCIA	TRADICION	CONFORMIDAD	SEGURIDAD	PODER	LOGROS	HEDONISMO	ESTIMULACION	AUTODIRECCION		
1	1	22	2	1	1	1	1	6	6	6	6	1	6	1	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	4	6	6	4	6	4	6	1	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	200	34	18	20	12	29	11	24	17	17	34			
2	1	22	2	4	3	6	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	230	35	22	30	18	27	15	24	18	18	39		
3	1	36	2	1	1	4	2	6	4	5	4	2	6	3	4	6	6	4	3	2	5	2	5	5	2	5	5	6	4	3	4	5	4	6	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	173	34	21	17	12	23	8	17	13	9	36			
4	2	26	2	2	3	6	2	6	2	5	5	6	6	2	6	5	6	2	6	5	6	2	6	6	2	6	6	6	4	5	5	5	6	6	4	5	6	6	5	5	6	6	5	6	200	36	23	21	18	27	9	14	16	14	38			
5	2	24	2	1	1	5	3	6	5	4	6	4	6	4	5	6	4	3	6	4	5	4	5	4	4	4	6	6	5	3	6	5	5	5	5	3	6	3	5	5	5	5	5	5	190	32	17	21	14	22	12	19	16	15	38			
6	2	23	2	1	1	5	4	5	5	6	6	5	5	4	5	5	5	4	5	5	6	4	6	5	2	6	6	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	6	199	31	21	20	16	26	14	19	15	16	37		
7	1	27	2	2	3	4	2	5	5	5	5	3	5	5	5	6	5	5	6	4	6	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	4	5	5	197	31	19	23	15	26	12	20	16	15	37	
8	1	34	2	1	3	4	2	6	6	6	6	6	5	3	2	6	6	4	5	5	6	2	6	6	5	6	6	6	5	4	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	200	33	23	22	17	28	8	20	12	16	37			
9	1	34	3	2	3	4	2	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	175	28	19	20	12	25	11	17	13	12	35		
10	1	20	3	4	2	6	4	6	6	6	6	5	5	1	4	6	5	6	6	5	5	2	4	5	4	6	6	5	6	6	4	5	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	1	4	4	5	200	32	19	21	15	29	10	24	9	17	40	
11	1	28	2	3	3	4	3	5	5	6	6	5	5	2	3	3	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	179	30	18	20	15	25	11	19	11	14	33	
12	2	23	2	4	3	4	1	5	5	5	6	2	6	4	4	6	6	5	4	4	6	1	6	5	2	5	4	5	6	6	4	6	6	6	6	4	6	4	4	4	4	6	6	6	4	4	189	31	22	24	14	22	6	22	14	16	36	
13	1	21	2	1	3	4	3	3	4	5	5	3	5	3	4	6	4	2	4	4	2	3	5	3	5	5	4	5	2	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	3	2	3	155	23	19	20	7	22	8	13	12	13	36
14	2	53	3	2	3	5	2	5	4	5	4	5	4	1	4	6	5	4	6	4	6	3	6	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	6	2	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	179	30	21	18	16	26	9	17	13	10	37		
15	1	31	2	2	3	6	3	6	6	6	6	6	5	3	5	5	6	6	6	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	200	31	21	23	16	27	9	22	14	16	38	
16	1	23	2	3	1	5	2	5	6	4	4	5	5	2	4	6	6	6	4	6	5	4	6	4	5	6	6	4	6	4	6	6	6	4	6	4	6	6	5	4	4	4	6	4	4	4	197	26	24	21	14	22	12	24	16	16	38	
17	1	21	2	4	2	6	4	6	6	5	5	4	5	1	5	5	5	6	5	2	4	3	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	5	5	5	5	187	31	20	18	13	24	12	22	14	12	38
18	2	31	2	4	3	4	2	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	3	6	5	5	6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	190	30	21	23	16	26	10	18	14	13	36
19	1	21	1	1	2	5	2	6	6	3	6	4	5	2	4	5	6	5	6	6	6	2	5	6	3	5	5	5	5	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	6	4	5	4	3	191	31	20	20	16	24	8	22	13	18	36
20	2	28	2	1	3	5	2	6	5	4	5	3	5	5	5	5	6	4	5	5	5	2	6	6	5	6	6	3	4	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	4	6	202	35	24	26	14	25	8	18	15	16	37		

49	1	31	1	1	1	2	3	4	1	5	6	3	5	1	4	6	3	1	5	2	4	6	1	4	2	5	1	5	2	5	6	5	4	3	5	2	5	2	4	6	4	3	4	6	2	147	23	11	16	11	23	15	9	13	13	34
50	1	30	1	1	1	6	3	4	5	2	3	6	4	1	5	3	6	5	5	4	3	5	5	5	6	5	4	5	3	5	3	5	2	4	6	4	2	4	5	2	4	6	4	6	6	171	28	20	18	13	18	14	15	14	13	36
51	2	33	2	1	1	5	4	6	3	2	1	4	2	1	6	5	3	2	6	3	5	4	1	6	5	4	5	3	2	4	6	4	2	1	3	4	3	4	5	2	1	6	2	6	1	142	19	12	14	10	18	14	10	18	7	37
52	1	24	2	1	3	2	6	1	5	3	5	3	4	5	3	2	4	6	2	6	2	3	1	3	5	1	4	5	3	6	2	6	5	3	1	2	4	4	3	2	1	5	6	3	2	139	18	15	27	6	10	12	18	10	12	29
53	2	20	1	4	3	2	5	1	6	3	4	4	2	6	1	5	3	5	2	4	1	3	3	2	4	6	1	5	4	6	2	3	1	5	3	5	1	6	2	4	2	3	6	3	4	138	19	15	23	7	20	11	16	6	11	31
54	1	23	1	4	2	1	2	6	3	4	5	1	3	5	4	2	6	4	6	3	2	5	1	6	4	3	5	1	2	1	5	2	4	3	6	2	4	3	5	1	4	6	3	6	4	143	23	12	17	7	16	13	13	15	14	30
55	2	19	1	1	1	5	1	2	6	4	3	3	1	4	2	5	3	1	4	2	5	6	2	4	1	5	6	3	1	3	5	6	1	4	1	6	4	3	5	2	1	6	4	3	3	136	17	14	13	9	21	10	12	13	6	37
56	1	36	2	1	1	1	4	5	2	3	6	1	3	6	2	5	4	4	6	5	1	3	2	2	5	4	2	1	5	6	5	2	3	1	4	1	6	3	4	5	1	2	5	6	1	137	13	11	25	3	19	13	17	9	15	32
57	1	25	2	1	1	2	3	4	1	5	6	3	5	1	3	2	6	1	3	2	6	4	5	1	5	2	4	3	6	5	4	1	6	3	2	4	5	2	6	1	4	3	6	5	4	144	20	14	23	13	15	12	13	10	10	32
58	2	19	1	3	2	6	5	2	1	4	3	3	4	5	1	2	6	5	4	3	2	1	6	1	2	4	3	5	2	2	4	6	1	4	3	5	3	6	4	2	6	5	3	1	4	139	20	24	13	11	19	7	11	10	9	34
59	1	18	1	1	1	1	2	6	3	5	4	4	3	2	6	1	3	2	4	5	3	1	6	3	5	4	2	6	1	2	6	1	3	4	4	1	3	4	2	6	1	5	3	4	5	136	27	14	15	8	20	7	9	17	13	26
60	2	20	1	1	1	2	4	2	6	5	6	1	4	2	5	3	6	3	2	4	5	1	6	5	2	6	3	4	5	2	4	1	2	3	5	6	1	5	2	6	3	4	5	3	2	146	20	18	13	9	25	8	15	13	15	29
61	2	28	2	1	1	5	4	6	2	4	6	2	4	6	2	5	2	4	2	5	1	4	2	6	4	5	1	5	6	1	5	2	5	2	4	1	5	6	3	1	5	3	6	5	4	151	27	12	22	8	13	13	17	10	15	35
62	1	27	1	1	3	5	3	5	4	2	5	3	5	2	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	6	5	3	5	3	5	6	4	5	3	5	2	4	2	5	3	4	2	5	165	29	17	21	13	14	10	16	11	15	35
63	2	23	1	3	3	6	5	3	6	5	4	3	2	5	4	3	2	5	4	2	4	5	4	5	4	5	6	4	2	5	4	6	5	4	3	4	5	5	4	3	2	5	4	5	6	168	24	17	23	9	21	15	18	13	9	35
64	1	21	1	1	2	6	5	4	5	6	5	3	2	4	5	4	3	1	4	3	1	3	4	6	5	4	3	2	5	5	6	5	4	4	5	5	4	4	3	2	3	5	5	4	3	160	21	16	23	7	21	12	15	16	13	35
65	1	38	2	2	3	6	5	4	3	2	5	6	4	2	4	2	3	5	4	3	2	3	2	6	4	3	5	3	5	3	2	5	3	5	3	2	1	3	4	5	4	5	6	5	4	151	26	13	18	12	16	13	14	11	11	34
66	2	30	1	1	2	6	5	4	5	3	4	4	5	3	2	3	4	4	3	2	3	5	4	6	5	4	3	2	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	2	5	4	5	4	3	2	154	23	14	22	11	20	13	17	11	9	33
67	2	20	1	4	1	6	4	3	2	5	4	2	5	4	2	6	3	1	4	6	4	2	2	6	4	2	5	6	5	4	2	6	4	2	6	4	2	6	5	2	6	4	6	3	1	156	23	17	22	12	17	9	10	8	16	39
68	1	18	3	1	1	6	4	3	2	5	3	5	2	5	2	5	6	3	1	5	6	3	2	6	4	5	6	5	6	4	3	2	1	5	6	4	2	4	5	3	1	5	3	6	6	160	27	14	17	12	18	13	13	10	14	38
69	2	20	1	1	1	5	3	4	5	3	4	5	3	5	3	6	3	5	3	4	3	2	4	6	5	6	5	4	6	4	3	5	6	5	3	6	6	4	3	2	4	6	4	6	5	174	27	16	24	12	20	11	22	12	11	36
70	1	24	2	1	3	6	5	3	2	4	1	1	5	2	5	2	5	2	5	2	5	3	2	5	3	1	4	5	6	4	5	3	6	4	2	5	3	5	6	4	2	6	3	5	3	150	25	15	18	8	19	13	13	16	5	36
71	1	49	1	1	3	6	4	6	4	6	3	5	3	5	2	6	4	2	6	2	6	4	1	6	3	1	5	6	4	2	5	2	4	6	4	2	5	6	4	2	6	4	6	4	5	167	32	13	20	17	17	12	15	11	9	38
72	2	21	1	1	3	6	5	4	6	5	4	6	4	6	5	4	6	5	3	2	4	5	6	6	4	4	2	4	6	4	2	1	4	6	4	6	5	3	5	6	5	6	3	6	4	182	28	16	21	15	24	16	22	13	10	37
73	1	31	1	1	2	6	4	2	6	4	2	6	3	5	3	6	3	1	6	4	2	6	3	6	4	2	6	5	3	6	3	6	5	4	2	6	1	6	5	2	6	4	2	6	4	166	24	18	22	14	20	16	11	10	8	39
74	2	38	1	1	1	4	2	5	2	6	4	6	3	1	6	3	6	3	1	5	6	3	5	6	4	2	6	4	2	1	5	6	4	6	4	2	6	3	1	5	4	6	5	3	5	161	29	20	15	16	16	8	13	17	13	30
75	1	40	2	1	1	6	5	6	4	3	2	5	6	4	3	5	3	6	4	6	4	5	4	6	5	3	1	6	5	4	6	5	6	5	5	6	5	6	4	2	5	3	2	4	3	178	32	18	21	14	18	14	20	12	13	37
76	1	20	1	1	1	6	4	3	2	6	4	6	4	2	4	6	4	6	3	2	4	5	3	6	4	2	6	4	5	4	3	2	5	4	2	5	4	3	5	3	5	4	3	4	5	162	26	12	18	15	19	13	17	11	8	39

77	1	39	2	1	1	6	4	3	5	3	1	4	5	4	6	3	2	4	5	4	3	5	4	6	4	3	5	4	5	6	4	2	5	6	4	3	1	6	5	4	6	5	3	5	3	166	27	14	22	13	18	14	15	15	9	36
78	2	54	1	4	1	6	5	4	6	5	4	6	5	4	6	4	6	4	6	4	6	4	6	6	5	6	5	6	5	4	6	5	4	3	6	5	6	5	6	5	6	6	6	5	3	205	27	22	23	18	27	14	21	18	14	38
79	1	53	1	4	3	5	4	2	5	6	4	2	5	4	2	5	6	4	3	2	2	4	3	5	4	5	6	4	2	3	5	3	2	5	3	2	5	6	4	2	5	6	4	3	2	154	23	18	17	9	18	11	16	13	9	36
80	1	25	1	4	2	6	4	2	5	3	5	6	4	2	5	3	2	5	4	2	6	4	3	5	3	5	3	2	5	3	6	4	3	2	5	6	5	3	6	3	2	6	4	5	3	160	18	12	15	14	21	13	20	17	12	37
81	2	46	1	1	1	6	5	4	6	4	3	5	6	4	5	4	3	6	4	3	5	6	4	6	5	6	5	4	5	6	4	6	5	4	5	4	3	6	5	6	5	3	5	4	3	188	27	19	25	15	24	15	20	12	11	37
82	2	29	1	1	3	6	5	4	6	4	5	6	4	3	2	5	4	3	2	5	6	5	4	6	5	4	6	5	4	6	5	4	3	5	4	3	5	6	5	4	3	5	6	5	3	181	27	18	23	15	17	15	18	12	14	38
83	1	47	1	1	2	6	5	6	5	6	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	3	6	5	4	3	5	6	5	6	5	4	3	5	6	4	5	5	4	4	5	5	4	4	182	28	17	23	13	24	12	18	14	14	38
84	1	36	1	4	3	6	5	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	2	4	5	5	4	3	5	3	4	5	3	4	5	3	5	2	4	5	4	5	3	2	4	5	2	160	21	18	23	10	20	14	14	9	13	35
85	2	44	1	1	1	6	5	4	5	6	4	3	5	4	2	5	6	4	5	3	4	6	3	6	4	5	3	2	1	3	4	6	5	4	3	5	3	4	5	3	5	3	4	6	4	168	25	19	20	12	24	17	13	9	10	38
86	1	34	1	1	1	6	5	4	3	5	3	4	6	3	2	5	4	2	5	6	3	4	2	6	5	4	6	4	5	6	5	4	5	4	6	5	3	4	5	3	5	3	4	5	6	175	30	14	23	12	22	14	13	10	15	38
87	2	34	2	1	2	3	2	4	5	3	6	3	5	6	4	6	4	6	4	5	3	2	4	6	4	6	4	5	3	2	4	5	3	5	4	2	5	4	6	5	4	3	2	5	4	166	29	17	17	10	20	9	19	11	15	37
88	1	43	2	4	2	6	5	4	5	6	4	5	3	5	3	5	6	5	4	5	4	5	3	6	4	5	3	4	5	4	6	3	4	5	6	4	5	4	6	4	5	4	3	5	3	181	25	16	20	14	23	15	20	13	15	39
89	1	24	1	4	1	6	5	4	5	3	5	6	3	4	5	3	5	3	5	6	3	4	5	6	4	5	6	4	5	3	2	5	4	5	6	4	3	2	4	5	6	5	4	3	5	176	27	17	19	15	22	12	16	12	17	35
90	2	22	2	2	1	4	5	3	5	6	4	3	5	3	5	6	4	2	5	3	4	6	4	6	4	5	6	4	3	2	5	4	3	2	5	3	4	5	4	3	5	3	5	6	4	168	24	17	17	12	22	17	14	13	12	36
91	2	30	2	1	2	6	4	2	4	2	3	5	5	5	6	5	5	4	2	5	5	6	6	5	2	4	6	6	4	2	5	2	4	6	2	5	3	5	5	5	4	6	4	5	5	175	29	18	17	14	18	15	15	17	10	38
92	2	30	2	4	3	6	4	5	6	3	5	6	4	5	3	2	5	3	5	6	4	2	4	6	4	3	5	6	4	4	5	3	6	4	5	3	5	6	4	5	3	4	6	4	2	175	27	18	25	13	19	10	18	12	16	34
93	2	31	1	1	1	5	6	4	6	4	5	6	4	6	4	5	3	4	5	6	3	2	4	6	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	6	3	5	5	3	5	6	5	4	3	177	23	15	23	14	21	12	18	15	16	37
94	1	33	2	4	3	5	6	4	3	2	5	6	4	5	3	5	6	5	6	5	4	5	3	6	4	2	5	6	4	6	4	2	5	6	4	5	3	5	6	4	3	5	3	5	6	181	32	16	23	13	19	16	15	12	14	38
95	2	27	1	2	2	5	4	3	5	6	3	5	3	5	6	4	3	5	5	4	5	6	4	5	3	5	2	4	6	4	5	6	4	2	2	4	6	4	5	6	4	5	4	3	1	171	18	17	20	14	26	13	22	16	9	38
96	1	40	2	2	3	3	5	6	5	4	2	5	6	4	3	5	3	5	2	6	3	5	2	6	4	2	5	6	4	2	5	4	6	3	2	5	3	4	6	4	3	4	5	4	3	164	30	13	21	11	17	14	17	12	10	36
97	2	30	2	1	3	4	6	5	6	5	3	5	6	3	5	3	5	3	2	4	6	4	3	5	3	5	6	4	2	5	3	6	4	3	5	3	1	4	6	5	4	6	4	2	4	168	27	18	19	15	20	12	12	14	12	35
98	1	25	2	1	1	2	3	5	3	5	3	6	3	2	5	6	3	5	2	5	6	3	4	5	3	5	6	4	6	4	5	6	4	3	2	5	6	4	6	4	2	5	6	5	2	169	22	17	19	14	21	11	20	15	10	36
99	1	35	2	2	2	2	4	5	6	4	3	5	6	4	2	5	6	3	5	6	3	2	4	6	5	4	3	5	4	3	4	5	6	5	2	2	4	5	3	5	4	3	2	4	3	162	30	20	20	12	20	10	17	9	11	32
100	2	28	3	1	2	2	4	3	5	6	4	2	4	5	3	4	5	2	3	5	2	4	2	4	3	2	4	5	6	4	3	5	6	5	4	6	4	3	5	3	4	5	6	5	3	160	24	15	24	8	20	13	17	11	13	33
101	1	29	1	2	3	2	4	5	6	5	4	3	2	5	4	5	6	5	3	2	4	5	4	5	4	3	5	6	4	3	5	6	4	3	2	4	5	6	4	6	4	3	2	4	5	167	26	22	18	11	21	13	20	12	8	33
102	2	26	2	1	1	2	4	5	6	5	4	3	2	4	5	6	5	3	4	5	6	3	2	6	5	4	3	5	6	4	3	2	4	6	4	5	4	3	2	4	5	6	2	5	2	164	26	12	19	14	22	12	19	14	13	32
103	1	33	1	2	3	6	4	2	5	4	2	4	5	3	5	3	5	2	5	3	4	4	5	5	3	4	6	4	5	3	4	5	6	4	5	3	4	5	3	6	4	2	4	1	3	160	23	20	19	12	22	9	16	11	10	34
104	1	26	2	1	1	6	3	4	5	2	5	4	4	2	5	4	4	3	2	4	2	5	5	3	1	4	3	4	5	4	5	6	5	5	6	3	5	2	3	2	4	2	5	3	1	150	21	17	17	10	13	11	18	12	15	35

105	2	48	2	4	2	4	5	6	4	5	3	4	6	3	2	5	4	6	4	2	4	5	2	6	4	2	5	2	4	5	2	5	4	2	4	3	5	3	4	5	4	5	3	2	4	157	26	14	19	12	19	12	19	9	9	35		
106	1	53	2	2	3	4	5	6	3	4	5	3	4	6	2	5	2	4	6	4	2	4	3	6	4	5	3	5	3	6	4	6	3	5	3	5	2	6	5	4	3	5	3	5	3	166	29	17	22	8	24	14	12	11	12	36		
107	2	18	2	1	2	5	4	5	6	3	5	6	3	6	4	6	3	5	6	3	5	3	4	5	3	5	6	4	3	5	5	6	4	5	6	3	4	2	5	4	6	4	6	4	3	180	25	15	24	17	21	11	18	13	14	38		
108	2	29	2	1	2	6	4	5	6	4	2	1	4	5	2	5	6	3	4	5	3	5	3	5	3	5	2	5	4	6	4	5	2	5	4	5	3	5	2	5	6	4	2	5	3	163	27	19	18	10	23	14	16	10	11	35		
109	1	22	1	1	3	5	6	4	6	4	3	5	6	4	5	3	5	3	5	3	6	3	5	5	3	5	6	4	2	5	6	4	6	3	5	3	6	3	5	2	4	6	4	3	4	175	26	17	22	15	19	12	17	17	11	35		
110	2	39	2	2	2	4	5	3	5	4	6	3	2	5	3	5	3	5	6	3	5	2	4	6	4	2	5	3	6	3	6	4	5	2	4	5	6	3	5	2	4	6	4	2	4	164	20	14	21	12	19	9	22	15	13	36		
111	1	21	1	1	1	6	3	4	6	3	5	2	5	3	5	3	6	3	6	3	6	3	5	6	4	6	4	5	3	5	6	2	5	3	6	5	3	6	4	3	2	5	4	3	5	6	4	173	29	16	20	11	25	15	19	13	11	33
112	2	52	2	4	3	6	4	5	6	4	6	4	5	4	6	5	3	2	5	4	5	2	4	5	4	3	6	5	2	6	3	5	2	5	3	5	6	3	6	4	2	6	4	5	3	173	28	15	20	11	21	11	16	15	13	39		
113	2	33	2	2	2	5	4	5	6	5	6	4	6	4	5	4	5	3	5	6	3	5	3	6	4	5	3	4	6	4	6	5	3	5	4	6	5	3	5	3	4	6	4	5	3	183	29	16	19	11	24	14	20	17	16	38		
114	2	51	3	2	3	5	4	6	4	6	5	3	5	6	4	6	5	6	5	6	5	4	5	5	6	5	4	2	4	6	5	3	5	3	2	5	4	5	6	4	5	3	5	2	4	183	25	18	28	13	25	10	18	12	13	39		
115	1	57	3	2	3	3	4	5	6	4	5	3	5	6	3	6	3	6	4	6	3	5	4	6	4	5	4	3	6	5	3	2	6	5	4	2	5	4	6	4	6	4	3	5	2	175	26	13	24	12	19	14	23	10	15	37		
116	1	37	2	2	2	3	5	3	6	4	6	3	5	6	3	2	5	3	5	3	5	6	3	5	3	5	3	5	6	3	4	2	5	4	6	5	4	2	5	6	4	3	6	5	3	170	25	12	23	12	25	16	19	10	15	32		
117	2	25	2	2	3	2	4	5	6	4	5	6	4	6	4	3	5	6	4	5	6	4	5	5	4	3	5	6	4	6	5	4	2	5	6	5	3	5	6	4	2	5	3	6	3	181	28	19	21	14	20	14	19	14	16	33		
118	1	31	2	2	3	3	5	3	5	4	5	3	5	3	6	3	5	2	5	3	5	3	2	5	3	5	6	4	6	4	3	2	5	5	4	6	4	3	6	5	4	4	2	6	4	166	26	12	17	12	25	14	17	13	12	34		
119	2	30	2	1	3	4	6	5	4	6	4	3	6	5	6	4	6	4	3	6	4	5	3	6	5	3	5	3	5	3	5	2	5	4	3	5	6	4	3	2	5	4	3	5	3	173	27	15	21	12	19	16	19	15	13	33		
120	1	41	2	1	3	3	2	6	5	3	5	3	6	4	3	4	6	4	3	5	4	3	5	5	3	2	5	4	3	6	4	2	5	3	2	5	3	1	5	3	5	3	2	1	5	151	29	14	20	12	16	6	15	10	12	34		
121	2	38	2	1	1	3	6	3	6	4	6	5	4	3	6	5	3	5	4	5	3	4	2	6	4	3	5	4	3	5	6	3	4	5	3	5	3	5	6	4	3	5	6	4	3	172	25	13	22	11	20	14	17	17	14	36		
122	2	50	3	2	3	5	4	5	6	4	6	4	3	5	6	4	3	5	6	4	5	4	2	6	5	4	3	5	6	4	3	6	5	3	6	4	3	5	3	6	4	2	4	5	2	175	24	16	23	13	24	13	20	11	16	34		
123	1	26	2	1	1	6	4	3	5	3	5	3	4	6	3	2	5	3	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	6	4	6	4	5	3	5	3	4	6	4	6	4	5	4	2	4	5	3	168	22	17	22	10	23	14	18	10	14	34
124	2	47	2	2	3	4	3	5	6	4	6	3	4	5	3	5	3	5	3	5	3	4	2	4	3	5	3	1	4	6	5	6	4	4	6	4	6	4	3	2	5	3	5	3	4	163	22	15	23	11	18	10	21	11	17	34		
125	1	49	2	2	2	5	4	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4	3	5	3	5	6	3	5	3	5	3	5	2	4	5	2	4	5	4	3	5	2	1	1	4	6	5	6	3	159	27	11	21	14	19	16	13	14	10	33		
126	2	32	2	1	3	5	4	6	3	5	2	5	3	5	6	3	2	5	6	4	6	3	4	5	4	3	6	5	2	5	2	4	5	3	3	6	4	3	5	3	4	2	5	2	4	162	26	13	24	15	23	9	14	10	9	35		
127	1	45	3	2	3	3	4	5	6	5	6	4	3	5	3	4	5	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	5	2	4	5	3	4	5	2	4	6	3	2	1	4	6	4	2	158	23	19	19	8	17	13	19	11	16	32
128	2	28	2	1	2	5	4	5	6	5	4	6	4	6	4	3	5	4	3	2	5	2	3	6	4	6	4	3	6	2	4	6	4	6	5	6	3	4	2	4	6	4	5	2	4	172	28	18	21	17	24	8	19	12	11	32		
129	1	34	2	2	3	4	5	6	4	5	3	5	3	5	6	3	5	3	5	3	5	3	4	5	3	2	2	5	3	1	5	4	6	4	6	5	3	2	5	4	2	5	4	3	2	158	25	15	19	12	21	11	13	16	12	34		
130	2	34	2	2	3	4	3	5	6	5	6	4	2	5	6	5	3	5	6	4	3	5	2	5	3	5	2	4	5	6	4	2	5	2	5	3	4	5	3	5	2	5	2	4	2	162	20	12	21	9	24	12	20	15	15	34		
131	1	27	2	2	2	4	5	6	4	5	6	4	3	5	6	4	3	5	3	5	2	5	3	5	2	4	6	5	4	3	2	5	6	4	3	5	2	5	4	6	5	3	4	2	5	168	28	16	20	11	23	12	15	11	14	34		
132	2	55	3	4	3	4	6	5	3	4	6	3	5	3	2	5	4	6	4	2	5	3	2	6	4	2	5	4	3	5	3	2	5	4	6	5	3	5	4	2	5	4	6	4	2	161	26	13	23	13	17	13	15	9	14	35		

133	2	43	2	2	1	2	4	5	6	4	5	6	4	3	5	3	5	4	5	6	4	2	1	6	4	5	3	5	3	4	2	4	5	6	3	5	3	2	4	6	4	5	4	2	4	163	30	12	20	14	25	8	16	12	14	31
134	2	46	3	2	3	3	5	4	5	6	4	5	3	4	5	6	3	5	2	4	5	3	2	6	4	6	3	4	5	3	2	4	5	5	3	5	2	5	6	3	2	4	5	2	1	159	23	14	21	12	22	10	17	11	11	37
135	1	35	2	2	3	3	5	6	5	3	5	2	4	5	6	4	3	5	2	4	6	3	2	6	4	6	5	2	4	5	6	2	4	1	4	5	6	3	4	2	5	6	4	2	5	164	24	10	22	13	18	10	20	18	13	33
136	2	20	2	1	1	6	5	4	2	1	4	6	4	2	4	6	4	3	5	3	1	4	6	5	2	6	5	3	5	4	3	5	6	3	5	6	4	2	4	6	4	6	5	3	1	163	20	17	19	11	24	12	14	13	12	38
137	2	24	2	1	2	3	4	6	4	6	5	6	4	2	5	6	4	3	2	5	2	5	2	6	4	5	3	4	6	3	5	2	5	5	4	6	4	5	2	4	3	5	3	2	4	164	29	13	17	11	23	11	17	15	14	33
138	2	36	2	2	3	5	3	2	5	4	6	3	6	4	6	3	2	5	3	6	3	1	4	5	3	6	5	3	1	5	6	3	5	6	3	6	2	5	3	6	3	5	6	3	4	165	26	14	23	9	25	7	13	17	15	33
139	2	35	2	2	3	6	4	5	6	4	6	4	4	2	5	6	3	5	5	2	4	6	3	5	3	6	3	6	3	1	6	3	6	4	6	4	2	6	3	5	2	5	6	3	4	172	28	15	18	10	24	13	16	16	14	37
140	1	24	1	1	2	6	4	2	6	3	5	2	5	6	4	6	4	6	3	5	3	1	3	6	3	5	3	4	3	2	4	5	3	2	4	2	5	2	5	2	4	2	4	5	1	150	20	14	18	9	15	10	20	10	14	39
141	1	40	3	2	3	5	3	4	6	3	1	5	3	5	2	5	3	1	4	6	2	5	2	5	3	2	4	5	2	6	4	2	5	6	4	2	5	6	2	4	1	5	6	3	1	148	24	13	25	8	15	11	14	11	11	34
142	2	19	1	2	1	2	4	6	4	5	3	5	1	3	5	2	4	6	3	5	2	4	1	5	3	6	4	2	5	6	4	2	4	6	3	1	5	2	4	6	3	4	1	3	2	146	22	9	17	10	21	11	20	13	11	30
143	2	23	2	1	1	4	6	4	3	5	2	4	5	3	2	5	6	3	2	5	6	3	4	4	5	2	6	3	5	2	6	3	1	5	2	6	3	5	2	4	6	3	5	2	1	153	22	18	16	16	19	11	14	11	9	33
144	1	35	3	1	3	3	6	3	5	6	3	4	2	5	2	6	3	5	6	3	5	2	4	5	3	6	3	1	5	3	6	1	4	6	3	6	2	1	5	2	4	2	5	1	4	151	21	9	20	13	26	9	17	10	9	36
145	2	23	2	1	2	4	5	3	2	5	2	4	6	2	5	2	3	5	2	4	6	2	4	5	2	4	5	2	4	6	1	3	5	6	3	1	4	2	6	3	5	2	6	1	3	145	25	12	21	15	15	8	15	8	9	34
146	2	31	2	2	3	2	5	6	1	3	5	2	4	6	2	3	5	1	2	5	6	4	2	3	5	1	4	6	3	1	5	6	2	4	1	5	5	6	2	3	5	1	3	2	4	141	27	19	17	13	14	11	10	8	11	29
147	2	26	2	1	2	5	3	2	4	6	2	4	5	2	4	6	2	4	1	2	5	6	3	5	3	5	6	3	5	2	4	6	3	2	1	4	6	3	5	2	4	6	1	3	5	150	22	14	11	13	18	12	19	14	5	38
148	2	18	1	1	1	3	5	6	2	4	5	1	6	3	4	2	1	4	6	2	4	1	3	5	2	3	5	6	3	1	4	5	3	2	4	5	3	6	4	4	2	5	1	3	4	142	29	15	10	7	22	9	12	13	11	31
149	1	32	2	2	3	4	2	6	3	5	2	6	3	1	3	5	3	1	2	4	6	2	1	1	4	6	2	3	1	5	6	3	1	5	6	2	4	1	5	2	4	6	1	3	2	132	20	8	12	16	17	7	9	15	12	36
150	2	25	2	1	2	2	3	4	5	3	2	4	6	3	1	4	5	3	4	6	2	1	3	5	3	4	6	2	4	1	5	6	3	1	4	6	3	1	4	6	2	3	5	2	1	138	19	15	15	8	23	6	15	9	12	32
151	2	25	2	1	3	4	3	2	4	6	3	1	4	6	3	5	2	4	6	2	4	1	4	6	4	1	3	1	3	1	5	6	3	2	4	3	1	5	3	5	2	6	3	1	4	136	19	17	17	7	21	5	12	14	9	34
152	2	27	2	1	2	5	6	3	4	6	3	2	5	2	4	1	6	2	4	1	6	4	3	5	2	6	3	1	4	6	4	2	5	2	6	3	1	5	3	6	2	4	1	5	3	146	19	16	16	10	25	15	11	12	10	31
153	2	21	2	1	2	4	5	2	3	6	3	5	2	4	6	3	1	4	6	3	4	2	4	5	2	4	6	2	4	1	5	2	3	6	3	1	5	6	4	3	5	2	6	1	3	146	20	13	16	14	20	8	16	13	9	33
154	1	33	2	2	2	3	4	5	2	4	6	2	4	1	3	6	3	1	4	5	2	3	5	4	2	1	5	6	3	2	5	2	4	6	2	4	6	2	4	5	2	4	6	3	1	142	26	12	15	6	18	10	12	12	13	35
155	2	38	2	4	3	2	6	6	4	1	5	5	2	3	1	4	3	4	2	4	5	6	4	6	5	3	1	5	2	3	1	5	6	3	5	2	4	3	4	5	2	5	3	4	2	146	24	15	20	12	13	16	14	7	14	32
156	1	35	2	4	3	6	4	5	2	4	6	3	1	5	6	3	4	6	2	4	6	3	4	5	3	2	5	6	4	5	2	4	6	4	2	4	5	6	2	4	6	2	5	6	3	165	24	18	24	15	16	13	17	10	12	33
157	1	45	3	2	3	1	4	6	3	5	1	4	6	2	4	6	2	4	6	2	3	4	1	5	6	3	1	4	6	3	5	2	4	6	3	5	2	4	5	2	3	4	5	2	3	147	30	9	20	10	21	10	15	13	6	34
158	2	36	3	2	3	3	4	2	1	5	4	3	6	2	1	4	5	1	4	5	1	2	3	5	2	4	6	3	1	4	5	6	3	2	3	1	4	6	3	5	2	3	4	1	2	131	20	20	15	6	19	7	7	9	12	32
159	1	40	3	2	3	2	3	4	6	2	4	6	4	5	6	4	3	2	4	3	1	3	2	5	4	2	3	5	3	4	6	4	2	3	5	2	3	5	3	2	4	5	2	4	3	143	24	14	17	11	12	10	14	17	12	31
160	2	25	2	1	3	6	5	6	4	5	3	2	4	6	3	5	6	3	4	2	2	4	2	5	3	5	2	3	5	6	3	4	2	4	6	4	2	4	6	3	5	3	2	5	2	156	24	16	19	9	21	14	14	9	11	39

161	2	37	3	2	3	6	2	3	1	4	5	6	4	2	2	4	1	4	3	3	2	1	4	1	1	3	5	1	6	2	1	3	4	5	6	4	2	2	3	6	4	5	2	3	4	130	18	10	11	12	20	6	13	8	14	35				
162	2	31	2	1	2	2	3	5	6	3	5	2	4	6	3	5	2	3	4	5	3	4	2	3	2	5	6	3	5	3	2	4	5	4	3	5	2	3	6	3	2	4	6	3	2	148	21	11	22	7	20	10	16	9	13	35				
163	1	28	3	1	2	2	3	4	5	4	3	5	6	4	5	3	4	5	3	2	5	6	4	5	6	4	5	4	3	2	4	6	5	4	3	5	6	5	3	4	6	4	5	3	2	167	25	19	22	16	20	12	19	13	8	30				
164	1	33	3	2	3	2	5	6	4	2	3	5	2	3	4	5	4	5	3	2	3	4	2	6	5	6	4	5	6	4	5	3	5	6	4	3	4	5	3	4	5	6	4	3	2	162	27	14	21	13	18	12	19	15	9	32				
165	2	31	2	2	1	1	2	4	5	6	4	5	3	4	5	6	4	3	2	4	5	3	2	6	5	6	4	3	4	5	6	4	3	2	1	4	5	6	4	3	2	4	5	3	1	154	19	16	22	12	21	8	17	15	9	33				
166	2	34	3	1	2	6	6	4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	2	3	5	3	6	5	4	5	3	4	5	3	4	3	5	2	4	6	4	2	4	6	5	3	2	2	159	24	16	21	12	20	13	16	11	9	34	
167	2	19	3	1	2	2	4	5	3	4	6	3	4	6	3	2	1	4	5	6	4	2	1	6	4	2	3	5	2	2	3	5	6	4	3	2	3	4	5	6	4	2	1	4	5	146	29	11	19	11	19	10	12	8	15	31				
168	1	24	3	1	2	3	4	5	6	4	3	3	5	4	2	3	4	6	4	3	2	5	4	5	4	3	5	6	5	4	3	5	6	5	4	3	5	5	3	5	4	3	2	5	4	164	30	18	20	9	19	14	22	8	10	31				
169	2	28	2	1	3	2	4	5	4	3	5	3	2	4	5	3	6	4	2	4	6	4	3	5	4	3	5	6	4	2	1	4	5	3	2	5	2	1	4	6	3	5	6	3	2	150	23	14	21	12	19	11	14	11	11	31				
170	1	24	1	1	2	4	3	3	5	4	3	4	5	4	3	2	3	4	6	5	4	3	2	5	6	4	3	2	4	5	6	5	3	5	3	2	4	5	6	5	3	2	4	5	3	2	4	5	3	157	23	15	22	11	21	11	17	11	11	34
171	1	28	2	1	3	2	3	4	5	6	5	4	3	4	6	4	3	2	4	5	4	3	1	5	4	1	4	2	5	6	4	2	1	4	6	4	5	3	2	4	5	3	2	4	5	3	2	4	5	149	23	9	17	13	19	10	17	13	16	30
172	2	29	3	2	2	3	4	5	6	4	3	5	2	1	3	5	3	4	6	3	2	3	4	5	3	5	6	4	2	4	6	4	2	5	6	4	2	5	6	3	2	4	6	3	2	155	23	16	16	9	22	10	14	13	12	36				
173	3	32	2	1	2	2	3	4	5	6	4	5	3	4	4	6	4	2	4	5	6	4	3	5	6	4	2	4	6	5	6	4	3	2	4	5	6	4	5	3	3	4	5	4	2	166	20	15	23	14	22	11	19	14	13	35				
174	1	34	3	1	2	1	2	3	4	5	6	4	5	3	4	5	3	1	3	5	4	3	1	6	4	3	4	6	3	2	4	5	3	4	5	3	2	4	6	4	2	1	3	4	5	145	29	13	15	10	18	9	10	9	16	34				
175	1	23	2	1	1	3	2	3	5	5	4	3	2	4	5	3	2	4	5	3	2	3	4	5	4	3	4	5	3	2	3	5	5	4	3	2	4	5	6	4	3	2	4	2	2	142	21	16	19	8	19	7	16	10	10	34				
176	2	29	2	1	2	3	4	4	3	2	1	4	6	4	2	1	1	3	4	6	4	3	2	4	3	4	5	6	4	2	5	3	1	2	5	6	5	3	4	6	4	3	1	4	3	140	25	9	11	12	22	11	15	10	12	30				
177	2	23	2	1	3	1	3	4	5	4	3	2	2	4	5	4	3	4	5	3	2	1	4	5	4	3	2	3	5	6	4	3	3	5	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	4	141	22	15	22	6	17	8	18	13	9	31
178	2	18	2	1	2	3	4	3	2	3	4	4	5	4	3	2	3	4	5	3	2	4	3	6	5	4	3	2	3	4	5	6	4	3	2	4	5	4	3	2	1	4	5	2	1	139	20	16	22	7	18	10	14	12	9	30				
179	1	34	3	2	1	2	2	2	3	4	4	5	6	4	3	4	4	5	4	2	3	4	5	5	3	4	5	3	2	4	5	3	2	4	5	3	4	5	2	4	5	3	4	6	3	150	23	17	17	13	19	12	14	11	11	30				
180	1	27	3	1	2	2	3	4	5	4	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	3	3	4	5	4	3	2	3	5	6	4	3	2	3	4	5	4	3	4	6	3	2	142	22	13	21	12	17	10	13	10	10	31				
181	2	29	3	1	2	1	3	4	5	3	5	6	5	3	2	1	4	5	3	2	1	6	4	3	4	5	6	5	4	3	2	4	6	4	3	2	5	6	4	3	2	5	6	4	2	151	23	18	22	9	16	13	19	9	10	28				
182	2	20	2	1	2	6	4	5	2	3	5	6	4	3	4	5	6	4	5	3	2	1	2	6	5	4	3	4	6	2	3	6	5	6	4	5	3	2	3	4	5	6	4	2	2	160	27	16	19	13	21	7	15	13	12	36				
183	1	32	2	4	2	4	5	6	4	3	2	5	3	2	5	4	3	2	1	4	5	6	4	6	5	4	3	2	4	5	4	2	2	3	5	6	4	3	2	5	6	5	4	3	2	153	22	12	18	16	19	14	14	14	11	32				
184	1	25	1	1	3	2	3	4	5	6	5	4	3	2	3	4	5	6	4	3	2	1	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	3	4	5	4	3	2	4	5	4	3	2	1	4	142	24	13	15	10	22	5	19	9	13	32				
185	2	28	2	1	3	1	2	3	4	5	6	5	4	3	2	3	4	5	6	4	3	2	1	6	5	4	3	2	3	4	5	6	4	3	2	4	5	6	4	3	2	4	5	3	2	148	20	17	21	10	22	7	17	11	12	30				
186	2	19	3	1	1	1	3	4	6	4	3	5	6	4	3	4	5	6	2	1	4	5	3	6	5	3	4	5	3	4	5	3	2	4	5	3	4	5	6	4	3	2	4	5	2	156	27	16	19	12	16	13	19	10	9	33				
187	1	29	2	4	2	2	4	5	6	4	5	6	4	5	3	2	1	3	4	5	6	4	3	5	6	4	3	2	4	5	3	2	4	5	6	2	4	5	6	6	4	3	1	5	6	163	27	11	21	16	20	13	17	9	16	32				
188	2	27	2	1	2	4	5	6	5	4	3	2	4	5	6	4	3	2	5	4	3	4	5	5	4	3	2	4	6	5	3	5	4	3	4	5	4	3	2	4	6	4	2	4	5	161	27	16	20	11	21	13	17	13	11	32				

189	2	26	2	1	1	2	4	5	6	5	3	5	4	3	2	5	6	4	4	6	2	1	4	5	4	3	5	6	4	3	5	3	4	6	5	4	3	2	4	6	4	2	4	2	3	158	29	15	18	11	22	7	17	9	14	33		
190	2	26	2	1	3	6	4	3	2	4	5	3	4	5	3	4	5	2	4	6	3	2	4	3	1	3	5	6	4	2	4	5	6	4	3	2	4	5	3	1	5	6	4	5	2	152	22	19	18	11	14	11	12	13	14	35		
191	1	34	2	4	3	2	3	5	6	4	2	3	5	6	4	3	2	5	3	2	4	5	3	4	5	6	4	5	3	2	4	5	3	4	5	3	1	4	5	6	4	3	5	3	1	152	24	14	21	11	22	11	15	11	9	32		
192	2	24	2	1	1	2	3	4	5	4	2	4	5	3	4	5	4	3	5	3	2	1	4	5	4	3	5	6	4	3	2	1	4	6	5	4	3	5	3	4	5	6	3	2	4	150	30	14	17	11	20	6	15	12	10	32		
193	2	24	3	1	2	5	6	4	2	1	4	5	4	3	5	6	4	5	2	3	4	5	3	5	3	2	1	4	5	3	4	6	4	3	5	3	1	4	6	4	2	5	6	4	3	154	23	17	19	11	12	15	13	14	12	39		
194	2	22	2	2	2	3	4	6	5	4	3	4	6	4	5	3	2	4	5	6	4	3	2	5	3	2	4	5	6	5	3	2	3	5	6	3	2	5	2	4	6	3	2	4	5	158	32	11	17	14	18	11	17	11	15	30		
195	1	28	3	4	3	4	2	4	5	6	4	2	3	5	3	5	2	4	6	3	4	2	4	4	2	5	6	4	2	5	3	2	4	6	5	3	4	5	3	4	6	4	2	3	5	155	26	13	18	12	24	7	15	10	12	34		
196	2	22	3	4	3	1	3	4	5	6	5	4	3	2	1	4	5	4	3	2	4	5	4	4	3	2	4	5	6	4	3	2	4	5	6	4	2	5	6	4	2	3	5	1	4	149	25	16	18	10	19	9	17	7	13	33		
197	2	22	3	1	3	3	4	5	6	3	4	5	6	4	4	2	3	4	6	5	4	2	3	5	4	3	2	5	6	4	3	2	4	6	4	3	2	4	6	5	4	3	2	5	4	159	31	12	18	13	20	11	18	10	13	33		
198	2	24	3	1	3	5	6	4	5	4	3	2	4	5	4	3	5	4	3	2	5	5	3	4	5	4	3	4	5	6	5	4	3	2	3	5	5	4	4	3	2	4	5	6	4	162	22	16	24	9	19	17	19	13	8	34		
199	1	26	2	1	2	3	4	5	5	4	3	4	5	6	4	3	2	4	5	6	5	4	3	5	4	3	2	4	5	4	3	2	5	6	4	3	2	5	5	3	3	5	4	3	2	157	27	12	23	12	18	11	16	12	13	33		
200	2	31	3	4	1	4	5	6	5	4	5	6	4	5	3	2	3	5	6	4	3	2	3	5	4	3	2	5	3	4	5	3	5	3	5	5	4	3	4	6	5	3	3	4	4	163	27	12	21	14	24	11	17	11	14	32		
201	2	34	2	1	2	6	5	4	5	4	3	5	4	3	2	4	5	3	2	5	4	3	2	4	3	2	4	5	4	3	2	4	5	2	4	5	5	3	2	5	6	3	2	4	3	149	22	14	16	15	18	12	17	7	12	34		
202	2	34	2	1	3	2	3	3	4	5	6	3	2	4	5	5	3	2	3	4	5	6	4	4	3	2	4	6	4	3	2	4	6	4	5	3	2	4	6	4	2	4	6	3	1	151	20	15	22	10	17	12	12	11	15	35		
203	2	20	2	1	2	5	4	3	2	4	5	6	4	2	3	4	5	4	3	5	6	3	2	4	3	2	4	5	6	4	3	2	1	3	4	5	4	3	4	5	6	4	3	2	1	148	20	12	13	18	19	9	16	10	14	35		
204	2	23	3	1	3	5	4	1	6	2	3	3	4	1	2	4	5	3	4	2	4	5	2	5	3	4	2	4	5	3	2	4	5	2	4	5	3	4	1	2	4	5	3	2	1	133	17	15	15	11	17	11	17	9	9	32		
205	1	24	2	4	2	3	4	5	3	2	5	4	2	1	3	5	3	1	2	4	5	2	3	6	4	3	4	3	2	4	5	3	4	3	2	4	5	3	2	3	4	5	3	4	2	135	21	12	16	13	14	10	11	13	11	32		
206	1	26	2	1	2	2	3	4	5	3	2	1	2	3	4	2	1	2	3	4	2	1	3	4	2	3	4	2	1	3	4	2	3	4	2	1	3	4	2	1	2	3	4	2	3	106	19	10	15	5	11	6	11	11	8	28		
207	2	27	2	1	3	3	4	5	3	2	1	2	1	2	1	3	2	1	3	4	2	3	1	4	5	3	4	3	4	2	1	3	2	4	5	3	4	2	4	2	4	2	3	1	4	2	3	111	20	8	15	7	13	9	12	3	10	32
208	2	28	2	1	1	4	3	2	3	2	1	3	4	2	3	4	2	1	3	4	2	3	4	5	3	4	2	3	2	4	2	4	2	3	4	2	3	2	4	2	3	5	2	4	2	1	117	19	12	13	8	13	10	9	10	9	34	
209	1	32	2	1	2	5	4	3	2	3	4	5	3	4	3	5	3	4	2	4	5	2	3	4	3	4	5	3	4	2	4	2	3	4	5	3	4	2	3	5	2	4	3	4	1	138	18	10	15	12	17	10	14	11	13	35		
210	2	23	2	1	2	2	3	2	4	5	3	2	4	5	2	3	1	3	2	4	2	4	4	5	3	2	1	4	2	5	3	1	4	2	4	2	3	4	2	3	1	4	2	1	3	116	20	10	19	5	14	8	12	9	11	29		

BASE DE DATOS CUESTIONARIO DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Nº	SEXO	EDAD	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	ESTADO CIVIL	TIEMPO DE SERVICIO	C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	Suma_C
1	1	22	2	1	1	5	8	5	7	3	3	8	10	6	55
2	1	22	2	4	3	7	7	4	6	9	8	7	9	9	66
3	1	36	2	1	1	8	9	8	8	9	9	9	9	8	77
4	2	26	2	2	3	8	9	8	10	10	10	10	10	10	85
5	2	24	2	1	1	8	7	8	8	9	8	9	8	8	73
6	2	23	2	1	1	9	9	10	10	8	9	7	9	9	80
7	1	27	2	2	3	5	8	8	8	9	9	8	9	9	73
8	1	34	2	1	3	8	8	9	8	9	10	8	9	9	78
9	1	34	3	2	3	6	9	9	9	5	8	8	5	7	66
10	1	20	3	4	2	9	3	9	10	9	9	8	9	9	75
11	1	28	2	3	3	6	9	8	9	8	8	9	8	9	74
12	2	23	2	4	3	3	8	3	9	6	4	8	4	9	54
13	1	21	2	1	3	3	8	8	4	3	9	8	9	7	59
14	2	53	3	2	3	8	9	5	7	9	8	7	8	5	66
15	1	31	2	2	3	2	10	10	10	9	10	9	9	10	79
16	1	23	2	3	1	8	8	8	9	4	5	6	6	7	61
17	1	21	2	4	2	8	9	9	9	9	7	8	8	7	74
18	2	31	2	4	3	8	8	8	10	8	8	8	7	7	72
19	1	21	1	1	2	4	5	2	5	4	8	5	8	5	46
20	2	28	2	1	3	7	8	8	8	8	8	8	8	8	71
21	2	21	2	1	3	6	5	6	6	5	6	7	5	6	52
22	2	21	3	1	1	4	7	4	9	5	7	8	5	7	56
23	2	26	3	1	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	38
24	1	23	2	1	1	6	6	7	6	7	7	5	5	6	55
25	1	19	2	1	1	7	5	5	4	10	7	7	6	5	56
26	1	37	2	4	3	7	7	4	4	3	6	4	8	6	49
27	2	36	3	2	3	6	10	7	10	8	8	6	8	7	70
28	2	29	2	4	3	9	10	9	10	9	9	9	8	7	80
29	2	38	3	1	3	8	8	8	8	10	9	8	8	8	75
30	1	34	3	1	3	3	8	2	8	1	3	5	6	3	39
31	1	26	2	1	3	6	4	7	8	5	8	7	9	10	64
32	1	25	2	4	3	4	4	6	6	5	6	5	6	6	48
33	2	25	2	1	3	9	10	10	10	9	10	10	10	10	88
34	2	25	2	4	1	4	6	5	7	5	7	7	7	7	55

35	1	39	2	2	3	7	10	7	10	8	8	6	7	10	73
36	1	35	2	2	3	5	8	6	8	8	8	7	7	7	64
37	1	28	4	2	1	4	8	9	8	5	5	4	5	6	54
38	1	21	2	1	1	9	4	7	5	8	6	8	8	1	56
39	1	45	3	2	3	8	10	8	10	9	9	8	9	9	80
40	2	21	2	1	1	9	8	10	7	9	9	9	9	8	78
41	1	42	2	1	1	7	7	7	6	6	7	7	3	7	57
42	2	23	2	1	3	9	6	1	2	5	8	8	8	6	53
43	1	18	2	1	1	4	4	2	4	3	2	4	4	3	30
44	2	46	3	4	1	4	9	10	9	5	5	4	5	9	60
45	1	28	2	1	3	7	5	3	5	3	5	5	4	5	42
46	1	27	2	1	1	5	7	5	10	6	6	4	5	5	53
47	1	18	1	1	1	3	5	3	5	7	10	1	2	6	42
48	2	52	1	2	3	4	1	7	9	8	10	3	6	5	53
49	1	31	1	1	1	5	1	4	2	2	6	5	4	6	35
50	1	30	1	1	1	3	2	4	3	4	4	1	5	2	28
51	2	33	2	1	1	4	1	3	1	2	1	4	1	3	20
52	1	24	2	1	3	9	7	6	4	3	8	1	10	5	53
53	2	20	1	4	3	5	6	7	2	3	9	8	10	1	51
54	1	23	1	4	2	1	3	1	4	2	4	4	5	6	30
55	2	19	1	1	1	9	10	8	4	6	1	2	3	5	48
56	1	36	2	1	1	10	1	5	7	8	6	4	5	3	49
57	1	25	2	1	1	10	1	7	8	6	4	5	9	2	52
58	2	19	1	3	2	5	3	1	1	5	3	2	1	1	22
59	1	18	1	1	1	2	7	1	5	4	3	10	6	9	47
60	2	20	1	1	1	2	7	1	5	4	2	9	4	2	36
61	2	28	2	1	1	1	2	2	3	4	5	1	1	1	20
62	1	27	1	1	3	5	6	3	4	5	2	7	5	9	46
63	2	23	1	3	3	3	8	9	5	2	6	4	5	9	51
64	1	21	1	1	2	3	10	8	1	4	7	9	5	2	49
65	1	38	2	2	3	3	2	8	10	7	3	7	4	4	48
66	2	30	1	1	2	6	8	4	7	3	2	10	8	6	54
67	2	20	1	4	1	1	2	7	8	6	4	8	10	8	54
68	1	18	3	1	1	5	1	3	9	3	1	7	3	2	34
69	2	20	1	1	1	5	3	6	5	7	4	5	3	10	48
70	1	24	2	1	3	3	6	5	6	1	3	4	4	3	35
71	1	49	1	1	3	3	4	9	4	5	5	5	3	1	39
72	2	21	1	1	3	8	4	8	5	2	8	4	5	8	52
73	1	31	1	1	2	6	4	3	4	4	1	6	5	6	39
74	2	38	1	1	1	6	3	5	4	5	4	2	5	6	40
75	1	40	2	1	1	3	6	4	2	6	1	8	3	5	38
76	1	20	1	1	1	4	5	5	3	6	4	2	3	7	39
77	1	39	2	1	1	7	4	10	6	9	7	9	7	9	68
78	2	54	1	4	1	6	3	8	2	6	6	3	3	5	42

79	1	53	1	4	3	5	1	6	6	2	4	3	5	5	37
80	1	25	1	4	2	3	3	4	9	5	1	2	5	7	39
81	2	46	1	1	1	6	1	2	8	5	6	3	4	4	39
82	2	29	1	1	3	5	3	3	4	4	2	8	4	5	38
83	1	47	1	1	2	1	6	4	3	7	5	4	2	3	35
84	1	36	1	4	3	1	6	8	5	7	5	4	2	5	43
85	2	44	1	1	1	3	2	8	4	1	5	10	6	9	48
86	1	34	1	1	1	7	5	3	5	6	1	3	4	2	36
87	2	34	2	1	2	4	6	1	6	4	7	2	3	3	36
88	1	43	2	4	2	2	3	5	7	6	2	3	3	4	35
89	1	24	1	4	1	3	3	6	3	2	2	4	7	1	31
90	2	22	2	2	1	3	6	3	4	7	5	1	2	3	34
91	2	30	2	1	2	3	5	3	5	2	2	2	3	2	27
92	2	30	2	4	3	9	2	4	5	7	3	7	1	3	41
93	2	31	1	1	1	2	2	6	3	4	6	2	7	5	37
94	1	33	2	4	3	6	2	5	8	9	4	2	4	2	42
95	2	27	1	2	2	5	7	2	2	3	7	9	3	4	42
96	1	40	2	2	3	3	4	2	3	7	4	6	3	8	40
97	2	30	2	1	3	4	9	6	4	2	5	1	4	3	38
98	1	25	2	1	1	2	4	6	3	6	3	4	7	2	37
99	1	35	2	2	2	6	4	3	5	7	3	3	3	3	37
100	2	28	3	1	2	6	2	4	3	1	8	10	2	4	40
101	1	29	1	2	3	5	3	8	3	4	1	5	3	4	36
102	2	26	2	1	1	7	1	4	3	9	1	3	6	4	38
103	1	33	1	2	3	3	9	7	1	4	4	2	8	4	42
104	1	26	2	1	1	4	2	3	2	3	6	3	4	2	29
105	2	48	2	4	2	5	7	3	2	3	4	1	3	6	34
106	1	53	2	2	3	9	6	7	8	2	1	4	5	10	52
107	2	18	2	1	2	4	2	5	6	3	3	1	7	3	34
108	2	29	2	1	2	3	2	7	2	2	6	3	4	1	30
109	1	22	1	1	3	1	3	7	4	2	8	2	3	5	35
110	2	39	2	2	2	1	3	3	6	8	4	5	4	7	41
111	1	21	1	1	1	5	6	4	3	2	8	10	1	7	46
112	2	52	2	4	3	2	6	2	7	5	4	3	3	1	33
113	2	33	2	2	2	8	6	7	1	4	2	9	5	3	45
114	2	51	3	2	3	1	5	2	3	4	6	4	7	2	34
115	1	57	3	2	3	7	6	2	1	4	5	3	3	2	33
116	1	37	2	2	2	2	5	3	2	6	8	3	6	4	39
117	2	25	2	2	3	6	3	1	5	3	5	4	3	2	32
118	1	31	2	2	3	7	3	1	4	2	2	6	2	2	29
119	2	30	2	1	3	3	2	5	2	4	1	7	4	6	34
120	1	41	2	1	3	2	3	2	3	7	1	2	4	3	27
121	2	38	2	1	1	3	4	1	4	9	7	8	6	2	44
122	2	50	3	2	3	3	6	1	4	9	7	8	6	3	47

123	1	26	2	1	1	9	6	5	8	3	5	1	3	7	47
124	2	47	2	2	3	6	3	2	3	5	1	3	2	2	27
125	1	49	2	2	2	2	3	4	2	7	5	2	6	1	32
126	2	32	2	1	3	1	3	4	3	7	1	2	4	5	30
127	1	45	3	2	3	5	6	2	10	4	8	1	6	4	46
128	2	28	2	1	2	8	5	3	6	3	5	6	3	6	45
129	1	34	2	2	3	8	4	7	4	2	7	5	3	8	48
130	2	34	2	2	3	3	7	5	3	8	5	3	8	4	46
131	1	27	2	2	2	9	5	3	7	4	5	2	8	5	48
132	2	55	3	4	3	3	8	4	2	7	4	8	5	8	49
133	2	43	2	2	1	4	2	6	4	8	5	5	6	2	42
134	2	46	3	2	3	2	4	6	8	5	10	3	7	4	49
135	1	35	2	2	3	3	5	4	8	7	10	6	2	7	52
136	2	20	2	1	1	7	3	5	2	7	4	4	1	3	36
137	2	24	2	1	2	10	8	5	3	4	1	6	4	8	49
138	2	36	2	2	3	2	3	7	3	2	3	1	5	2	28
139	2	35	2	2	3	5	10	8	9	3	4	3	6	8	56
140	1	24	1	1	2	3	6	2	3	2	3	2	1	4	26
141	1	40	3	2	3	3	4	1	3	2	6	3	5	5	32
142	2	19	1	2	1	2	4	9	10	5	8	6	7	4	55
143	2	23	2	1	1	4	6	3	7	2	3	5	3	2	35
144	1	35	3	1	3	2	4	5	6	8	7	1	1	6	40
145	2	23	2	1	2	5	4	5	7	1	6	4	3	2	37
146	2	31	2	2	3	5	7	4	3	2	9	6	8	1	45
147	2	26	2	1	2	10	1	2	3	9	5	3	5	7	45
148	2	18	1	1	1	10	1	6	3	2	8	5	4	5	44
149	1	32	2	2	3	9	2	7	3	6	3	8	4	7	49
150	2	25	2	1	2	7	3	2	5	3	8	9	3	5	45
151	2	25	2	1	3	2	8	4	2	8	4	8	4	8	48
152	2	27	2	1	2	6	3	9	3	7	4	8	5	9	54
153	2	21	2	1	2	3	8	5	4	2	8	4	7	4	45
154	1	33	2	2	2	3	6	4	8	9	3	6	2	8	49
155	2	38	2	4	3	9	4	1	6	2	10	9	5	1	47
156	1	35	2	4	3	10	5	1	5	1	4	7	1	5	39
157	1	45	3	2	3	6	3	6	4	9	6	2	9	6	51
158	2	36	3	2	3	4	3	9	7	9	8	9	6	10	65
159	1	40	3	2	3	10	6	4	5	3	5	7	4	3	47
160	2	25	2	1	3	6	5	3	1	4	3	9	5	7	43
161	2	37	3	2	3	8	2	1	4	5	6	7	9	3	45
162	2	31	2	1	2	7	6	3	5	8	4	1	2	9	45
163	1	28	3	1	2	2	3	5	4	9	4	5	7	6	45
164	1	33	3	2	3	8	9	7	9	6	6	8	7	9	69
165	2	31	2	2	1	2	8	6	4	6	3	8	6	4	47
166	2	34	3	1	2	7	5	8	5	7	6	3	7	7	55

167	2	19	3	1	2	4	6	3	7	8	9	7	8	5	57
168	1	24	3	1	2	4	9	5	10	8	1	3	6	7	53
169	2	28	2	1	3	8	9	8	7	9	6	7	9	8	71
170	1	24	1	1	2	4	3	2	7	6	9	1	5	8	45
171	1	28	2	1	3	9	1	6	8	4	5	7	2	3	45
172	2	29	3	2	2	2	4	5	3	2	6	5	8	10	45
173	3	32	2	1	2	6	5	7	8	9	9	8	9	5	66
174	1	34	3	1	2	4	5	5	7	5	7	8	7	4	52
175	1	23	2	1	1	7	5	9	7	4	9	4	8	8	61
176	2	29	2	1	2	4	3	7	10	8	6	9	7	10	64
177	2	23	2	1	3	6	8	8	5	7	5	7	9	10	65
178	2	18	2	1	2	4	3	3	5	6	7	5	4	7	44
179	1	34	3	2	1	6	9	10	7	5	7	5	8	6	63
180	1	27	3	1	2	6	4	3	8	7	6	9	10	8	61
181	2	29	3	1	2	8	9	7	6	9	8	7	8	7	69
182	2	20	2	1	2	9	7	6	6	9	8	8	7	6	66
183	1	32	2	4	2	8	6	5	4	6	8	8	9	10	64
184	1	25	1	1	3	8	8	6	5	6	8	6	7	5	59
185	2	28	2	1	3	9	9	7	5	6	7	7	6	7	63
186	2	19	3	1	1	9	8	6	8	8	6	6	9	10	70
187	1	29	2	4	2	5	7	8	5	8	6	9	8	6	62
188	2	27	2	1	2	5	6	7	5	8	8	5	8	6	58
189	2	26	2	1	1	3	7	5	3	8	6	9	6	4	51
190	2	26	2	1	3	9	6	4	6	8	9	6	4	7	59
191	1	34	2	4	3	9	7	5	8	6	9	8	6	10	68
192	2	24	2	1	1	5	4	3	6	5	6	8	5	5	47
193	2	24	3	1	2	4	6	8	4	8	9	8	7	9	63
194	2	22	2	2	2	9	7	6	5	8	8	9	5	4	61
195	1	28	3	4	3	9	8	7	6	4	6	7	6	9	62
196	2	22	3	4	3	7	5	8	9	10	8	9	7	7	70
197	2	22	3	1	3	6	7	9	6	9	9	9	7	5	67
198	2	24	3	1	3	8	7	9	9	8	9	8	8	9	75
199	1	26	2	1	2	8	9	7	8	7	5	5	4	7	60
200	2	31	3	4	1	8	8	7	6	6	4	7	6	8	60
201	2	34	2	1	2	8	6	9	5	6	6	5	4	7	56
202	2	34	2	1	3	8	9	7	6	8	8	7	9	8	70
203	2	20	2	1	2	8	7	9	6	8	7	8	6	6	65
204	2	23	3	1	3	7	9	8	6	8	7	9	8	6	68
205	1	24	2	4	2	4	6	8	9	9	7	5	8	6	62
206	1	26	2	1	2	4	5	7	8	7	8	8	9	8	64
207	2	27	2	1	3	8	6	4	4	7	8	9	7	9	62
208	2	28	2	1	1	8	9	8	7	9	7	9	5	8	70
209	1	32	2	1	2	8	6	9	7	7	7	9	6	5	64
210	2	23	2	1	2	6	5	4	7	7	9	5	7	9	59

ANEXO 08
ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA PRUEBA PILOTO
Cuestionario de valores personales

Confiabilidad mediante el método de Alfa de Cronbach del cuestionario de valores personales.

Tabla 22

Estadística de fiabilidad valores personales.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,892	40

En la tabla 22 de acuerdo a los resultados del análisis de fiabilidad que es ,892 puntos y según el rango de la tabla de valores de Cronbach, se determina que el cuestionario de valores personales como de medición es de consistencia muy alta

Cuestionario de clima organizacional

Confiabilidad mediante el método de Alfa de Cronbach del cuestionario clima organizacional.

Tabla 23

Estadística de fiabilidad clima organizacional.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,884	9

En la tabla 23, de acuerdo a los resultados del análisis de fiabilidad es de ,884 puntos que según el rango de la tabla de valores de Cronbach, se considera que el instrumento que mide el clima organizacional es de consistencia muy alta.

**ANÁLISIS PSICOMÉTRICO: DESARROLLO DE PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN**
Cuestionario de valores personales

Confiabilidad mediante el método de Alfa de Cronbach del cuestionario de valores personales.

Tabla 24.

Estadístico de fiabilidad valores personales.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.843	40

En la tabla 24 de acuerdo a los resultados del análisis de fiabilidad es de ,843 puntos y según el rango de la tabla de valores de Cronbach, podemos determinar que el cuestionario de medición es de consistencia interna muy alta.

Tabla 25.

Resumen del procesamiento de los casos.

		N	%
Casos	Válidos	210	100,0
	Excluidos ^a	0	0,0
	Total	210	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Los resultados en la tabla 25, se observa que la muestra estuvo conformada por 154 colaboradores de un supermercado en San Juan de Lurigancho a los cuales se le aplicó el cuestionario de valores personales.

Tabla 26.

Estadísticos de fiabilidad por el método de dos mitades.

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	.666
		N de elementos	20 ^a
	Parte 2	Valor	.763
		N de elementos	20 ^b
		N total de elementos	40
Correlación entre formas			.772
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		.871
	Longitud desigual		.871
Dos mitades de Guttman			.864

a. Los elementos son: Ítem 1, Ítem 2, Ítem 3, Ítem 4, Ítem 5, Ítem 6, Ítem 7, Ítem 8, Ítem 9, Ítem 10, Ítem 11, Ítem 12, Ítem 13, Ítem 14, Ítem 15, Ítem 16, Ítem 17, Ítem 18, Ítem 19, Ítem 20.

b. Los elementos son: Ítem 21, Ítem 22, Ítem 23, Ítem 24, Ítem 25, Ítem 26, Ítem 27, Ítem 28, Ítem 29, Ítem 30, Ítem 31, Ítem 32, Ítem 33, Ítem 34, Ítem 35, Ítem 36, Ítem 37, Ítem 38, Ítem 39, Ítem 40.

En la tabla 26, se visualiza que la correlación entre formas, el Coeficiente de Spearman Brown y el de Guttman son superiores a 0.5, lo que supone una fiabilidad alta.

Tabla 27

Estadísticos total-elemento

	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
Ítem 1	159,91	410,710	,324	,840
Ítem 2	160,29	442,982	-,187	,851
Ítem 3	159,57	412,600	,383	,838
Ítem 4	159,51	411,074	,372	,838
Ítem 5	159,67	418,490	,291	,840
Ítem 6	159,71	411,880	,367	,838
Ítem 7	160,02	418,315	,242	,842
Ítem 8	159,79	415,174	,340	,839
Ítem 9	160,25	429,424	,054	,846
Ítem 10	160,15	416,088	,295	,840
Ítem 11	159,75	415,740	,316	,840
Ítem 12	159,90	406,888	,444	,836
Ítem 13	160,10	409,195	,400	,838
Ítem 14	159,87	412,690	,352	,839
Ítem 15	159,99	420,703	,222	,842
Ítem 16	159,96	409,644	,386	,838
Ítem 17	160,46	427,388	,084	,846
Ítem 18	160,39	404,458	,490	,835
Ítem 19	158,93	418,876	,345	,839
Ítem 20	160,24	426,481	,145	,843
Ítem 21	159,86	406,646	,444	,836
Ítem 22	159,72	413,005	,334	,839
Ítem 23	159,71	411,899	,382	,838
Ítem 24	159,93	417,158	,265	,841
Ítem 25	160,17	422,006	,179	,843
Ítem 26	159,83	419,243	,247	,841
Ítem 27	160,00	417,574	,236	,842
Ítem 28	159,72	407,772	,438	,837
Ítem 29	159,73	412,792	,373	,838
Ítem 30	159,86	415,813	,304	,840
Ítem 31	159,84	408,162	,427	,837
Ítem 32	159,89	409,198	,403	,837
Ítem 33	159,75	415,144	,323	,840
Ítem 34	159,72	414,414	,345	,839
Ítem 35	159,94	418,020	,265	,841
Ítem 36	159,97	404,028	,486	,835
Ítem 37	159,72	418,335	,273	,841
Ítem 38	159,80	413,542	,324	,840
Ítem 39	160,07	409,550	,398	,838
Ítem 40	160,49	402,978	,502	,835

En tabla 27, se observa que los valores de Correlación elemento-total corregida son mayores a 0,20; lo que se interpreta de los ítems se ajusta adecuadamente al Alfa de Cronbach. Sin embargo existen valores menores a 0,20 que no tienen ajusta adecuado, pero que no tienen impacto en el Alfa de Cronbach.

Tabla 28

Análisis estadístico de la prueba KMO y Bartlett del cuestionario de valores personales.

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.731
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1897,165
	gl	780
	Sig.	.000

En la tabla 28, se observa que los valores cumplen con los parámetros establecidos, según análisis estadístico el valor KMO es mayor a 0,5; obteniendo un valor de 0,731 lo que nos indica que es aceptable para el análisis factorial. En la prueba de esfericidad de Bartlett arrojó un valor .000 que evidenció que el análisis de factores es significativo; por lo tanto se procede a seguir a la siguiente tabla.

Tabla 29.

Varianza total explicada del cuestionario de valores personales.

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	6,415	16,037	16,037	6,415	16,037	16,037
2	2,119	5,296	21,333	2,119	5,296	21,333
3	1,782	4,454	25,787	1,782	4,454	25,787
4	1,674	4,184	29,971	1,674	4,184	29,971
5	1,524	3,810	33,781	1,524	3,810	33,781
6	1,411	3,527	37,308	1,411	3,527	37,308
7	1,355	3,389	40,697	1,355	3,389	40,697
8	1,326	3,314	44,011	1,326	3,314	44,011
9	1,265	3,164	47,175	1,265	3,164	47,175
10	1,239	3,097	50,272	1,239	3,097	50,272
11	1,147	2,867	53,139			
12	1,145	2,861	56,001			
13	1,105	2,763	58,764			
14	1,082	2,704	61,468			
15	1,030	2,576	64,044			
16	,986	2,465	66,509			
17	,928	2,319	68,828			
18	,895	2,238	71,066			
19	,841	2,101	73,167			
20	,773	1,933	75,100			
21	,767	1,917	77,017			
22	,733	1,833	78,850			
23	,718	1,796	80,646			
24	,677	1,693	82,339			
25	,644	1,609	83,948			
26	,613	1,534	85,482			
27	,590	1,475	86,957			
28	,579	1,447	88,404			
29	,546	1,366	89,770			
30	,512	1,280	91,050			
31	,508	1,270	92,320			
32	,435	1,088	93,408			
33	,410	1,024	94,432			
34	,383	,956	95,388			
35	,353	,883	96,271			
36	,350	,876	97,147			
37	,337	,842	97,989			
38	,301	,752	98,741			
39	,283	,709	99,450			
40	,220	,550	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

En la tabla 29, observamos un valor acumulado de la varianza de 50% con diez dimensiones, de tal manera que el instrumento es válido ya que cumple con su objetivo de medir la variable valores personales y sus dimensiones.

Cuestionario de clima organizacional

Confiabilidad mediante el método de Alfa de Cronbach del cuestionario de clima organizacional.

Tabla 30

Estadísticos de fiabilidad clima organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
.812	9

Los resultados en la tabla 30, muestran un valor alto de confiabilidad, por registrar un valor de 0,812.puntos y según el rango de la tabla de valores de Cronbach, podemos determinar que el cuestionario de medición es de consistencia interna muy alta.

Tabla 31

Resumen del procesamiento de los casos.

	N	%
Válidos	210	100,0
Casos Excluidos ^a	0	0,0
Total	210	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Los resultados en la tabla 31, se observa que la muestra estuvo conformada por 210 colaboradores de un supermercado en San Juan de Lurigancho a los cuales se le aplicó el cuestionario de clima organizacional.

Tabla 32

Estadísticos de fiabilidad por el método de dos mitades.

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	.670
		N de elementos	5 ^a
	Parte 2	Valor	.702
		N de elementos	4 ^b
	N total de elementos		9
Correlación entre formas			.689
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		.816
	Longitud desigual		.818
Dos mitades de Guttman			.813

a. Los elementos son: Ítem 1, Ítem 2, Ítem 3, Ítem 4, Ítem 5.

b. Los elementos son: Ítem 6, Ítem 7, Ítem 8, Ítem 9.

En la tabla 32, se visualiza que la correlación entre formas, el Coeficiente de Spearman Brown y el de Guttman son superiores a 0.5, lo que supone una fiabilidad alta.

Tabla 33

Estadístico total elemento.

	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
Ítem 1	44,90	174,090	,355	,812
Ítem 2	44,91	165,715	,491	,796
Ítem 3	44,97	162,032	,557	,788
Ítem 4	44,79	164,332	,520	,792
Ítem 5	44,69	166,655	,483	,797
Ítem 6	44,64	163,840	,521	,792
Ítem 7	44,69	164,389	,486	,797
Ítem 8	44,78	162,516	,588	,784
Ítem 9	44,69	159,441	,578	,785

En tabla 33, se observa que los valores de Correlación elemento-total corregida son mayores a 0,20; lo que se interpreta de los ítems se ajusta adecuadamente al Alfa de Cronbach. Sin embargo existen valores menores a 0,20 que no tienen ajuste adecuado, sin embargo no presentan impacto en el Alfa de Cronbach.

Tabla 34

Análisis estadístico de la prueba KMO y Bartlett del cuestionario de clima organizacional.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,889
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	424,263
	gl	36
	Sig.	,000

En la tabla 34, se observa que los valores cumplen con los parámetros establecidos, según análisis estadístico el valor KMO es mayor a 0,5; obteniendo un valor de 0,889 lo que nos indica que es aceptable para el análisis factorial. En la prueba de esfericidad de Bartlett arrojó un valor .000 que evidenció que el análisis de factores es significativo; por lo tanto se procede a seguir la siguiente tabla.

Tabla 35

Varianza total explicada.

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	3,637	40,414	40,414	3,637	40,414	40,414
2	,897	9,966	50,380			
3	,780	8,662	59,042			
4	,775	8,606	67,648			
5	,703	7,811	75,460			
6	,614	6,824	82,284			
7	,587	6,526	88,809			
8	,525	5,833	94,642			
9	,482	5,358	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

En la tabla 35, encontramos un valor acumulado de 40% agrupado a una dimensión, de tal forma que es válido y cumple su objetivo de medir la variable clima organizacional.