

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA  
FACULTAD DE PSICOLOGIA Y TRABAJO SOCIAL



Trabajo de Suficiencia Profesional

Jerarquización de los valores en el personal operativo de Transportes Intervega  
S.A.C. del Cercado de Lima, 2017

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología

Presentado por

Autor: Bachiller María del Carmen Bedrellana Castro

Lima – Perú

2017

## **DEDICATORIA**

A Dios, a mi padre que se encuentra en el cielo, a mi familia, mis compañeros de aula y respetados profesores.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme vida y fuerza necesaria para alcanzar mis metas, y a mi madre por ser la motivación que impulsa mis objetivos.

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento de las normas de la Facultad de Psicología y Trabajo Social de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega según la Directiva N° 003-FPs y TS.- 2016, presento ante ustedes mi investigación titulada “Jerarquización de los valores en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. del Cercado de Lima en el año 2017” bajo la modalidad de TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA para obtener el título profesional de licenciatura.

Por lo cual espero que este trabajo de investigación sea correctamente evaluado y aprobado.

Atentamente,

María del Carmen Bedrellana Castro

# ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Presentación	iv
Índice	v
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción	xii
<b>CAPÍTULO I: Planteamiento del problema</b>	<b>1</b>
4.1. Descripción de la realidad problemática	1
4.2. Formulación del problema	2
4.2.1. Problema general	2
4.2.2. Problemas específicos	2
4.3. Objetivos	2
4.3.1. Objetivo general	2
4.3.2. Objetivos específicos	3
4.4. Justificación del problema	3
<b>CAPÍTULO II: Marco teórico conceptual</b>	<b>4</b>
2.1. Antecedentes	4
2.1.1. Antecedentes internacionales	4
2.1.2. Antecedentes nacionales	6
2.2. Bases teóricas	9
2.2.1. Teoría de Rokeach	9
2.2.2. Teoría de England	11
2.2.3. Teoría de Hofsfede	12

2.2.4.	Teoría de Gordon	14
2.2.5.	Teoría de Schwartz	15
2.3.	Características de los valores	22
2.4.	Proceso de valoración en el ser humano	23
2.5.	Jerarquización de los valores	24
2.6.	Valores organizacionales	26
2.7.	Característica general de Transportes Intervega S.A.C.	28
2.8.	Definición conceptual	30
2.8.1.	Valores	30
<b>CAPÍTULO III: Metodología</b>		<b>33</b>
3.1.	Tipo y diseño de investigación	33
3.1.1.	Tipo	33
3.1.2.	Diseño de investigación	33
3.2.	Población y muestra	33
3.2.1.	Población	33
3.2.2.	Muestra	33
3.3.	Identificación de la variable de estudio y su operacionalización	34
3.3.1.	Operacionalización de la variable	35
3.4.	Técnicas e instrumentos de evaluación y diagnóstico	36
3.4.1.	Técnicas	36
3.4.2.	Instrumentos	36
<b>CAPÍTULO IV: Procesamiento, presentación y análisis de los resultados</b>		<b>40</b>
4.1.	Procesamiento de los resultados	40
4.2.	Presentación de los resultados	40
4.3.	Análisis y discusión de los resultados	45
4.4.	Conclusiones	46
4.5.	Recomendaciones	47
<b>CAPÍTULO V: Programa de intervención</b>		<b>49</b>
5.1.	Denominación del programa	49
5.2.	Justificación del problema	49
5.3.	Establecimiento de objetivos (por cada sesión)	50

5.4.	Sector al que se dirige	58
5.5.	Establecimiento de conductas problemas / metas	58
5.6.	Metodología de la intervención	59
5.7.	Instrumentos / material a utilizar	59
5.8.	Cronograma	60
5.9.	Actividades	61
<b>Referencias bibliográficas</b>		<b>68</b>
<b>Anexos</b>		<b>72</b>
Anexo 1. Matriz de consistencia		72
Anexo 2. Carta de presentación		73
Anexo 3. Carta de aceptación		74
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos		75
Anexo 5. Fotos		78
Anexo 6. Estadístico de fiabilidad		82
Anexo 7. Evaluación final		83
Anexo 8. Constancia de participación de taller		84

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valores terminales e instrumentales de la Escala de Rokeach (1973)	10
Tabla 2. Distribución del personal operativo de la empresa	34
Tabla 3. Operacionalización de la variable valores	35
Tabla 4. Estadísticos de confiabilidad	38
Tabla 5. Análisis descriptivo y jerarquía de valores	40
Tabla 6. Análisis de los niveles de interés de la dimensión Autotrascendencia	41
Tabla 7. Análisis de los niveles de interés de la dimensión Autoengrandecimiento	42
Tabla 8. Análisis de los niveles de interés de la dimensión Conservación	43
Tabla 9. Análisis de los niveles de interés de la dimensión Apertura al cambio	44



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Teoría de las dimensiones planteadas por Hofsfede	<b>13</b>
Figura 2. Teoría circular de los valores planteados por Schwartz	<b>18</b>
Figura 3. Estructura dinámica de los valores de acuerdo a la Teoría Universal de Schwartz	<b>21</b>
Figura 4. Distribución porcentual de la dimensión de Autrascendencia	<b>41</b>
Figura 5. Distribución porcentual de la dimensión de Autoengrandecimiento	<b>42</b>
Figura 6. Distribución porcentual de la dimensión de Conservación	<b>43</b>
Figura 7. Distribución porcentual de la dimensión de Apertura al cambio	<b>44</b>

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es conocer la jerarquización de los valores en el personal operativo de la empresa de consumo masivo Transportes Intervega S.A.C del Cercado de Lima en el año 2017. La muestra estuvo conformada por 75 trabajadores varones quienes ocupan el cargo de choferes, liquidadores y repartidores, y cuyas edades fluctúan desde los 18 hasta los 55 años de edad. El instrumento utilizado para esta investigación fue el Cuestionario de Retrato de Valores de Schwartz (Portrait Values Questionnaire – PVQ), cuyo objetivo es determinar la jerarquía de valores a partir de la teoría de Schwartz. Con los resultados obtenidos se concluyó que el personal operativo jerarquiza los valores de benevolencia, seguridad y autodirección, y como valores menos seleccionados fueron tradición, logro y poder; llegando a confirmar la propuesta teórica de Schwartz (1992) sobre las dos dimensiones bipolares, en la que se ubica como primer valor elegido: benevolencia (correspondiente a la dimensión autotranscendencia) frente al último valor elegido: poder (correspondiente a la dimensión autoengrandecimiento).

**Palabras clave:** *Valores, jerarquía, personal operativo, autotranscendencia, autoengrandecimiento, conservación, apertura al cambio.*

## ABSTRACT

The objective of the present investigation is to know the ranking of the values in the operative staff of the mass consumption company Transportes Intervega SAC of Cercado de Lima in the year 2017. The sample was formed by 75 male workers who occupy the position of drivers, liquidators and distributors, and whose ages fluctuate from the 18 to the 55 years of age. The instrument used for this research was the Portrait Values Questionnaire (PVQ), whose objective is to determine the hierarchy of values based on Schwartz's theory. With the results obtained it was concluded that the workers hierarchized the values of benevolence, security and self-direction, and as less selected values were tradition, achievement and power; confirming Schwartz's (1992) theoretical proposal on the two bipolar dimensions, where he stands as the first chosen value: benevolence (corresponding to the self-transcendence dimension) versus the last value chosen: power (corresponding to the self-enhancement dimension).

**Keywords:** *Values, hierarchy, operative personnel, self-transcendence, self-enhancement, conservation, openness to change.*

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se expone la importancia del papel de los valores en la vida del ser humano tanto en su entorno personal, familiar, social y laboral. Es en este último aspecto en que se hace énfasis la actual investigación, por lo fundamental que es conocer los valores propios de las personas que trabajan dentro de una organización y que éstos valores puedan ser compatibles con los valores que plantea la organización con la finalidad de que puedan ser acatados con mayor facilidad.

Para la presente investigación se conocerá la jerarquización de los valores en el personal operativo de la empresa de consumo masivo Transportes Intervega S.A.C. del Cercado de Lima en el año 2017.

Teniendo en cuenta la situación actual de las relaciones empleado - organización, se pretende lograr con este trabajo que, desde los ámbitos organizacionales, se integren acciones significativas, para contribuir a que las empresas tomen en cuenta la importancia de los valores de sus trabajadores, considerando ya una característica necesaria en la vida de todo ser humano.

El trabajo se encuentra organizado de la siguiente manera:

**Capítulo I:** En donde se presenta el planteamiento del problema; se expone la realidad problemática y la formulación del problema, los objetivos y la justificación e importancia de esta investigación.

**Capítulo II:** Donde se expone el marco teórico conceptual; se divide en tres subcapítulos: en el primero se presentan los antecedentes internacionales y nacionales de la variable estudiada; en el segundo subcapítulo, se desarrollan los enfoques teóricos más relevantes que sustentan esta investigación, se realiza una descripción detallada de las bases teóricas científicas de la variable. En el tercer capítulo se desarrolla la definición de las variables.

**Capítulo III:** En el marco metodológico se presentan el tipo y diseño de investigación, la población y muestra, así como también las técnicas e instrumento de recolección de datos.

**Capítulo IV:** Aquí se presentan los resultados, se analizan e interpretan los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento. Asimismo se exponen las conclusiones que se desprenden de la investigación y se brindan algunas recomendaciones para investigaciones posteriores.

**Capítulo V:** En este capítulo se presenta el Programa de intervención a realizar en base a las conclusiones y recomendaciones efectuadas.

Al final del trabajo de investigación se presentan las referencias bibliográficas, así como también los respectivos anexos que dieron soporte al presente trabajo.

# CAPÍTULO I

## Planteamiento del problema

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Los valores son las reglas, normas, principios que le permiten al ser humano a orientarse a tomar decisiones y a comportarse de una determinada manera a lo largo de su vida y de su relación con los demás. Schwartz (1992) afirma: “Los valores son metas motivacionales, transituacionales que revelan aquello que los seres humanos o sociedades definen como deseable o no deseable, significativo o no significativo en sus vidas”.

Los valores los adquirimos desde nuestra infancia con nuestros padres, con la familia, con la escuela, con la sociedad, con los que vivimos en nuestras experiencias diarias, y estos valores son conservados, reflejados y transmitidos en las relaciones con nuestro entorno; es en esta circunstancia, porque vivimos en sociedad en donde se han percibido problemas por la falta de valores, y las empresas, no están fuera de esta realidad.

La presente investigación tiene como población al personal operativo de la empresa de consumo masivo Transportes Intervega S.A.C. compuestos por choferes, liquidadores y repartidores, quiénes por sus labores diarias realizadas fuera de la empresa, acompañado del manejo de dinero de la venta y por la presión del tiempo de entrega de mercadería a los clientes, que se ha generado en algunos integrantes del personal operativo a tomar decisiones inadecuadas sin importar las consecuencias que esto lleve consigo, faltando así a los valores establecidos por la empresa y negándose ellos mismos a la oportunidad de superación personal dentro de las posibilidades que la organización le ofrece; estos sucesos responde a la pérdida de valores propios del personal operativo como obediencia, igualdad, reconocimiento, éxito, seguridad, ayuda mutua, honestidad entre otros.

En las empresas de consumo masivo y sobretodo en las de servicio es necesario que se aborde de manera significativa los valores propios de sus trabajadores ya que en el caso de no hacerlo la empresa estaría desconociendo realmente las creencias, necesidades y los intereses de su

personal, personal con quien se convive diariamente y a quien le confía no sólo los productos de la empresa sino también el servicio y la atención hacia sus clientes; y un personal que no se siente atendido por su organización e identificado con la misma desatará conflictos personales y laborales.

Por lo tanto, conocer la jerarquización de los valores en el personal operativo de la empresa ayudará primero a conocer sus intereses y esto nos permitirá realizar programas de intervención que refuerce, mantenga o mejore dichos intereses en pro de contar con personal comprometido, motivado e identificado con la organización que lo acoge.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema General.**

¿Cuál es la jerarquización de los valores en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. del Cercado de Lima?

### **1.2.2. Problemas Específicos.**

- ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de autotranscendencia en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?
- ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de autoengrandecimiento en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?
- ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de conservación en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?
- ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de apertura al cambio en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo General.**

Conocer la jerarquización de los valores en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. del Cercado de Lima.

### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- Identificar el nivel de interés de la dimensión de autotranscendencia en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.
- Identificar el nivel de interés de la dimensión de autoengrandecimiento en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.
- Precisar el nivel de interés de la dimensión de conservación en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.
- Precisar el nivel de interés de la dimensión de apertura al cambio en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.

### **1.4. Justificación e Importancia**

La importancia del presente trabajo radica en que los valores representan lo que es primordial para ser humano; para esta investigación lo que es fundamental para el trabajador, porque los valores son las que guían sus acciones originando en ellos un sentido de identificación y pertenencia con su organización. “Cada vez son más las empresas que invierten en una política ética para desarrollar los valores de sus recursos humanos como un medio estratégico de crecimiento” (Ferrell, Fraedrich y Ferrell, como se citó Medina, 2015).

Con los resultados obtenidos se podrá conocer cuáles son los principios que guían al personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. para actuar de determinada manera, qué los motiva, cuáles son sus intereses y si éstos intereses son congruentes con los intereses con los que cuenta la empresa (valores organizacionales) con la cual se convive diariamente, para que la relación empleado – organización siembren su base en metas y objetivos en común logrando así comportamientos adecuados a fines con lo que se espera no sólo a nivel personal y laboral sino a nivel social.



## **CAPÍTULO II**

### **Marco teórico conceptual**

#### **2.1. Antecedentes**

A nivel internacional como a nivel nacional se han efectuado estudios e investigaciones acerca de los valores. A continuación, se detallan los siguientes antecedentes según su contexto:

##### **2.1.1. Antecedentes internacionales.**

Nader y Castro (2009) realizaron un estudio para verificar si existen diferencias sobre la orientación de valores en la población civil, militar y cadetes de la Ciudad de Buenos Aires. La muestra estuvo conformada por 471 civiles, 97 militares y 124 cadetes entre varones y mujeres. El instrumento utilizado fue el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ).

El estudio permitió verificar que los civiles están más orientados hacia el logro de objetivos personales (autoengrandecimiento) y la independencia para decir y hacer lo que uno quiere (apertura al cambio). En cuanto entre los militares y los cadetes, no existió diferencia significativa ya que ambos están orientados hacia los valores relacionados con la seguridad, orden social y preservación de las costumbres (conservación).

Por otro lado, Saiz y Martínez (2010) realizaron una investigación para analizar la relación que existe entre el tratamiento por dependencia al consumo de cocaína y los valores de apertura al cambio y conservación de Schwartz. El estudio estuvo compuesto por 411 adultos consumidores de cocaína entre hombres y mujeres en edad de 19 a 45 años residentes en la ciudad de Madrid en España. Dentro la muestra un grupo ya se encontraban en tratamiento, otros a inicios del tratamiento y el resto sin recibir tratamiento alguno. El instrumento utilizado fue el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ).

Según los resultados obtenidos, los que ya estaban en tratamiento puntuaban como menos importante los valores de apertura al cambio en relación a aquellos pacientes que no estaban en tratamiento, sin embargo no hubo diferencias significativas entre los pacientes que no estaban en tratamiento con aquellos que recién habían iniciado. Asimismo los pacientes que ya estaban en tratamiento y los que recién lo habían iniciado puntuaron como más importante a los valores de conservación que los sujetos que no tenían ningún tipo de tratamiento.

Imhoff y Brussino (2013) realizaron una investigación sobre el estudio exploratorio de las características psicométricas del Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ) en el contexto de Córdoba en Argentina. La muestra estuvo conformada por 419 adultos de la ciudad de Córdoba, con una edad promedio de 34 años. Para este estudio se utilizó el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ) en su versión de 21 ítems.

Por los resultados obtenidos, se indicó que el instrumento utilizado presentaba buenos niveles de confiabilidad en las dimensiones encontradas: conservación, apertura al cambio y autoengrandecimiento. Sin embargo los resultados difieren con la propuesta realizada por Schwartz donde certifica que la estructura de los valores se encuentra diferenciada por cuatro dimensiones: conservación, apertura al cambio, autoengrandecimiento y autotrascendencia.

Asimismo, Méndez, Muñoz, Hernández y López (2015) investigaron la relación entre los valores de las personas en su ambiente laboral y las organizaciones abiertas al aprendizaje. La muestra estuvo conformada por 379 trabajadores mexicanos pertenecientes a 9 empresas distintas. Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos fueron el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ) y el Cuestionario de las organizaciones que aprenden (DLOQ).

El estudio dio como resultado que los tipos de valores motivacionales de Schwartz y las dimensiones de la disposición para el aprendizaje tienen cierto grado de vinculación; sin embargo, la relación es baja ya que

se encontró que el universalismo es el valor que mejor se correlaciona con las organizaciones que aprenden; sin embargo, los valores de hedonismo y estimulación son los que menos se correlaciona con la disposición al aprendizaje y esto se explicaría porque tanto la novedad como el placer no conducen al aprendizaje.

Finalmente, Osorio, Ramos y Walteros (2016) realizaron un estudio para establecer la relación entre los valores personales y el compromiso organizacional. La muestra estuvo conformada por 128 funcionarios administrativos de una institución de educación superior en Bogotá (Colombia). Para la recolección de datos se aplicó el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ) y el Cuestionario de compromiso organizacional de Meyer, Allen y Smith.

Por los resultados obtenidos se llegó a la conclusión que no existe relación significativa con las cuatro dimensiones propuestas por Schwartz (autoengrandecimiento, autotrascendencia, conservación y apertura al cambio) y el compromiso organizacional. Esto se debería porque antes se debe tomar en cuenta la relación que debe existir entre los valores propios de los trabajadores y los valores de la organización a la cual pertenecen.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales.**

Escurra (2003) fue el primero en realizar un estudio sobre el sistema de valores en el Perú. Su estudio se basó en conocer la estructura del sistema de valores de los estudiantes de quinto año de secundaria de Lima Metropolitana pertenecientes a diferentes estratos socioeconómicos. La muestra estuvo conformada por 1197 alumnos de las diferentes USE de Lima. El instrumento utilizado fue el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ) y el índice de estrato socioeconómico.

Con los resultados, Escurra concluyó que los valores medidos por el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ) presentan confiabilidad por consistencia interna, validez de constructo y que puede ser aplicada en nuestro medio. Asimismo, el estudio realizado dio como

resultado que los alumnos de quinto año de secundaria priorizan más los valores de autodirección, benevolencia y universalismo; además que en el estrato socioeconómico bajo predomina el valor de tradición y seguridad; en el estrato socioeconómico medio predomina el valor de poder y en el estrato socioeconómico alto el valor de benevolencia.

Por otro lado, García (2005) realizó un estudio sobre el sistema valorativo en estudiantes de pregrado y preuniversitarios de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Para el estudio se trabajó con muestra conformada por estudiantes regulares de pregrado, estudiantes preuniversitarios de CeprePUCP y autoridades de dicha institución. El instrumento utilizado para la recolección de datos fue la ficha de datos personal de la PUCP, el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ) y el formato de jerarquía de valores.

Se concluye que el sistema valorativo de los estudiantes de pregrado era similar al sistema valorativo de los estudiantes universitarios, a pesar de que no fueron igualmente ordenados; sin embargo, ambos grupos coincidieron en los tres primeros tipos de valores y en los tres últimos, lo que demostraría que ambas poblaciones se ven motivadas homogéneamente por lo que más les llama la atención, así como también con lo que menos lo hace.

Grimaldo (2008) realizó un estudio para comparar la jerarquía de los valores en un grupo de policías de tránsito según el sexo en la ciudad de Lima. La muestra estuvo conformada por 203 policías entre varones y mujeres. Los instrumentos utilizados fueron la Escala de valores de Rokeach forma E, la Escala PANAS X y la Escala de valores hacia el trabajo EVAT 30.

El estudio concluyó que el conjunto de policías varones jerarquizó como valores terminales importantes al amor maduro, la religión y la armonía personal y como valor instrumental importante a la alegría; mientras que el conjunto de policías mujeres jerarquizó como valores terminales importantes al respeto y la armonía personal y como valor instrumental importante al amor y la alegría. Estas diferencias son

probablemente debidas a la situación de violencia que enfrentan diariamente los policías así como también a las características propias de su trabajo.

Otros de los estudios realizados por Grimaldo (2010) fue el de identificar y comparar el sistema de valores en un grupo de abogados en la Ciudad de Lima. La muestra estuvo conformada por 114 abogados entre varones y mujeres. El instrumento utilizado fue el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ).

Con los resultados obtenidos, se llegó a la conclusión que los tipos de valores más importantes para los abogados son los de autodirección, universalismo, benevolencia y seguridad; mientras que los valores menos seleccionados fueron el de poder y tradición. Con esta conclusión se logró confirmar la teoría de Schwartz (1992) sobre las dimensiones bipolares, ya que, por un lado se ubican como valor más importante la autodirección (apertura al cambio) frente al valor menos importante la tradición (conservación).

Finalmente, García, Grimaldo y Manzanares (2016) realizaron un reciente estudio para comparar la jerarquía de valores de los estudiantes de secundaria de colegio religioso y de colegio laico en la ciudad de Lima. La muestra estuvo conformada por 250 alumnos de ambas instituciones, entre hombres y mujeres. El instrumento utilizado fue el Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ).

Con este estudio se llegó a la conclusión que existe similitud entre el sistema de valores de los estudiantes del colegio religioso y los estudiantes del colegio laico. En los resultados que se obtuvieron, en el colegio religioso priorizaron los valores de benevolencia, hedonismo y universalismo, y los valores menos escogidos fueron los de tradición y conformidad, coincidiendo con los valores menos escogidos también por el colegio laico; sin embargo los últimos predominaron los valores de hedonismo, benevolencia y tradición.

## **2.2. Bases teóricas**

A continuación, se presenta una revisión sobre las importantes perspectivas de los autores que han abordado sobre el estudio de los valores:

### **2.2.1. Teoría de Rokeach.**

Los alcances teóricos sobre el estudio de valores propuestos por Rokeach tuvieron como antecedentes previos las investigaciones realizadas por Vernon, Kluckhohn, Lindzey y Allport. Del mismo modo, y gracias a la teoría elaborada por este investigador, han surgido también otras investigaciones importantes como los trabajos realizados por Braithwaite & Law, Feather, Schwartz & Bilsky, entre otros.

Rokeach (1973) afirmó: “El valor es una creencia permanente de un modo específico de conducta. Estas creencias o valores están organizados en estructuras y subestructuras jerárquicas”.

En su investigación, Rokeach (1973, como se citó en Sandoval, 2007) identifica dos tipos de valores y éstos a su vez se encuentran subdivididos:

1. Los valores terminales o estados finales (son relativos a la existencia): Son metas, son fines que la persona desea alcanzar en de su vida. Pueden ser de orden intrapersonal como interpersonal.  
Intrapersonal: Relacionado al individuo en sí: realización personal, reconocimiento social, libertad.  
Interpersonal: Relacionado a su vida en sociedad: igualdad.
2. Los valores instrumentales o modelo de conducta, se refieren a modos de conductas, comportamientos que la persona debe de seguir para lograr los valores terminales. Pueden ser morales y de competencia.
  - Morales: Relacionado a los interpersonales: honestidad, responsabilidad, obediencia.
  - De competencia: Relacionado a los intrapersonales: ambición, tolerancia, independencia.

Rokeach (1973, como se citó en Jeria y Wall, 2005) implantó el instrumento llamado Cuestionario de Valores (SVS) el cual cuenta con un listado de 36 valores: 18 valores terminales y 18 valores instrumentales (ver Tabla nro. 1), los cuales la persona deberá ordenar jerárquicamente según el grado de importancia que considere. Este instrumento ha sido utilizado en diversas investigaciones obteniéndose así altos índices de confiabilidad. Sin embargo, algunas investigaciones han presentado críticas importantes sobre la representatividad del listado de valores utilizados y el uso de jerarquía teniendo en cuenta una larga lista de valores presentados.

Tabla 1.

*Valores terminales e instrumentales de la Escala de Rokeach (1973)*

Valores Terminales	Valores Instrumentales
1. Vida confortable	1. Ambicioso
2. Vida excitante	2. Abierto
3. Realización	3. Competente
4. Mundo en paz	4. Alegre
5. Mundo agradable	5. Limpio
6. Igualdad entre todos	6. Valiente
7. Seguridad familiar	7. Indulgente
8. Libertad	8. Servicial
9. Felicidad	9. Honrado
10. Equilibrio interno	10. Creativo
11. Realización del amor	11. Independiente
12. Seguridad nacional	12. Intelectual
13. Placer	13. Lógico
14. Lograr la salvación	14. Cariñoso
15. Autoestima	15. Obediente
16. Respeto a los demás	16. Educado
17. Amistad	17. Responsable
18. Sabiduría	18. Autocontrolarse

Fuente: Rokeach, 1973.

### **2.2.2. Teoría de England.**

Una de las teorías importantes para esta investigación es la que realizó George England debido a que toma en cuenta para su teoría a la población organizacional. England (1967) indica:

Los valores son creencias sobre las situaciones deseadas que subyacen los procesos actitudinales y del comportamiento. Los valores permiten definir prioridades, y son un componente permanente de la estructura perceptual que permite influir en la conducta hacia los otros y a la sociedad humana.

Lo indicado por el autor expresa que los valores conforman un sistema de guía personal que permite escoger la búsqueda de posibles soluciones.

Para el estudio de sistema de valores de England tuvo una muestra de 1072 gerentes norteamericanos a fin de predecir el comportamiento gerencial para lo cual se les aplicó el Personal Values Questionnaire, instrumento conformado por 66 conceptos, con respecto a metas personales de los individuos como también a las metas de las organizaciones, asimismo se incluye a las ideas relacionadas con las personas como a las ideas acerca de temas generales.

El mayor aporte de este autor ha sido la inclusión del concepto de valores para los modelos teóricos y predictivos del comportamiento gerencial. Dentro de los valores, England consideró 2 clases:

- 1) Valores irrelevantes: Aquellos valores que tiene poco o ningún impacto en el comportamiento del individuo.
- 2) Valores formados: Aquellos valores que tiene probabilidades de influir en el comportamiento del individuo. Dentro de estos valores se incluyen los siguientes:

2.1) Valores operativos: Alta probabilidad para que el comportamiento se lleve a cabo.



2.2) Valores adoptados: Corresponde a una parte menor de la estructura de la personalidad del individuo y se considera que podría afectar el comportamiento sólo si se expone a factores situacionales.

2.3) Valores previstos: Son valores importantes pero que poseen baja probabilidad para que un comportamiento ocurra.

Según lo expuesto por England, se debe considerar a las relaciones sociales y a las influencias ambientales como factores que sumados conjuntamente con los valores impactarían en el comportamiento personal y laboral.

### **2.2.3. Teoría de Hofsfede.**

La teoría de los valores propuesta por Hofsfede señala que las diferencias en las actitudes de las personas son resultado directo de las diferencias mentales entre un individuo a otro. A estas diferencias mentales les denomina valores.

Hofsfede (1980) propuso dimensiones de valor al comparar las culturas de las diferentes regiones. Para este investigador la cultura significaba la programación mental colectiva de una nación. Inicialmente sólo identificó cuatro dimensiones culturales: distancia de poder, evasión de incertidumbre, individualismo – colectivismo, masculinidad – feminidad; no obstante, conjuntamente con Bond (1988, citado por Grueso y Antón, 2015) agregaron una quinta dimensión: orientación al logro, tal y como se representa en la Figura nro. 1.

- 1) Distancia de poder: Se refiere al grado en que las personas menos poderosas aceptan que el grado de poder es distribuido de manera desigual.
- 2) Evasión de la incertidumbre: Se refiere al grado de aceptación de la sociedad frente a la incertidumbre hacia los eventos futuros; se comprende o evita lo desconocido.

- 3) Individualismo – colectivismo: El individualismo se refiere a la situación en la cual las personas dan prioridad hacia sí mismos y a sus familiares inmediatos frente al colectivismo que refiere a la situación en la cual las personas se integran a la sociedad y forman parte de un grupo más extenso.
- 4) Masculinidad – feminidad: La masculinidad se refiere al nivel de importancia que una cultura da a los valores típicamente asociados a varones, tales como el éxito, el dinero y los objetos frente a la feminidad que se ve representado por los valores típicamente asociados a las mujeres, como el de cuidar de los otros y mejorar la calidad de vida de las personas.
- 5) Orientación a largo plazo: Se refiere a cómo una sociedad o nación se orienta a largo y corto plazo.



*Figura 1.* Teoría de las dimensiones planteadas por Hofstede.

#### **2.2.4. Teoría de Gordon.**

Gordon cuenta con varios estudios sobre los valores. Gordon (1977) afirmaba:

Los valores constituyen un medio para determinar lo que los sujetos hacen y cómo lo hacen, en base a la toma de decisiones; así como el de sus planes y metas a largo plazo están influenciados por el sistema de valores que adopten.

En base a esta premisa, elaboró un instrumento para medir valores interpersonales: La escala de valores interpersonales (SIV) en la cual se identificaba 6 valores básicos tales como:

- 1) Estímulo: Significa el ser tratado con afecto, amabilidad, comprensión, y respeto.
- 2) Conformidad: Relacionado a seguir de manera estricta las normas y reglas, aceptar lo correcto y en base a lo que la sociedad indique.
- 3) Reconocimiento: Se refiere a ser apreciado como persona significativa e importante, recibir aprobación y reconocimiento social.
- 4) Independencia: Está relacionado a la capacidad de actuar bajo su propio criterio, tener la libertad de elegir y decidir por sí mismo.
- 5) Benevolencia: Se refiere a ser generoso y ayudar a los demás y a los que más lo necesitan.
- 6) Liderazgo: Significa tener poder y autoridad sobre los demás.

De la misma manera, Gordon (2003) elabora un instrumento para medir los valores personales: Cuestionario de valores personales (SVP) el cual se concibió para investigar la forma en la que los individuos prefieren enfrentar los acontecimientos de la vida cotidiana o el de las tareas laborales. En el SPV se clasifican los siguientes valores:

- 1) Practicidad: Significa que la persona quiere obtener lo mejor en base al dinero que tiene y realizar cosas que le den beneficio personal.
- 2) Resultados: Se refiere que la persona elige confrontar los acontecimientos difíciles que se le presenta con la finalidad de encontrar la perfección y el desarrollo personal.

- 3) Variedad: Se refiere que la persona valora situaciones nuevas y distintas.
- 4) Decisión: Relacionado a la persona que valora su propia opinión, su capacidad para pensar y tomar decisiones propias.
- 5) Orden y método: Se refiere que la persona se caracteriza por ser ordenado y sistemático en las actividades que realiza.
- 6) Metas: Significa que la persona está orientada a una tarea específica y al esfuerzo que tiene que realizar para que dicha tarea se logre.

#### **2.2.5. Teoría de Schwartz.**

Schwartz y Bilsky (1987) establecieron una estructura psicológica de carácter universal acerca de los valores humanos. Ambos señalan su coincidencia con Kluckhohn (1951, citado en Herrera, 2007) al referirse a los valores y afirmar que: “Son aquellas concepciones de lo deseable que influyen en el modo como las personas seleccionan sus acciones y evalúan los eventos”.

Asimismo esta teoría, a pesar de tener aportes de la teoría de Rokeach, logra modificar y mejorar lo planteado por dicho autor, estableciéndose como una teoría de los valores más completa y compleja.

Para Schwartz y Bilsky (1990) los valores se representan en forma de meta consciente y son las respuestas que todos los individuos y sociedades deben responder a tres requisitos humanos universales:

- 1) Las necesidades propias de las personas como organismos orgánicos.
- 2) Los requisitos de interacción social.
- 3) Las necesidades de supervivencia y bienestar de las sociedades.

Precisamente la jerarquía de valores son las respuestas a dichos requerimientos.

La propuesta teórica de Schwartz se inicia para responder la definición conceptual de los valores, para ello centraliza cinco aspectos fundamentales que debe contener dicha definición:

- 1) Los valores son conceptos o creencias vinculadas a las emociones y al afecto.
- 2) Los valores son metas deseadas o formas de comportamiento. Los valores se refieren a aquellas metas que la persona quiere lograr.
- 3) Los valores trascienden acciones y situaciones específicas.
- 4) Los valores están ordenados en un sistema de prioridades que tiene uno respecto de los otros, generándose así la jerarquía de valores que caracteriza a cada persona.
- 5) Los valores sirven como criterio para la forma de conducta de cada individuo puesto que los valores guían la selección de las acciones.

Del mismo modo, Schwartz y Bilsky (1987) identifican tres variables que tienen que ser consideradas al momento de distinguir entre cada valor, y es el tipo de meta, interés y motivación que expresan:

- 1) Tipo de meta: Los valores se distinguen como metas terminales o metas instrumentales.
- 2) Tipo de interés: Los valores se distinguen por su interés a nivel individual, colectivo o mixto (individual y colectivo a la vez).
- 3) Tipo de motivación: Los valores se distinguen porque toman direcciones diferentes en busca de sus respectivas metas, y estos valores son evaluados en un rango de importancia como guía en la vida del ser humano.

Bajo esta última característica, Schwartz clasifica diez tipos de valores motivacionales:

- 1) Poder: Relacionado con el estatus social y prestigio sobre las personas y recursos (riqueza, poder social, autoridad).
- 2) Logro: Relacionado a la manifestación de competencias a través de los patrones sociales. Refiere al triunfo propio (éxito, capacidad, competencia, ambición, influencia).
- 3) Hedonismo: Relacionado a la búsqueda de obtención de placer y gratificación sensorial para uno mismo (placer, vida placentera).

- 4) Estimulación: Relacionado al entusiasmo, al descubrimiento, desafío en la vida. Tiene que ver con la variedad y el cambio (atrevido, novedad, vida variada, vida excitante).
- 5) Autodirección: Relacionado al pensamiento independiente y la elección a la acción. Orientado a la toma de decisiones sin restricción de límites impuestos (creatividad, curiosidad, libertad, exploración, elección de las propias metas, independencia).
- 6) Universalismo: Relacionado a la comprensión, aprecio y protección para el bienestar de las personas y de la naturaleza (tolerancia, sabiduría, justicia social, igualdad, un mundo de paz, unidad con la naturaleza, protección del medio ambiente).
- 7) Benevolencia: Relacionado a la protección, mejora y conservación del bienestar de los demás con quien uno está en frecuente contacto personal.
- 8) Tradición: Relacionado al acatamiento, obediencia, aceptación y compromiso de las tradiciones, costumbres, doctrinas que la cultura y religión imponen al yo (respeto, humildad, devoción, moderación, respeto por la tradición).
- 9) Conformidad: Relacionado a la limitación de las acciones, inclinaciones e impulsos que puedan disgustar o dañar a otros y de transgredir las normas o expectativas sociales (autodisciplina, obediencia, amabilidad, buenos modales, honrar a los padres y personas mayores).
- 10) Seguridad: Relacionado a conseguir la armonía, seguridad, protección y estabilidad de la sociedad, de las relaciones sociales y de uno mismo (orden social, decencia, seguridad familiar, seguridad nacional, reciprocidad en los favores).

Asimismo, los diez tipos de valores de Schwartz se organizan en un continuum de motivaciones realizadas y este continuum es el que da a lugar la estructura circular, la cual representa las posibles relaciones, los conflictos y las compatibilidades que existen entre los valores. Los valores en competición se encuentran en el lado opuesto del centro y cuanto más cercanos se encuentren los valores alrededor del círculo, más similares serán sus motivaciones (Ver Figura 2).

Existe la probabilidad de que se puedan presentar los conflictos y las compatibilidades entre los valores cuando la persona trata de realizar estos tipos de valores de manera simultánea; esto ha dado inicio para el desarrollo de hipótesis sobre las relaciones entre las prioridades de los valores que a su vez pueden ser potencialmente universales (Schwartz, 1992).

Un ejemplo claro del conflicto entre valores se presenta cuando se lleva a cabo el valor de tradición pero a la vez se realiza la búsqueda del valor de estimulación, el conflicto se genera porque respetar las costumbres y tradiciones del pasado puede impedir la búsqueda de la innovación y reto en la vida. Asimismo, cuando se lleva a cabo los valores de logro y a su vez se está en búsqueda de los valores de benevolencia se pone en claro conflicto sus diferencias ya que por un lado los valores de logro están orientados al éxito personal sin embargo esto es incongruente a la práctica por el bienestar de los demás. Sin embargo, el seguir los valores de benevolencia con los valores de conformidad, resultaría compatibles puesto que ambos valores implicarían el comportarse de una manera adecuada por nuestra sociedad.

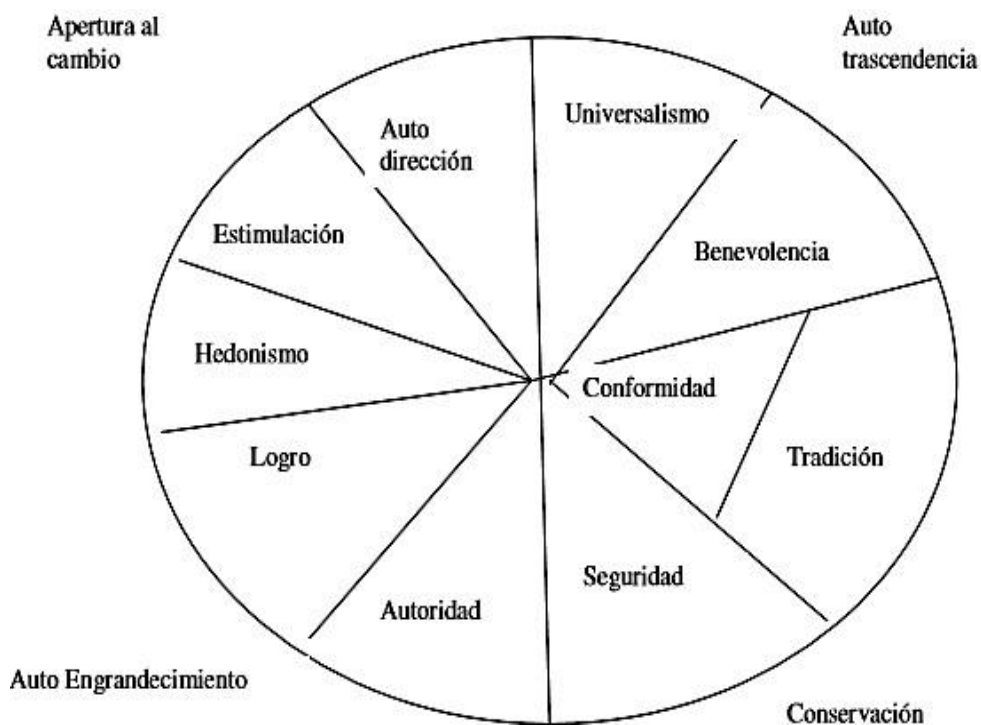


Figura 2. Teoría circular de los valores planteados por Schwartz.

Según lo descrito anteriormente, en concordancia a las dinámicas de los valores compatibles, se describen las siguientes relaciones:

- 1) Poder y logro: Están relacionados con la autoestima y la superación social.
- 2) Logro y hedonismo: Están relacionados con la satisfacción personal.
- 3) Hedonismo y estimulación: Están relacionados al deseo por los placeres y diversidad.
- 4) Estimulación y autodirección: Están relacionados por el interés a la novedad y dominio personal.
- 5) Autodirección y universalismo: Relacionados en la confianza en el propio juicio y la comodidad por la diversidad de existencia.
- 6) Universalismo y benevolencia: Relacionados con mantener el bienestar personal y evitando los intereses egoístas.
- 7) Benevolencia y conformidad: Relacionados con mantener la demanda del comportamiento normativo que permite las relaciones sociales cercanas.
- 8) Benevolencia y tradición: Relacionados a promover la devoción a cada integrante del grupo con quien interactúa.
- 9) Conformidad y tradición: Relacionados a proteger el orden y la armonía en las relaciones bajo las normativas sociales impuestas.
- 10) Tradición y seguridad: Relacionados en preservar los acuerdos y normas sociales existentes para dar estabilidad a la vida.
- 11) Conformidad y seguridad: Relacionados a proteger el orden y la armonía en las relaciones.
- 12) Seguridad y poder: Relacionados para evitar o superar el miedo a las incertidumbres, amenazas mediante el control de las relaciones y los recursos.

La estructura de valores no es sólo una clasificación de diez tipologías, sino también una propuesta teórica que establece que las diez tipologías descritas se agrupan. A partir de este criterio, Schwartz (1992) propone una estructura de dos grandes dimensiones bipolares (ver Figura 3).



1) Dimensión de Autotrascendencia frente a la Dimensión de Autoengrandecimiento

Dimensión de Autotrascendencia:

Incluye los valores de benevolencia y universalismo. Esta dimensión enfatiza la aceptación del grupo como iguales y la preocupación por el bienestar de cada uno de sus integrantes.

Dimensión de Autoengrandecimiento:

Incluye los valores de logro y poder. Esta dimensión se encuentra en la búsqueda del éxito personal a través de las capacidades y que ello conlleve el reconocimiento social.

2) Dimensión de Conservación frente a la Dimensión de Apertura al cambio.

Dimensión de Conservación:

Incluye los valores de tradición, conformidad y seguridad. Esta dimensión pone énfasis en la autorrepresión sumisa, en la preservación de las prácticas tradicionales y religiosas y la protección de la estabilidad. Su importancia radica en mantener el status quo.

Dimensión de Apertura al cambio:

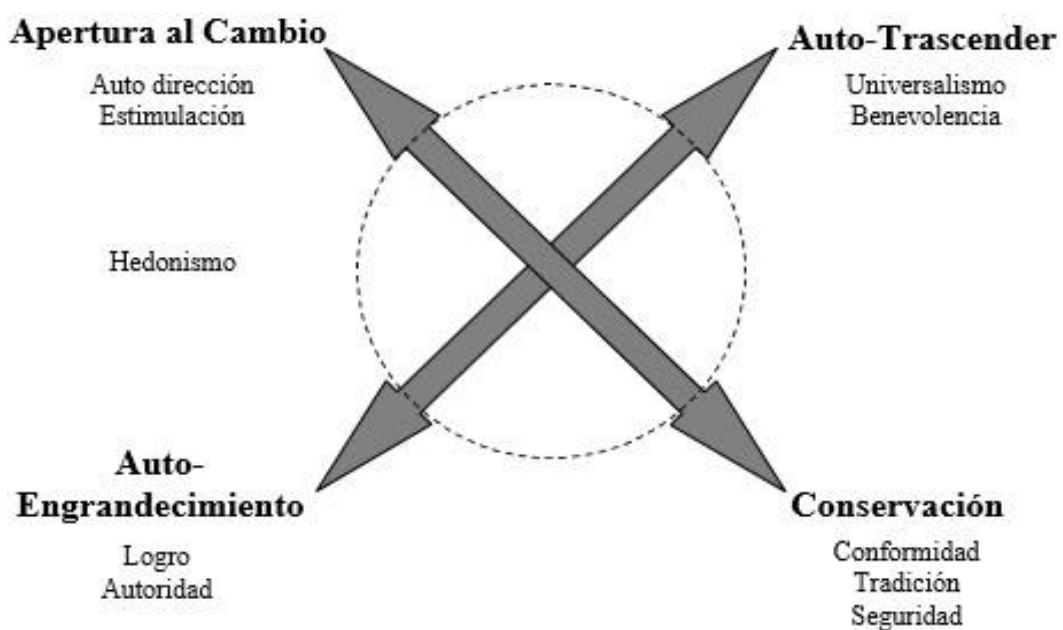
Incluye los valores de autodirección y estimulación. Esta dimensión enfatiza la independencia de pensamiento, juicio, acción y apertura a nuevas experiencias. Favorecen el cambio.

La tipología hedonismo se asocia tanto con autoengrandecimiento como con apertura al cambio.

Por otro lado, en cuanto a tipos de intereses postulados por Schwartz (1992) se describe los siguientes:

- Valores individualistas: Relacionados al interés por el desarrollo y éxito personal. Se incluye a los valores de logro, poder, hedonismo, autodirección y estimulación.
- Valores colectivistas: Relacionados a atender los intereses de un grupo social. Se incluye a los valores de tradición, conformidad y benevolencia.

El universalismo y seguridad se incluye a los valores individualistas como colectivistas.



*Figura 3.* Estructura dinámica de los valores de acuerdo a la Teoría Universal de Schwartz (1992).

La propuesta de Schwartz ha sido la teoría de los valores más aceptada en la actualidad debido a que la evidencia para la construcción de este esquema se da sobre la base de haber evaluado a 97 muestras en 44 países de los distintos continentes con un total de 25,863 personas; logrando así verificar la universalidad de la estructura de los diez valores propuestos.

### 2.3. Características de los valores

Según lo indicado por Ferrer (1980, citado por Morote, 1990), los valores presentan las siguientes características:

- El valer: Existen cosas que no pueden singularizarse como ser, sino que valen, que tiene valer.
- Por su objetividad: El valor es objetivo porque es independiente del sujeto, que no se involucra con las cosas ni por las opiniones que se puedan dar de estas cosas, y que puede ser manifiesto por quien quiera captarlo. El valor en sí no depende de las preferencias individuales, sino del sitio que la sociedad le ha otorgado.
- Por su dependencia: No es lo mismo decir “belleza” que decir “María es una belleza”. El valor “belleza” no se aprecia de manera independiente, sino cuando se liga a “María”.
- Por su cualidad: Los valores no dependen de la cantidad sino de sus atributos. Por ejemplo: santidad, heroísmo, patriotismo. No se pueden pesar ni medir.
- Por su polaridad: Los valores tienen sus contrarios. El valor se caracteriza por ser no indiferente, por no estar en cero, por estar en más o en menos. La no indiferencia puede ser menor o mayor y llegar a los extremos, tanto positivo como negativo. Todo valor tiene su contravalor. El valor puede estar en una gran estima o en un gran rechazo. Frondizi (como se citó en Seijo, 2009) indicó que la ausencia de un valor no involucra la existencia de su correspondiente antivalor. El antivalor existe por sí mismo y no por consecuencia del valor positivo.
- Por su jerarquía: No todos los valores tienen el mismo valer, sino que se establece en una tabla jerárquica. Hay multiplicidad de valores que expresan distintos modos de valor. Unos valores son superiores y otros son inferiores.

Por su parte García y Rosales (1984) complementan lo indicado por Ferrer, y añaden la siguiente característica:

- Por su grado: El valor se caracteriza porque se lo experimenta o vive en diversa intensidad, en una escala representada por una escala continua. El mismo valor aparece en diversas intensidades. Es más o menos. La variación puede ser grande, muy grande o muy pequeña.

De la misma manera se denotan las siguientes características:

- Por su fuerza orientadora: Los valores son estrictos, exigentes y conlleva una imposición o influencia sobre la voluntad y libertad de las personas. Es una norma que orienta la vida en una u otra dirección.
- Por su infinitud: Los valores nunca son alcanzados en su totalidad. Ninguna realidad es tan valiosa que impida un posterior perfeccionamiento.
- Por su aplicabilidad: Los valores se emplean en las diversas circunstancias de la vida; contienen acciones prácticas que reflejan los principios valorativos de la persona.

#### **2.4. Proceso de valoración en el ser humano**

El ser humano es un ente que valora y ejerce valía según la relación que tenga con su entorno. López de Llergo (2000) indicó: "La educación en valores se crea como una orientación a la inteligencia con apoyo de la voluntad, para profundizar y respetar los valores que se encuentran en lo más íntimo del ser de la persona".

La valoración es el acto de valorar, de estimar, de apreciar, de descubrir el valor de algo. El acto valorativo es el acto en el cual el sujeto capta la cosa valiosa como algo que lo atrae o que rechaza, que estima o desestima en diversos grados y por el que establece un orden jerárquico en las cosas.

Los valores dan luz a la inteligencia y ejercitan el hacer de los juicios. Cada vez que la persona conoce capta el respectivo valer de algo.

El ser humano desde que se pone en contacto con la realidad, la visualiza y la contempla y ahí descubre su valor; y al valer de las cosas las ordena, jerarquiza y clasifica.

En el proceso de valoración del ser humano se presentan los siguientes aspectos:

- La inteligencia estima lo singular del ser que se está valorando.
- Se adquiere experiencia a través de la vivencia propia de lo captado.
- La inteligencia interviene para completar el proceso en un conocimiento racional.
- Surgen ideas y conceptos sobre el ente, se capta la esencia, lo propio del ser.
- Se ha descubierto el valor encerrado en ese ser.
- Se producen juicios y con ellos la valoración.

Con estos pasos, se ha llevado a cabo el proceso subjetivo de captación de la realidad objetiva; sin embargo se debe tomar en cuenta también las particularidades de cada sujeto que valora y no sólo de lo valorado; es ahí donde se caer en un error de valoración. Por lo tanto, captar la razón de ser de cada ente, depende de la personalidad y educación del sujeto.

El proceso de valoración en la persona incluye una compleja serie de condiciones intelectuales y afectivas que suponen: la toma de decisiones, la estimación y la actuación. Las personas valoran al preferir, al estimar, al elegir una cosa en lugar de otra, al formular metas y propósitos personales. El acto valorativo se expresa mediante creencias, intereses, sentimientos, convicciones, actitudes, juicios de valor y acciones.

Para captar el valor, hay que descubrir que la naturaleza sólo actúa bajo su misma ley, una ley perfecta e inquebrantable y el hombre siendo parte de esa naturaleza, no puede más que estar hecho para entenderla y para armonizar con ella.

## **2.5. Jerarquización de los valores**

Como se indicó en el capítulo anterior, se denomina valoración personal cuando el ser humano le da mayor importancia a un valor en relación a otros

valores; esto depende de la forma como cada persona construye su realidad; esto no se debe confundir con lo que es la jerarquía de valores sino se ha de estar consciente que es sólo la percepción particular de una persona.

Para captar la jerarquía que tiene un valor no hay que ordenarlos de acuerdo a los propios principios morales porque entonces sólo se estaría creando una jerarquía propia, pero si se quiere ser objetivo, para captar el valor en su real interrelación con los demás se tiene que apegar a la naturaleza misma, que es la que nos muestra la natural jerarquía de los seres de cuya esencia se desprenden sus valores.

El valor se desprende desde el ser del ente. López de Llergo (2000) enunció: “El ser es el primer valor que tiene una persona, del cual seguirán los demás valores de ese ente, según su naturaleza. Así pues, los valores sólo se dan en la realidad que es o que opera”.

Pero en todo esto hay el peligro de ser subjetivista y decir que el valor es de tal o cual persona, ésa es una de las razones por las que en la sociedad se entablan discusiones intergeneracionales injustificadas, la idea que se tiene comúnmente de los valores es que son una edificación que se ha ido creando a partir de las experiencias, lo cual es errado. En tanto más se apeguen el conocimiento de la realidad a la esencia de las cosas, más exacta será la concepción y mientras más se apeguen a los supuestos sociales, las ideologías de un lugar o elucubraciones personales, más alejados estarán de la verdad.

La misma naturaleza en sí es quien con sus propias leyes nos muestra la jerarquía de valores, si los seres humanos que son quienes conforman la sociedad se apegaran a estos conocimientos muchos problemas se evitarían entre ellos.

Los valores no se transmiten a los demás a través de las palabras o conceptos, se pueden entender teóricamente pero eso no llevará a una persona a vivirlos, sólo cuando forman parte de nuestra experiencia y a la vez son parte del actuar de uno mismo es que se aprehenden y hacen suyos en la propia vida.

Como explicó López de Llergo (2000): “La verdad sólo está en la realidad de las cosas y existe cuando está en acto”. Pero es más oportuno valorar que vivir lo que se valora; vivir lo valorado significa ejercitarse hasta encontrar la virtud, esto quiere decir, que se pone en acto lo valorado. No por valorar adecuadamente ya somos valiosos. El objetivo del estudio de los valores es que al vivenciarlos, seamos virtuosos, actuemos no de cualquier forma sino guiados por el valor.

## **2.6. Valores organizacionales**

Para investigar los valores en las organizaciones, Rokeach (1973) plantea el análisis de los documentos de la organización, de los valores de sus trabajadores y de quienes quieren serlo y los valores que los trabajadores perciben en la organización. Si bien es cierto que cada método por separado sería insuficiente, unidos constituyen una poderosa herramienta de análisis que permiten registrar la evolución o cambio de valores en una organización y su relación con los valores de sus trabajadores.

Este autor planteó también las posibles relaciones de los trabajadores con su organización en términos de influencia. Mediante sus métodos de identificación de valores organizacionales podía estudiar, por ejemplo, en grado en que el miembro coincidía o no con los valores de su organización.

Mediante la investigación de su grado de implicación en las actividades de la organización y el grado en que le confería importancia, podía inferir la intensidad de influencia que la organización podía estar ejerciendo sobre el trabajador. Y una técnica de investigación en este campo sería estudiar qué decisiones adopte la organización ante determinadas situaciones; idealizar o abstraer la estructura de esas decisiones; concretarlas en situaciones diferentes mediante las que los trabajadores de la organización no reconozcan las decisiones históricas; y preguntar a los trabajadores por las decisiones que optarían a título personal y por las que consideran que optaría su organización.

Todas las personas valoran algunos aspectos del trabajo más que otros, y cada trabajador ingresa a una organización con nociones preconcebidas de lo que “debe hacerse” y lo que “no debe hacerse”. Estas nociones no están libres

de valoración porque contienen interpretaciones de lo correcto e incorrecto. Además, implica que ciertos comportamientos o resultados son preferibles a otros (Robbins, 1999).

Conforme a lo mencionado, dos temas principales han preocupado comúnmente a los autores:

- El proceso de valoración del trabajo frente a las demás esferas de la vida y/o frente al conjunto general de valores humanos.
- La identificación de los diversos valores del trabajo.

La noción de valores organizacionales alude al conjunto de convicciones básicas sobre los modos de conducta que trae una persona al centro de labores. Los estudios que tratan de definir y medir el compromiso de la persona con su trabajo miden el grado de identificación de una persona con su trabajo, su participación activa en él y consideran el desempeño como importante para la autoestima. Los valores organizacionales están en relación directa con la cultura que trae el individuo.

Los valores organizacionales tienen que ver con el compromiso organizacional, que se define como el estado de identificación de un trabajador con una organización en particular y con sus metas. Los valores organizacionales están en relación directa con las características de cada organización.

Según Yamamoto (2001):

Los valores organizacionales pueden entenderse de varias maneras. En primer lugar, como aquellos que a la alta dirección considera son los que deben de representar a la organización y que se plasman en el plan estratégico bajo el título “valores de la empresa”, impulsados mediante diferentes mecanismos de inducción, éstos serían los valores formales. En segundo lugar, son aquellos que de facto se deducen a partir del comportamiento cotidiano en el trabajo y que constituyen los verdaderos valores organizacionales. (p. 15)



En esta última opinión del autor, donde manifiesta que el imaginario idealizado de la organización puede no ser relevante como para afectar el comportamiento de las personas en el trabajo, sus creencias y sus actitudes; como consecuencia, no influye necesariamente en el comportamiento de la organización.

## **2.7. Característica general de Transportes Intervega S.A.C.**

El Grupo Vega es el conjunto de empresas peruanas, que se dedican a la venta al por mayor y menor de productos de consumo masivo. Actualmente lleva 27 años en mercado y parte de su crecimiento se debe a la alianza estratégica que mantiene con importante proveedores como son Procter & Gamble Perú S.R.L., Nestlé Perú S.A., Gloria S.A., Molitalia S.A., Kimberly Clark Perú S.R.L., entre otros.

Las cinco empresas que conforman el Grupo Vega son:

- Corporación Vega S.A.C.
- Grupo Vega Distribución S.A.C.
- Inmoveg
- J & P Investment
- Transportes Intervega S.A.C.

Transportes Intervega S.A.C. es un operador logístico que se especializa en soluciones integrales de logística y líder en el mercado de transportes de carga. Tiene a su disposición servicios logísticos y servicios de distribución de mercadería con unidades o furgones de diferentes capacidades. Comercializa y distribuye alimentos y productos de cuidado personal y del hogar.

Su experiencia y cultura de mejora continua le ha llevado a invertir en tecnología de punta para el seguimiento y localización de vehículos, mercadería, que le permiten informar al cliente en tiempo real sobre la situación y disponibilidad de sus productos. Asimismo, cuenta también con un equipo humano especializado en transportes y servicios quienes realizan un minucioso

estudio para ofrecer soluciones que mejor se adapten a los objetivos y procedimientos del cliente.

- **Misión de Transportes Intervega S.A.C.:**

Convertirse en socio logístico que añada valor a sus clientes, colaborando estrechamente con ellos para lograr la máxima productividad y optimización de los recursos y mejorar así los ratios de costos, el nivel de servicio y la calidad de vida de sus clientes y trabajadores.

- **Visión de Transportes Intervega S.A.C.:**

Estar a la vanguardia del desarrollo de capital humano para el uso eficiente de todos sus recursos disponibles para la organización, favoreciendo la creación de un ambiente agradable que contribuya con el desarrollo de la comunidad donde trabaja.

- **Valores organizacionales de Transportes Intervega S.A.C.:**

Ética: Lealtad que se le debe al trabajo en sí y a los compañeros.

Mejora continua: Mejora en los procesos con el fin de brindar un servicio de calidad.

Responsabilidad social: Preocupación por el bienestar de su comunidad, ofreciendo empleo y otros servicios.

Vocación de servicio: Actitud de colaboración con los demás.

- **Organigrama de Transportes Intervega S.A.C.**

Transportes Intervega S.A.C. cuenta con tres sedes ubicadas estratégicamente para atender las exigencias de consumo de la zona centro, norte y este de Lima. Estas sedes son: Sede Cercado de Lima, sede Comas y sede San Juan de Lurigancho.

La sede de Transportes Intervega S.A.C. Cercado de Lima está encabezada por un jefe de distribución quién es el encargado de la sede, éste a su vez tiene a cargo supervisores de distribución quiénes son los que monitorean la correcta distribución de la mercadería.

Por debajo de los supervisores se encuentra el personal operativo conformado por:

**Choferes:** Líder del grupo. Son los responsables de transportar la mercadería y al personal (liquidadores y repartidores) a las zonas de distribución.

**Liquidadores:** Son los responsables del manejo del dinero y de la recaudación final por la cobranza a los clientes.

**Repartidores:** Son los responsables de la repartición y entrega de la mercadería a los clientes. En muchas oportunidades, por factor tiempo, se convierten en el apoyo de los liquidadores para la cobranza de los clientes.

La sede de Cercado de Lima actualmente cuenta con 25 furgones (transportes) cuyas rutas de distribución de mercadería comprende los distritos de: Cercado de Lima, Callao, Rímac, Breña, San Martín de Porres, Lince, Jesús María, Magdalena, Pueblo Libre y San Miguel. Cada vehículo sale a ruta con un chofer, un liquidador y uno o dos repartidores (dependiendo el volumen de la mercadería a entregar).

## **2.8. Definición conceptual**

### **2.8.1. Valores.**

Se han realizado diferentes definiciones sobre los valores; para esta investigación expondremos las más resaltantes:

Kluckhohn (1951, véase en Herrera, 2007) afirmó que los valores son la concepción de lo deseable, características única de una persona o grupo, que intervienen en la selección de los modos disponibles, medios y fines de una acción. Los valores influyen en la persona al momento de tener que tomar decisiones y elegir vías de solución.

Rokeach (1973, como se citó en Casullo y Castro, 2003) definió a los valores como creencias estables que se encuentran jerárquicamente organizadas y que sirven de juicio para nuestro comportamiento.

Hoebel (1973, véase en Herrera, 2007) describió a los valores como creencias profundas sobre si algo está bien y debe mantenerse como tal, o si algo está mal y debe modificarse. Estas creencias permiten desarrollar normas de conducta a nivel individual y colectivo.

Locke (1991, como se citó en Grimaldo, 2008) subrayó a los valores como elementos mediadores entre las necesidades y metas, debido a que una necesidad no se podría convertir en una meta u objetivo si es que no existe una representación cognitiva en forma de valores.

- **Apertura al cambio:**

Enfatiza la independencia de ideas y de acción, favoreciendo la innovación mediante la autonomía y estimulación (Schwartz, 1992).

- **Autoengrandecimiento:**

Dimensión que se caracteriza por su énfasis en los valores que buscan el poder, logro y éxito personal (Schwartz, 1992).

- **Autrascendencia:**

Es el hecho de querer ir más allá de sí mismo, de sobrepasarse y llegar a servir y amar a los demás (Frankl, citado por Noblejas, 2000).

- **Conservación:**

Dimensión que pone énfasis en la sumisión y obediencia a las demandas de los demás, vigila la estabilidad, preserva las prácticas tradicionales (Schwartz, 1992).

- **Jerarquía:**

Consiste en la legalidad de la adscripción de los roles y el reparto de recursos. Constituyen la dimensión de colectivismo que hasta ahora había sido utilizada para describir culturas y sociedades (Ros y Gouveia, 2003).

- **Jerarquización de valores:**

Los valores se priorizan por criterios de importancia en una situación dada, constituyéndose así a un sistema de valores basado en las vivencias, en los conocimientos previos y en el desarrollo cognitivo de los individuos (Schwartz, 1992).

- **Personal operativo:**

Representa el activo más valioso para las empresas puesto que es a través de su actividad laboral diaria como se pueden lograr los objetivos organizacionales (Villegas, como se citó en Leal de Suárez y Sanchez, 2006).

- **Valores:**

Los valores son metas deseables y transituacionales que varían en importancia y que sirven como principios en la vida de una persona o de otra entidad social (Schwartz, 1992).

## **CAPÍTULO III**

### **Metodología**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Tipo.**

La presente investigación se ha elaborado según el tipo de investigación descriptiva, debido a que busca describir y detallar las conductas, acciones y problemas que ocurren dentro de una determinada sociedad (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

##### **3.1.2. Diseño de investigación.**

La investigación es de diseño no experimental de corte transversal, porque no cuenta con un control directo sobre la variable, no se puede manipular, sólo observar las situaciones que presentan en un determinado contexto y porque analiza la incidencia de las dimensiones de la variable estudiada en un determinado momento y en un tiempo único (Hernández et al., 2014).

#### **3.2. Población y muestra**

##### **3.2.1. Población.**

La población estuvo conformada por personal operativo compuesto por 75 trabajadores entre choferes, liquidadores y repartidores, jóvenes y adultos, de sexo masculino de la empresa de consumo masivo Transportes Intervega S.A.C. de la Sede Cercado de Lima.

##### **3.2.2. Muestra.**

La muestra estuvo conformada por los 75 participantes. El tipo de muestreo utilizado fue no probabilístico de tipo intencional. Según Vara Horna (2012), este tipo de muestreo se realiza sobre la base del conocimiento y criterios del investigador.

**Criterios de inclusión:**

- Personal operativo que estuvo presente el día de la aplicación del instrumento.
- Personal operativo de 18 años a más.

**Criterios de exclusión:**

- Personal operativo que no estuvo presente el día de la aplicación del instrumento.
- Personal operativo menor de 18 años que trabajan con permiso del Ministerio de trabajo.

Tabla 2.

*Distribución del personal operativo de la empresa*

	Número de personal	%
Choferes	23	31%
Liquidadores	19	25%
Repartidores	33	44%
Total	75	100%

Fuente: Área de Recursos Humanos de Transportes Intervega S.A.C. Sede Cercado de Lima en el año 2017.

**3.3. Identificación de la variable de estudio y su operacionalización****Los valores:**

Schwartz (1992) define a los valores como metas deseables, creencias generalizadas sobre lo que es o lo que no es deseable en comportamientos o en situaciones. Los valores son motivacionales y funcionan como una necesidad que influye en el comportamiento dirigido a la meta, tienen una dirección y una intensidad emocional, ejercen un papel de regulación interindividual que justifican las acciones ante los otros.

### 3.3.1. Operacionalización de la variable.

El instrumento que vamos a utilizar va a poder mostrar las incidencias que tiene la variable sobre mi población. Asimismo, va a permitir explicarlo al detalle y ayudará a tener una visión más completa sobre el estudio de esta investigación.

Tabla 3.

*Operacionalización de la variable valores*

VARIABLE	DEFINICIÓN TEÓRICA	DIMENSIONES	INDICADORES	PUNTUACIÓN
<b>VALORES</b>	Los valores son las creencias de los individuos que definen su manera de ser, orientan su comportamiento y determinan sus decisiones. Los valores se jerarquizan por criterios de importancia en una situación dada (Schwartz, 1992).	<b>Dimensión 1</b> Autotrascendencia	Universalismo	PD (UN)=Sumatoria ítems: 3+8+19+23+29+40/6
			Benevolencia	PD (BE)=Sumatoria ítems: 12+18+27+33/4.
		<b>Dimensión 2</b> Conservación	Tradicición	PD (TR)= Sumatoria ítems: 9+20+25+38/4.
			Conformidad	PD (CO)=Sumatoria ítems: 7+16+28+36/4.
			Seguridad	PD (SE)=Sumatoria ítems: 5+14+21+31+35/5.
			Poder	PD (PO)=Sumatoria ítems: 2+17+39/3.
		<b>Dimensión 3</b> Auto engrandecimiento	Logro	PD (LO)=Sumatoria ítems: 4+13+24+32/4.
			Hedonismo	PD (HE)=Sumatoria ítems: 10+26+37/3.
		<b>Dimensión 4</b> Apertura al cambio	Estimulación	PD(ES)=Sumatoria ítems: 6+15+30/3.
			Autodirección	PD (AU)=Sumatoria ítems: 1+11+22+34/4.

Adaptado por Schwartz (1992)

Podemos observar que en la Tabla 2 se puntualiza la definición de la variable de estudio; asimismo también se presentan, según la teoría de



Schwartz (1992), las dos dimensiones bipolares básicas las cuales combina los diez tipos de valores motivacionales.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de evaluación y diagnóstico**

#### **3.4.1. Técnicas.**

##### **- Técnicas indirectas:**

La información teórica que se obtiene para esta investigación proviene de diversas fuentes bibliográficas: libros, investigaciones y revistas, tesis de pre grado y maestrías.

##### **- Técnicas directas:**

La técnica utilizada fue la de recolección de datos directa a través de escala de valores de tipo Likert, que nos brindaran datos cuantitativos de percepción de la variable a investigar.

El procedimiento de recolección de datos se dio por autorización del gerente general y de la gerente de gestión humana del Grupo Vega. Antes de iniciarse el proceso de aplicación se envió una carta de solicitud a ambas autoridades a fin de su aprobación.

#### **3.4.2. Instrumento.**

El instrumento que se utilizó fue el Cuestionario de Retrato de Valores de Shalom Schwartz (PVQ) el cual fue adaptado a nuestro medio por Escurra en el año 2003.

#### **Ficha Técnica**

**Nombre:** Cuestionario de Retrato de Valores (PVQ).

**Autor:** Shalom Schwartz.

**Adaptación:** Miguel Escurra Mayaute (2003)

**Institución:** Colegios de Lima.

**Aplicación:** Todo el público.

**Administración:** Puede aplicarse de manera colectiva o individual.

**Duración:** La duración es de 10 minutos aproximadamente.

**Características:** El PVQ consta de 40 enunciados cortos que permiten describir 29 diferentes tipos de personas en función a los siguientes valores, tal como lo señala Ecurra (2003): Hedonismo, seguridad, poder, logro, autodirección, conformidad, universalismo, estimulación, tradición y benevolencia. Para el desarrollo de este instrumento el evaluado debe marcar, en una escala tipo Likert, las siguientes respuestas: se parece mucho a mí, es como yo, se parece algo a mí, se parece poco a mí, no se parece a mí y no se parece nada a mí, a cada uno de los enunciados que se presentan.

**Significación:** Determinar la jerarquía de valores a partir de la teoría de Schwartz (1992).

#### **Análisis Psicométrico:**

En nuestro contexto, Ecurra (2003) realizó una investigación con escolares y encontró que el instrumento contaba con confiabilidad y validez.

#### **Confiabilidad del cuestionario de retrato de valores (PVQ)**

El criterio para determinar la confiabilidad interna del cuestionario de retrato de valores Schwartz es el Alfa de Cronbach. Es válido a partir de 0.70 (Vara Horna, 2012).

Para la confiabilidad, Ecurra (2003) utilizando el coeficiente alpha de Cronbach, obtuvo en cada uno de los indicadores los siguientes resultados: conformidad (,70), tradición (,75), benevolencia (,61), universalismo (,85), autodirección (,77), estimulación (,72), hedonismo (,74), logro (,79), poder (,75) y seguridad (,78).

Para la confiabilidad de este cuestionario en torno al personal operativo de Transportes Intervega S.A.C., se obtuvo un coeficiente de 0,856 lo cual significó que el instrumento cuente con una confiabilidad alta y aceptable.

Tabla 4.

*Estadísticos de confiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,856	40

### **Validez del cuestionario de retrato de valores (PVQ)**

Para la validez de constructo Ecurra utilizó el análisis factorial exploratorio. Los resultados indicaron dos factores que permitieron explicar el 76.10% de la varianza total.

### **Material de aplicación**

- El Cuestionario de retrato de valores de dos hojas.
- Lápiz.

### **Procedimiento**

Se realizaron previamente las coordinaciones con los supervisores de transportes de tal manera que nos puedan dar las facilidades para la administración del instrumento, respecto al horario y el lugar de la administración.

Por otro lado, antes de iniciar la evaluación se realizan previamente la presentación del evaluador seguido de la presentación del cuestionario y de sus respectivas indicaciones: "Estimados colaboradores les acabo de entregar el cuestionario, en cuya parte superior se tiene escribir sus datos personales. Luego se presentan 40 enunciados de diferentes personas y al costado de estos enunciados 6 alternativas de respuesta, lo que tienes que hacer es leer el enunciado y según lo que se indique marcaras la alternativa que te identifique con dicho enunciado, y así sucesivamente se realizará el resto de los enunciados." Finalizando la aplicación, se agradece por el apoyo brindado.

## **Normas de corrección y calificación**

Para proceder con la corrección de los datos se verifica previamente que cada ítem haya sido contestado correctamente. Para el resultado del cuestionario es necesario obtener la puntuación personal en cada tipo de valor estipulado por la prueba: Benevolencia, Universalismo, Autodirección, Estimulación, Hedonismo, Logro, Autoridad, Seguridad, Conformidad, Tradición. Para conseguir este puntaje es necesario sumar las calificaciones correspondientes a cada tipología y para luego dividir el resultado entre el número establecido de cada tipología.

## CAPÍTULO IV

### Procesamiento, presentación y análisis de los resultados

#### 4.1. Procesamiento de los resultados

Para el procesamiento de los resultados obtenidos mediante el Cuestionario de Retrato de Valores (PVQ) se hizo uso de:

Elaboración de una base de datos en un programa de Microsoft Excel 2016 conteniendo las respuestas de cada participante en base a los ítems del instrumento utilizado.

Asimismo, se procedió a vaciar los datos al programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 22.0.

#### 4.2. Presentación de los resultados

Se realizaron los análisis correspondientes para obtener los resultados descriptivos de la Jerarquización de los valores en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. del Cercado de Lima.

Tabla 5.

*Análisis descriptivo y jerarquía de valores*

Valores de Schwartz	Media	Jerarquía
Dimensión Autotrascendencia		
Benevolencia	4.29	1
Universalismo	4.07	4
Dimensión Autoengrandecimiento		
Logro	3.41	9
Poder	3.36	10
Dimensión Conservación		
Conformidad	3.85	6
Tradición	3.44	8
Seguridad	4.14	2
Dimensión Apertura al cambio		
Autodirección	4.13	3
Estimulación	3.95	5
Hedonismo	3.60	7

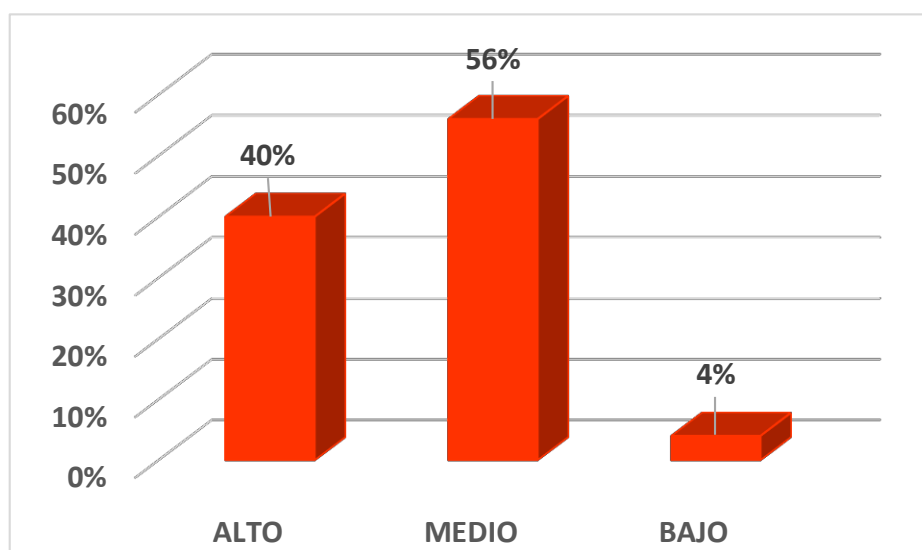
Podemos ver que en la tabla 5 que los valores que priorizan el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. son el de benevolencia, seguridad y autodirección mientras que los valores con puntuaciones más baja son el de poder, logro y tradición.

### Objetivo específico 1

Tabla 6.

*Análisis de los niveles de interés de la dimensión Autotrascendencia*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	4%
Medio	42	56%
Alto	30	40%
Total	75	100%



*Figura 4. Distribución porcentual de la dimensión Autotrascendencia*

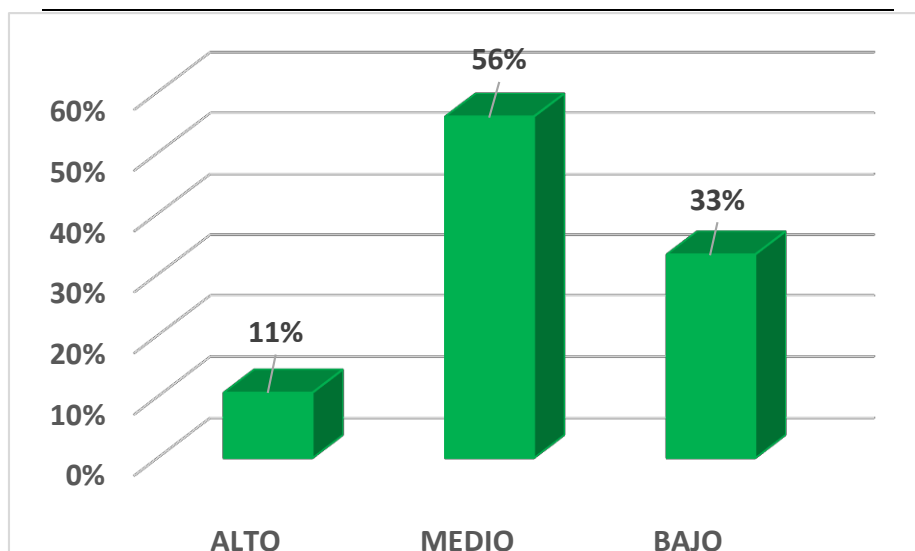
De la tabla 6 y la figura 4 se observa que el 4% del personal operativo muestra un nivel de interés bajo con respecto a los valores de la dimensión de Autotrascendencia, el 56% muestra un nivel de interés medio y el 40% muestra un nivel de interés alto; lo que significa que la mayoría del personal operativo está orientado a la realización de los valores de igualdad y justicia para todos.

## Objetivo específico 2

Tabla 7.

*Análisis de los niveles de interés de la dimensión Autoengrandecimiento*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	25	33%
Medio	42	56%
Alto	8	11%
Total	75	100%



*Figura 5. Distribución porcentual de la dimensión Autoengrandecimiento*

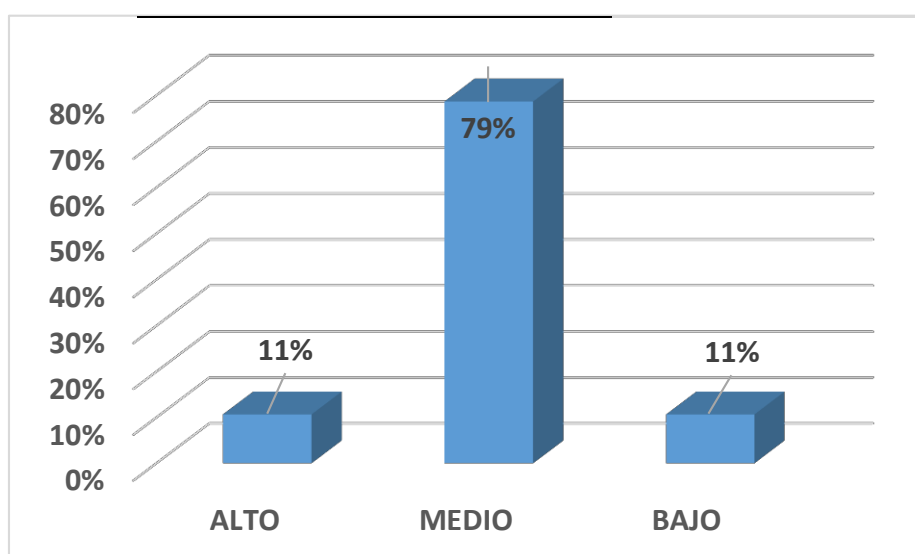
De la tabla 7 y la figura 5 se observa que el 33% del personal operativo muestra un nivel de interés bajo con respecto a los valores de la dimensión de Autoengrandecimiento, el 56% muestra un nivel de interés medio y el 11% muestra un nivel de interés alto, lo que significa que existe un porcentaje significativo de personal operativo que no está orientado al éxito personal ni al reconocimiento social.

### Objetivo específico 3

Tabla 8.

*Análisis de los niveles de interés de la dimensión Conservación*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	11%
Medio	59	79%
Alto	8	11%
Total	75	100%



*Figura 6. Distribución porcentual de la dimensión Conservación*

De la tabla 8 y la figura 6 se observa que el 11% del personal operativo muestra un nivel de interés bajo con respecto a la dimensión de Conservación, el 79% muestra un nivel de interés medio y el 11% muestra un nivel de interés alto, lo que significa que gran parte del personal operativo está orientado al cumplimiento y respeto de las normas y tradición.

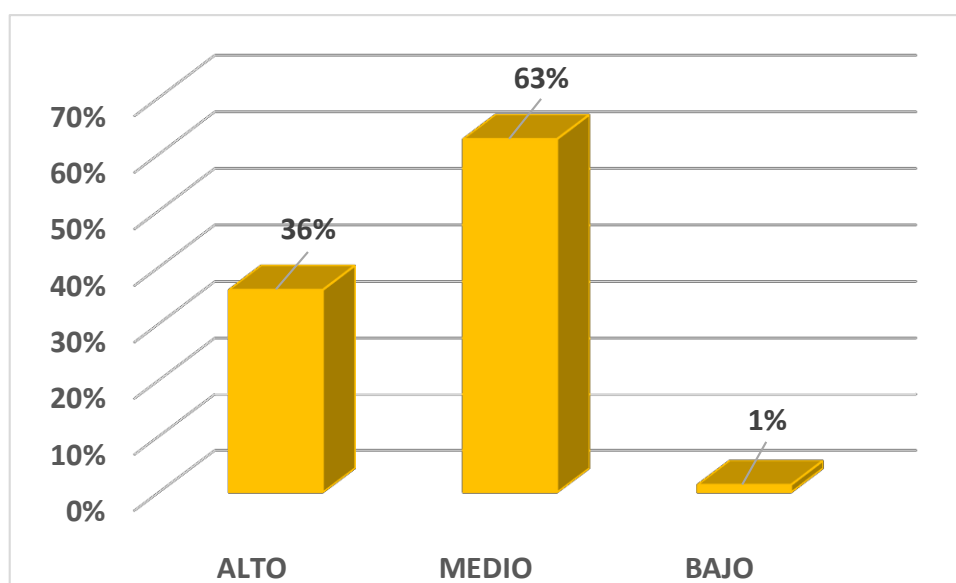


#### Objetivo específico 4

Tabla 9.

*Análisis de los niveles de interés de la dimensión Apertura al cambio*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	1%
Medio	47	63%
Alto	27	36%
Total	75	100%



*Figura 7. Distribución porcentual de la dimensión Apertura al cambio*

De la tabla 9 y la figura 7 se observa que el 1% del personal operativo muestra un nivel de interés bajo con respecto a la dimensión de Apertura al cambio, el 63.0% muestra un nivel de interés medio y el 36% muestra un nivel de interés alto, lo que significa que la gran mayoría del personal operativo toma en cuenta los valores de independencia, novedad y riesgo en la vida.

### **4.3. Análisis y discusión de los resultados**

Los resultados, luego de haber aplicado a la muestra de estudio el instrumento de evaluación, se determina que los valores que prioriza el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. son benevolencia, seguridad y autodirección y los valores menos calificados son el de logro, poder y tradición.

En relación al objetivo general, los resultados obtenidos guardan similitud con lo indicado por Grimaldo (2010) en su investigación por identificar y comparar el sistema de valores de un grupo de abogados en la ciudad de Lima, puesto que llegó a la conclusión que los primeros valores elegidos por los abogados son los de autodirección, universalismo, benevolencia y seguridad; mientras que los valores menos seleccionados fueron el de poder y tradición; llegando a confirmar la propuesta teórica de Schwartz (1992) sobre las dos dimensiones bipolares en el estudio de los valores ya que por un lado, se ubica como valor importante la benevolencia (dimensión de autotranscendencia) frente al valor poder (dimensión de autoengrandecimiento) como uno de los valores menos importantes.

Al continuar con el análisis, los resultados de los niveles de interés de la dimensión de Autotranscendencia reportan un nivel medio alto. En cuanto el resultado obtenido, Texeira (como se citó en Guerrero y Ojeda, 2015) manifestó que la autotranscendencia era una cualidad inherente a todo ser humano y que el proceso hacia la transformación personal era instrumental en la búsqueda del verdadero significado y propósito en la vida. Asimismo, indicó que cuando se enfrenta a la adversidad, la autotranscendencia puede ser una poderosa estrategia de afrontamiento.

Asimismo, en los resultados de los niveles de interés de la dimensión de autoengrandecimiento se obtuvieron puntajes medio y bajo. Ello se contrasta con las investigaciones realizadas por Bilbao, Techio y Páez (2007) porque señalan que los valores de promoción personal o autoengrandecimiento se asocian a un propósito en la vida, al crecimiento personal y creer que uno se desarrolla en la vida y aporta algo de valor a la sociedad, lo cual indica, que el

objetivo que todo trabajador toma en cuenta es tener un crecimiento dentro de su organización.

Por otro lado, en los resultados de los niveles de interés de la dimensión de Conservación resalta un nivel medio, esto se verifica con lo indicado por Brinkmann & Bizama (como se citó en Grimaldo, 2009) quienes indican que al tratarse de una población que principalmente viven con sus familias, por lo tanto requieren el aceptar las normas y costumbres establecidas en el ámbito familiar.

Por último, en los resultados de la dimensión de Apertura al cambio, donde se denota un nivel de interés medio alto. En tal sentido, los óptimos niveles de apertura al cambio denotan la buena percepción de la persona sobre su disposición para exponerse a experiencias nuevas (Sanín, 2010). Se trata de la facilidad que ve de usar su propio juicio sobre la conducta ante los cambios.

#### **4.4. Conclusiones**

- Los valores que se priorizaron fueron los de benevolencia, seguridad y autodirección en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. en el Cercado de Lima, lo que en conjunto significa que el personal operativo expresa confianza en el propio juicio pero a la vez se preocupan también en conservar y mantener el bienestar del prójimo, de la sociedad y de la naturaleza en general.
- En relación al nivel de interés de la dimensión de Autotrascendencia donde se reporta un nivel bajo de 4%, un nivel medio de 56% y un nivel alto de 40%, lo que indica que la mayor parte del personal operativo está orientado a la comprensión, al aprecio, la tolerancia y protección de las personas y de la naturaleza en sí.
- Por otro lado, en relación al nivel de interés de la dimensión de Autoengrandecimiento, donde obtuvo un nivel bajo de 33%, nivel medio de 56% y nivel alto de 11%. Con este resultado se puede decir que si bien es cierto que el personal operativo se preocupa por su bienestar y su realización en la sociedad; sin embargo se debe tomar en cuenta a aquel

personal que no se siente seguro todavía de sus capacidades para lograr a alcanzar metas dentro de la organización.

- Asimismo, el interés de la dimensión de Conservación presenta un nivel bajo de 11%, nivel medio de 79% y nivel alto de 11%, lo cual indica que la mayoría del personal operativo respeta las normas de conducta y evita en lo posible algún acto que pudiese generar la falta a estas costumbres.
- Por último, en relación al nivel de interés de la dimensión de Apertura al cambio, se obtuvo un nivel bajo de 1%, nivel medio de 63% y nivel alto de 36%. Con este resultado, se indica que gran parte del personal operativo es independiente al momento de tomar decisiones, sin embargo también toman en cuenta las posibles consecuencias de sus actos.

#### **4.5. Recomendaciones**

A partir de los resultados obtenidos se sugiere las siguientes recomendaciones:

- Implementar un programa de intervención que refuerce los valores de benevolencia, seguridad y autodirección en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. Un programa especializado en mantener la unión y el trabajo en equipo, así como también el de brindar las herramientas necesarias para tomar correctas decisiones.
- Realizar equipos de voluntariado de ayuda al prójimo con el fin de mantener la unión por la preocupación por los demás y reforzar los niveles de colaboración entre sí.
- Implementar taller de autoestima y superación personal en el personal operativo con el fin de que puedan confiar en sus habilidades y capacidades y con ello puedan arriesgarse a tener nuevas oportunidades y retos en la dentro de su entorno laboral.
- Realizar charlas sobre las buenas normas de conducta que debe adoptar todo el personal de Transportes Intervega S.A.C., sobre todo con el personal nuevo, con el fin de que el personal operativo tenga claras las

normas de conducta de la empresa y que éstas deben ser aplicadas de manera diaria durante sus funciones.

- Realizar talleres de reforzamiento de toma de decisiones en donde se impartan consejos para el análisis de problemáticas o sucesos que suelen presentarse en el día a día y sus posibles soluciones en pro de que no puedan afectar el buen desempeño de sus funciones.

## **CAPÍTULO V**

### **Programa de intervención**

#### **5.1. Denominación del Programa**

Taller de reforzamiento de toma de decisiones a través del trabajo en equipo para el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. en el Cercado de Lima en el año 2017.

#### **Objetivo general**

Reforzar la correcta toma de decisiones en el personal operativo basándonos en el apoyo y trabajo en equipo.

#### **Objetivo específico**

Fortalecer la autoestima del personal operativo con el objetivo de que reconozcan sus habilidades, destrezas, capacidades a fin de alcanzar metas dentro de la organización y en su vida personal.

#### **5.2. Justificación del problema**

El presente taller de reforzamiento de toma de decisiones a través del trabajo en equipo dirigido al personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. se origina ante la necesidad de reforzar de manera adecuada las decisiones que continuamente toma el personal operativo durante sus labores frente a actos ilícitos que se puedan presentar estando bajo niveles de alta presión por el cumplimiento total de entrega de mercadería a clientes de las diferentes zonas del Cercado de Lima y alrededores.

Estos actos ilícitos que se pueden presentar son: pérdida y/o robo de dinero, faltantes de mercadería, consumo de mercadería, entre otros; lo que genera drásticas sanciones (descuentos, memorándum, suspensiones) e inclusive la separación definitiva de la empresa.

### **5.3. Establecimiento de objetivos (por cada sesión)**

#### **Sesión 1:**

##### **Conociéndonos mutuamente para trabajar en equipo**

**Objetivo:** Conocimiento del grupo y reforzamiento del trabajo en equipo.

Esta primera sesión tiene como objetivo reconocimiento de los integrantes del grupo y el fortalecimiento del trabajo en equipo y la confianza que ello genera.

##### **15 minutos de dinámica de presentación:**

Cada operario escribe su nombre y una cualidad propia en una tarjeta hecha de cartulina y luego se coloca la tarjeta en el pecho con la ayuda de un alfiler. Luego en 2 minutos de tiempo el facilitador pedirá al grupo que se desplace por todo el auditorio con la finalidad de que pueda memorizar el nombre de sus demás compañeros y sus respectivas cualidades. Al cabo de los 2 minutos, el personal formará un círculo grade y se quitarán sus respectivas tarjetas; una vez que esté formado el círculo se hará circular la tarjeta hacia la derecha y pasará por cada integrante en un lapso de 1 minuto, para luego detener el movimiento. Una vez detenido el juego y como cada persona se quedó con una tarjeta que no era la suya deberá buscar en el lapso de 10 segundos el dueño de la tarjeta para entregársela. El que se quede con una tarjeta ajena, se pone a bailar al centro.

El ejercicio se repite por 2 a 3 ocasiones más.

##### **25 minutos de dinámica de trabajo en equipo:**

Todos los participantes se forman en parejas (por ser 25 participantes, el participante que se quede sin pareja hará pareja con uno de los facilitadores). Cada pareja se sentará en el suelo pero de espaldas con espaldas y con los brazos entrelazados. El facilitador dará la orden para que en simultáneo cada pareja se levante del suelo con la condición que ninguno tiene que soltarse. Una vez que la pareja logró pararse buscará a otra pareja que se haya levantado también para que los 4 realicen nuevamente el mismo ejercicio, vale

decir, que los 4 se sienten nuevamente de espalda con espalda y con los brazos entrelazados y logren todos juntos pararse. Así sucesivamente el juego será realizado luego por 8 personas, luego 16, para que al final todos juntos estén de espalda con espalda y todos juntos puedan levantarse.

#### **5 minutos de retroalimentación:**

Se pregunta a los integrantes del taller sobre las experiencias aprendidas en ambas dinámicas y el significado de cada una de ellas.

### **Sesión 2**

#### **Respetarse uno mismo y a los demás**

**Objetivo:** El objetivo de esta sesión nos lleva a conocer las cualidades a través de los ojos de los demás y respetarnos y aceptarnos mutuamente a pesar de nuestras distintas condiciones.

#### **25 minutos de dinámica de respeto a sí mismo:**

El facilitador colocará una hoja de papel en la espalda de cada operario ayudándose con los ganchos de ropa y repartirá un lapicero a cada persona. Los participantes, quienes estarán en un círculo grande, escribirán en la espalda del compañero que tiene a su costado, alguna cualidad, don, característica física o algún aspecto positivo que rescata de dicha persona. Cuando se termine de escribir, se rompe el círculo y se mueven por todo el espacio hasta tener como mínimo 10 características escritas. Está prohibido hablar sobre lo que se está escribiendo.

#### **15 minutos de dinámica de respeto y aceptación a los demás:**

El facilitador propone que se formaran 5 grupos de 4 y un grupo de 5 integrantes pero de una manera difícil o casi imposible. Para tal fin, va a necesitar tener ciertos requisitos para formar los grupos, y para ello pegará en el auditorio carteles con las condiciones que se necesitan para formar los 6 grupos:

1er grupo: Aquí no se pueden poner los que miden menos de 1.75



2do grupo: Aquí no se pueden poner los que tienen zapatillas

3er grupo: Aquí no se pueden poner los que tienen cabello corto

4to grupo: Aquí no se pueden poner los que viven en el Callao

5to grupo: Aquí no se pueden poner los que no son universitarios

6to grupo: Aquí no se pueden poner los que no saben inglés

Sólo cuentan con 5 minutos para distribuirse según los carteles y completar el grupo. Nadie puede quedar sin grupo porque si no baila frente a todos.

Pasado el tiempo dado para formar los grupos, nos colocamos en un círculo para dialogar:

¿Se han podido formar los grupos?

¿Cómo nos hemos sentido al no poder ingresar a ningún grupo?

¿Ha sido fácil?

¿Cuántos se han quedado excluido?

#### **5 minutos de retroalimentación:**

Se conversará sobre el aprendizaje obtenido por cada dinámica y se anotará en un papelógrafo el mensaje de cada participante para pegarlo dentro del auditorio.

### **Sesión 3**

#### **Introducción a la Toma de decisiones**

**Objetivo:** Conocer el objetivo del taller y aprender la importancia de la toma de decisiones a través de problemáticas simples.

#### **10 minutos de presentación:**

Para esta sesión se presentará el objetivo principal del taller y la importancia del mismo, y mediante el uso de diapositivas se irán presentando los tipos de decisiones y las condiciones en las que se presentan.

**5 minutos de estiramiento y calentamiento para movilizar a los participantes de sus asientos.**

**20 minutos de entrenamiento inicial en la toma de decisiones:**

El facilitador con ayuda de la diapositiva dará un ejemplo de toma simple de decisiones la cual compartirá con los integrantes del taller; sin embargo, propondrá dos ejemplos más con problemáticas simples por resolver, para ello repartirá a cada uno del personal operativo estas problemáticas para lo que lo resuelvan personalmente para lo cual contarán con un tiempo de 10 minutos aproximadamente. Al término del tiempo el facilitador solicitará que 2 a 3 personales se coloquen al frente del grupo a exponer sus respectivas respuestas y si estas respuestas concuerdan con la mayoría de los integrantes del grupo. Al final se llegará a un consenso y se escribirá en un papelógrafo la decisión tomada por todos en ambas problemáticas.

**10 minutos de retroalimentación**, se conversa sobre lo aprendido y la toma de decisiones en problemáticas diarias.

#### **Sesión 4**

**Profundizar el tema de toma de decisiones y conocer las estrategias a seguir**

**Objetivo:** Que los participantes puedan genera ideas en un ambiente relajado que les permita dar soluciones a un problema de mayor complejidad a través del trabajo en equipo y el respeto de cada una de las opiniones.

**5 minutos de estiramiento y relajamiento corporal:**

A parte del estiramiento, y formados en 2 filas, cada integrante tratará de hacer masajes al compañero de la derecha por un lapso de 2 minutos, asimismo lo hará con el compañero de su izquierda. Esto permitirá relajar al personal de alguna tensión que traen consigo y para poder estar atentos al tema que se expondrá.

### **10 minutos proyección de video y exposición:**

Aquí el facilitador expondrá, acompañado de un video, las estrategias y paso a seguir para tomar una adecuada decisión frente a problemáticas más complejas.

### **25 minutos de análisis y toma de decisión frente a una problemática:**

El facilitador presentará una problemática ocurrida en el centro de labores: “Juan es una persona casada, con 2 hijos: uno de 5 años en nido y otra de 12 años en plena pubertad. El trabajador se encuentra preocupado por motivo que su esposa le ha informado que se encuentra nuevamente embarazada. La gran preocupación de Juan es que ha visto que el sueldo que cobra no le alcanza y sobre todo para poder solventar los gastos que genera tener un hijo más. En primera instancia Juan ha optado por pedir un aumento al jefe del área pero lamentablemente esta solicitud ha sido denegada por motivo de que Juan aún no cumple un año en la empresa y porque no cuenta con brevete para optar por la posición de chofer. Juan actualmente ocupa el cargo de liquidador, cuya función radica en el manejo de alta suma de dinero de la cobranza diaria de los clientes. Juan está viendo la necesidad de coger dinero de lo recaudado. ¿Qué decisión crees que debe tomar Juan?

Cada operario estará reunido en grupo de 5 integrantes y con papelógrafo en mano ir apuntando las etapas para tomar una decisión a esta problemática. Luego un representante de cada equipo expondrá los resultados de su trabajo.

**5 minutos de retroalimentación:** Se darán los últimos alcances del tema expuesto así como también se dará el agradecimiento por la participación del taller a través de un abrazo de cada uno de los participantes.

## **Sesión 5**

### **Conociendo las decisiones a tomar en mi centro de trabajo**

**Objetivo:** Que el personal operativo reconozca aquellas decisiones que se presentan diariamente en sus funciones diarias y aprenda, a través del trabajo en equipo, a poder solucionarlas.

### **15 minutos para dinámica “El barco se hunde”:**

El facilitador se convertirá en el capitán y el personal operativo serán los tripulantes del barco. El barco va a naufragar y todos deben seguir las órdenes del capitán. El barco se hunde y el capitán dice: “sólo cuento con botes para grupos de 8 tripulantes”, a lo cual los tripulantes deberán formar grupos de 8; ahora el capitán sólo cuenta con botes para 5 tripulantes, para 2, para 4, y así sucesivamente. Los tripulantes que no logren formar los grupos indicados van saliendo del juego. Se dan las reflexiones del juego efectuado.

### **30 minutos para dinámica “Diferentes decisiones”**

Ya sentados y en forma de círculo, el facilitador explica que trata de buscar decisiones más comunes que afectan o favorecen a la labor diaria para ello solicita que se formen en grupos de 5 integrantes. Cada equipo debe buscar 5 decisiones que afecten y favorezcan las labores diarias y que lo anoten en un papelógrafo. Los equipos se presentan y comentan sus respuestas sobre las decisiones que afectan y luego hacen lo mismo con las decisiones que favorecen.

Al final de las exposiciones se evaluación de la experiencia.

¿Cuál de estas decisiones se da más en el grupo? (Positiva y negativa).

¿Cuál de ellas se da menos? (Positiva y negativa)

¿Qué podemos hacer para que las decisiones negativas no se puedan dar?

La lluvia de ideas de estas soluciones el facilitador las escribirá en otro papelógrafo y el personal operativo lo anotará en hojas bond en blanco para tenerlo a manera de recordatorio.

## **Sesión 6**

### **Cerrando mi taller**

**Objetivo:** Reforzar lo aprendido en el taller y confraternización del grupo.

## **10 minutos de conversación:**

El facilitador facilitará una guía para realizar una buena toma de decisiones a través de nuestra mano. Proporcionará a cada integrante del taller el dibujo de una mano y el significado que cada dedo contiene frente a situaciones problemáticas, tal y como se indica a continuación:

### **EL DEDO PULGAR significa "HAZTE FUERTE"**

Sin él difícilmente podríamos coger cosas. El pulgar está relacionado con la fuerza, con el camino que se presenta para encontrar nuevas alternativas de solución a los problemas. Significa “Hazte fuerte”. Cuando el problema o suceso se presente como un gran impedimento en el camino, se tiene que armar de valentía y paciencia para enfrentarlo y para ello es necesario hacerse fuerte: entrenando, aprendiendo, desarrollando los puntos fuertes y minimizando los puntos débiles.

### **EL DEDO ÍNDICE significa "ELIGE UNA NUEVA COMBINACIÓN"**

Es el que se utiliza normalmente para señalar a alguien o a algo. El dedo índice es el que se utiliza para la elección entre varias opciones pero también se utiliza para decir no o sí a una propuesta. Significa “Elige una nueva combinación”. Ante los problemas que se presenten, es posible que ante las alternativas que normalmente se usan se pueda utilizar una nueva alternativa con la finalidad de no restringir las posibilidades a nuevas estrategias.

### **EL DEDO MEDIO significa "LUCHA"**

Significa “lucha”. El dedo medio denota la independencia y el carácter que uno debe tener. La palabra “lucha” está relacionado con la perseverancia, insistencia, búsqueda, combatir, oponerse ante una postura determinada.

### **EL DEDO ANULAR significa "BUSCA ALIADOS"**

Significa “busca aliados”. En nuestra cultura el dedo anular es el dedo en el que se ponen los anillos, para sellar un compromiso entre ambas personas. El

dedo anular está relacionado al vínculo que se tiene con otras personas, la cooperación y el apoyo mutuo son características que se destacan.

### **EL DEDO MEÑIQUE significa "MINIMIZA EL PROBLEMA"**

El dedo meñique o el más pequeño de la mano significa "minimiza el problema". Está relacionado con dejar de darle tanta importancia a un tema determinado, que todo tiene solución; se debería ser más optimista sobre las soluciones que se presentan.

### **10 minutos para evaluación del taller realizado:**

El facilitador entregará a cada participante una evaluación personal sobre los temas tratados dentro del taller. Preguntas como:

Defina sus propias palabras lo que es para usted la toma de decisiones.

¿Cuáles son los pasos para tomar una buena decisión?

¿Por qué es importante tomar buenas decisiones?

### **25 minutos para dinámica de finalización del taller "Árbol de navidad":**

El facilitador pega en la pared del auditorio una cartulina de dos pliegos color blanco donde se ha dibujado previamente un árbol de navidad pero sin adornos. El Facilitador solicita a los participantes del taller que elaboren, con las cartulinas de colores que se les entregó, 2 esferas de navidad repetidas: una esfera para pegarla en el arbolito y otra esfera para dejarlo en una caja vacía; así mismo, les indica que en cada "esfera" escriban un pensamiento positivo (para ambas esferas) pero sin dejar firma alguna.

Los participantes elaboran sus esferas, una las pegan en el arbolito y las otras las dejan en la caja. Al finalizar el pegado de todas las esferas, el facilitador solicita a los participantes que tomen de la caja, y sin mirar, una esfera, por lo que los participantes leerán internamente los pensamientos que les tocó al azar.

Al final el facilitador agradece la participación de cada uno de los integrantes así como también da pautas de cómo se puede aplicar lo aprendido en sus vidas.

#### **5.4. Sector al que se dirige**

El presente taller está dirigido a personal operativo de la empresa de consumo masivo Transportes Intervega S.A.C. conformado por varones que ocupan las funciones de choferes, liquidadores y repartidores.

#### **5.5. Establecimiento de conductas problemas / meta**

##### **Conductas Problemas:**

**Tendencia a la baja autoestima:** es el concepto de valor individual que cada uno tiene de sí mismo. Si uno tiene una pobre imagen de su persona, esto se convertirá en un obstáculo en el proceso de decisión.

**Predisposición a la baja tolerancia a la frustración:** es un sentimiento que aparece cuando no conseguimos los que queremos o cuando nos suceden situaciones no deseadas. Al sentirse frustrados por los problemas o insatisfacciones en la vida hará que no se tomen las decisiones correctas.

**Predisposición a la baja tolerancia a la presión:** es la habilidad para realizar nuestro trabajo con eficacia ante situaciones de mucha exigencia (tiempo, resultados). Cuando las condiciones son adversas: el tiempo muy ajustado, las metas imposibles de cumplir; se corre el riesgo de tomar decisiones incorrectas.

##### **Metas**

Reforzar el nivel de autoestima

Aprender a trabajar bajo situaciones frustrantes

Aprender a trabajar bajo situaciones de presión

##### **Medición**

Se realizará por medio de evaluación escrito final.

## **5.6. Metodología de la intervención**

La metodología utilizada para este taller es de método participativo, visual y explicativo. La base del método participativo está en la concepción del aprendizaje como un proceso activo, de creación y recreación del conocimiento por parte del personal operativo, mediante la solución colectiva de tareas, el intercambio y confrontación de ideas, opiniones y experiencias entre los mismos trabajadores. Asimismo estimulan la cooperación entre los participantes y el desarrollo de habilidades de trabajo en grupo, tal como la receptividad de criterios de otros y la defensa de los propios.

El programa consta de 6 sesiones que serán aplicadas a un grupo de 75 trabajadores del área operativa, del cual será dividido en tres grupos de 25 cada uno.

El programa se llevará a cabo durante 4 meses y medio, realizando sesiones de 1 vez por semana con una duración de 45 minutos por cada sesión.

Cada sesión consta de un esquema a desarrollar acompañada de un objetivo en particular. Además también cada sesión cuenta con dinámicas grupales o técnicas de estiramiento y relajación que permitirá que el participante se sienta activo durante el desarrollo de la sesión.

## **5.7. Instrumentos / material a utilizar**

Los recursos que se necesitaran son:

- Facilitador
- Auditorio
- Mesas
- Sillas
- Laptop
- Proyector
- Parlantes
- Papelógrafos
- Cartulinas de colores



- Papel bond
- Plumones
- Equipo multimedia
- Lapiceros
- Alfileres
- Ganchos de ropa
- Cinta de embalaje
- Caja vacía

## **5.8. Cronograma**

### **Estrategia**

- Uso de materiales de apoyo, dinámicas, ejercicios grupales y lluvia de ideas.
- Propiciar un ambiente cómodo, dinámico y de confianza a fin de que se pueda captar de manera óptima el aprendizaje brindado.

### **Actividad**

- Dinámicas de presentación, rompe hielo, integración y técnicas de relajamiento.
- Presentación y desarrollo de la toma de decisiones desde su introducción hasta sus estrategias.
- Por cada tema a tratar se desarrollaran dinámicas grupales para la integración y constante trabajo de equipo.
- Retroalimentación.

### **Recursos**

#### **- Humanos:**

Un equipo de 2 facilitadores.

#### **- Técnicos:**

Un auditorio amplio.

Una laptop

Un proyector

Instrumentos para la realización de las dinámicas

Fichas de evaluación

- **Financieros:**

Costo por taller de 6 sesiones: S/. 600 soles

**Tiempo**

- 6 sesiones de 45 minutos cada una.

**Indicadores de evaluación**

<b>Evaluación final</b>	
<b>Calificación</b>	<b>Conclusión</b>
<b>05 – 10</b>	Realizar otra vez el taller.
<b>11 – 15</b>	Reforzar el taller.
<b>16 – 20</b>	Finalizó el taller de manera exitosa.

**5.9. Actividades**

**N° sesiones:** 6 sesiones

## Primera sesión: Conociéndonos mutuamente para trabajar en equipo

**Objetivo:** Conocimiento del grupo y reforzamiento del trabajo en equipo.

**Número de participantes:** 25

**Tiempo:** 45 minutos

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>	<b>Tiempo</b>
Presentación de los participantes	Dinámica de presentación	25 tarjetas de cartulina  Plumones  Alfileres  Música de fondo	15 minutos
Trabajo en equipo	Los participantes se dividen en parejas y se sientan espalda con espalda en el piso y entrelazan los brazos e intentan levantarse al mismo tiempo; cuando logren hacerlo buscan otra pareja que se hayan levantado y realizan el mismo ejercicio hasta que el grupo completo esté entrelazado y se puedan levantar.	Música de fondo	25 minutos
Retroalimentación	Se junta al personal operativo en un círculo para comentar sobre las experiencias aprendidas en ambas actividades.	Sillas	5 minutos

## Segunda sesión: Respetarse uno mismo y a los demás

**Objetivo:** Conocer las cualidades a través de los ojos de los demás, respetarlas y aceptarlas mutuamente a pesar de las distintas condiciones..

**Número de participantes:** 25

**Tiempo:** 45 minutos

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>	<b>Tiempo</b>
Reafirmar mi autoestima	Dinámica de respeto a sí mismo.	Hojas de papel bond Lapiceros  Ganchos de ropa  Música de fondo	25 minutos
Reforzar respeto a los demás	Dinámica de respeto y aceptación a los demás.	Papelógrafos  Plumones  Cinta de embalaje  Música de fondo	15 minutos
Retroalimentación	Se reúne al personal operativo y se anota en un papelógrafo el mensaje que rescata cada participante por ambas dinámicas y al final el papelógrafo se pegará dentro del auditorio como recordatorio de la sesión.	Sillas  Papelógrafo  Plumón  Cinta de embalaje	5 minutos

### **Tercera sesión: Introducción a la toma de decisiones**

**Objetivo:** Conocer el objetivo principal del taller y aprender la importancia de la toma de decisiones a través de problemáticas simples.

**Número de participantes:** 25

**Tiempo:** 45 minutos

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>	<b>Tiempo</b>
Introducción a la toma de decisiones	Presentación del tema a través de diapositivas.	Laptop Proyector	10 minutos
Estiramiento y calentamiento		Música de fondo	5 minutos
Primera práctica de toma de decisiones	Se expondrá un ejemplo simple de toma de decisiones y la resolución del mismo. Así mismo se expondrán 2 ejemplos más para ser resueltos personalmente y luego a nivel grupal.	Hojas de papel bond Lapiceros Papelógrafo Plumón Música de fondo	20 minutos
Retroalimentación	El personal operativo se encuentra reunido en un círculo para comentar sobre las experiencias aprendidas.	Sillas	10 minutos

## Cuarta sesión: Profundizando la toma de decisiones

**Objetivo:** Aprender a tomar decisiones de mayor complejidad a través del trabajo en equipo y el respeto de cada una de las opiniones.

**Número de participantes:** 25

**Tiempo:** 45 minutos

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>	<b>Tiempo</b>
Estiramiento y relajación		Música de fondo	5 minutos
Conociendo las estrategias de toma de decisiones	A través de la proyección de un video y exposición del tema.	Laptop Proyector Parlantes	10 minutos
Segunda práctica de toma de decisiones	El facilitador expondrá una problemática real. Los participantes se reunirán en grupo de 5 integrantes y anotarán las estrategias de toma de decisiones que utilizarían para la resolución de dicha problemática para luego ser expuesto.	Papelógrafos Plumones Música de fondo	25 minutos
Retroalimentación	Se juntan para los últimos mensajes de la sesión y se cierra con abrazos a cada uno por la participación en el tema.		5 minutos

## Quinta sesión: Conociendo las decisiones a tomar en mi centro de trabajo

**Objetivo:** Reconocer las decisiones diarias y aprender a solucionarlas a través del trabajo en equipo.

**Número de participantes:** 25

**Tiempo:** 45 minutos

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>	<b>Tiempo</b>
Tomando decisiones bajo presión y sin frustración	Dinámica de “El barco se hunde”	Música de fondo	15 minutos
Decisiones en mi centro de labores	Dinámica “Diferentes decisiones”	Papelógrafo Plumón Hojas de papel bond Lapiceros Música de fondo	30 minutos

### **Sexta sesión: Cerrando mi taller**

**Objetivo:** Reforzar lo aprendido en el taller y continuar la confraternidad del grupo.

**Número de participantes:** 25

**Tiempo:** 45 minutos

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Materiales</b>	<b>Tiempo</b>
Refuerzo para la buena toma de decisiones	Presentación de una guía de realización de una buena toma de decisiones a través de nuestra mano.	Hojas de papel bond impresas	10 minutos
Evaluando mi aprendizaje	Entrega de evaluación personal sobre los temas tratados durante el taller.	Música de fondo	10 minutos
Finalizando mi taller	Dinámica del “Árbol de Navidad”	Cartulinas de colores Plumones Lapiceros Tijeras Cinta de embalaje Caja vacía	25 minutos



## Referencias bibliográficas

- Bilbao, M., Techio, E. y Páez, D. (2007). Felicidad, cultura y valores personales: estado de la cuestión y síntesis meta-analítica. *Revista de Psicología*, 15 (2), 233 – 276.
- Casullo, M. y Castro, A. (2003, julio). La estructura de los valores humanos en población adulta Argentina civil y militar. Una propuesta para su evaluación. *ReDIU, Revista Digital Universitaria del Colegio Militar de la Nación*. Recuperado de <http://www.redu.colegiomilitar.mil.ar/articulo.asp?articulo=5&numero=2>
- England, G. (1967). Sistema de valores personales de gerentes estadounidenses. *Revista de gestión académica*, 10 (1), 107 – 117.
- Escurra, M. (2003). Sistema de valores en estudiantes de quinto año de secundaria de lima metropolitana pertenecientes a diferentes estratos socioeconómicos. *Revista de investigación en psicología*, 6 (1), 49 – 72.
- García, L. (2005). *Sistema Valorativo de Estudiantes de Pregrado y Preuniversitarios de la Pontificia Universidad Católica del Perú* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- García, R., Grimaldo, M. y Manzanares, E. (2016). Jerarquía de valores entre estudiantes de secundaria de colegio religioso y colegio laico de Lima. *Liberabit*, 22 (2), 229 – 238.
- García, S., y Rosales, D. (1984). *Filosofía y Lógica*. Lima, Perú: Editorial Monterrico.
- Gordon, L. (1977). *Cuestionario de Valores Interpersonales*. Madrid, España: TEA Ediciones.
- Gordon, L. (2003). *Cuestionario de Valores Personales*. Madrid, España: TEA Ediciones.
- Grimaldo, M. (2008). Valores hacia el trabajo en un grupo de policías de tránsito de Lima Metropolitana. *Revista de Psicología*, 14, 71 – 80.

- Grimaldo, M. y Merino, C. (2009). Valores en un grupo de estudiantes de psicología de una universidad particular de la ciudad de Lima. *Liberabit*, 15 (1), 39 – 47.
- Grimaldo, M. (2010). Valores en un grupo de abogados de la Ciudad de Lima. *Revista de electrónica de Psicología Iztacala*, 13 (4), 229 – 255.
- Grueso, M. y Antón, M. (2015). Valores culturales en redes interorganizacionales: Una propuesta desde el modelo de Shalm Schwartz (1992). *Investigación & desarrollo*, 23 (2), 369 – 390.
- Guerrero, R. y Ojeda, M. (2015). Análisis del concepto de Autotrascendencia. Importancia del cuidado de enfermería al adulto mayor. *Cultura de los cuidados*, 19 (42), 26 – 37. doi: 10.14198/cuid.2015.42.05
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2016). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México D.F.: McGraw-Hill Education.
- Herrera, M. (2007). *Los valores de los adolescentes, de sus padres y profesores, en función de que el contexto educativo sea monocultural o pluricultural* (tesis doctoral). Universidad de Granada, Ceuta, España.
- Hofstede, G. (1980). *Consecuencias de la cultura: diferencias internacionales en valores relacionados con el trabajo*. Estados Unidos: Sage Publicaciones.
- Imhoff, D. y Brussino, S. (2013). Estudio Exploratorio de las Características Psicométricas del Portrait Values Questionnaire en el Contexto de Córdoba – Argentina. *Revista Colombiana de Psicología*, 22 (1), 135 – 149.
- Jeria, A. y Wall, C. (2005). *Segmentación psicográfica: una aplicación para Chile* (tesis de pregrado). Universidad de Chile, Santiago, Chile
- Leal de Suárez y Sánchez, N (2006). Competencias profesionales del personal operativo de las empresas automotrices para su eficiente desempeño laboral. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 10 (2), 541 -560.

- López de Llergo, A. (2000). *Valores, valoraciones y virtudes: metafísica de los valores*. México D.F., México: CECOSA.
- Medina, E. (2015). *Diseño de una escala multifactorial basada en la teoría de Schwartz para medir los valores personales en las organizaciones peruanas* (tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Méndez, S., Muñoz, J., Hernández, R. y López, L. (2015). Los valores en el trabajo y su relación con las organizaciones abiertas al aprendizaje. *Criterio Libre*, 13 (22), 101 – 127.
- Morote, F. (1990). *Filosofía y Lógica*. Lima, Perú: Editorial Morot Ediciones.
- Nader, M. y Castro, A. (2009). Relación entre los estilos de liderazgo, valores y cultura organizacional: un estudio con líderes civiles y militares. *Anuario de Psicología*, 40 (2), 237 – 254.
- Noblejas, M. (2000). *Palabras para una vida con sentido*. Bilbao, España: Desclee de Brouwer.
- Osorio, L., Ramos, E. y Walteros, D. (2016). Valores Personales y Compromiso Organizacional: Más que una simple relación. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S.*, 7 (2), 33 – 51.
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional. Décima edición*. México: Prentice Hal.
- Rokeach, M. (1973). *La naturaleza de los valores humanos*. México: Editorial Trillas.
- Ros, M., y Gouveia, V. (2003). *Psicología social de los valores humanos: Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados*. Lima, Perú: Biblioteca Nueva.
- Saiz, J. y Martínez, I. (2010). Relación del tratamiento por dependencia de la cocaína con los valores personales de apertura al cambio y conservación. *Adicciones*, 22 (1), 51 - 58.

- Sandoval, M. (2007). Sociología de los Valores y Juventud. *Última década*, 27, 95-118.
- Sanín, A. (2010). Validación psicométrica de un conjunto de instrumentos que miden factores psicosociales disposicionales. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 29 (2), 146-173.
- Schwartz, S. (1992, 31 de julio). Universales en el contenido y estructura de valores: avances teóricos y pruebas empíricas en 20 países. *Avances en psicología social experimental*. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/304380643/>
- Schwartz, S. y Bilsky, W. (1987). Hacia una estructura psicológica universal de valores humanos. *Revista de personalidad y psicología social*, 53, 550 - 562.
- Schwartz, S. y Bilsky, W. (1990). Hacia una teoría del contenido universal y estructura de valores humanos: extensiones y repeticiones interculturales. *Revista de personalidad y psicología social*, 58, 878 - 891.
- Vara - Horna, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. doi: 10.13140/RG.2.1.2238.4080
- Yamamoto, J. (2001). *De las pequeñas comunidades tradicionales al estudio de las organizaciones: la falacia de la cultura de la organización y el planteamiento del sí mismo colectivo* (tesis doctoral). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

## Anexo 1. Matriz de consistencia

### “JERARQUIZACION DE LOS VALORES EN EL PERSONAL OPERATIVO DE TRANSPORTES INTERVEGA S.A.C. DEL CERCAO DE LIMA EN EL AÑO 2017”

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Valores:</b> Schwartz (como se citó en Grimaldo, 2008) define a los valores como metas generales deseables que sirven como guía de diversos momentos en la vida de las personas.	<b>Dimensión 1</b> Autotrascendencia	<b>Tipo:</b> Descriptivo.
¿Cuál es la jerarquización de los valores en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. del Cercado de Lima?	Conocer la jerarquización de los valores en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C. del Cercado de Lima.		<b>Dimensión 2</b> Autoengrandecimiento	<b>Diseño:</b> No experimental de corte transversal.
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Valores organizacionales:</b> Los valores organizacionales son analizados a partir de la percepción de los mismos, esto es determinado por su experiencia personal en el trabajo y del ambiente en que éste es ejecutado; percepción que se desarrolla en un contexto social y en una interacción con los demás.	<b>Dimensión 3</b> Conservación	<b>Población:</b> 75 integrantes conformados por personal operativo de la empresa de consumo masivo Transportes Intervega S.A.C.
1. ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de Autotrascendencia en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?	1. Identificar el nivel de interés de la dimensión de Autotrascendencia en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.		<b>Dimensión 4</b> Apertura al cambio	<b>Muestra:</b> 75 integrantes conformados por personal operativo de la empresa de consumo masivo Transportes Intervega S.A.C.
2. ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de Autoengrandecimiento en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?	2. Identificar el nivel de interés de la dimensión de Autoengrandecimiento en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.			<b>Instrumento:</b> Cuestionario de retrato de valores de Schwartz (PVQ).
3. ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de Conservación en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?	3. Identificar el nivel de interés de la dimensión de Conservación en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.			<b>Calificación:</b> Escala tipo Likert con 6 opciones de respuesta.
4. ¿Cuál es el nivel de interés de la dimensión de Apertura al cambio en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.?	4. Identificar el nivel de interés de la dimensión de Apertura al cambio en el personal operativo de Transportes Intervega S.A.C.			<b>Aplicación:</b> de 18 a 55 años.
				<b>Duración</b> 20 minutos aprox.
				<b>Adaptado al Perú</b> por Miguel Escurra.

## Anexo 2. Carta de presentación



# Universidad Inca Garcilaso de la Vega

**Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas**

Facultad de Psicología y Trabajo Social

Lima, 12 de Mayo del 2017

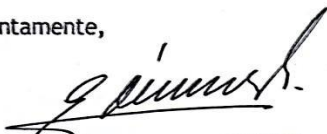
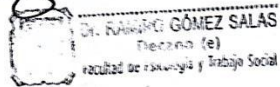
Carta N° 1403-2017-DFPTS

Señorita  
RAQUEL MENDOZA TORRES  
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA  
GRUPO VEGA  
Presente.-

Luego de recibir mis saludos y muestras de respeto, presento a la señorita María del Carmen BEDRELLANA CASTRO, estudiante de la Carrera Profesional de Psicología de nuestra Facultad, identificada con código 05-007336-8, quien desea realizar una muestra representativa de investigación en la Institución que usted dirige; para poder así optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología, bajo la Modalidad de Suficiencia Profesional.

Agradezco la atención a la presente carta y renuevo mis cordiales saludos.

Atentamente,

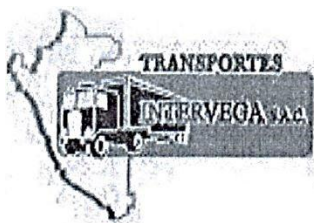
  


Dr. FERNANDO GÓMEZ SALAS  
Decano (e)  
Facultad de Psicología y Trabajo Social

RGS/wh  
Id. 645995

Av. Petit Thouars 248, Lima  
Teléfonos: 433 1615 / 433 2795 Anexo: 3304  
E-mail: psic-soc@uigv.edu.pe

### Anexo 3. Carta de aceptación



31 de Mayo del 2017

Señores  
UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA

Presente.-

En respuesta a su carta del día 31 de Mayo, me complace indicarle que la empresa **Transportes Intervega S.A.C**, con R.U.C N° 20508153822, acepta que la señorita Maria Bedrellana Castro estudiante de la Carrera Profesional de Psicología, realice su muestra representativa en nuestra sucursal de Vega Centro.

Se remite informacion para conocimientos y fines.

Cordialmente.

  
TRANSPORTES INTERVEGA S.A.C.  
Raquel Mendoza Forrés  
Gerente de Gestión Humana

## Anexo 4. Instrumento de recolección de datos



### CUESTIONARIO DE RETRATO DE VALORES DE SCHWARTZ

**Cargo:**  
**Fecha:**

**Edad:**

A continuación describimos brevemente a algunas personas. Por favor lea cada descripción y piense qué tanto se parece cada una de ellas a usted. Ponga una "X" en la casilla de la derecha que muestre qué tanto se parece la persona descrita a usted. **NO PUEDE UTILIZAR MÁS DE 10 VECES LA OPCIÓN "SE PARECE MUCHO A MÍ".**

	¿QUE TANTO SE PARECE ESTA PERSONA A USTED?					
	Se parece mucho a mí (6)	Es como yo (5)	Se parece algo a mí (4)	Se parece un poco a mí (3)	No se parece a mí (2)	No se parece nada a mí (1)
1. Pensar nuevas ideas y ser creativo es importante para él. Le gusta hacer las cosas a su manera original.						
2. Para él es importante ser rico. Quiere tener mucho dinero y cosas caras.						
3. Piensa que es importante que a todos los individuos del mundo se les trate con igualdad. Cree que todos deben gozar de las mismas oportunidades en la vida.						
4. Para él es muy importante demostrar sus habilidades. Quiere que la gente lo admire por lo que hace.						
5. Le importa vivir en un ambiente seguro. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad.						
6. El piensa que es importante hacer muchas cosas diferentes en la vida. Siempre busca experimentar cosas nuevas.						
7. Cree que las personas deben hacer lo que se les dice. Opina que la gente debe seguir las reglas todo el tiempo, aun cuando nadie lo esté observando.						
8. Le es importante escuchar a las personas que son distintas a él. Incluso cuando no esté de acuerdo con ellas, desea entenderlas.						
9. El piensa que es importante no pedir más de lo que ya se tiene. Cree que las personas deben hallarse satisfechas con lo que tienen.						



	¿QUE TANTO SE PARECE ESTA PERSONA A USTED?					
	Se parece mucho a mí (6)	Es como yo (5)	Se parece algo a mí (4)	Se parece un poco a mí (3)	No se parece a mí (2)	No se parece nada a mí (1)
10. Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él es importante realizar actividades que lo complazcan.						
11. Es importante para él tomar sus propias decisiones acerca de lo que hace. Le gusta tener libertad para planear y elegir por sí mismo sus actividades.						
12. Es muy importante para él ayudar a la gente que le rodea. El desea cuidar el bienestar de ellos.						
13. Para él es importante ser una persona muy exitosa. Le gusta impresionar a la gente.						
14. Es muy importante para él que su país esté seguro. Piensa que el estado debe mantenerse alerta ante las amenazas internas y externas.						
15. Le gusta arriesgarse. Anda siempre en busca de aventuras.						
16. Es importante para él comportarse siempre correctamente. Desea evitar hacer cosas que la gente juzgue incorrectas.						
17. Juzga importante mandar e indicar a otros qué hacer. Desea que las personas hagan lo que les dice.						
18. Es importante para él ser leal a sus amigos. Desea ayudar incondicionalmente a las personas cercanas a él.						
19. Cree firmemente que las personas deben proteger la Naturaleza. Le es importante cuidar del ambiente.						
20. La creencia religiosa es importante para él. Trata firmemente de hacer lo que su religión le demanda.						
21. Le importa que las cosas estén en orden y limpias. De plano no le gusta que las cosas estén hechas un lío.						
22. Cree que es importante interesarse en las cosas. Le gusta ser curioso y trata de entender toda clase de cosas.						
23. Cree que todos los habitantes de la Tierra deberían vivir en armonía. Para él es importante promover la paz entre todos los grupos del mundo.						
24. Piensa que es importante ser ambicioso. Desea mostrar qué tan capaz es.						
25. Cree que es mejor hacer las cosas en forma tradicional. Es importante para él conservar las costumbres que ha aprendido.						

	¿QUE TANTO SE PARECE ESTA PERSONA A USTED?					
	Se parece mucho a mí (6)	Es como yo (5)	Se parece algo a mí (4)	Se parece un poco a mí (3)	No se parece a mí (2)	No se parece nada a mí (1)
26. Disfrutar de los placeres de la vida es importante para él. Le agrada “consentirse” a sí mismo.						
27. Es importante para él responder a las necesidades de otros. Trata de apoyar a aquellos que conoce.						
28. Cree que siempre debe respetar a sus padres y a las personas mayores. Para él es importante ser obediente.						
29. Desea que todos sean tratados con justicia, incluso las personas a las que no conoce. Le es importante proteger a los débiles de la sociedad.						
30. Le gustan las sorpresas. Gozar de una vida emocionante es importante para él.						
31. Trata firmemente de no enfermarse. Para él es muy importante mantenerse sano.						
32. Avanzar en la vida es importante para él. Se esfuerza en ser mejor que otros.						
33. Para él es importante perdonar a la gente que le ha hecho daño. Trata de ver lo bueno en ellos y no guardarles rencor.						
34. Es importante para él ser independiente. Le gusta confiar en sí mismo.						
35. Es importante para él la existencia de un gobierno estable. Le preocupa que se proteja el orden social.						
36. Le es importante ser amable todo el tiempo con las personas. Trata de nunca molestar o irritar a los demás.						
37. Él desea realmente disfrutar de la vida. Es muy importante para él divertirse.						
38. Para él es importante ser humilde y modesto. Trata de no llamar la atención.						
39. Siempre quiere ser el que toma las decisiones. Le gusta ser el líder.						
40. Es importante para él adaptarse a la naturaleza y ajustarse a ella. Cree que la gente no debería cambiar la naturaleza.						

## Anexo 5. Fotos















## Anexo 6. Estadístico de Fiabilidad

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,856	40

### Estadísticos de Fiabilidad por Dimensión

#### Dimensión: Autotrascendencia

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,766	10

#### Dimensión: Autoengrandecimiento

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,803	7

#### Dimensión: Conservación

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,764	13

#### Dimensión: Apertura al cambio

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,747	10



## Anexo 7: Evaluación final

### Evaluación Final del Taller

#### “Toma de decisiones a través del trabajo en equipo”

Nombre:

Cargo:

Fecha:

1. ¿Qué significa para ti trabajar en equipo? (2ptos)
2. ¿Por qué es importante trabajar en equipo? (2ptos)
3. Según tus propias palabras ¿Qué es el autoestima? (2ptos)
4. ¿Por qué es importante el autoestima en la vida del ser humano? (2ptos)
5. ¿Qué significa respetar a los demás y sus opiniones?
6. Define qué es tomar una decisión
7. Describe los pasos que debes seguir para tomar una buena decisión
8. ¿Por qué es importante tomar buenas decisiones?
9. ¿Qué papel cumple el trabajo en equipo dentro de la toma de decisiones?
10. ¿En qué te ayudó este taller?

**Gracias!!!**



Anexo 8: Constancia de participación del taller



## CONSTANCIA DE PARTICIPACIÓN

### TALLER

### **“REFORZAMIENTO DE TOMA DE DECISIONES A TRAVÉS DEL TRABAJO EN EQUIPO”**

HACE CONSTAR QUE:

**Sr. AGARINI CASTILLO RAFAEL FERNANDO**

Ha asistido y concluido satisfactoriamente el presente taller, con una duración de 4 horas y media en modalidad presencial.

Lima, 30 de Noviembre del 2017

---

Michel Vega Paredes  
Gerente General Grupo Vega

---

Raquel Mendoza Torres  
Gerente Gestión Humana Grupo Vega

---

Claudia Maurtua Toro  
Capacitador Organizacional