

CULTURA ORGANIZACIONAL QUE PREDOMINA EN UNA MUESTRA DE
MILLENNIALS DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO 2020-1

Catalina Cataño Cataño
Ana Karina Correa Múnera
Lorena Henao Ángel



Institución Universitaria de Envigado

Facultad de Ciencias Sociales

Psicología

Envigado

2020

Cultura organizacional en una muestra de millennials de la Institución Universitaria de
Envigado 2020-1

Catalina Cataño Cataño
Ana Karina Correa Múnera
Lorena Henao Ángel

Trabajo de grado presentado para optar al título de Psicólogo

Asesor:

Asesor: Nathaly Berrío García
Mg. En Psicoterapia



Institución Universitaria de Envigado

Facultad de Ciencias Sociales

Psicología

Envigado

2020

Tabla de contenido

Resumen.....	7
Abstract	8
Introducción.....	9
Objetivos.....	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Marco Referencial.....	19
Antecedentes de investigación.....	19
Metodología.....	52
Diseño de estudio	52
Nivel de estudio	52
Tipo de estudio.....	53
Muestra.....	54
Técnicas de recolección de información	55
Procedimiento	62
Resultados.....	65
Discusión	74
Conclusiones.....	778
Referencias	79
Anexos.....	85

Lista de Tablas

Tabla 1. Antecedentes internacionales.	17
Tabla 2. Antecedentes nacionales.	34
Tabla 3. Operacionalización de variables independientes y dependientes.	53
Tabla 4. Estadísticos descriptivos de variables sociodemográficas.	63
Tabla 5. Caracterización sociodemográfica de la muestra y su cultura organizacional	64
Tabla 6. Cultura organizacional	65
Tabla 7. Confiabilidad para los resultados.	71

Lista de Figuras

Figura 1. Frecuencia por edad	68
Figura 2. Frecuencia por sexo	69
Figura 3. Frecuencia para estado civil	70
Figura 4. Frecuencia para ocupación	71
Figura 5. Frecuencia para sector económico	72

Lista de anexos

Anexo A. Encuesta sociodemográfica

Anexo B. Instrumento para Medir Cultura Organizacional

Anexo C. Consentimiento informado

Resumen

El objetivo de este proyecto de investigación fue describir la cultura organizacional que predominaba en una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado en 2020-1. El enfoque del estudio fue cuantitativo, el tipo de estudio fue observacional y se empleó una muestra no probabilística con el tipo de esquema muestral bola de nieve. Se les aplicó a los participantes el “Instrumento para Medir Cultura Organizacional” realizado por la Universidad de la Sabana, con el cual se evaluaron 38 personas con edades entre los 18 y 40 años, con experiencia laboral mínima de 6 meses. Entre los resultados se encontró que la edad promedio de los participantes fue de 28 años. El 76.3 % fueron mujeres y el 23,7 % hombres. El 71,1% de los encuestados eran solteros, mientras que solo el 5,3% eran casados. Con respecto a la ocupación el 76,3% eran estudiantes. El total de los encuestados pertenecían al tercer tipo de cultura organizacional la cual se caracteriza por no valorar la innovación, el trabajo en equipo y los resultados más que el proceso, creen no tener lo necesario para trabajar, ser mal remunerados por su labor y la inutilidad de tener una palanca para ingresar a una empresa. Perciben no tener autonomía, colaboración ni desarrollo personal en la empresa. No poseen horarios, ni vestuarios fijos y no utilizan sanciones o castigos severos ante la falta. Se concluye entonces, que la muestra de millennials de la IUE 2020-1 le da poco valor a la innovación, trabajo en equipo y se sienten mal remunerados. Finalmente se recomienda realizar más investigaciones con la variable cultura organizacional en la población millennials.

Palabras clave: cultura organizacional, millennials, clima organizacional, valores empresariales, filosofía organizacional.

Abstract

The objective of this research project was to describe the organizational culture that predominated in a sample of millennials from the Institución Universitaria de Envigado in 2020-1. The focus of the study was quantitative, the type of study was observational, and a non-probability sample with the type of snowball sampling scheme was used. The “Instrument to Measure Organizational Culture” carried out by the Universidad de la Sabana was applied to the participants, with which 38 people with ages between 18 and 40, with a minimum work experience of 6 months, were evaluated. Among the results, it was found that the average age of the participants was 28 years. 76.3% were women and 23.7% men. 71.1% of the respondents were single, while only 5.3% were married. Regarding occupation, 76.3% were students. The total of the respondents belonged to the third type of organizational culture. It is concluded then, that the sample of millennials of the IUE 2020-1 gives little value to innovation, teamwork and feel poorly paid. Finally, it is recommended to carry out more research with the variable organizational culture in the millennial population.

Keywords: organizational culture, millennials, weather organizational, business values and organizational philosophy.

Introducción

En el primer apartado de la investigación, se encuentra la definición de la variable psicológica que se investigó en este proyecto, se menciona que la cultura organizacional incluye todas aquellas ideologías, valores, normas, mitos, ritos, historia, creencias, símbolos, hábitos, tradiciones, que caracterizan y le dan una identidad propia a cada organización. Adicionalmente, se contextualiza por qué la cultura organizacional es un problema actualmente en los millennials, y cómo se ve esto reflejado en una muestra de ellos en la Institución Universitaria de Envigado 2020-1.

En el siguiente apartado se describe la conveniencia, el valor teórico y la viabilidad de la investigación, allí se habla de la relevancia del tema trabajado en el proyecto, y de cómo traerá beneficios para la Institución Universitaria de Envigado (IUE) y para las organizaciones que puedan acceder a esta información a través del repositorio de la universidad.

En el tercer segmento se menciona que la presente investigación tuvo como objetivo general describir las dimensiones de la cultura organizacional en una muestra de millennials de la IUE evaluados en 2020-1. Para cumplir con lo anterior se propusieron dos objetivos específicos.

A continuación, se exponen los antecedentes internacionales y nacionales que sirvieron como base de la investigación, en estos se evidenció el vacío en el conocimiento sobre la variable cultura organizacional en relación con la población de millennials, ya que se encontraron pocos estudios que hablaran de los dos temas. Por otro lado, se expone que en la Latinoamérica los países con más investigaciones fueron Perú, México y Ecuador, la

mayoría de los estudios cuantitativos y con una mayor participación de la población femenina.

En el mismo segmento se exponen las teorías y conceptos que enmarcan este trabajo investigativo, se presenta una descripción de constructos como cultura organizacional y millennials a partir de los cuales se interpretaron los resultados.

En el quinto apartado se explica la metodología de la investigación, se expone que el enfoque del estudio fue cuantitativo, el tipo de estudio fue observacional y se empleó una muestra no probabilística con el tipo de esquema muestral bola de nieve. Se expone el instrumento que se les aplicó a los participantes el cual fue el “Instrumento para Medir Cultura Organizacional” realizado por la Universidad de la Sabana, con el cual se evaluaron 38 personas con edades entre los 18 y 40 años, con experiencia laboral mínima de 6 meses. También, se explica la calificación e interpretación del instrumento. También se menciona los principios éticos y morales mencionados en la Ley 1090 de 2006, que regulan y reglamentan el ejercicio de la profesión de la psicología en cuanto al principio de la responsabilidad al mantener los más altos estándares de la profesión, que en el presente trabajo se aplica asegurando el manejo ético de la información que se obtenga durante la realización del mismo.

En el último segmento se exponen los resultados obtenidos, para explicar los mismos se evidencian tablas y figuras en las que se incluye información sociodemográfica de la muestra evaluada y se encuentra que el 100% de la población está dentro del tercer tipo de cultura organizacional con características como, no valorar la innovación, el trabajo en equipo y los resultados más que el proceso, creen no tener lo necesario para trabajar, ser mal remunerados por su labor y la inutilidad de tener una palanca para ingresar a una

empresa. Perciben no tener autonomía, colaboración ni desarrollo personal en la empresa. Finalmente, se exponen la discusión y las conclusiones, se comparan los resultados con investigaciones incluidas en los antecedentes, y se recomienda hacer más investigaciones de este tipo con una muestra poblacional más amplia.

Planteamiento del problema

La cultura organizacional se entiende como las características que identifican a las organizaciones, y cuenta con aspectos importantes, como son la regularidad de los comportamientos observados, entendidos como el lenguaje, la terminología, los rituales y comportamientos, además, las normas, los valores dominantes, la filosofía, las políticas, las creencias, las reglas y el ambiente organizacional compuesto por la distribución física, comunicación e interacción (Luthans, 2008, como se citó en Rivera & Joliet, 2018).

En relación, a la importancia que tiene la cultura organizacional en las empresas, se obtiene la comunicación personal de un asesor de práctica de la IUE, relacionado con el campo de la psicología organizacional y director de Gestión Humana del hospital San Vicente de Paúl. Refiere que este es el aspecto que fundamenta e identifica a todas las organizaciones, dado que son todas aquellas vivencias, valores y principios, que no están escritos, sino que se van generando y vivenciando dentro de las organizaciones para mantener una cultura especial. Además, es la forma como se vive y cómo se realizan las cosas dentro de la organización (M. Pérez, comunicación personal, 28 de mayo, 2020).

De igual manera, se obtiene la comunicación personal de la analista de Gestión Humana de la empresa Proquident. La cual, menciona que la cultura organizacional puede entenderse como el ADN de una organización, es la identidad de las personas que la

conforman, por la cual se definen las normas, creencias, valores, actitudes, lo que permite estructurar estrategias y alcanzar objetivos propuestos por la organización, por ende, la hace más productiva (Y. Vasco, comunicación personal, 28 de mayo, 2020).

Además, la comunicación personal de un empleado que cumple el cargo de Gerente de proyectos. Manifiesta que la cultura organizacional es importante porque garantiza que todos los colaboradores de una compañía, puedan enfocar su trabajo a un objetivo específico, además permite que estos puedan identificarse con los principios de la compañía y de esa manera transmitir ese mismo ADN a sus clientes, como a los procesos operativos. Le parece que es un proceso vital y clave para que una organización pueda mantenerse en el tiempo (D. Cataño, comunicación personal, 7 de junio, 2020).

También, la comunicación personal de un asesor de práctica de la IUE relacionado con el campo de psicología organizacional y director de Gestión Humana del Hospital San Vicente de Paúl, plantea los problemas que pueden derivar al realizar cambios en la cultura organizacional de una empresa. Menciona dos problemas principales: el primero, cuando el personal nuevo que ingresa a la organización no se vincula directamente con la cultura organizacional, no se le enseña o se le muestra, puede generar choque y dificultades relacionales o de ambiente laboral, debido a que está dentro de una cultura organizacional que no conoce. El segundo problema, se genera cuando hay un cambio repentino o brusco de la cultura organizacional, esto significa que algo que se genera, que se vive dentro de la organización se quita de repente o se va perdiendo, generando un choque dentro de los empleados, esto no se visualiza de inmediato, pero se puede identificar a través de la motivación, el estado de ánimo y de la capacidad de producción de los empleados (M. Pérez, comunicación personal, 28 de mayo, 2020).

En consecuencia, la cultura organizacional es un aspecto importante dentro de las organizaciones, y se puede decir que algunas de ellas se han planteado la idea de hacer cambios en su interior relacionados con esta, ya que cuentan con personal de diferentes generaciones, lo que implica un gran reto para las mismas, porque sus motivaciones, formas de comunicación y de trabajo varían.

Una de las generaciones que actualmente tiene mayor presencia en las empresas son los millennials. Según Zemke (2013 como se citó en Díaz, López & Roncallo, 2017), los millennials son aquellos nacidos entre 1980 y 2002 y están entre sus 18 y 40 años. Esta generación ha llevado a las organizaciones a implementar proyectos basados en sus intereses, que ayuden a que se pueda dar un acoplamiento equilibrado entre ambas partes. Esto se debe, a que el entorno empresarial cuenta con profesionales diferentes, enfocados en estar conectados con el mundo, ser dinámicos y rompedores de moldes preestablecidos, que buscan un modelo de gestión organizativo, que se base en el entusiasmo por el reto y el reconocimiento inmediato, a través de entornos socializantes y flexibles que permitan al mismo tiempo el disfrute del tiempo personal (Sánchez, 2015).

Esto se debe, a que esta nueva generación ha cambiado considerablemente sus motivaciones para pertenecer y permanecer en una empresa. De acuerdo con el estudio de (Deloitte, 2014, como se citó en Díaz et al. 2017) se alude a que la generación Y o millennials tienen muy poca lealtad con sus empleadores y están pensando en irse de las organizaciones en búsqueda de nuevas oportunidades laborales, es decir, que anteponen sus deseos personales a los de las compañías. Lo anterior, muestra elementos de esta generación relacionados con el campo laboral. De ahí, el hecho de que se produzca ausentismo o deserción laboral por parte de los millennials, ya que no cuentan con el ambiente laboral deseado, generando grandes desafíos para las empresas, porque se están

quedando sin parte del personal adecuado para que la organización siga creciendo y cumpliendo con sus objetivos, esto puede ser entendido como consecuencia de la cultura organizacional existente en estas. Las empresas reconocen el valor de los conocimientos que tiene esta nueva generación, pero la alta rotación laboral y el poco conocimiento de características organizacionales que les llame la atención lleva a que no se dé un buen acople ni permanencia en estas.

Debido a lo anterior, se presentan algunos datos que permiten entender el comportamiento de los millennials en relación con el campo laboral. La Encuesta Global Millennials Survey de Telefónica, que se realizó a través de entrevistas a 6.700 jóvenes en 18 países, mostrando que el 81% de los millennials en Latinoamérica tiene interés de buscar oportunidades en el extranjero, países como México y Brasil son los más atractivos para los jóvenes (Torrado, 2015), lo que le da una ventaja a las multinacionales y empresas de estos países, dado que pueden contar entre sus trabajadores con personas versátiles, innovadores, con amplios conocimientos porque se encuentran muy bien preparados académicamente y tecnológicamente.

Además, datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE 2015, como se citó en Paz, Barrera, Medina & Rico, 2016) revelan que el 40, 8% de los desempleados jóvenes considera que uno de sus mayores obstáculos en el 2015 fue la falta de experiencia laboral. Dado que para la población millennials colombiana su principal preocupación es conseguir su primer puesto de trabajo; más que viajar o ir en busca de nuevas aventuras laborales. Al mismo tiempo, datos del DANE (2016, como se citó en Díaz et al., 2017) mencionan que la población colombiana en edades entre 18 a 40 años, componen el 40% de la población. Estos datos dan conocimiento de la población

trabajadora que va en ascenso, ya que son las personas que se encuentran laborando y los que están realizando sus estudios de pregrado y posgrado.

Por otro lado, según los datos de una encuesta de Deloitte (2014, como se citó en Stein y Martín, 2016) se recolectaron más de 7.000 opiniones de millennials de 29 países, en el que se manifiesta que dos de cada tres esperan haber cambiado de empresa para el año 2020, además el 71% manifiesta la falta de desarrollo de liderazgo como motivo de mayor peso para cambiar de empresa y trabajo.

Teniendo en cuenta la información anteriormente suministrada, se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Qué cultura organizacional predomina en una muestra de millennials entre 18- 40 años en la Institución Universitaria de Envigado en 2020-1?

Justificación

La presente investigación se enfocó en estudiar las dimensiones de la cultura organizacional en una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado (IUE) en el 2020-1. Los criterios que justifican este proyecto fueron el valor teórico, la conveniencia y la viabilidad. Se hace referencia al valor teórico ya que después de una búsqueda en la Biblioteca de la IUE se encontró que, aunque existen proyectos que abordan el concepto de Millennials, ninguno de ellos se enfocó en las dimensiones de la cultura organizacional que prevalecen en esta población, no obstante habían trabajos los cuales abordaron la cultura en las organizaciones más que trabajarlos en una población específica. No obstante, a nivel nacional e internacional se han realizado algunos estudios referentes a este tema, los cuales se reseñan en las Tablas 1 y 2 de los antecedentes de investigación.

Además, la presente investigación genera conocimiento que es importante para las organizaciones, ya que podría emplearse posteriormente para la toma de decisiones y cambios internos que estén relacionados con las preferencias de esta población. También, puede servir consecutivamente para generar un nuevo conocimiento y el desarrollo de otras ideas de investigación relacionadas con la población millennials en el ámbito organizacional.

Hay que mencionar, además, que este proyecto tiene viabilidad, dado que se contó con el recurso humano para la recolección de datos, siendo posible igualmente utilizar la tecnología para la divulgación y gestión del mismo; lo que permitió tener datos específicos de una muestra de millennials de la IUE. En relación con lo anterior, se contó con tiempo

disponible y la bibliografía tanto virtuales como físicas, indispensables para la recolección de datos necesarios que posibilitaron el conocimiento del tema de interés.

Para concluir, aunque el trabajo investigativo no cuente con algunos aspectos importantes como relevancia social, implicaciones prácticas y utilidad metodológica, fue importante su desarrollo ya que es un proyecto con información relevante para el ámbito organizacional, además de generar nuevo conocimiento el cual era limitado en la IUE, acerca de los millenials en las empresas.

Objetivos

Objetivo General

Describir las dimensiones de la cultura organizacional que predomina en una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado evaluados en 2020-1.

Objetivos Específicos

- Describir las características sociodemográficas de la muestra de millenials de la Institución Universitaria de Envigado evaluados en 2020-1.
- Identificar la cultura organizacional prevalente en una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado evaluados en 2020-1.

Marco Referencial

Antecedentes de investigación

A continuación, se mencionan las referencias de algunos trabajos de investigación que se han realizado acerca de cultura organizacional, los cuales servirán como guía para la presente investigación, se presentan de forma cronológica y están divididos en internacionales (tabla 1) y nacionales (tabla 2).

La búsqueda de los siguientes antecedentes de investigación se hizo en diferentes bases de datos tales como Redalyc, EBSCO, Scielo, Google Académico, Dialnet y repositorios de bibliotecas de diferentes universidades, se utilizaron descriptores de búsqueda como “cultura organizacional” AND millennials, “cultura organizacional” OR millennials, para poder recolectar la mayor cantidad de información para esta investigación. Es importante aclarar que no se tuvieron en cuenta investigaciones en otros idiomas. La búsqueda se realizó exclusivamente en idioma español.

Tabla 1. Antecedentes internacionales

Estudio	Lugar	Muestra	Instrumento	Resultado
---------	-------	---------	-------------	-----------

Chacón, Martínez y Ramírez (2017)	Nicaragua	30 colaboradores de Café Nicaragüense, de los 23 años en adelante. El 33% mujeres y el 67% son hombres.	<ul style="list-style-type: none"> ● Guía de observación ● Encuesta de medición de cultura organizacional. ● Entrevista. 	Los empleados identifican que: existe colaboración (67%), no es fácil conseguir colaboración (33%), conocen la cultura (80%), a veces se promueve la cultura (7%), conocen la misión y visión (80%), la desconocen (20%), reconocen la realización de celebraciones (47%), afirman que siempre se hacen celebraciones (16%), remuneraciones coherentes al cargo (67%) e inconforme con remuneración (33%).
Rivas y Rosario (2017)	Perú	105 trabajadores de la dirección general de medicamentos insumos y drogas de las diferentes	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario de Cultura Organizacional ● Cuestionario de motivación 	Perciben inadecuada la cultura (60%), perciben regula la cultura (38.1%), nivel adecuado de cultura (1.9%). Necesidad de logro, bajo nivel (52.4%), nivel medio (32.4%) y nivel alto (15.2%)

direcciones.

laboral.

Linares (2017)	Perú	120	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="818 447 1045 699">● Encuesta de cultura organizacional <li data-bbox="818 762 1045 1010">● Encuesta de compromiso organizacional 	<p data-bbox="1068 447 1521 1795">Según la encuesta se indica que: hay una buena cultura organizacional (86.7%), mala cultura organizacional (13.3%). En cuanto al compromiso organizacional: (63.3%) indica que es irregular, (19.2%) compromiso organizacional malo, (17.5%) buen compromiso. Para la correlación de la información se realizó la prueba de hipótesis utilizando el coeficiente de correlación de Rho Spearman, demostrando el valor del coeficiente de correlación de 0,539 lo que indica una correlación positiva moderada, determinando que</p>
----------------	------	-----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

existe una relación entre cultura organizacional y compromiso organizacional.

Sánchez (2017)	Ecuador	71 personas del Departamento de comunicación interna del Banco Central del Ecuador. 68.57% hombres y 31.43% mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Exploratorio • Documental • Cualitativo-entrevista • Cuantitativo-cuestionario 	<p>La población encuestada se divide de la siguiente manera: Generación X (53%), generación Y (44%) y baby boomers (3%).</p> <p>En formación académica: El (56.34%) tienen estudio de tercer nivel, estudios de cuarto nivel (38.03%) y doctorado (1.41%)</p> <p>El 60.56% de integrantes tienen hasta dos años de trabajo en la misma empresa, (21.13%) tres a 10 años, (2.82%) entre 11 a 20 años, y un (15.49%) tiene más de 20 años.</p> <p>El (64.29%) indican que la</p>
----------------	---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

cultura institucional es fuerte y participativa, (35.71%) indican que no lo es.

Peña, Díaz, Chávez, López y Vázquez (2018)	México	<p>población encuestada se divide de la siguiente manera: Generación X (53%), generación Y (44%) y baby boomers (3%).</p> <p>En formación académica: El (56.34%) tienen estudio de tercer nivel, estudios de cuarto nivel (38.03%) y doctorado</p>	<p>Organizational Culture Assessment (OCAI) de Cameron y Quinn</p>	<p>En relación a la Actividad principal el (38%) realizan varias actividades. De acuerdo con el diagnóstico la cultura predominante es la Jerarquizada, la cual se caracteriza por mantener el control interno a través de reglas, procedimientos, especialización de trabajo y centralización de las decisiones. Los líderes son considerados buenos coordinadores y organizadores, el mantener la operación trabajando de manera equilibrada es muy importante. Las preocupaciones son la</p>
--------------------------------------------	--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(1.41%)
El 60.56% de
integrantes
tienen hasta
dos años de
trabajo en la
misma
empresa,
(21.13%) tres a
10 años,
(2.82%) entre
11 a 20 años, y
un (15.49%)
tiene más de
20 años.
El (64.29%)
indican que la
cultura
institucional es
fuerte y
participativa,
(35.71%)

estabilidad y eficiencia. Las
subdimensiones que tiene son
que es un lugar estructurado y
formalizado para trabajar.

indican que no lo es.

En relación a la Antigüedad en la empresa, los resultados arrojan que:(50%) entre 1 y 3 años, el (4%) entre 5 y 10 años. En formación académica se encontró que: (35%) son de Preparatoria (23%) son Profesionales.

Alcaide (2018)	Perú	48 servers de locales de Chilil de Lima	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento para medir cultura organizacio 	La filosofía si influye en la satisfacción laboral de los servers millennials en lima metropolitana: con ello se
----------------	------	-----------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Metropolitana.

nal

afirma que existe relación

- Encuesta de satisfacción laboral.

significativa positiva entre la filosofía y la satisfacción laboral.

Los valores no influyen en la satisfacción laboral de los servers millennials en Lima Metropolitana: de tal manera que mientras más valores se fomentan no se obtendrán más trabajadores satisfechos.

Las creencias no influyen en la satisfacción laboral de los servers millennials en Lima metropolitana: de tal manera que mientras más creencias se fomenten no se obtendrán más trabajadores satisfechos. El clima influye en la satisfacción laboral de los servers millennials en Lima Metropolitan: de tal manera

que si hay mejor clima laboral en la empresa los empleados estarán más satisfechos. Las normas influyen en la satisfacción laboral de los servers millennials en Lima Metropolitana: de tal manera que la presencia de normas en la empresa genera mayor satisfacción en los empleados.

Barajas y México Zapata (2018)	<p>Grupo de 109, 61 personas participaron voluntariamente en la encuesta. Con respecto a la edad el (20%) tiene menos de 25 años, el (21%) tienen de 26 a 30</p>	<p>Encuesta sobre los pilares de la innovación.</p> <p>Del total de las respuestas recibidas el (11%) corresponde al perfil de Managers, (89%) a Desarrolladores de Software. El CI (cociente de Innovación), la empresa Jarvis es considerada innovadora (3.83). En los valores racionales que representan lo medible y cuantificable, que generalmente es a lo que los Directivos de las</p>
--------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

años y el (59%) tiene más de 30 años.

organizaciones ponen mayor atención, obtenemos que es de (3.71) aquí incluimos los pilares de éxitos, procesos y recursos. Dentro de los pilares el mejor evaluado es el de clima organizacional con 3.97 lo que se percibe como importante por parte de los colaboradores. Igualmente, en la categoría de pilares el que presentó un área de mejora significativa con una calificación del 3.53 es el de Proceso lo que representa que la gente no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en cómo la empresa utiliza las herramientas y métodos para atraer ideas al mercado, consideran que la ruta del proceso se encuentra limitada

para desarrollar.

Gil y Miguel Perú (2019)	<p>La población lo conformaron los líderes de ventas de compañías de seguros (Pacífico, Rímac, Mapfre, Positiva e Interseguro) y bancos (Scotiabank, Interbank, Banco Continental, Banco de Crédito, Banco Azteca, Banco Ripley, Banco Saga Falabella y Mi Banco),</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuestionario de cultura organizacional ● Cuestionario de equipo de alto desempeño. 	<p>El valor del coeficiente de correlación entre las variables determinada por Rho de Spearman es igual a (0,752) existe una alta relación positiva entre las variables cultura organizacional y los equipos de alto desempeño en ventas. Se encontró que el nivel de la cultura organizacional en compañías de seguros y bancos de la ciudad de Trujillo es (77.42%). lo que es importante porque genera mayor satisfacción y compromiso en los colaboradores y por otro lado mejora la gestión comercial</p>
--------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

de la ciudad de Trujillo, que hacen un total de 31 colaboradores.

Palacios (2019)	Perú	La muestra estuvo conformada por 172 trabajadores (65 hombres y 107 mujeres) de una compañía aseguradora de Lima Metropolitana, cuyas edades estaban en un rango entre 20 y 67 años, con una media	Instrumento de Evaluación Cultura Organizacional (OCAI)	de Mercado (Me= 25.8) y Clan (Me= 25.0) parecen ser los tipos culturales dominantes, ya que sus puntuaciones resultan muy cercanas. Por su parte, Adhocracia y Jerarquía parecen estar presentes en menor medida, siendo este último el tipo cultural menos percibido en esta organización (Me= 22.5). Se encontró una relación directamente proporcional, entre la edad y la Cultura de Clan ($r_s = .218$, $p = .004$), lo que denota que, a mayor edad, mayor tendencia a percibir y puntuar en este
-----------------	------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

general. El 75% de los integrantes pertenecientes a la compañía aseguradora participantes en este estudio, son menores de 40 años (P75= 39.8; Me= 33). La distribución de los mismos es bastante equitativa entre las 2 primeras etapas de la adultez (35.5% en Adultez emergente y 39.5 % en Adultez

tipo cultural y viceversa. Mientras tanto, la edad y la Cultura de Mercado, mostraron una relación inversamente proporcional ($r_s = -.180$, $p = .018$), representando que, a menor edad, se mostrará mayor tendencia a percibir y puntuar en este tipo cultural y viceversa. La correlación observada entre edad y la percepción de los tipos culturales de Clan y Mercado también es apreciable mediante la comparación de medianas entre los tres grupos generacionales. Por su parte, la percepción de Adhocracia es mayor en el grupo de Adultez temprana (Me= 25) y son los más jóvenes quienes perciben más los rasgos de la Cultura de Jerarquía en la

temprana) de organización (Me= 23.3).
33 años.

Sánchez. (2019)	Cuba	Personal Hotel "Central"	de Cuestionario E cultura organizacional.	de La característica cultural en el Hotel E "Central" es la Participación con un puntaje de 3,64. Esto significa el compromiso de sus empleados con el trabajo que realizan, y han desarrollado un sentido de pertenencia, que genera autonomía y responsabilidad entre todo el personal. Las dos características que siguen en la puntuación son la Misión con un puntaje de 3,38 y Consistencias con 3,35. Frente a la dimensión de participación es el empoderamiento (empowerment) con un promedio de 3.84, el más alto de todos los factores
--------------------	------	--------------------------------	-------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

analizados en la encuesta, esta puntuación refleja que las personas sienten que tienen autoridad, autonomía y responsabilidad para dirigir su propio trabajo.

La dimensión consistencia resulta. La coordinación e integración con un puntaje de 3.54, es el índice con mayor promedio dentro de esta dimensión indicando que los miembros se perciben como parte de un equipo de trabajo independiente del área a la cual pertenecen y pueden trabajar en equipo, compartir objetivos en común y llegar a alcanzar las metas propuestas.

El rasgo de adaptabilidad es el que menor puntuación obtuvo, 3.26. En el índice de enfoque

al cliente, muestra una puntuación de 3.41, lo que indica el deseo por comprender y satisfacer sus necesidades y dar solución a ellas, realizando esfuerzos con el fin de exceder sus expectativas y desarrollar una relación a largo plazo.

La dimensión misión es el segundo de mayor puntuación con 3.38, lo cual indica el nivel de conocimiento e involucramiento que tienen los miembros de la organización en cuanto a la misión, los objetivos y metas, la visión y parte de la planeación estratégica de la empresa.

Entrevista: por medio de un grupo focal integrado por colaboradores de todas las

áreas del hotel se validó la información suministrada en la encuesta; se concluyó que la mayor brecha radica en la dimensión de Misión por lo que las acciones de la empresa deben estar encaminadas a dar a difundir más el propósito o dirección que define las metas organizacionales y los objetivos estratégicos y expresarlos claramente en la visión de lo que la organización quiere ser en el futuro.

De los 10 antecedentes internacionales descritos anteriormente se puede concluir que la mayoría son cuantitativos, realizados en Latinoamérica en países como Perú, Ecuador, México, entre otros. También se observó que del total de investigaciones 3 utilizaron el instrumento (OCAI) de Cameron y Quinn con el objetivo de investigar la cultura predominante en los millenials y otras generaciones, así mismo se utilizó para medir satisfacción de los empleados con la cultura de las organizaciones ya establecidas. En segundo lugar, se aplicaron cuestionarios de satisfacción laboral y en menor medida se utilizaron entrevistas semiestructuradas, estudios exploratorios y encuestas de cultura organizacional con escala tipo likert. Finalmente, las muestras que tuvieron estas investigaciones oscilaron entre los 71 y 170 participantes de los cuales la mayoría fueron hombres en empresas del sector financiero y farmacéutico.

Tabla 2. Antecedentes nacionales.

Estudio	Lugar	Muestra	Instrumento	Resultados
Sáenz, Chang y Martínez (2016)	Colombia	Total, de 136 empresas del Sector Industria y Comercio, ubicados en el Departamento del Atlántico Barranquilla,	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta basados en los modelos de Porter, Miles y Snow. Cultura 	La categoría 1, la componen 13 empresas exportadoras de Barranquilla, Colombia. Para la categoría 2 y 4 la componen 10 empresas exportadoras y para la categoría 3 la componen un total de 17 empresas exportadoras.

Colombia. organizac Para las empresas de la
 ional del categoría 1 prevalece la
 modelo cultura clan, para la categoría
 Cameron 2 la cultura jerárquica, para la
 Quinn. categoría 4 la cultura de
 mercadeo, pero para las
 empresas de la categoría 3 no
 se encontró una cultura
 organizacional definida.

Arboleda y López (2017)	Colombia	224 empleados de instituciones prestadoras del servicio de salud de mediana y alta complejidad. (80%) femenino (57%) en edades entre	Cuestionario de cultura organizacional.	(73%) instituciones privadas y (80%) de mediana complejidad. (90%) en instituciones públicas y (94%) en las privadas mencionan que la comunicación con sus superiores es buena o excelente; (96%) de las de mediana consideran que la comunicación es buena o excelente, (85%) en las de alta, siendo las diferencias significativas. El (55,4%)
----------------------------	----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

30 y 49 años.

(37%)

técnicos,

(31%)

profesionales,

(15%) con

estudios de

posgrado.

(68%) menos

de 5 años de

antigüedad.

mencionaron que la

comunicación con compañeros

es buena o regularmente

buena.

(54,4%) los motiva para el

desempeño de la labor una

excelente comunicación con

sus compañeros y el ambiente

de trabajo.

(79%) no los motiva el

ambiente de trabajo, pero

tenían una comunicación

buena o regularmente buena

con sus compañeros.

(62%) manifiesta disposición al

cambio, principalmente el

género femenino.

(64,7%) menos antiguos

presentan mayor aceptación al

cambio.

(67,5%) en cargos

administrativos presentan mayor aceptación al cambio.

(79%) en instituciones públicas cuenta con mecanismos para evaluar dudas, inquietudes e ideas y (53%) en instituciones privadas.

Los mecanismos que utiliza la institución para conocer y evaluar inquietudes y sugerencias son la comunicación con los superiores, los comités, reuniones internas, talleres, buzón de sugerencias y programas de escucha activa.

Rivera y Joliet (2018)	Colombia	No aplica.	Revisión bibliográfica y documental.	Las empresas colombianas, de acuerdo a su perfil de cultura organizacional se agrupan en tres perfiles dominantes: Culturas jerárquicas (46,2%),
---------------------------	----------	------------	--------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Culturas fuertes (43,7%) y
Culturas débiles (10,1%).

Alba y Grandez. (2018)	Colombia	No aplica.	Revisión bibliográfica y documental.	La cultura organizacional y la satisfacción laboral favorecen al funcionamiento organizacional, potencian la competitividad, intercambio de ideas en las distintas áreas de trabajo, crea un ambiente de trabajo ideal. Además, los valores organizacionales facilitan la motivación y el compromiso llevando al cumplimiento de los objetivos.
Méndez. (2019)	Colombia	Revisión bibliográfica que permite reconocer 55 definiciones para el concepto de	Revisión bibliográfica y documental.	La cultura organizacional responde a cambios en el entorno, crea valor por medio de la competitividad, la misión y visión. Ayuda en el reconocimiento por parte de los stakeholders (accionistas,

estrategia y 56
para el de
cultura
organizacional
de uno o varios
autores

clientes, proveedores y
empleados).

Mena. (2019)	Colombia	No aplica.	Revisión bibliográfica y documental.	La cultura organizacional incide sobre el clima laboral, la identidad corporativa, la cohesión y respaldo de los públicos internos y externos. Permite un proyecto empresarial objetivo, capaz de generar resultados y favorecer procesos de desarrollo institucional y social.
--------------	----------	------------	--------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

De los antecedentes nacionales que se tuvieron en cuenta en esta investigación, se pudo observar que 4 de 6 utilizaron la revisión bibliográfica como instrumento de investigación, según estas investigaciones se encontró que en Colombia las organizaciones según su perfil de cultura organizacional se agrupan en 3 perfiles dominantes que son: jerárquicas, fuertes y débiles. Sobresale una investigación se realizó en la ciudad de Barranquilla en sectores industriales y comerciales la cual utilizó el instrumento de Cameron y Quinn para determinar la satisfacción de los empleados con la cultura organizacional en diferentes empresas.

Marco teórico

Con el ánimo de ofrecer las teorías y conceptos que enmarcan este trabajo investigativo se presenta una descripción de constructos como cultura organizacional y millennials a partir de los cuales se interpretarán los resultados.

Cultura organizacional. Esta rama de la psicología que hoy en día tiene mucha fuerza y es uno de los pilares de las organizaciones, ha brindado numerosas herramientas y conceptos que direccionan los procesos al interior de las empresas, este tiene su origen en el siglo XVIII que fue utilizado como abreviatura para hablar de la gestión del pensamiento y comportamiento humano, pasando a ser en el siglo XIX un término que compara la conducta humana de forma normativa. En la historia se presenta en el año 1930 el término de cultura organizacional buscando entender a las empresas Hawthorne y Western Electric Company, donde se evidenció que se podría vincular métodos de estudio antropológicos al

estudio de estas organizaciones a fin de descubrir su estructura social o sistema de creencias (Russo 2010, como se citó en Rivera y Joliet, 2018).

Este es un tema que se ha abordado por diversos autores, muchos de ellos con posiciones diferentes lo que no ha permitido que haya un acuerdo conceptual en su significado, porque es analizada desde diferentes puntos de vista y según estos incluye variados aspectos.

Definición de cultura organizacional. Según Díaz (2003) la mayoría de los investigadores utiliza el término de cultura organizacional o corporativa para referirse a los valores, filosofía, mitos y otros conceptos que los miembros de la organización comparten. De igual manera, (Chiavenato 2002, como se citó en Chacón, Martínez y Ramírez, 2017) hace similar alusión al término, éste refiere que es una mezcla de supuestos, creencias, mitos, comportamientos e historias que representan la manera como una organización funciona y opera.

Este concepto también es abordado por (Maestre 2011, como se citó en Alba y Grandez, 2018) como un constructo que no se puede percibir ni observar, dado que son las formas como los colaboradores interactúan en la organización, los actos que predominan, las hipótesis, expectativas y aspectos importantes en la interacción de quienes conforman la organización de una manera tan natural que a simple vista no es apreciable. Lo que da a entender que la cultura organizacional la constituyen aspectos visibles como la infraestructura, maquinaria, el lenguaje, la indumentaria y los sistemas formales establecidos en la empresa como son los objetivos, estrategias, políticas, estructuras y

procedimientos; y aspectos invisibles que hacen referencia a las creencias, valores, hábitos, entre otros que también hacen parte de ella.

Por otro lado, (Robbins y Judge 2013, como se citó en Linares, 2017) sostiene que la cultura organizacional hace alusión a un sistema de significados compartidos por los miembros de una empresa, el cual permite la diferenciación y distinción de una empresa de otra.

Tipos de cultura organizacional. La cultura organizacional puede describirse desde diferentes tipos de cultura. (Denison 2003, como se citó en Bonavia, Prado y García, 2010) define 4 tipos de cultura organizacional: cultura de implicación, en esta todos los colaboradores independientemente del cargo pueden participar en la toma de decisiones, tienen mucho sentido de pertenencia e implementan el trabajo en equipo. Cultura consistente, se caracteriza por estar bien integrada, la jerarquía está bien definida, los valores influyen mucho en el comportamiento de sus trabajadores y hay un alto grado de conformidad de los mismos. Cultura de adaptabilidad, está enfocada en tener buena integración interna y poderse adaptar a los continuos cambios externos, para así generar valor constante a sus clientes, lo que incide en el crecimiento de sus ventas, constantemente toman riesgos y logran obtener aprendizajes de todos sus errores. Por último, cultura de misión, se caracteriza por tener un liderazgo fuerte, un objetivo claro, una visión de futuro que direcciona la organización al cumplimiento de este.

Por otra parte, se encuentra los tipos de cultura descritos por (Quintana 2014, como se citó en Chacón et al., 2017), que son: Cultura Burocrática, en la cual, se valora la formalidad, las reglas y procedimientos que se encuentran establecidos en la organización como normas. También está la cultura clan, enfocada en mantener las tradiciones

empresariales, la lealtad, compromiso personal, trabajo en equipo, entre otros. En este tipo de cultura los integrantes comparten el orgullo de ser miembros de la organización, poseen un profundo sentido de identificación y reconocen el objetivo en común que tiene con y para la organización. Además, la cultura emprendedora, entendida en función de cumplir altos niveles de riesgo, dinamismo y creatividad. su compromiso es el de innovar y crear para estar a la vanguardia. Se caracteriza en generar en sus empleados iniciativa personal, flexibilidad y libertad lo que ayuda al crecimiento de la misma. Finalmente, la cultura de mercadeo, caracterizada por el logro de objetivos medibles y exigentes, principalmente los que están enfocados en el mercado. Se basa la competitividad y está orientada a la ganancia de la organización. Las relaciones entre empleado y organización son simplemente contractuales.

También se hallan los tipos de cultura descritos por (Cameron y Quinn 2006, como se citó en Palacios, 2019), los cuales vienen descritos desde el modelo de Marco de Valores Competentes. La primera de ellas es la cultura de jerarquía, con características como la estabilidad, control, orientación interna y cohesión. Cuenta con ambientes de trabajo formales, estructurados, con procedimientos, reglas, normas y mecanismos de control establecidos, delimitadas las líneas de autoridad y de carrera. Su principal interés es alrededor de la estabilidad, predictibilidad y eficacia organizacional. Cultura de mercadeo, comparte con el anterior aspecto de estabilidad y control, como las reglas, procedimientos, formas de trabajo y orientada en la competitividad dadas las demandas del entorno. Se enfatiza en la necesidad de ganar y los jefes se enfocan en ser productivos y competitivos. Su principal objetivo es alcanzar las metas propuestas y el éxito es definido por su posicionamiento en el mercado. Cultura clan, combinan la flexibilidad con la integración

interna, se asemeja a las dinámicas de un grupo familiar. Los aspectos que la mantiene unida son la lealtad y tradición, sus líderes son vistos como maestros, los cuales fomentan compromiso, trabajo en equipo, participación y consenso. Se preocupan por el desarrollo individual, la cohesión y moral y el éxito se alcanza por medio del clima interno y la preocupación por el empleado. Finalmente, la cultura de adhocracia, con orientación externa, enfocada en diferenciarse de las demás empresas, posee un compromiso con la experimentación e innovación. Estas no suelen tener un orden jerárquico, sus lugares de trabajo son dinámicos, creativos, emprendedores; en los empleados se busca que sean innovadores, emprendedores, auténticos y orientados a la toma de riesgos y el éxito se adquiere en la reinención a las situaciones nuevas.

Dimensiones de la cultura organizacional. La cultura organizacional dispone de diferentes dimensiones, componentes o elementos; por una parte, Edgar Schein es considerado el principal autor en abordar el concepto de cultura organizacional. (Schein 1980, como se citó en Palacios, 2019) hace mención de los componentes o dimensiones de esta y los clasifica en tres niveles; el primer nivel hace referencia a las asunciones, es decir, a lo confrontable o debatible; el segundo nivel hace referencia a las creencias y valores compartidos que son fomentados en la organización y en tercer nivel hace alusión a los artefactos, es decir, iconos, historias, ritos, rituales y todo aquello que le permita a la organización reconocer lo importante y lo que posee valor para esta.

Asimismo, (Durán 2017, como se citó en Chacón et al., 2017) menciona los elementos de la cultura organizacional como herramientas para dar continuidad a la misma y favorecer a que los empleados conozcan y asimilen la cultura que prevalece y de la cual hacen parte. El primer elemento es la visión, como el reto, sueño y meta que se traza para

orientar la organización. El segundo elemento es la misión, que es la razón de ser de la empresa. El tercer elemento son las normas, que se encuentran en manuales, reglamentos y acuerdos colectivos, con el fin de regularizar la cultura organización. El cuarto elemento son las creencias, como las guías para el aprendizaje, la acción y la base de las cuales las normas son construidas. El quinto elemento son los valores, es decir, los ejes de la conducta y están ligados con la misión empresarial. El sexto elemento son los héroes, aquellos motivadores que personifican el ideal de miembro de la organización. El séptimo elemento son las historias, como herramienta para transmitir conocimiento y hechos históricos. El octavo elemento son los mitos, como herramienta explícita que permite unificar creencias y evitar contradicciones al interior de la organización. El noveno elemento los símbolos, entendido como sistemas de comunicación formales e informales de la empresa, un objeto o hecho natural con carácter de imagen que evoca una asociación de ideas, que dan cuenta de elementos de la cultura organizacional y el décimo elemento son los ritos, son instancias que se manifiestan de manera fluida a los empleados, tienden a ser repetitivos, generando un consenso y vinculando a los participantes.

Funciones de la cultura organizacional. En relación a las funciones de la cultura organizacional (Sánchez 2006, como se citó en Arboleda y López, 2017) menciona cuatro funciones que cumple esta, la primera enfocada en generar diferenciación y distinción entre las organizaciones, el segundo enfocado en producir identidad corporativa, el tercero generar compromiso, el cuarto contribuir a la estabilidad del sistema social de la organización, por medio de la unión y funciona como mecanismo de control de actitudes y comportamiento de los empleado.

Ventajas de la cultura organizacional. Según Rodríguez en Alba y Grandez (2018)

menciona algunas ventajas que trae consigo la cultura organizacional:

Valores centrales que se sostienen con intensidad y se comparten ampliamente; un fuerte vínculo de cohesión que sirve de guía para los comportamientos y el desempeño de las funciones; mayor consistencia de las decisiones por la fuerte orientación de los valores compartidos; menor necesidad de sistemas formales y controles por el alto compromiso e identificación; mayor identidad cultural y mejor implementación de la estrategia (p.17).

Instrumentos y modelos de medición de la cultura organizacional. Aunque la medición de la cultura organizacional no se puede dar de manera exacta, existen diversos instrumentos y técnicas que incluyen métodos cuantitativos y cualitativos que intentan dar una visión global de la misma, los instrumentos y técnicas se aplican teniendo en cuenta los factores que conforman la cultura organizacional, como los valores, hábitos, creencias, las normas, los símbolos, la filosofía entre otros. la evaluación se puede dar, según Carrillo (2016) “por 1) estudios de caso, 2) observación, 3) cuestionarios validados, cuestionarios de análisis de regresión y, cuestionarios con escala de Likert, 4) encuestas probadas y validadas por Quinn (1990) y Garvin (1993), 5) entrevistas, 6) exámenes de ideologías, 7) revisión literaria, entre otros” (p.69). Estos instrumentos resultan importantes dado que la cultura organizacional está en constante cambio por las nuevas prácticas que adoptan los integrantes de la organización, lo que puede modificar la eficiencia y eficacia en el trabajo, por esta razón resulta necesario para las empresas utilizar instrumentos de

medición de la cultura y que dispongan de estas herramientas para la toma de decisiones.

Específicamente existen instrumentos de medición de cultura organizacional como el de Denison, denominado Denison Organizational Culture Survey. Bonavia et al. (2010) explican que es un instrumento autoadministrado de fácil y rápida aplicación, que consta de 60 ítems que están codificados en una escala tipo likert. El instrumento fue construido tras una investigación que trata de la influencia de la cultura en la efectividad organizacional, además profundiza en el análisis de los valores organizativos que se agrupan en 4 rasgos culturales como la implicación, consistencia, adaptabilidad y misión.

Por otra parte, el modelo de Cameron y Quinn, Modelo de Valores en Competencia (MVC), este modelo como bien lo dice su nombre evalúa los valores de una organización ordenando la cultura de las organizaciones en 2 dimensiones, estas son: la orientación (enfoque interno y enfoque externo) y flexibilidad (flexible en contraposición a estable y controlable), consiste en cuatro valores de competencias que corresponden a los cuatro tipos de cultura organizacional, que son : Cooperación o Clan, Creación o Adhocracia, Competición o Mercado, y Control o Jerarquía, consideran que estos conceptos son importantes para entender una serie de fenómenos que una empresa puede presentar, como el liderazgo, toma de decisiones, comunicación entre otros. (OCAI) es un instrumento de medición de cultura organizacional desarrollado también por Cameron y Quinn, utilizan como referencia el modelo de valores de competencia. El OCAI según Collado (2017) “define seis ítems (rasgo dominante, liderazgo, gestión del personal, énfasis estratégico, factor unificador, y criterio de éxito) y pide a los informantes repartir 100 puntos entre las cuatro posibilidades de respuesta de cada ítem (los cuatro cuadrantes)” (p.10). Este

instrumento cuenta con dos objetivos, el primero identificar la cultura organizacional actual, y el segundo identificar la cultura organizacional deseada.

Millennials. La cuarta revolución industrial es un fenómeno muy evidente en la actualidad, donde la tecnología, la comunicación, la inteligencia artificial, la automatización y las cadenas de bloques, entre otros, tienen un papel muy importante, dando como resultado generaciones con necesidades y expectativas totalmente diferentes, basadas en su mayoría en la velocidad y facilidad de la tecnología, las organizaciones saben muy bien esto, ya que son ellas las que están experimentando tener en el mismo lugar de trabajo tres generaciones, entre ellos los millennials, que según Guzmán (2017) “son jóvenes entre 35 y 20 años que están ingresando al mundo laboral y académico desde sus competencias y habilidades con respecto al mundo tecnológico y además son eminentemente digitales en sus relaciones con la información.”. (p.4)

Según (Chirina, 2009 como se citó en Mitta, Salinas y Lucero 2015) señala que la generación Y, conocidos como millennials nacieron entre los años 1982 al 2000, menciona que los eventos que caracterizaron a esta generación son la aparición de las computadoras y el internet, el calentamiento global, el boom económico de los 90° y los ataques terroristas que hubo en varios países.

A partir de estos acontecimientos, esta generación fue permeada y generó como resultado que se posean ciertas características distintivas como las que menciona Díaz et al. (2017) los cuales se caracterizan por su adicción al trabajo y dedicación, son empoderados, buscan estatus, lealtad y calidad de vida. Además, Acosta (2017) menciona otras características las cuales son: poseer altas expectativas, ser reconocidos a nivel personal y

profesional, ser veteranos en la tecnología y poder tener a su alcance nuevos modelos de comunicación para usar. También son creativos, trabajan para la obtención de resultados y son emprendedores.

Esta generación es idónea para trabajar en las empresas, ya que poseen conocimientos a nivel tecnológico, son innovadores y están constantemente informados, dando como resultado personas capacitadas para estos espacios, buscan que se les valore su trabajo y que constantemente puedan enfrentarse a nuevos retos. Espera que se le retroalimente (feedback) en el momento que realizan su labor bien u obtienen éxito, no esperan las revisiones anuales, dado que para ellos es más importante sentir que la labor que están realizando la hacen de buena manera, es efectiva y beneficia a la organización.

Finalmente, el que tengan objetivos tan claros los llevan a ser exigentes con el medio y con ellos mismos, buscando empleos que satisfagan sus deseos y necesidades, en donde se le permita un crecimiento a nivel profesional, puedan desarrollar su potencial, tengan horarios flexibles y puedan realizar actividades de ocio y esparcimiento con su pareja, amigos y familiares, buscando siempre su bienestar.

Metodología

Enfoque de investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos en los cuales se miden las variables en un espacio o contexto determinado, luego, se analiza los resultados o mediciones obtenidas para conseguir las conclusiones. Por medio de este enfoque se busca medir y apreciar resultados de las dimensiones de la cultura organizacional en una muestra de millenials de la IUE, además busca dar un conocimiento cuantificado mostrando aspectos y características de la población de estudio.

Diseño de estudio

La presente investigación cuenta con un diseño no experimental, en el cual, no se realiza ningún tipo de manipulación de las variables, es decir, no se intenta alterar de forma intencionada las variables independientes para observar el efecto que tiene en otras variables (Hernández- Sampieri et al., 2014). A partir de la definición suministrada, se puede decir que este trabajo investigativo busca aplicar este diseño con el fin de describir las dimensiones de la cultura organizacional en una muestra de millennials de la IUE evaluados en 2020-1.

Nivel de estudio

El alcance de la investigación es descriptivo, en el que se busca especificar características propiedades y perfiles de personas, grupos, etc. Además, se miden y se recolectan datos sobre diversas variables, dimensiones, entre otros, del fenómeno o problema a investigar (Hernández- Sampieri et al., 2014). Es decir, que en la presente

investigación se pretende identificar las dimensiones de la cultura organizacional que tiene mayor prevalencia en una muestra de millennials de la IUE.

Tipo de estudio

La presente investigación es un tipo de estudio observacional dado que según Vigil y Pérez (2007) este consiste en “el uso de técnicas que permiten al investigador adquirir información por medio de la observación directa y el registro de fenómenos, pero sin ejercer ninguna intervención (dejando libres a los observados)” (p. 36). En este caso se pretende observar la cultura organizacional describiendo las dimensiones en una muestra de millennials de la IUE, no se pretende hacer ninguna intervención de variables en dicha investigación, solo se hará observación directa del fenómeno a estudiar.

Por otra parte, el estudio dispone de una planificación de tipo prospectiva, la cual se sustenta en hacer registro del fenómeno a medida que van ocurriendo los hechos programados para observar (Vigil y Pérez, 2007), es decir, que se pretende recolectar información por medio de encuestas que permitirá hacer un registro de los hechos, según la experiencia de los millennials en el campo laboral.

Población

La población objetivo de la investigación son los estudiantes, docentes y administrativos que hacen parte de la comunidad académica de la IUE. Para estimar el dato de la población se comunicó con la persona encargada del área de Planeación de la IUE, pero no se obtuvo respuesta y por tal motivo no se encontró el dato numérico de los estudiantes matriculados en el 2020-1 y de los empleados contratados.

Muestra

Criterios de inclusión y exclusión. Los criterios de inclusión del presente trabajo investigativo son:

- Personas que se encuentren en edades de 18 a 40 años, porque según Díaz et al. (2017) “la generación Y o Millennials son aquellos nacidos a principios de los 80 e inicios del siglo XXI. Tomando como base el rango propuesto por Zemke et al., (2013), los Millennials son aquellos nacidos entre 1980 y 2002” (p.197).
- Experiencia laboral mínimo de 6 meses, ya que según (O. Vélez comunicación personal, 2 de abril, 2020), se requiere de 5 a 6 meses para que se genere un proceso de aculturación, puesto que estas personas ya cuentan con un conocimiento y criterio más sólido de las características de una organización deseadas o que los atrae a nivel laboral.
- Personas que hayan tenido o tengan empleos formales como es establecido en el en la ley 1610 de 2013 en el capítulo 2 “Acuerdos de formalización laboral” en el artículo 14 párrafo 2 menciona “lograr la formalización de las relaciones laborales mediante compromisos eficaces de los empleadores para mejorar las formas de vinculación del personal, buscando la celebración de contratos de trabajo con vocación de permanencia, en los términos de ley” (Ministerio de Justicia y Derecho, 2013).
- Las personas que han realizado prácticas profesionales dentro de una organización dado que en la ley 1955 de 2019 en el artículo 192 en su párrafo 1° “El tiempo de la práctica laboral que el estudiante realice para optar a su título de profesional, tecnológico o técnico cuenta como experiencia laboral” (Congreso de Colombia, 2019).

Criterios de inclusión y exclusión. Los criterios exclusión del presente trabajo investigativo son:

- Personas que sean menores de 18 años o mayores de 40 años
- Personas que no tengan experiencia laboral o que esta experiencia sea menor a 6 meses.
- Personas que no hayan tenido o no tengan empleos formales como es establecido en el en la ley 1610 de 2013 en el capítulo 2 “Acuerdos de formalización laboral” en el artículo 14 párrafo 2 menciona “lograr la formalización de las relaciones laborales mediante compromisos eficaces de los empleadores para mejorar las formas de vinculación del personal, buscando la celebración de contratos de trabajo con vocación de permanencia, en los términos de ley” (Ministerio de Justicia y Derecho, 2013).

Técnicas de recolección de información

Para esta investigación se seleccionó un tipo de muestra no probabilística, definida por Hernández-Sampieri et al. (2014) como un procedimiento en el que la elección de los casos se realiza por medio de las características, variables o la intención de la investigación, y no se busca una representatividad o generalización de la población.

Esta investigación dispone de un tipo de muestra no probabilística, dado que la forma de recolección de la información se realizó por medio del tipo de esquema muestral bola de nieve, que funciona en cadena, en el cual, después de aplicar el instrumento a un sujeto, este podrá identificar a otras personas que tengan similitud con las características de la investigación (Hernández-Sampieri et al. 2014). En consecuencia, no se realizará un cálculo para hallar la muestra.

Tabla 3. Operacionalización de variables independientes y dependientes.

Variable	Definición	Tipo	Indicador
Edad	Tiempo de vida transcurrido desde el nacimiento de una persona.	Cuantitativo	18 a 40 años de edad.
Sexo	Género de los sujetos participantes	Cualitativo	Femenino (1) Masculino (2)
Estado Civil	Situación de las personas físicas determinada por sus relaciones de familia, provenientes del matrimonio o del parentesco, que establece ciertos derechos y deberes.	Cualitativo	Soltero (a) (1) Casado (a) (2) Unión libre (3) Divorciado(a) (4)

Ocupación	Trabajo asalariado al servicio de un empleador.	Cualitativo	Estudiante (1) Docente (2) Administrativo (3) Estudiante y empleado (4)
Sector Económico	Son parte de la actividad económica de un país o territorio y su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos (Departamento Nacional de Planeación, 2000).	Cualitativo	Sector comunicaciones (1) Sector comercial (2) Sector financiero (3) Sector académico (4) Sector administrativo (5) Sector salud (6) Sector otro (7) Sectores varios

			(8)
Cultura Organizacional	Manera habitual y tradicional de pensamiento y realización de actividades, las cuales son formadas en mayor o menor grado por todos los miembros de la organización (Olmos & Socha, 2006).	Cuantitativo	Sumatoria de los puntajes obtenidos en el Instrumento para Medir cultura Organizacional. Primera cultura organizacional (11-15 puntos) Segunda cultura organizacional (6-10 puntos) Tercera cultura organizacional (1-5 puntos)

Instrumentos de recolección de información

Se emplearán dos instrumentos para la recolección de datos, como son la encuesta sociodemográfica y el instrumento para medir cultura organizacional, los cuales, están enfocados en dar respuesta a las diferentes variables de estudio.

Encuesta sociodemográfica. Se trata de un cuestionario de diseño propio, elaborado a partir de las siguientes categorías de datos sociodemográficos de los millennials de la IUE, edad, sexo (femenino y masculino), estado civil (soltero, casado, unión libre, separado/a, divorciado/a), ocupación (estudiante, docente, administrativo y estudiante y empleado) y sector económico donde labora (comunicaciones, comercial, financiero, académico, administrativo, salud, otro, sectores varios) (Véase Anexo A).

Instrumento para medir cultura organizacional. El instrumento que se utilizó para obtener la información necesaria que da respuesta a la pregunta de investigación, fue realizado en la Universidad de la Sabana, como trabajo de grado para optar por el título de profesional en psicología.

La teoría en la que se basa la escala es el modelo propuesto por Edgar Schein, el cual se describió en el marco teórico. Cuenta con 18 ítems. Tiene una duración de 10 a 15 minutos. El instrumento se divide en seis subdimensiones que son:

- **Valores.** Entendido como el conjunto de principios o cualidades consideradas por los integrantes de una organización.
- **Creencias.** Definidas como hipótesis o consideraciones que pueden ser verdaderas o falsas que se dan desde el modelo de negocio.
- **Clima.** Comprendido como los sentimientos dentro de un ambiente organizacional.
- **Normas.** Son los estándares o reglas que rigen en la organización.
- **Símbolos.** Son los iconos, rituales y tradiciones esenciales para la organización.
- **Filosofía.** Interpretado como las políticas e ideologías que dirigen las acciones empresariales.

Aplicación. Se enfoca en trabajadores de una empresa, aunque para este proyecto fue aplicado a estudiantes que tuvieran experiencia de mínimo 6 meses en una empresa. El instrumento sugiere la aplicación de manera presencial, pero dada la situación que se está viviendo actualmente en el mundo por la COVID-19, se ha ordenado aislamiento preventivo obligatorio para todo el país, por lo que su aplicación se hizo de forma virtual, generando un archivo en formularios Google, que incluye todos los ítems y las instrucciones.

La aplicación debe ser en una sola sesión. Se aclaró a los examinados el objetivo de la aplicación del instrumento y la inexistencia de respuestas buenas o malas.

Calificación. La escala de medición del instrumento es tipo likert, en esta se indica el grado de acuerdo o desacuerdo en relación con una afirmación, ítem o reactivo, por medio, de una escala ordenada y unidimensional (Bertram, 2008 como se citó en Matas, 2018).

El procedimiento que se realizó fue descargar un archivo de Excel con las respuestas de todos los participantes, las cuales eran de respuesta obligatoria en el formulario de la encuesta. En este se verificó que se cumpliera con el rango de edad. En el mismo archivo se calculó la puntuación total de cada encuestado, la cual resulta de la suma del valor (según escala likert) que le asignó el sujeto a cada respuesta. El siguiente paso fue dividir el total por la cantidad de ítems y así obtener un promedio. Al hacer la sumatoria de esta forma se garantiza rapidez y exactitud.

Ejemplo:

Fórmula: ítem 1 + ítem 2 + ítem 3 + ítem 4 + ítem 5 + ítem 6 + ítem 7 + ítem 8 + ítem 9 +
 ítem 10 + ítem 11 + ítem 12 + ítem 13 + ítem 14 + ítem 15 + ítem 16 + ítem 17 + ítem 18 =
 total / 18

Resultados del participante: 3 + 4 + 4 + 5 + 5 + 2 + 5 + 4 + 3 + 5 + 2 + 4 + 3 + 5 + 5 + 2 + 3
 + 4 = 68/18 = 3,7

Interpretación. Es necesario recordar que los promedios obtenidos iban a estar entre 1-15, de esta forma se sabría a qué cultura organizacional pertenecían según la siguiente descripción:

El primer tipo de cultura organizacional (puntaje 11 - 15) se caracteriza por valorar la innovación, el trabajo en equipo y los resultados más que el proceso, también creen que cuentan con lo necesario para trabajar y su labor es bien remunerada y consideran que para obtener el trabajo necesitan de una palanca para ingresar a la empresa, consideran que tienen cierto grado de autonomía, colaboración y desarrollo personal; poseen horarios fijos, utilizan un vestuario formal o uniforme y tienen castigos o sanciones severas ante una falta. Además, se celebran fechas especiales, utilizan premios para incentivar una buena labor y por el alto conocimiento de los trabajadores de los símbolos de la empresa, poseen una coherencia entre las acciones y la misión, prefieren personal externo y tienen interés en que el personal se desarrolle tanto profesional como personalmente.

En el segundo tipo de cultura organizacional (puntaje 6 - 10) se caracterizan por valorar medianamente la innovación, el trabajo en equipo y los resultados más que el proceso, creen tener más o menos lo necesario para trabajar, creen que la remuneración que reciben se encuentra dentro del rango normal por la labor que realizan y por la ayuda

relativa que puede dar una palanca. Perciben que su autonomía, colaboración y desarrollo personal no es suficiente. Poseen horarios fijos, el vestuario es flexible y tienen pocos castigos o sanciones ante la falta. Pocas veces celebran fechas especiales, utilizan pocos premios para incentivar una buena labor y por el poco conocimiento de los trabajadores de los símbolos empresariales. Tienen una coherencia relativa entre las acciones y la misión, dan igual oportunidad al personal externo e interno para ocupar las vacantes y tienen poco interés de que el personal se desarrolle tanto personal como profesionalmente.

El tercer tipo de cultura organizacional (puntaje 1 - 5) se caracteriza por no valorar la innovación, el trabajo en equipo y los resultados más que el proceso, creen no tener lo necesario para trabajar, ser mal remunerados por su labor y la inutilidad de tener una palanca para ingresar a una empresa. Perciben no tener autonomía, colaboración ni desarrollo personal en la empresa. No poseen horarios, ni vestuarios fijos y no utilizan sanciones o castigos severos ante la falta. No celebran fechas especiales, no utilizan premios para incentivar la buena labor y por el desconocimiento de los trabajadores de los símbolos empresariales. No tienen una coherencia entre las acciones y la misión, prefieren personal interno para ocupar las vacantes y hay desinterés de que los trabajadores se desarrollen personal y profesionalmente (Olmos y Socha, 2006) (Véase el Anexo B).

Procedimiento

Se utilizó el “Instrumento para Medir Cultura Organizacional” realizado en la Universidad de la Sabana, el cual mide seis dimensiones de la cultura organizacional que son, valores, creencias, clima, normas, símbolos y filosofía, además, de una encuesta sociodemográfica. Estos se aplicaron previa firma del consentimiento informado, por medio de un formulario online realizado desde Google Forms, el cual se distribuyó a través de las

diferentes redes sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram, y se difundió por medio de docentes de la IUE. Finalmente, se analizaron los resultados obtenidos de la encuesta sociodemográfica y el instrumento.

Plan de análisis

Se empleó el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 25 para desarrollar el análisis descriptivo correspondiente al nivel de la investigación. Se realizó un análisis univariado de las variables sociodemográficas y de cultura organizacional, y se calcularon medidas de tendencia central, análisis de frecuencias y porcentajes. Además, se analizó la consistencia interna de los resultados obtenidos por medio del coeficiente Alfa de Cronbach.

Consideraciones éticas y marco ético legal

Este trabajo se rige por los principios éticos, morales y legales mencionados en la Ley 1090 de 2006, que regulan y reglamentan el ejercicio de la profesión de la psicología en cuanto al principio de la responsabilidad al mantener los más altos estándares de la profesión, que en el presente trabajo se aplica asegurando el manejo ético de la información que se obtenga durante la investigación. Además, se hace uso de la confidencialidad como el manejo responsable y con reserva de la información suministrada por los participantes, además de esto mantener informados a los evaluados de las limitaciones legales que tienen que ver con el secreto profesional como medida responsable que adoptan los profesionales de la salud. Por otra parte, el proyecto incluye el conservar el bienestar respetando la integridad de las personas y manteniendo a las mismas informadas de los compromisos adoptados.

Así mismo, se incluyen las normas expuestas en la Resolución 8430 de 1993 del Ministerio de Salud, acerca de la prevalencia de la seguridad de los participantes en la investigación. La presente investigación conlleva un riesgo mínimo, ya que puede influir aspectos sensitivos de la conducta de los participantes y generar impacto psicológico sin daño permanente en ellos.

Esta investigación se rige además por la Ley 1581 de 2012 la cual expone el derecho que tienen las personas a rectificar, actualizar, corregir y hacer adición de datos personales que suministren durante el proceso de recolección de datos, teniendo en cuenta el manejo responsable de la información con limitaciones en las posibilidades de divulgación. En la presente investigación se aplica al darle el manejo responsable a los datos recolectados, teniendo un uso adecuado según el objetivo del proyecto que consiste en describir las dimensiones de la cultura organizacional en una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado evaluados en 2020-1.

Por otra parte, a través de un consentimiento informado se les explicó a los participantes que era una actividad con fines académicos, en la cual podían participar de manera voluntaria, y desistir de la misma en el momento que lo creyeran pertinente. Se hizo claridad de que todos los datos e información suministrada serían tratados con toda responsabilidad y ética, y los resultados solo serán expuestos en espacios académicos. Se actuó de buena fe buscando el bienestar de todos los implicados, procurando el cumplimiento de las normas en cuanto a la confidencialidad y manejo de la información (Véase Anexo C).

Resultados

Los resultados de la presente investigación fueron extraídos de una muestra de 38 personas que eran estudiantes o trabajadores en la Institución Universitaria de Envigado durante el periodo 2020-1, con edades entre los 18 y 40 años; de las cuales 29 eran mujeres (76,3 %) y 9 eran hombres (23,7 %).

Entre los resultados de la investigación, se resalta la confiabilidad de los datos que, según el coeficiente Alfa de Cronbach, es de 0.848 para la consistencia interna, lo que se interpreta como una confiabilidad elevada, teniendo en cuenta que la puntuación es de 0 a 1 (Caycho, 2017).

Los resultados se podrán apreciar de la siguiente forma: tabla de estadísticos descriptivos de variables sociodemográficas (tabla 4), seguido a esta se encuentra la Caracterización sociodemográfica de la muestra y su cultura organizacional (N=38) y finalmente figuras y descripción por frecuencias para edad, sexo, estado civil, sector económico y cultura organizacional.

Tabla 4. Estadísticos descriptivos para las variables sociodemográficas

		Estadísticos				
		Edad	Sexo	Estado civil	Ocupación	Sector económico
N	Válido	38	38	38	38	38
	Perdidos	0	0	0	0	0
Media		28,29				
Mediana		26,00				
Moda		34	Femenino	Soltero (a)	Estudiante	Académico
Desviación		5,555				
Mínimo		19				
Máximo		39				

Como se muestra en la tabla 4 se evaluaron 38 personas y no se identificaron datos perdidos. Además, se muestra que la media para la edad fue de 28 años con una desviación de 5 años, la mediana de 26 años y la moda de 34 años, y finalmente se encontró una edad mínima de 19 años y una edad máxima de 39 años. La moda para la variable sexo es el femenino. En la variable estado civil los solteros tuvieron mayor participación. La ocupación más repetida fue la de estudiante, y la moda para el sector económico fue el académico.

Tabla 5. Caracterización sociodemográfica de la muestra y su cultura organizacional (N = 38)

Característica		Frecuencia	Porcentaje
Edad	19-27 años	22	57,9%
	31-39 años	16	42,1%
Sexo	Femenino	29	76,3%
	Masculino	9	23,7%
Estado civil	Soltero (a)	27	71,1%
	Casado (a)	2	5,3%
	Unión libre	6	15,8%
	Divorciado (a)	3	7,9%
Ocupación	Estudiante	29	76,3%
	Docente	4	10,5%
	Administrativo	3	7,9%
	Estudiante y empleado	2	5,3%
Sector económico	Comunicaciones	1	2,6%
	Comercial	5	13,2%

	Financiero	5	13,2%
	Académico	9	23,7%
	Administrativo	4	10,5%
	Salud	5	13,2%
	Otros	3	7,9%
	Sectores varios	6	15,8%
Cultura organizacional	Tercera cultura	38	100,0%
	Segunda cultura	0	0,0%
	Primera cultura	0	0,0%

Tabla 6. Cultura organizacional

		Tercera cultura	Segunda cultura	Primera cultura
Valores	N total	38 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Creencias	N total	38 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Clima	N total	38 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Normas	N total	38 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Símbolos	N total	38 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
Filosofía	N total	38 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

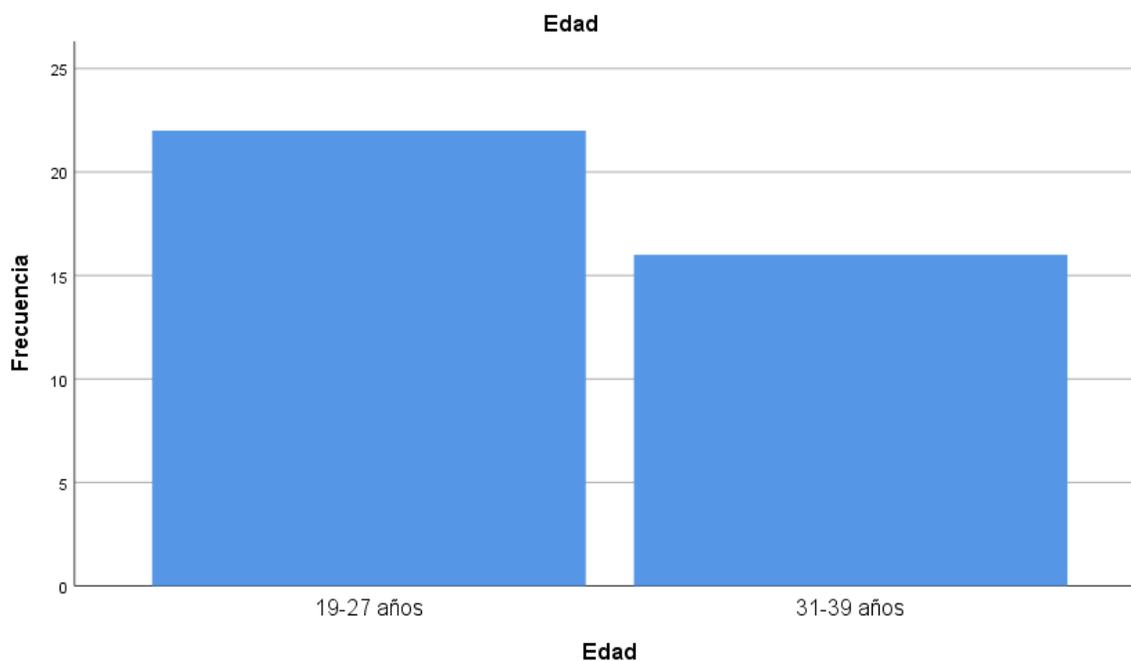


Figura 1. Frecuencia por edad.

Como se muestra en la tabla 5 y en la figura 1, se evaluaron 38 personas de las cuales en promedio tenían 28 años. Para la frecuencia, 22 personas tenían entre 19 y 27 años y 16 tenían entre 31 y 39 años.

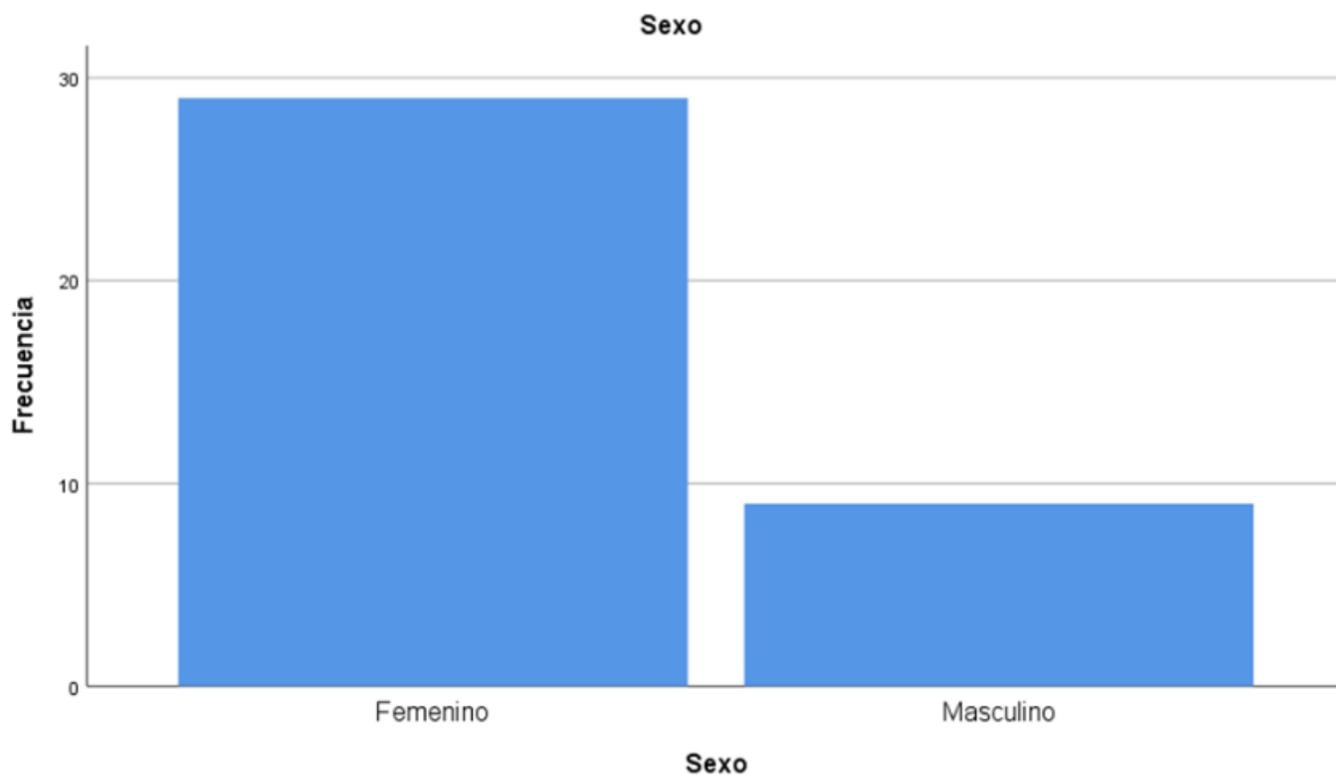


Figura 2. Frecuencia por sexo.

Se evaluaron 29 mujeres que equivalen al 76,3% de la muestra total y 9 hombres que equivalen al 23,7% restante, para un 100%. En la tabla 5 y figura 2 se puede identificar que las mujeres tuvieron más participación en la investigación en comparación con los hombres.

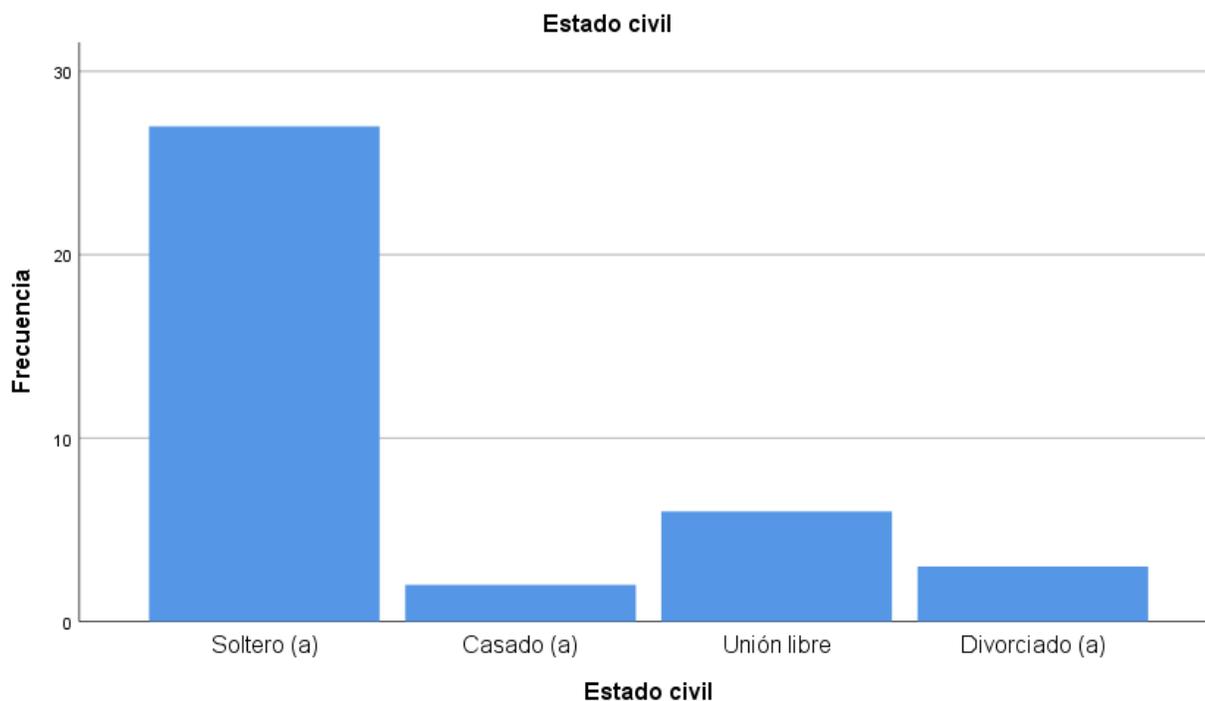


Figura 3. Frecuencia para estado civil.

Como se muestra en la tabla 5 y en la figura 3, la mayor participación en la investigación la tuvieron los solteros con 27 encuestados, para un total del 71,1% de la muestra total, seguidos por los que viven en unión libre con 6 participantes para un total del 15,8%, en tercer lugar, están los casados con 3 participantes, lo que equivale al 7,9% y finalmente la población con menos participación fue la de los casados, con dos encuestados y sólo el 5,3% de la participación total.

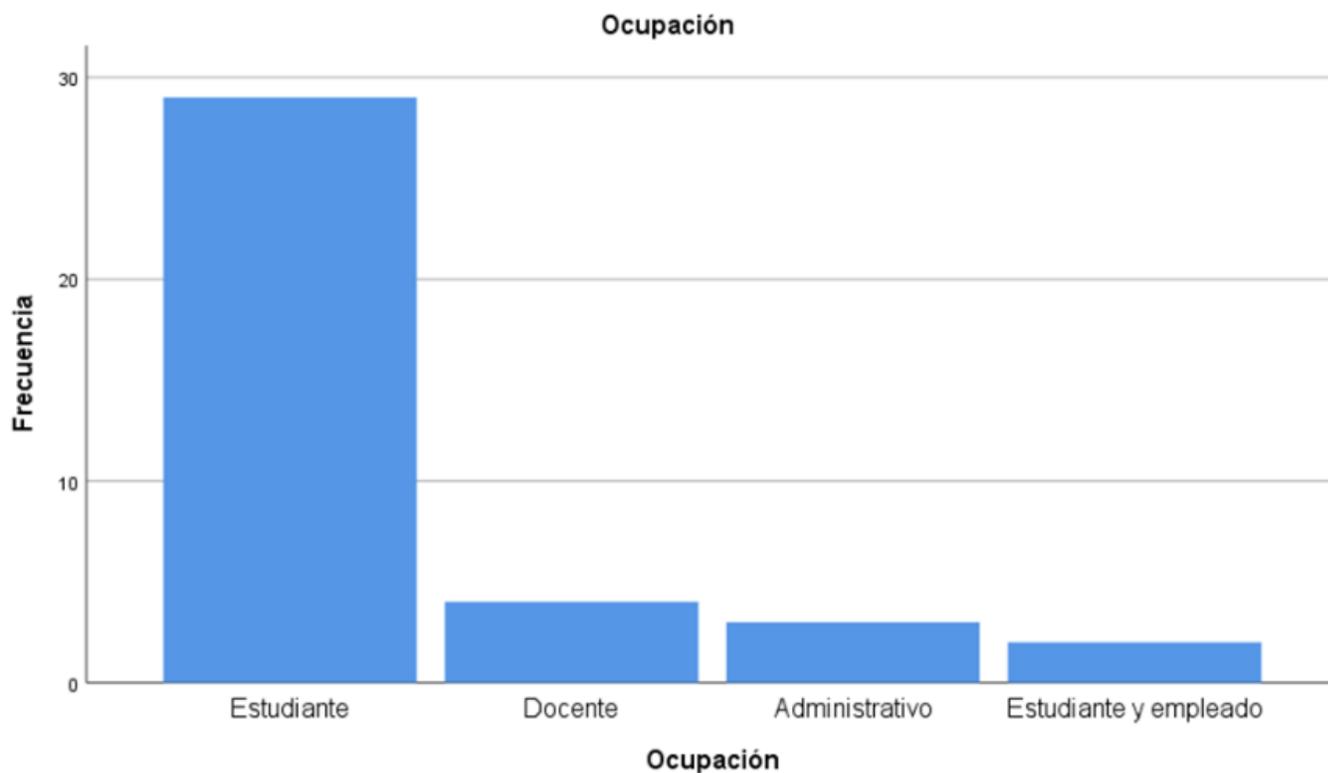


Figura 4. Frecuencia para ocupación.

Como se muestra en la tabla 5 y figura 4, la ocupación más común dentro de los evaluados fue la de estudiante con 29 participantes, para un total de 76,3% del total de la muestra, seguido de la docencia con 4 participantes y con un 10,5%, en tercer lugar, están los administrativos con 3 evaluados y un 7,9%, finalmente se encontraron 2 participantes que eran estudiantes y empleados, para un total de 5,3% del total de la muestra.

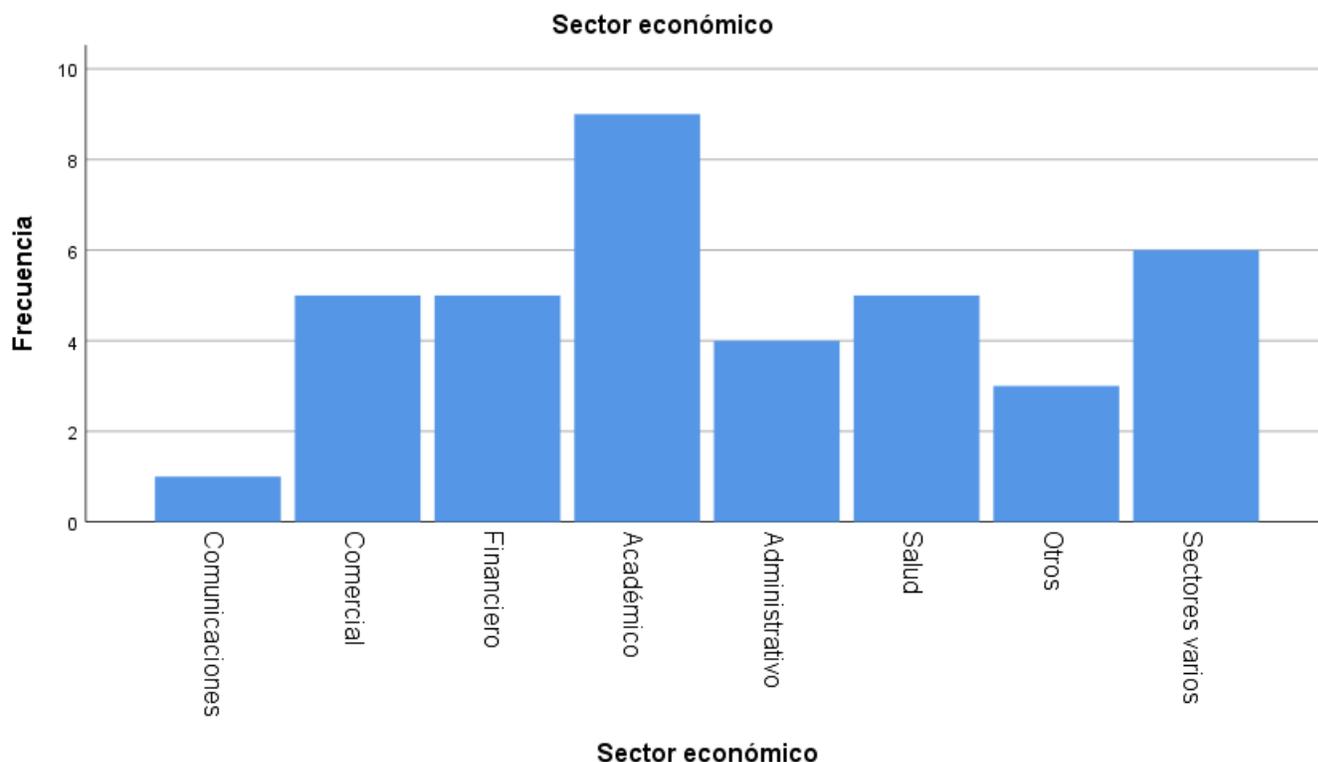


Figura 5. Frecuencia para sector económico

La mayor cantidad de participantes estuvieron dentro del sector académico con 9 encuestados, lo que equivale al 23,7% del total de la muestra, le siguió sectores varios con 6 participantes, lo que es igual al 15,8%, el tercer lugar fue para el sector comercial, financiero y salud, con 5 participantes y un 13,2% para cada uno de ellos, seguido a estos estuvo el sector administrativo con 4 evaluados y un 10,5%, en quinto lugar con 3 participantes y un 7,9% estaba el sector otros, y la menor participación fue para el sector comunicaciones con un evaluado y solo el 2,6% del total de la muestra, lo anterior evidenciado en la tabla 5 y figura 5.

Tabla 7. Confiabilidad para los resultados.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,848	18

La confiabilidad para los resultados de este proyecto de investigación se midió con base en el Alfa de Cronbach, este estadístico se interpreta en un rango de 0 a 1, es decir, 0 para poca confiabilidad y 1 para alta (Caycho, 2017). Para la presente investigación la consistencia interna de las respuestas obtenidas en el formulario fue de 0,848, esto se interpreta como un nivel de confiabilidad elevado.

Discusión

El siguiente apartado, tiene como finalidad comparar los resultados expuestos anteriormente con algunas investigaciones y teorías incluidos en los antecedentes y marco teórico. Se considera importante mencionar que la confiabilidad de los resultados según el Alfa de Cronbach fue elevada, con una puntuación de 0.848 (Ver Tabla 6).

A partir de los resultados encontrados, en relación con el tipo de cultura organizacional que se presentó en la muestra de millennials, se puede decir que, se halló que en estos se presentó el tercer tipo de cultura organizacional según el autorreporte, lo que limitó el análisis estadístico y no se pudo realizar comparaciones con otras culturas organizacionales.

En relación con la variable sociodemográfica de edad, se encontró que el promedio de edad de los evaluados es de 28 años con un 57,9% para los evaluados entre 19 y 27 años, lo que tiene relación con los resultados de Barajas y Zapata (2018), que encontraron en promedio edades entre 26 a 30 años (21%) y en la investigación de Palacios (2019) el promedio de los encuestados tiene 33 años de edad, lo que da a conocer que en las diferentes investigaciones relacionadas con el concepto de cultura organizacional las edades oscilaban entre 26 a 33 años o más.

Por otro lado, para la variable sociodemográfica sexo, de los 38 evaluados, 29 eran mujeres que corresponden al 76,3% y 9 hombres que equivale al 23,7%, lo que quiere decir, que el género femenino tuvo mayor intervención en la investigación; lo que se puede relacionar con la investigación de Palacios (2019) en la que se tuvo mayor colaboración de mujeres con 107 en total y en la investigación de Arboleda y López (2017) en la que el 80%

de participación fue femenino, mostrando que las mujeres tiene una alta participación en investigaciones relacionadas con la cultura organizacional. Además, para la variable sociodemográfica de estado civil, los solteros tuvieron una mayor contribución con 27 encuestados que equivale a un 71,1% de la muestra total.

También, en la variable sociodemográfica ocupación tuvo mayor prevalencia la categoría de estudiante con 29 aportaciones que equivale al 76,3%, dando a conocer que estos han laborado o se encontraban laborando en el momento de la evaluación. Además, la variable sector económico, el que presentó mayor intervención fue el académico con 9 participantes que equivale al 23,7%, pero no se encontraron diferencias con los otros sectores económicos relacionados con la cultura organizacional, dado que la hipótesis de trabajo inicial era que se podía encontrar diferencias de culturas relacionadas con el sector económico pero esto no se pudo establecer ya que el total de la población se relacionó con el tercer tipo de cultura organizacional.

En relación al total de evaluados, la tabla 5 muestra que pertenecen al tercer tipo de cultura organizacional, lo que quiere decir que la muestra de millennials de la IUE evaluada, presenta poca valoración a la innovación y el trabajo en equipo, suelen pensar que no tienen lo necesario para realizar sus labores, sienten que no reciben el suficiente salario, y perciben no tener autonomía, colaboración, ni desarrollo personal en la empresa. Esto se relaciona con lo propuesto por Palacios (2019), dado que a menor edad se muestra una mayor tendencia a percibir el tipo de cultura jerárquica, esta guarda relación con el tercer tipo de cultura organizacional descrita en el “Instrumento para Medir Cultura Organizacional”, por medio de cómo se describen los elementos que la caracterizan. La

cultura jerárquica se describe según Cameron y Quinn (2006, como se citó en Palacios, 2019), como empresas con estructuras formales, organizadas y que cuentan con reglas y normas bien establecidas, el principal interés es la estabilidad, predictibilidad y eficacia de la organización, en la cual, no se le da al empleado una condición de importancia, ni están en búsqueda del desarrollo personal y profesional de este, sino que cumpla con lo que se espera en el trabajo y que ayude en la obtención de resultados que beneficien a la organización. También, se relaciona con el tipo de cultura consistente descrita por Denison (2003 como se citó en Bonavia et al., 2010), la cual, se caracteriza por estar bien integrada, la jerarquía está bien definida dentro de la organización, el comportamiento de los trabajadores se ve influenciado por los valores corporativos y hay un alto grado de acuerdo entre los mismos.

Además, los resultados encontrados se relacionan con la investigación de Rivera y Joliet (2018), en la que se expone que en las empresas colombianas predomina el tipo de cultura jerárquica con un 46,2%, es decir, que se centran en mantener el control interno a través de reglas, procedimientos, especialización del trabajo y centralización de las decisiones. Los líderes son considerados buenos coordinadores y organizadores y se enfocan en la estabilidad y eficiencia (Peña et al., 2018). Se puede decir que la muestra de millennials de la IUE reconocen las cualidades y elementos de este tipo de cultura organizacional, dado que son las principales características que se presentan en las empresas que laboran según su autoinforme.

Ahora bien, los resultados obtenidos en este proyecto de investigación estuvieron sujetos a diferentes limitaciones, la principal es que el “Instrumento para medir Cultura

Organizacional” no concluyó su proceso de validación, dado que no se realizó el pilotaje del mismo, por tal motivo el instrumento no cuenta con un rango de edad específico para la aplicación, y su única condición para su empleo es que las personas que lo diligencien sean trabajadores (Olmos & Socha, 2006).

Otra limitación, es que al momento de realizar el rastreo bibliográfico y de los antecedentes de investigación, se encontraron pocas investigaciones que abordaran la variable de cultura organizacional en millennials, en estas investigaciones se encontró principalmente el concepto de cultura organizacional o las características de la generación millennials. Por tanto, se recomienda realizar más investigaciones sobre cultura organizacional en la población evaluada.

También, se presentó otra limitación relacionada con el tamaño de la muestra ya que fue pequeña porque contó con un total de 38 observaciones en comparación con una población de estudiantes, docentes y administrativos de la IUE en el rango de edades de los millennials, que se presume mucho mayor. En consecuencia, se recomienda reproducir la presente investigación, con muestras mayores, que posibiliten generalizaciones con mayor poder estadístico, teniendo en cuenta la población de millennials que se encuentra en el campo laboral.

Finalmente, se propone realizar investigaciones a nivel local, regional, nacional e internacional sobre la cultura organizacional que tiene mayor prevalencia en la generación Y o millennials, con el fin de comparar los datos y que a partir de estos se puedan crear proyectos y estrategias organizacionales que beneficien a las empresas y a la generación millennials.

Conclusiones

En la presente investigación se pudo observar que la cultura organizacional predominante en la muestra de millennials según el instrumento aplicado, es la tercera cultura, la cual se caracteriza por el poco valor que se le da a la innovación y otros factores como trabajo en equipo, la mala remuneración y poca autonomía para ejercer sus funciones. Por ende, el hallazgo principal es que no hay variabilidad en los tipos de cultura, dado que, el 100% exhibieron una misma cultura prevalente en esta población.

Se puede presumir que la poca variación en las respuestas se debe a la muestra tan pequeña que participó de la investigación, no obstante, es probable que se deba también a las características de esta población las cuales, según Sánchez (2015) se define como personas dinámicas y rompedoras de moldes preestablecidos, que buscan un modelo de gestión organizativo, que se base en el entusiasmo por el reto y el reconocimiento inmediato, a través de entornos socializantes y flexibles que permitan al mismo tiempo el disfrute del tiempo personal. Por esta razón, es probable que esta población perciba la cultura organizacional actual como poco creativa, con limitaciones para ejercer la autonomía y donde existe un desinterés frente al desarrollo profesional y personal de los trabajadores.

Para concluir, se pudo observar que hay relación con los resultados de algunos antecedentes que se tuvieron en cuenta para este proyecto, estos coinciden en datos tales como: las mujeres son las de mayor participación en encuestas o entrevistas realizadas y así mismo el sector económico con mayor aporte en investigaciones de temas similares es el académico.

Referencias

- Acosta, P. C. (2017). Motivaciones laborales de Millennials que trabajan en diversas empresas de la ciudad de Bogotá, Colombia (Bachelor's thesis, Universidad de La Sabana). Recuperado de: <https://intellectum.unisabana.edu.co>
- Alba, M. D. C. y Grandez, G. M. L. (2018). Cultura organizacional y la gestión del capital humano en el sector de servicios (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/7036>
- Alcaide, C. V. P. (2018). Influencia de la cultura organizacional en la satisfacción laboral de los servers millennials en Lima Metropolitana: caso Chilis. Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3625>
- Arboleda, P. G. I. & López, R. J. M. (2017). Cultura organizacional en las instituciones prestadoras de servicios de salud del Valle de Aburrá. *Revista Ciencias de la Salud*, 15(2), 247-258. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.5761>
- Barajas, A. L. R. & Zapata, Á. P. (2018). Los Millennials y la cultura de la innovación en las empresas de TI. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 11, 508-525. Recuperado de: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/4839>
- Bonavia, M. T., Prado, V. & García, H. A. (2010). Adaptación al español del instrumento sobre cultura organizacional de Denison. *Summa Psicológica UST*, 2010, vol. 7, num. 1, p. 15-32. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es>

- Caycho-Rodríguez, Tomás. (2017). Intervalos de Confianza para el coeficiente alfa de Cronbach: aportes a la investigación pediátrica. *Acta pediátrica de México*, 38(4), 291-292. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.18233/apm38no4pp291-2941440>
- Chacón, D. M. M., Martínez, B. U. M., & Ramírez, R. M. J. (2017). Desarrollo de la cultura organizacional como factor clave en la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Café Nicaragüense de la ciudad de Estelí durante el primer semestre del año 2017 (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua). Recuperado de: <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/9908>
- Carrillo, P. Á. P. (2016). Medición de la cultura organizacional. *Ciencias administrativas*, 4. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/57300>
- Collado, C. M. F. (2017). Exploración de la confiabilidad. Test–Retest de la evaluación de cultura organizacional (OCAI) en tres empresas privadas de Lima. Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2903>
- Congreso de Colombia. (2019). Ley 1955 de 2019 (50.964). Recuperado de <https://achc.org.co/wp-content/uploads/2019/05/Ley-1955de-2019-PND.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2000). Lista de gremios empresariales colombianos, de cobertura nacional, según sector económico. Recuperado de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Sectores_econ%C3%B3micos
- Díaz, R. (2003). Cultura organizacional. São Paulo: Alínea. Recuperado de: <https://www.researchgate.net>

- Díaz, S. C., López, L. M. & Roncallo, L. L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, X y Millennials. *Clío América*, 11(22), 188-204. Doi: 10.21676/23897848.2440
- Gil, B., & Miguel, M. (2019). Cultura organizacional y equipos de alto desempeño en ventas en compañías de seguros y bancos. Trujillo. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe>
- Guzmán, J. E. (2017). *Cómo liderar a los millennials en las organizaciones*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/17369>.
- Hernández- Sampieri, R., Fernández, C & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill. (6)
- Linares, R. Y. C. (2017). Cultura organizacional y compromiso organizacional de los trabajadores de la empresa Unimaq SA, Ate 2017. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 38-47. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038&lng=es&tlng=es.
- Méndez, A. C. E. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Universidad & Empresa*, 21(37), 136–169. Recuperado de: <https://doi-org.iue.basesdedatosezproxy.com/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>

Mena, M. D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & Gestión*, 46, 11–47. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/11162/214421444595>

Ministerio de educación nacional. (2012). Ley 1581 de 2012. *Bogotá, DC: Diario Oficial*. Recuperado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/>

Ministerio de justicia y derecho. (2013). Ley 1610 de 2013(48661). Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1685014>

Ministerio de la protección social. (2006). Ley número 1090 de 2006. *Bogotá, DC*.

Ministerio de salud. (1993). Resolución 8430 de 1993. *Bogotá, DC: Diario Oficial*. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co>

Mitta, F. D. E., Salinas, D., & Lucero, C. (2015). Retención del talento humano: políticas y prácticas aplicadas sobre jóvenes “Millennials” en un grupo de organizaciones. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6948>

Olmos, T. M. C., & Socha, F. K. (2006). Diseño y validación mediante jueces expertos del instrumento para evaluar cultura organizacional (Doctoral dissertation, Universidad de la Sabana). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10818/1838>

- Palacios, M. A. S. (2019). Relación entre la percepción de cultura organizacional y edad en una compañía aseguradora de Lima Metropolitana. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/11964>
- Paz, P. M. J., Barrera, N. J. E., Medina, B., & Rico, R. A.M. (2016). Modelo de selección en empresas colombianas para la contratación de los Millennials. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11232/963>
- Peña, C. M. C., Díaz, D. M. G., Chávez, M. A. G., López, S. C. P., & Vázquez, M. B. A. (2018) La Cultura Organizacional En Una Pequeña Empresa (The Organizational Culture in a Small Company). *Revista Global de Negocios*, v. 6 (3) p. 93-102. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3071171>
- Rivas, C., & del Rosario, V. C. (2017). Cultura organizacional y motivación laboral de la dirección general de medicamentos insumos y drogas. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe>
- Rivera, V., & Joliet, I. (2018). Cultura organizacional: métodos de estudio y medición. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12010/3403>
- Sáenz, C. D., Chang, M. E., & Martínez, V. J. (2016). The impact of organizational culture on the competitive strategy and its influence on the export performance of SMEs in Barranquilla, Colombia. *Tec Empresarial*, 10(2), 7-16. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.18845/te.v10i2.2651>

- Sánchez, A. (2015). Los millennials y lo que deben hacer las empresas para adaptarse a ellos. (n°301). Recuperado de: <http://web.a.ebscohost.com.iue.basesdedatosezproxy.com/>
- Sánchez, G. A. J. (2017). Estudio de la gestión de la cultura organizacional, en la matriz Quito del Banco Central del Ecuador, a partir de la creación del departamento de comunicación interna 2014-2016 (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10644/5894>
- Sánchez, V. C. (2019). Estrategia comunicativa en cultura organizacional en el Hotel E Central (Doctoral dissertation, Universidad Central" Marta Abreu" de las Villas. Facultad de Ciencias Económicas. Departamento de Turismo). Recuperado de: <http://dspace.uclv.edu.cu:8089/handle/123456789/11685>
- Stein, G., & Martín, M. (2016). Cinco prácticas que atraerán a los millennials. IESE Insight (Spanish Edition), 31, 24–31. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com.iue.basesdedatosezproxy.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=124569492&lang=es&site=ehost-live>.
- Torrado, S. (2015). Empresas para los jóvenes. *Latin trade*. Recuperado de: <http://latintrade.com/es/the-young-and-the-workplace>.
- Vigil, M. M. R., & Pérez-Cabrera, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 4(1). Recuperado de: <https://doi.org/10.22201/eneo.23958421e.2007.1.469>

Anexos

Anexo A

Encuesta sociodemográfica

Formato encuesta sociodemográfica Investigación Cultura organizacional de una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado.

1. Nombre completo

2. Cédula

3. Edad _____

4. Sexo ___ Femenino ___ Masculino

5. Estado civil

___ Soltero (a) ___ Casado (a) ___ Unión libre ___ Separado (a) ___ Divorciado (a) ___ Viudo

6. Ocupación

Sector económico donde labora

___ Sector comunicaciones

___ Sector comercial

___ Sector financiero

___ Sector académico

___ Sector administrativo

___ Sector salud

___ Sector otro

___ Sectores varios

Anexo B

Instrumento para medir cultura organizacional

A continuación, encontrará una serie de frases. Lea cada una de ellas cuidadosamente y conteste de acuerdo a la siguiente tabla.

(Escoja UNA)

1 = Nunca 0%

2 = Ocasionalmente 25%

3 = Algunas veces 50%

4 = Frecuentemente 75%

5 = Siempre 100%

Responda todas las preguntas, teniendo en cuenta que no hay respuestas correctas ni incorrectas y todas las respuestas serán estrictamente confidenciales.

	1	2	3	4	5
1. ¿En la empresa donde usted labora se fomenta la innovación?					
2. ¿En la empresa donde usted trabaja se promueve el trabajo en equipo?					
3. ¿Para la empresa donde usted trabaja lo más importante es el cumplimiento de metas?					
4. ¿Cree usted que para ingresar a la empresa es necesaria una recomendación o influencia interna ?					
5. ¿Cree usted que el salario que recibe por su labor en la empresa es el adecuado ?					

6.¿Cree usted que se le suministran las herramientas necesarias para cumplir adecuadamente con su trabajo ?					
7.¿Percibe usted que la empresa le permite aprender y progresar como persona ?					
8.¿Percibe usted un ambiente de cooperación dentro la empresa ?					
9.¿Percibe tener autonomía para tomar decisiones relacionadas con su trabajo ?					
10.¿Existe claridad frente a los horarios de entrada y salida en su empresa?					
11.¿En la empresa hay normas respecto de la presentación personal de los empleados ?					
12. ¿La empresa utiliza sanciones ante una falta?					
13.¿La empresa celebra fechas especiales como el día de la secretaria , navidad, entre otros ?					
14.¿La empresa recurre a utilizar incentivos como viajes, condecoraciones, entre otros para premiar las buenas labores ?					
15.¿Los trabajadores reconocen y entienden el significado de las ceremonias, el logo y los colores representativos de la empresa?					
16.¿Su trabajo es coherente con la misión-visión de la empresa?					
17.¿Al haber una vacante , la empresa toma en cuenta primero a los trabajadores internos para dicho cargo antes que personas externas?					
18¿A la empresa le interesa tanto su desarrollo profesional como familiar ?					

Anexo C

Formato de consentimiento informado

Consentimiento Informado Investigación Cultura organizacional de una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado.

Datos generales	
Nombre	C.C.

Certifico que he comprendido que la información que reciban las estudiantes de psicología es de carácter confidencial y que se recolecta en aras de dar cumplimiento al objetivo de la investigación de trabajo de grado en curso, titulada “Cultura organizacional en una muestra de millennials de la Institución Universitaria de Envigado evaluados en 2020” vale aclarar que entendemos como millennials a aquellas personas que actualmente tienen entre 18 y 40 años.

Las investigadoras anonimizarán los datos personales en la presentación de sus resultados, con el propósito de dar cumplimiento a lo estipulado en la Ley 1090 de 2006 sobre el secreto profesional en investigaciones en psicología. Además, comprendo que no se me hará devolución de resultados individuales, pero podré acceder al informe final de la investigación.

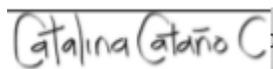
Se me indicó que el procedimiento a seguir es la realización de una encuesta para evaluar cultura organizacional con 18 ítems cuya su aplicación es de 10 minutos aproximadamente. Este procedimiento conlleva un riesgo mínimo para mi salud como lo estipula la Resolución 8430 de 1993 en el artículo 11.

También se me indicó que puedo revocar el consentimiento o dar por terminada en cualquier momento la relación entre las investigadoras y yo, cuando lo considere pertinente, sin que ello implique ningún tipo de consecuencia para mí.

Asimismo, podré solicitar aclaraciones sobre el proceso de investigación, en todo momento.

No recibiré pago por la participación en el estudio. Mi participación es voluntaria.

Una vez leído y comprendido el procedimiento que se seguirá, se firma el presente consentimiento el día ____ del mes _____ del año _____, en la ciudad de _____.



Firma Catalina Cataño Cataño

Estudiante de Psicología

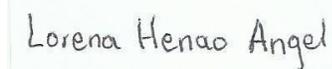
C.C. N° 1.037.629.915



Firma Ana Karina Correa Múnera

Estudiante de Psicología

C.C. N° 1.037.392.103



Firma Lorena Henao Ángel

Estudiante de Psicología

C.C. N° 1.040.755.364



Firma del psicólogo asesor docente

Nathaly Berrío García

C.C. N° 1.037.574.379

T.P. N° 120908

Encuestas				X
Análisis de encuestas				X

ACTA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

FECHA: 08/06/2020

NOMBRE DEL TRABAJO DE GRADO: Cultura organizacional en una muestra de millennials de la IUE 2020-1.

OBJETIVO DEL TRABAJO DE GRADO. Describir las dimensiones de la cultura organizacional en una muestra de millennials de la IUE 2020-1.

1. PARTICIPES. Catalina Cataño Cataño- Ana Karina Correa Múnera- Lorena Henao Ángel

3.. DURACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO. (CRONOGRAMA) 8 meses

4. VALOR TOTAL DEL TRABAJO DE GRADO. 5.000.000.000

5. ORGANISMOS FINANCIADORES(Patrocinadores).

Entidad	Cuantía

6. DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS ECONÓMICOS.

Con el propósito de estimular la producción intelectual de los partícipes, de reconocer el esfuerzo de los organismos financiadores y de fomentar la aplicación social de los nuevos conocimientos, se establece que los beneficios netos correspondan, en parte a la Institución Universitaria, en parte a los partícipes, en parte a los organismos financiadores, y que se reserve otra parte para la puesta a punto y comercialización de los resultados.

Los beneficios se distribuirán, en forma porcentual de acuerdo a la siguiente tabla:

	DERECHOS MORALES	DERECHOS DE EXPLOTACIÓN
PATROCINADORES		
ASESOR		
ESTUDIANTE	100 %	
IUE		
Total	100 %	100%

<p>7. OBLIGACIONES DE LOS PARTICIPANTES. Además de cumplir diligentemente los deberes inherentes a su trabajo en el trabajo de grado, especialmente, especialmente se comprometen a:</p> <p>7.1 Guardar la reserva de la información de cualquier índole que sea suministrada o que se conozca en desarrollo de las actividades del proyecto, salvo cuando tenga autorización previa y escrita del responsable del mismo.</p> <p>7.2 No gestionar ni presentar proyecto alguno que tenga relación directa o indirecta con el que colaboraron, aún después de su desvinculación del trabajo de grado, cuando con la tal divulgación se violen los derechos sobre la propiedad intelectual.</p> <p>7.3 No reclamar derechos sobre la propiedad intelectual cuando se retiren voluntariamente o estatutariamente antes de la culminación del trabajo de grado.</p> <p>8. CAUSALES DE RETIRO. El retiro podrá ser voluntario o podrá ser motivado por el incumplimiento de las obligaciones de una de las partes.</p>

9. FIRMA Y HUELLA DIGITAL DE LOS RESPONSABLES DEL TRABAJO DE GRADO Y DE LOS PARTICIPES.

ESTUDIANTES

Lorena Henao Angel



Gtalina Gtaño C



Karina Correa



ASESOR

Nathaly Berois García

REPRESENTANTE DEL PATROCINADOR.

REPRESENTANTE DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO.