



# LOS VALORES DE LAS PERSONAS Y LAS ORGANIZACIONES

Mar del Plata

Octubre de 2013

# SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN

## LOS VALORES DE LAS PERSONAS Y LAS ORGANIZACIONES

Trabajo realizado por

- la cátedra de Ética y Deontología profesional de la Facultad de Ciencias Económicas ,
- el Observatorio de la Ciudad de la Universidad FASTA

Agradecemos la lectura crítica del Lic. Jorge Razul.



[observatorio@ufasta.edu.ar](mailto:observatorio@ufasta.edu.ar)

## LOS VALORES DE LAS PERSONAS Y LAS ORGANIZACIONES

El valor es una cualidad o propiedad de la realidad que se aprecia y su jerarquía varía según la cultura. Los valores, y la relación de prioridad de unos respecto de otros, condicionan tanto el juicio como el comportamiento de las personas. Sin embargo, esto no significa que necesariamente exista coherencia entre el juicio y la acción; en efecto, podríamos apreciar la justicia y ser injustos; apreciar la verdad y vivir según las apariencias. De hecho, en relación con los valores, la vida cotidiana nos ofrece situaciones caracterizadas por la incertidumbre, la confusión y, a veces, también por la contradicción. La frecuencia de situaciones violentas, irrespetuosas, injustas parecen ya no sorprender; y también, en determinadas circunstancias, es probable tomar posiciones casi sin advertir la perspectiva desde la que se hacen las consideraciones, por ejemplo, ¿se aborda desde el deber ser o desde lo que sucede en la realidad?. Es manifiesto que, el modo jerárquico en que los valores se relacionan para establecer lo que suele llamarse una escala de valores, depende o, al menos, está condicionado por los bienes y fines de nuestra vida. Así, si el éxito o la posición económica y social es el fin deseado para nuestra vida, ésta muy bien podría asociarse a comportamientos caracterizados por ausencia de honestidad, falta de respeto a normas y ausencia de otros valores... como si la bondad fuera incompatible con el éxito, la fama o el poder.

En este contexto parece oportuno preguntar ¿qué sucede hoy con los valores?: objetivo general del presente estudio que fue realizado por la **cátedra de Ética y Deontología profesional de la Facultad de Ciencias Económicas** en colaboración con el **Observatorio de la Ciudad de la Universidad FASTA**.

Los valores constituyen el principio que define comportamientos de las personas; actuamos en relación o en referencia a valores. Ahora bien, ¿existe coherencia entre los valores que consideran relevantes las personas y los comportamientos que practican? En función de estos interrogantes se plantean para este estudio los siguientes objetivos:

- a. conocer la percepción que los encuestados tienen acerca de los valores que se deben poseer para ser apreciados por otros, o simplemente, para ser considerados buenas personas;

- b. identificar qué percepción tienen las personas sobre la importancia que asigna a los valores una empresa considerada exitosa;
- c. identificar rasgos de comportamiento en función de valores tanto a nivel individual como de las organizaciones.

## **Población y perfil de la muestra**

El universo considerado como objeto de estudio fue la población laboralmente activa de la ciudad de Mar del Plata, 2013. Se tomó una muestra no probabilística de 424 personas quienes completaron una encuesta autoadministrada en distintos ámbitos laborales.

El perfil de la muestra es el siguiente según sexo y edad.

### **Distribución según sexo**

XLSTAT 2011.4.03 - Estadísticas descriptivas - el  
 08/07/2013 a 19:59:59  
 Datos cualitativos. Libro = matriz encuesta valores.xls /  
 Hoja = Respuestas de formulario / Rango = 'Respuestas  
 de formulario'!\$A\$1:\$B\$425 / 424 filas y 2 columnas

Estadísticas descriptivas (Datos cualitativos):

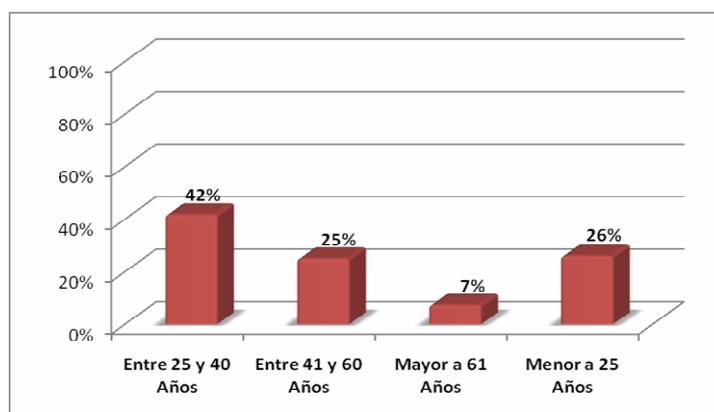
---

Muestra

---

Sexo

### **Distribución según Edad**



## **Acerca de los valores personales**

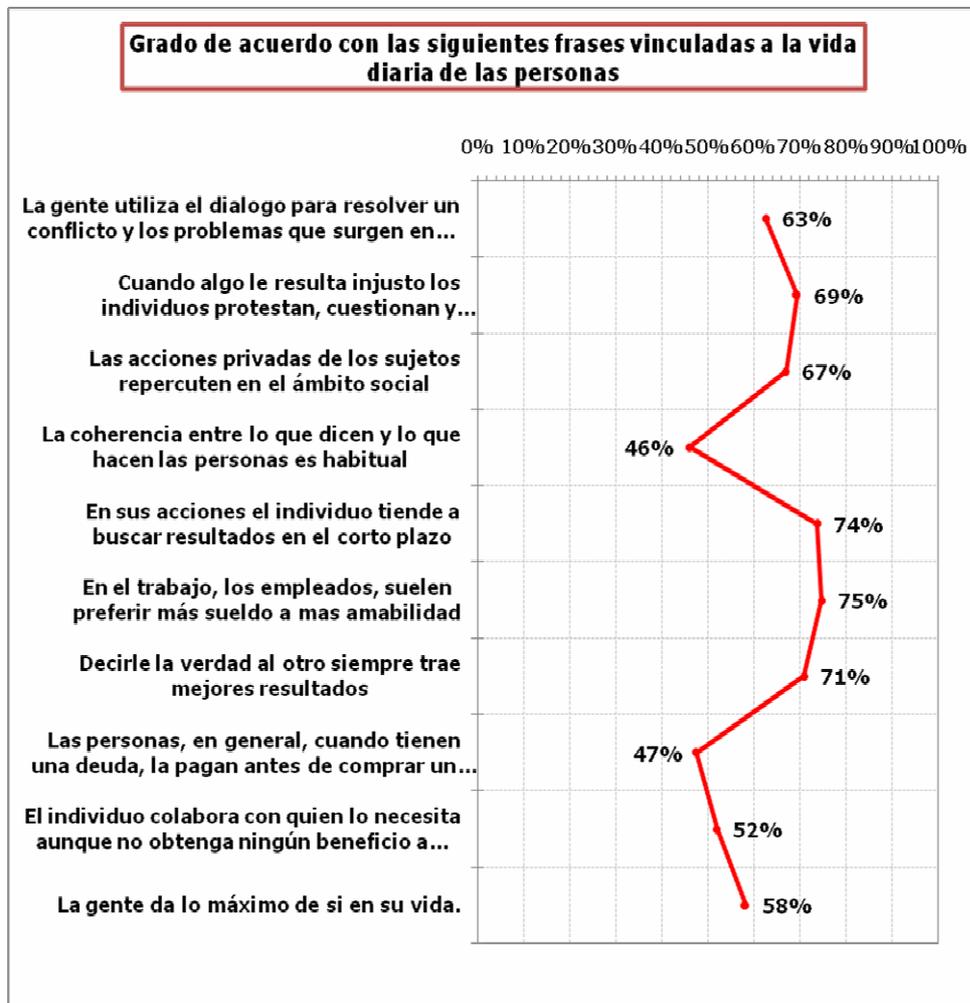
En la vida cotidiana las personas son, en mayor o menor medida, consideradas en su ámbito social. Desde la perspectiva del deber ser se puede afirmar que esa apreciación se hace en función de valores; sin embargo, desde otra perspectiva, más próxima a la observación empírica, esta afirmación pierde certidumbre en la medida en que advertimos que las calificaciones se hacen en términos de capacidad de adecuación a circunstancias, éxito, apariencias, etc. y no necesariamente en referencia a valores.

Por estas razones se propuso a los encuestados un listado de diez valores con el fin de que le asignaran a cada uno el grado de importancia (marcando de 1 a 10) que según su criterio, tienen a la hora de apreciar positivamente a una persona.

<b>Valores</b>	<b>Las personas son apreciadas en relación a los siguientes valores</b>
	<b>Grado promedio de importancia de cada valor</b>
<b>Respeto</b>	84,1%
<b>Compromiso</b>	82,8%
<b>Responsabilidad</b>	85,7%
<b>Honestidad</b>	85,1%
<b>Tolerancia</b>	73,9%
<b>Gratitud</b>	75,1%
<b>Verdad</b>	82,2%
<b>Justicia</b>	76,6%
<b>Solidaridad</b>	81,0%
<b>Fidelidad</b>	81,6%

Una mirada rápida a los datos obtenidos a partir de nuestra muestra permite advertir que los valores identificados como aquellos que dan fundamento a la apreciación positiva de una persona, son en primer lugar la responsabilidad, seguida de la honestidad y el respeto.

Luego, se solicitó a los encuestados que expresaran su grado de acuerdo con afirmaciones todas referidas a situaciones concretas de la vida diaria donde, sin duda, se ponen en juego valores.



Las tres afirmaciones que tienen el mayor acuerdo se refieren al valor atribuido en la sociedad a lo inmediato, considerado muchas veces como urgente, de donde deriva la búsqueda de resultados a corto plazo; la importancia del salario sobre la amabilidad en el trabajo; y la confianza en el valor de la verdad en las relaciones personales. El menor grado de acuerdo se da ante la afirmación que expresa que la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace es habitual.

Algunas consideraciones que surgen de la lectura de los datos: observamos por un lado, que el respeto es uno de los valores más ponderados en la apreciación de las personas;

por otro lado, sabemos que el diálogo es, sin duda, un modo de expresar respeto por el otro. Sin embargo, el grado de acuerdo sobre la práctica que realizan las personas al momento de resolver sus problemas disminuye en relación con el valor atribuido al respeto. En otro orden se observa que las afirmaciones en las cuales estaría comprometida la responsabilidad, otro de los valores más destacados, tales como “las acciones privadas repercuten en lo social”, “cuando las personas tienen una deuda la pagan antes de comprar”, “la colaboración con quienes lo necesitan”, “el dar lo máximo de si en la vida...” tienen sólo un grado de acuerdo medio.

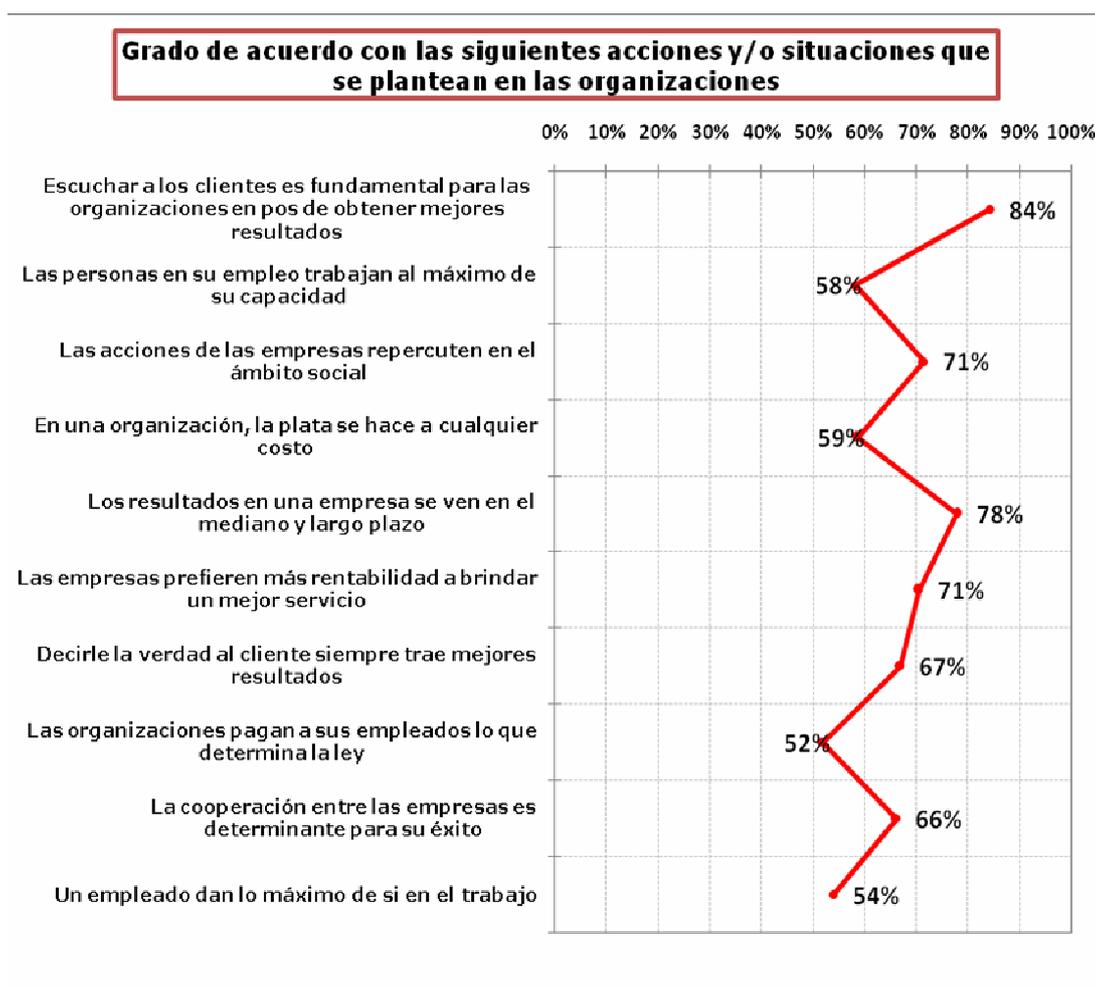
### **Acerca de los valores en las organizaciones**

Según los resultados obtenidos en nuestra muestra, una empresa considerada exitosa supone que le da importancia a ciertos valores. Del mismo modo que en la propuesta anterior se valoró según una escala de 1 a 10.

<b>Valores</b>	<b>Una empresa exitosa asigna importancia a valores</b>
	<b>Grado promedio de importancia</b>
<b>Respeto</b>	85,6%
<b>Compromiso</b>	87,7%
<b>Responsabilidad</b>	89,5%
<b>Honestidad</b>	82,2%
<b>Tolerancia</b>	74,4%
<b>Gratitud</b>	73,8%
<b>Verdad</b>	80,0%
<b>Justicia</b>	76,5%
<b>Solidaridad</b>	78,6%
<b>Fidelidad</b>	82,7%

Los valores identificados como aquéllos que dan lugar al reconocimiento de una empresa como exitosa son la responsabilidad, el compromiso y, en tercer lugar el respeto.

En concordancia con lo que se propuso a nivel de consideraciones personales, se formularon afirmaciones con el fin de que expresaran su grado de acuerdo en relación a valores puestos en juego por organizaciones en situaciones concretas.



El mayor acuerdo se da en relación a la importancia que tiene para una organización escuchar a los clientes para la obtención de mejores resultados. Una lectura posible nos permitiría pensar que el mayor peso está en el resultado más que en el escuchar.

Sólo la mitad de los encuestados está de acuerdo en que las organizaciones pagan a los empleados lo que determina la ley. También tienen un grado medio de acuerdo las expresiones que afirman que los empleados rinden en su trabajo el máximo posible.

El compromiso también fue considerado como muy importante; sin embargo, los datos muestran un parcial acuerdo con la frase “las personas en su empleo trabajan al máximo de su capacidad”. Y esto resulta coherente con lo que resulta del grado de acuerdo logrado con la frase referida a “la entrega de la gente en su vida cotidiana”.

En ambas perspectivas, la personal y la de las organizaciones, hay coincidencia en que las acciones de las personas y de las organizaciones repercuten en el ámbito social.

La honestidad, como fue señalado anteriormente, constituye uno de los valores a los que más grado de importancia asignaron los encuestados, pero, al mismo tiempo, éstos expresan, por un lado, que no existe una coherencia entre lo que las personas dicen y hacen y, por otro, manifiestan creer que las empresas hacen dinero a cualquier costo. La mayoría expresa que tanto en el ámbito de la empresa como en la vida personal decir la verdad siempre trae mejores resultados.

Si bien en el caso de las organizaciones existe un acuerdo en que los resultados se ven en el mediano plazo, a nivel individual hay una percepción de que las personas buscan resultados en el corto plazo; lo más importante es lo inmediato.

Los encuestados consideran que los individuos colaboran con otros con la expectativa de recibir algo a cambio. Un ejemplo de esto es que no existe acuerdo ni desacuerdo con la siguiente frase “El individuo colabora con quien lo necesita aunque no obtenga ningún beneficio a cambio”.

Finalmente, vale resaltar que el análisis de los datos según sexo refleja que el orden de importancia atribuido a valores es el mismo aunque hay un grado de acuerdo general menor de los varones respecto del atribuido por las mujeres.

## CONCLUSIÓN

- La responsabilidad es el valor más importante que las personas consideran que debe poseer una organización para ser exitosa y una persona para ser apreciada por los demás.
- El compromiso, el respeto y la honestidad son los valores siguientes en la escala de importancia.
- La expectativa de logros en el corto plazo indica una ponderación de lo inmediato por sobre la perspectiva del largo plazo.
- La tolerancia y la gratitud se encuentran entre los valores a los que se les asigna un grado de importancia menor.
- Existe una percepción de que las personas no hacen lo que dicen.
- La verdad es un valor relevante para que una persona sea considerada y una empresa sea exitosa, sin embargo hay acuerdo con la frase que “la plata se hace a cualquier precio” y también “con las empresas no pagan lo que dice la ley”.
- Los entrevistados manifiestan un mediano acuerdo respecto al compromiso de cada persona en la vida en general y en el trabajo en particular, ámbito en el que lo consideran aún menor.