



Valores: Una revisión de la literatura

Castro, B. M.¹; Reis Neto, M. T.²; Pena, L. K.³; Ribeiro, M. H.⁴

Recibido: 27 de julio de 2017 / Aceptado: 21 de noviembre de 2017

Resumen. El artículo es una revisión de las principales definiciones y teorías, su finalidad es sintetizar la comprensión de los valores humanos, y explicar cómo la literatura clásica y las investigaciones recientes abordan ese tema. La importancia de los valores personales en el ambiente organizacional, para el desenvolvimiento de los procesos de gestión de personas, está siendo discutida ampliamente para nortear las acciones de los individuos. Esta revisión de literatura, explana y expone discusiones sobre las posibilidades aplicativas de las diferentes vertientes de las teorías para mejorar la gestión de personas en las organizaciones.

Palabras clave: Valores; motivación; gestión de personas; revisión de literatura.

[en] Values: A review of the literature

Abstract. The article presents a review of the main definitions and theories, with the aim of synthesizing the understanding of human values, outlining how classical literature and recent research deal with the subject. The importance of personal values in the organizational environment for the development of people management processes is being widely discussed to guide the actions of individuals. This literature review explains and discusses the applicability possibilities of the different theories to improve the management of people in organizations.

Keywords: Values; motivation; people management; review of literature.

Sumario. 1. Introducción. 2. Definiciones y sistemas de valores. 3. Los valores Instrumentales y Terminales – Rokeach. 4. Teoría Motivacional – Schwartz. 5. La List of Values (LOV). 6. Teoría Funcionalista de los Valores Humanos – Gouveia. 7. Jerarquía de Valores – Tamayo. 8. Reflexiones Contemporáneas. 9. Consideraciones Finales. 10. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Castro B.M, et al. (2017). “Valores: Una revisión de la literatura”, en *Mediaciones Sociales*, 16, 211-229.

¹ Universidade FUMEC (Brasil)
bemcstro2014@gmail.com

² Universidade FUMEC (Brasil)
reisnetomario@gmail.com

³ Universidade FUMEC (Brasil)
lucilakpena@yahoo.com.br

⁴ Universidade FUMEC (Brasil)
mariana.hilbert@gmail.com

1. Introducción

Los valores humanos han recibido mucha atención en los estudios relacionados al reconocimiento de los motivos que llevan a los individuos a adoptar determinados comportamientos, ya que surgen cuestiones que auxilian la comprensión de la motivación implícita a sus actitudes. Una vez definido, un valor se convierte en un parámetro en la vida del sujeto. Ellos hace mucho tiempo han sido sugeridos como medio para entender las motivaciones subyacentes de los consumidores. Pero, los seres humanos tienen más de un valor y esos valores tienen diferentes niveles de importancia en la determinación de las motivaciones de cada persona (Kamakura & Novak, 1992).

Son muchos los estudios sobre valores, pues son importantes para la comprensión de actitudes y comportamientos benéficos para ambiente (Coelho, Gouveia, & Milfont, 2006). Los valores humanos son estudiados bajo dos vertientes principales: cultura e individuo. La primera de naturaleza sociológica y la segunda de naturaleza psicológica (Medeiros, et al., 2012). Teniendo en cuenta que los valores humanos poseen una función social de motivar e influenciar el comportamiento de los sujetos, caracterizando las sociedades y los individuos (Schwartz, 2006b), es pertinente analizar las teorías que buscan comprender los diferentes caminos tomados por los individuos ante sus elecciones y comportamientos.

El artículo es una revisión de las principales definiciones y teorías, su finalidad es sintetizar la comprensión de los valores humanos, y explicar cómo la literatura clásica y las investigaciones recientes abordan ese tema. Eso se debe a la importancia de los valores personales en el ambiente organizacional para el desenvolvimiento de los procesos de gestión de personas, discutido ampliamente por nortear las acciones de los individuos. El artículo, busca también construir algunos puentes entre las diferentes vertientes de las teorías relacionadas a los valores humanos y a la motivación. La motivación cumple un papel importante en la administración de las organizaciones, y al ser autónoma y auto-determinada, produce un impacto positivo en la satisfacción, en el trabajo, el compromiso, el bienestar y la salud (Toode, Routasalo, Helminen & Suominen, 2015, p. 253). Para los gestores, la motivación de los empleados, representa un factor importante para el desempeño organizacional, por eso es necesario entender de qué manera las personas se movilizan para lograr comportamientos del alto desempeño (Alonso & Lewis, 2001).

El objetivo principal de este artículo es apuntar hacia una nueva comprensión y hacia caminos trazados por los investigadores recientes, y está dividido en dos partes. La primera introduce los conceptos y teorías principales de los valores humanos. La segunda discute las posibilidades de aplicación de la literatura y el análisis de prácticas de gestión de personas.

2. Definiciones y Sistemas de Valores

Según Rokeach y Regan (1980), los valores son comunes a todos los individuos, y expresan la forma como ellos creen que deben actuar frente a ciertos acontecimientos. Son comportamientos y actitudes exigidos y esperados socialmente, transmitidos mediante valores. Las personas son norteadas a internalizar tales valores ya que representan un padrón instituido por la sociedad más adecuados (Rokeach & Regan, 1980). En la aprensión de Kamakura y Novak (1992), el valor se refiere solamente una creencia que supera cualquier objeto en particular, y es determinante de las actitudes y comportamientos.

Según Schwartz (1999), los valores pueden ser caracterizados como aquello que el individuo concibe como deseable en relación a determinados aspectos de la vida que orientando sus acciones, permiten considerar personas y eventos, justificando sus acciones y evaluaciones. Para Kuczarski y Kuczarski (1999), valores son metas, propósitos, ideas y creencias que son compartidos por un grupo y en general, indican las convicciones íntimas de cada miembro de ese grupo. Los valores son creencias relacionadas a las emociones y se reportan a metas deseables que las personas se esfuerzan para conquistar. Por lo tanto, una construcción motivacional (Schwartz, 2006a). Para Gouveia, Milfont, Fischer y Coelho (2009), los valores orientan las acciones y dan expresión a las necesidades humanas.

Los valores son reflexiones son reflexiones cognitivas que producen elecciones conscientes y voluntarias, fundamentadas en consideraciones que el individuo pone para sí (Oliveira, 2011), definen comportamientos particulares como socialmente adecuados, y son las bases de las actitudes y de las evaluaciones/juicios positivos o negativos (Schwartz, 2012). En la perspectiva de Paiva, Torres y Luz (2014), los valores están en el subconsciente del individuo, influenciándolo suavemente en sus actitudes cotidianas, siendo casi imperceptible.

Una vez pactado por el individuo, el valor pasa a ser referencia en su vida, representando apropiadamente sus deseos, opiniones y creencias, formando parte de sus sistemas de valores. (Kamakura & Novak, 1992). Siguiendo esa lógica para Schwartz (1999), la admisión de valores correlativos, lleva a entender que existe una estructura de valores semejantes entre grupos culturalmente distintos, sugiriendo existir una estructuración universal de las motivaciones humanas. Gouveia, Santos, Milfont, Fischer, Clemente y Espinosa (2010), en relación a funciones de valores, afirman poder esperar que el tipo de dimensión funcional y motivador es influenciado, probablemente por variables asociadas con el materialismo, siguiendo el ejemplo de la riqueza nacional.

Paiva, Torres y Luz (2014) afirman que los valores están en el subconsciente del individuo, influenciándolo en sus actitudes diarias de forma sutil y casi imperceptible. Los valores establecen el componente fundamental de la identidad de una organización, y estudiarlos posibilita comprender e identificar lo que es importante para los trabajadores en el ámbito del trabajo.

3. Los Valores Instrumentales y Terminales – Rokeach

La teoría de Rokeach comprende que los valores humanos, poseen una atribución motivacional importante, siendo distribuidos en dos listas con 18 valores cada: valores terminales e instrumentales. Los terminales o estados-fin de existencia, son los valores que buscan objetivos mayores que las necesidades biológicas. Los valores instrumentales son aquellos que buscan, cumplen y respetan los valores terminales y “representan la preferencia por un determinado comportamiento” (Almeida & Sobral, 2009). El Cuadro 1 presenta el instrumento creado Rokeach Value Survy (RVS) (Blackwell, Miniard, & Engel, 2005).

Los valores pueden ser comprendidos como creencias ordenadas que autorizan al individuo a juzgar acciones como deseables o no, recomendables o no (Santos, Guerra, Coelho, Gouveia, & Souza, 2012).

Cuadro 1 – Escala de Valores de Rokeach – RVS (1973)

TERMINAL (estados finales deseables)	INSTRUMENTAL (modos de conducta)
Una vida confortable	Ambicioso
Una vida excitante	Mente abierta
Un sentimiento de realización	Capaz
El mundo en paz	Alegre
O mundo de belleza	Limpio
Igualdad	Corajoso
Seguridad familiar	Magnánimo
Libertad	Honesto
Felicidad	Imaginativo
Armonía interior	Independiente
Amor maduro	Intelectual
Seguridad nacional	Lógico
Placer	Amoroso
Salvación	Obediente
Respeto propio	Educado
Reconocimiento social	Responsable
Amistad verdadera	Auto controlado
Sabiduría	Sabio

Fuente: Blackwell, Miniard y Engel (2005, p. 224).

La aplicación de la escala de valores de Rokeach establece que los participantes identifiquen la importancia de una serie de objetivos y formas de comprometimiento, priorizándolo de acuerdo a su importancia (Blackwell, Miniard, & Engel, 2005).

4. Teoría Motivacional – Schwartz

Schwartz presenta un conjunto amplio de valores humanos básicos con variación de importancia que pueden ser reconocidos en todas las sociedades y sirven como principios orientadores en la vida de un individuo o de un grupo (Schwartz, 1992). Los valores humanos pueden ser vistos como orientadores de la acción, permitiendo satisfacer una o más necesidades básicas de su existencia: las biológicas, las de interacción social coordinada y las de supervivencia y de bienestar de los grupos (Schwartz, 1992, 1994). El Cuadro 2, presenta el conjunto de valores humanos básicos, organizado por este autor.

Cuadro 2 – Tipos Motivacionales – *Schwartz Value Survey (SVS)*

TIPO MOTIVACIONAL	EJEMPLOS DE VALORES	FUENTE
Autodirección	Creatividad / Curiosidad / Libertad	Organismo / Interacción
Estimulación	Ousadía / Vida variada / Vida excitante	Organismo
Hedonismo ⁵	Placer / Apremiar la vida	Organismo
Realización	Exitoso / Capaz / Ambicioso	Interacción / Grupo
Poder	Poder social / Autoridad / Riqueza	Interacción / Grupo
Seguridad	Seguridad nacional / Orden social / Limpio	Interacción
Conformidad	Buenos modos / Obediente / Honra los padres y los más viejos	Grupo
Tradición	Humildad / Devoto	Grupo
Benevolencia	Servicial / Honesto / No rencoroso	Organismo / Interacción / Grupo
Universalismo	Tolerancia / Justicia social / Igualdad Proteção do meio ambiente	Organismo / Grupo

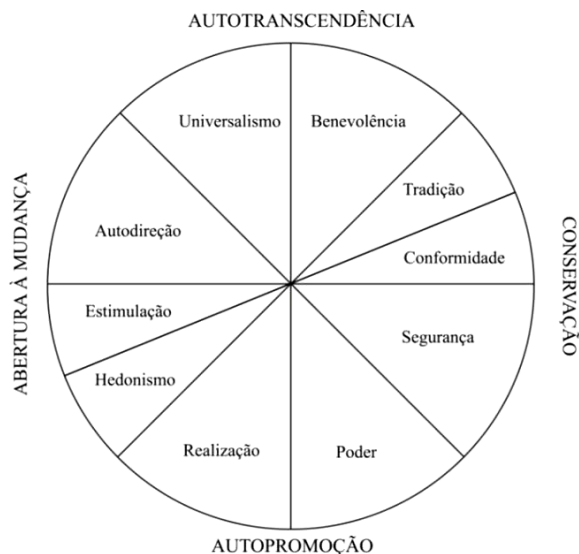
Fuente: Schwatz (1994, p. 22)

⁵ Doctrina filosófica que hace del placer el objeto de la vida.

El modelo propuesto por Schwartz (1994) establece una organización de los valores en un sistema que busca auxiliar en la comprensión sobre la toma de decisión, actitud y comportamiento del individuo – demostrado en la Figura 1. Para el autor, la composición circular de los valores, representa un ciclo motivacional: cuanto más próximos estuvieren de los valores, en cualquiera de las direcciones del círculo, más correspondientes y compatibles serán las motivaciones. Y cuanto más distantes, más contrarios y conflictivos serán sus motivaciones. Esta idea de ciclo motivacional, posee una implicación crítica: la división en 10 valores es una convivencia arbitraria, pues se muestra razonable dividir los ítems en distintos valores, y de acuerdo a las necesidades y finalidades de un análisis (Lima, 2009, Lima, 2012; Schwartz, 2012).

Este modelo exhibe un pensamiento más elaborado, apoyado en las relaciones dinámicas de compatibilidad y conflictos entre valores.

Figura 1 – Relação entre os dez Valores Motivacionais de Schwartz



Fuente: Lima (2012, p. 31).

Lo que diferencia un valor de otro es el objetivo general que el expresa (el tipo de meta o motivación que el manifiesta), observando su fundamentación en requisitos universales y refiriéndolos a conceptos de valores relacionados. Los valores son organizados de manera semejante en grupos culturalmente distintos, sugiriendo consecuentemente, una organización universal de las motivaciones humanas (Schwartz, 2012, p. 4).

Para aclarar un poco más la teoría, abajo siguen las definiciones de cada uno de los diez valores, en términos de los objetivos generales que ellos manifiestan (Schwartz, 2012, pp. 4-7):

- **Tipo Motivacional Autodirección.** Definición de objetivo: pensamiento y acción independientes – elección, creación y exploración. Derivación de las necesidades o fuente: organismos e interacción. Ejemplos de valores: creatividad, libertad, elección de objetivos propios, curiosa, independiente. Valores correspondientes: auto respeto, inteligente, privacidad.
- **Tipo Motivacional Estimulación.** Definición de objetivo: emoción, novedad y desafío en la vida. Derivación de las necesidades o fuente: organismo. Ejemplo de valores: una vida variada, una vida excitante, osada.
- **Tipo Motivacional Hedonismo.** Definición de objetivo: placer o gratificación sensual para sí mismo. Derivación de las necesidades o fuente: organismo. Ejemplo de valores: placer, gozando la vida, auto-indulgente.
- **Tipo Motivacional Realización.** Definición de objetivo: suceso personal a través de la demostración de competencia de acuerdo con los padrones sociales. Los valores de realización, enfatizan la demostración de competencia en términos de padrones culturales sobresalientes, obteniendo así, la aprobación social (Schwartz, 2012, p. 5). Derivación de las necesidades o fuente: interacción y grupo. Ejemplos de valores: ambicioso, exitoso, capaz, influyente. Valores correspondientes: inteligente, auto respeto, reconocimiento social.
- **Tipo Motivacional Poder.** Definición de objetivo: status social y prestigio, control o dominio sobre personas y recursos. Derivación de las necesidades o fuente: interacción y grupo. Ejemplo de valores: autoridad, riqueza, poder social. Valores correspondientes: preservando mi imagen pública, reconocimiento social. El poder y la realización se concentran en la estima social. Pero el primero resalta la obtención o mantenimiento de una posición dominante dentro de un sistema social, general mientras la realización resalta la demostración activa del desempeño exitoso en la interacción concreta (Schwartz, 2012, p. 6).
- **Tipo Motivacional Seguridad.** Definición de objetivo: seguridad, armonía y estabilidad de la sociedad, de las relaciones y el “yo”. Derivación de las necesidades o fuente: organismo, interacción y grupo. Ejemplos de valores: orden social, seguridad de la familia, seguridad nacional, limpieza, reciprocidad de favores. Valores correspondientes: saludable, moderado, sentido de pertenencia. Algunos valores de seguridad sirven principalmente los intereses individuales (por ejemplo, limpio), otros intereses de grupo más amplios (por ejemplo, seguridad nacional). Todos expresan en grado significativo, el objetivo de seguridad para sí o aquellos con quien se identifica (Schwartz, 2012, p. 6).
- **Tipo Motivacional Conformidad.** Definición del objetivo: contención de acciones, inclinaciones e impulsos susceptibles de perturbar o perjudicar otras personas, y violar expectativas o normas sociales. Derivación de las necesidades o fuente: los valores se originan de la exigencia de que los individuos inhiben predisposiciones que pueden perturbar y perjudicar la

interacción y el funcionamiento en grupo. Enfatizan la autocontención en la interacción cotidiana, generalmente con otros cercanos. (Schwartz, 2012, p. 6). Ejemplo de valores: obediente, autodisciplina, cortesía, honrar padres y ancianos. Valores correspondientes: leal, responsable.

- **Tipo Motivacional Tradición.** Definición de objetivo: respeto, compromiso y aceptación de costumbres e ideas que ofrece una cultura o religión. Derivación de las necesidades o fuente: grupo. Grupo, en todos los lugares, desarrollan prácticas, símbolos, ideas y creencias que representa su experiencia y destino compartidos. Estos son sancionados como costumbres y tradiciones de grupo. Y muchas veces, asumen la forma de rituales religiosos, creencias y normas de comportamiento (Schwartz, 2012, p. 6). Ejemplos de valores: respeto por la tradición, humildad, devoto, aceptando mi porción en la vida). Valores correspondientes: vida espiritual moderada. Los valores de la tradición y de la conformidad son especialmente motivacionales; comparten el objetivo de subordinar el “yo” a expectativas impuestas socialmente. Ellos difieren principalmente en los objetos a los cuales se subordina el “yo”. La conformidad causa la subordinación a personas con quien interactúa frecuentemente – por ejemplo, padres, profesores y jefes. La tradición causa la subordinación a objetos más abstractos – por ejemplo, costumbres e ideales religiosas y culturales. (Schwartz, 2012, p. 6).
- **Tipo Motivacional Benevolencia.** Definición de objetivo: preservar y mejorar el bienestar de aquellos con los cuales está en contacto personal frecuente (o grupo). Derivación de las necesidades o fuente: organismo, interacción, grupo. Los valores de benevolencia, resaltan la preocupación voluntaria con el bienestar del otro (Schwartz, 2012, p. 7). Ejemplo de valores: ayuda, honesto, indulgente, responsable, leal, amistad verdadera, amor maduro. Valores correspondientes: sentido de pertenencia, significado en la vida, una vida espiritual. Los valores de benevolencia y conformidad, favorecen relaciones sociales de cooperación y solidaridad. Los primeros brindan una base motivacional interna para el comportamiento. En contraste, los valores de conformidad, promueven la para evitar resultados negativos para el “yo”. Pero ambos valores motivacionales son al mismo tiempo, acto útil, separadamente o en conjunto. (Schwartz, 2012, p. 7).
- **Tipo Motivacional Universalismo.** Definición de objetivo: comprensión, apreciación, tolerancia y protección para el bienestar de todas las personas y para la naturaleza, contrastando con el foco en el grupo de valores de benevolencia. Derivación de las necesidades y grupos. Todavía, el individuo no reconoce esas necesidades hasta encontrar otras personas, además del grupo primario extendido y hasta tomar conciencia de la escasez de recursos naturales. (Schwartz, 2012, p. 7). Ejemplos de valores: tolerancia, justicia social, igualdad, protección del medio ambiente, mundo de paz, mundo de belleza, unidad con la naturaleza, sabiduría. Pero muchas críticas son realizadas en relación a la ausencia de base teórica para el origen de los valores, indeterminación del número de tipo motivacionales, falta de explicación sobre la compatibilidad y conflictos de los valores, (Lima, 2012).

5. La List of Values (LOV)

La Lista de Valores (LOV) fue elaborada por la University of Michigan Survey Resecar Center (centro de investigación), e identificó los valores que son esenciales para que vivan los individuos – representando los principales objetivos de la vida. Esa metodología estableció una diferenciación entre los valores externos e internos, resaltando la importancia de las relaciones interpersonales, en el cumplimiento del valor, y de los factores personales y no personales, en el cumplimiento del valor (Kahle, Beatty, & Homer, 1986).

LOV está formada por los siguientes valores:

- **Autorespeto** (*self-respect*) – se refiere al amor propio;
- **Seguridad (security)** – se refiere a la relación con la familia y a la seguridad percibida en el seno familiar;
- **Afección** (*warm relationships with others*) – se relaciona a la valorización de las relaciones amorosas y relaciones afectivas;
- **Sentimiento de realización** (*sense of accomplishment*) – se relaciona a los valores de autorrealización, paz interior y felicidad irrestricta;
- **Satisfacción personal** (*self-fulfillment*) – se relaciona a la búsqueda por el desafío, por el crecimiento personal y por la superación;
- **Afiliación** (*sense of belonging*) – se refiere a la identificación con grupos sociales y al sentido de pertenencia a la sociedad;
- **Ser respetado** (*being well respected*) – se refiere al sentido de ser respetado por los demás;
- **Diversión** (*fun and enjoyment in life*) – se relaciona al placer y al disfrute de la vida – hedonismo; y,
- **Excitación** (*excitement*) – se refiere a la estimulación para la autodirección.

Estos nuevos valores pueden ser mensurados de diversas maneras como: la utilización de una escala de nueve o diez puntos (muy insignificante a muy significativa); la ordenación de los valores de acuerdo a la importancia atribuida a cada uno de ellos (de lo más importante al menos importante); y la combinación de esos dos métodos en que cada valor es atribuido en la escala de puntos para en seguida, ser identificados aquellos más importantes (uno o dos) (Bearden, Netemeyer & Haws, 2011).

6. Teoría Funcionalista de los Valores Humanos – Gouveia

La Teoría Funcionalista de Gouveia (1998) surge como alternativa que parte de la percepción específica del hombre. Para eso, el autor realizó una revisión teórica sobre valores, buscando la existencia de elementos convergentes (Medeiros, et al, 2012). Ese modelo tiene foco central, las funciones de los valores humanos. Y de acuerdo a la teoría, los valores pueden ser definidos como parámetros de orientación que nortean las acciones humanas y expresan cognitivamente sus

necesidades básicas; afirmativa que se fundamenta en tres presupuestos (Medeiros, et al., 2012, pp. 21-23).

- Naturaleza humana: “ese modelo asume la naturaleza benevolente del ser humano, o sea no existe hombre “malo”, sino desequilibrios entre valores que subyacen comportamientos juzgados antisociales y/o delictivos” (Medeiros, et al., 2012, p. 21);
- Base Motivacional: reconoce los valores como exposiciones cognitivas (mentales) de necesidades individuales, solicitadas por la sociedad e instituciones que inducen la restricción de impulsos personales y así, garantizando un ambiente estable y seguro;
- Carácter Terminal: todos los valores son definidos como sustantivos y un propósito; y,
- Principios-guías Individuales: los valores son categorías generales de orientación para las conductas de los individuos. “Cuando útiles para la supervivencia, de las personas, de su grupo y de la sociedad, tales valores son incorporados por la cultura, que los molda como principios deseables, y que garantiza la continuidad de la sociedad, y la convivencia armónica de sus miembros” (Medeiros, et al., p. 22).

La Teoría Funcionalista de los Valores Humanos como foco principal, las funciones de los valores humanos, y las define como siendo “aspectos psicológicos que los valores cumplen al guiar comportamientos y representar cognitivamente las necesidades humanas”. El modelo establece una división en dos dimensiones – tipo de orientación y tipo de motivador – y cinco funciones – social, central, personal, materialista y humanitaria (Gouveia, Milfont, Fischer, & Coelho, 2009, pp. 37-41). De la interacción de los valores en los ejes son identificadas seis subsunciones – interaccionar, supra personal, experimental, normativa, existencia y realidad, representadas en la Figura 2.

“Las dos dimensiones funcionales de los valores, forman dos ejes principales en la representación espacial de la estructura de los valores (...) La función de los valores para guiar acciones humanas forma el eje horizontal, representando la dimensión funcional de los ejes principales en la representación espacial de la estructura de los valores (...). La función de los valores para guiar acciones humanas forma el eje horizontal, representando la dimensión funcional tipo de orientación (valores sociales, centrales o personales). La función de los valores para dar expresión a las necesidades humanas forma el eje vertical, representando la dimensión funcional de tipo motivador (valores materialistas o humanitarios). Integrando sus ejes horizontal y vertical, son derivadas sus subsunciones específicas de los valores (experimentación, realización, existencia, supra personal, inter accionar, y normativa), (...). Las flechas que emanan de las subsunciones existencia y supra personal, indican que los valores que las representan son la fuente principal o la referencia de otros valores” (Gouveia, et al., 2009, pp. 38-39).

pragmática, señala ideas prácticas. Función **humanitaria o idealista**, presenta una orientación universal, sin un foco inmediato, fundamentándose en principios e ideas abstractas. De la interacción de los valores en los ejes horizontal y vertical, son derivadas seis subsunciones específicas de los valores, representada en el Cuadro 3: experimentación, realización, existencia, supra personal, interaccionar, y normativa (Medeiros, et al; 2012).

Cuadro 3 - Subsunciones de los valores, motivadores/tipos de orientación, valores indicadores

SOCIAL	CENTRAL	PESSOAL
Interactuar: - afectividad - convivencia - apoyo social - generalidad	Suprapessoal: - belleza - conocimiento - madurez - familia	Experimentacion: - emocion - placer - sexo - creatividad
Normativa: - obediencia - religiosidad - tradicion	Existencia: - estabilidad pessoal - salud - sobrevivencia - racionalidad	Realizacion: - exito - poder - prestigio - materialidad

Fuente: Gouveia et al. (2009)

El Cuadro 4, para comprender mejor, presenta una discriminación de las subsunciones valorativas de acuerdo a los tipos motivacionales y valore indicadores de Gouveia (1998).

Cuadro 4 - Subfunciones de los valores, motivadores/tipos de orientacion, valores indicadores de Gouveia (1998)

SUBFUNCIONES VALORATIVAS	MOTIVADORES E ORIENTACIONES	VALORES BÁSICOS Y SUS DESCRIPCIONES
EXPERIMENTACION	MOTIVADOR HUMANITARIO Y ORIENTACION, PERSONAL	EMOCION. Disfrutar desafiando el peligro; buscar aventuras. PLACER. Disfrutar la vida; satisfacer todos sus deseos. SEXUALIDA. Tener relaciones sexuales; obtener placer sexual.

REALIZACION	MOTIVADOR MATERIALÍSTICO Y ORIENTACION PERSONAL	PODER. Tener poder para influenciar a los demás y controlar decisiones; ser el jefe de un equipo. PRESTÍGIO. Saber que mucha gente lo conoce y admira; de viejo, recibir un homenaje por sus contribuciones. ÉXITO. Obter o que se propõe; ser eficiente em tudo que faz.
EXISTENCIA	MOTIVADOR MATERIALÍSTICO E ORIENTAÇÃO CENTRAL	SALUD. Preocuparse con su salud antes de enfermarse; no estar enfermo. ESTABILIDAD PERSONAL. Tener certeza de que mañana, tendrá todo lo que tiene hoy; tener una vida organizada y planificada. SUPERVIVENCIA. Tener agua y comida, Y poder dormir bien todos los días; vivir en un lugar con abundancia de alimentos.
SUPRAPERSONAL	MOTIVADOR HUMANITÁRIO E ORIENTAÇÃO CENTRAL	BELLEZA. Ser capaz de apreciar lo mejor del arte, música y literatura; ir a museos o exposiciones donde pueda ver cosas bellas. CONOCIMIENTO. Buscar noticias actualizadas sobre asuntos poco conocidos; intentar descubrir cosas nuevas sobre el mundo. MATURIDADE. Sentir que conseguiu alcançar seus objetivos na vida; desenvolver todas as suas capacidades.
INTERACIONAL	MOTIVADOR HUMANITÁRIO E ORIENTAÇÃO SOCIAL	AFECTIVIDAD. Tener una relación de afecto profunda y duradera; tener a alguien para compartir sus éxitos y fracasos. CONVIVENCIA. Convivir diariamente con los vecinos; formar parte de algún grupo, como: social, religioso, deportivo, entre otros. APOYO SOCIAL. Obtener ayuda cuando necesite; sentir que no está solo en el mundo.
NORMATIVA	MOTIVADOR MATERIALÍSTICO E ORIENTAÇÃO SOCIAL	OBEDIENCIA. Cumplir sus deberes y obligaciones del día a día; respetar sus padres, los superiores y los más viejos. RELIGIOSIDAD. Creer en Dios como el salvador de la humanidad; cumplir la voluntad de Dios. TRADICION. Seguir las normas sociales de su país; respetar las tradiciones de su sociedad.

Fuente: Gouveia et al. (2009, p. 42-43)

Las teorías analizadas que utilizan recursos de categorización y agrupamiento, auxilian en la comprensión sobre los valores humanos, sus bases, por los cuales las

personas se norlean para la elección de determinado comportamiento, decisión, etc. Por es, es importante analizar el contenido motivacional como parámetro para distinguir esos grupos o tipos de valores.

7. Jerarquía de Valores – Tamayo

Los valores relativos al trabajo, como sugirió Rohan (2000), pueden ser clasificados en personales, sociales y culturales. Pero es importante comprender que la palabra “valores” no solamente es utilizada en referencia a las prioridades de valor de las personas y la organización de esas prioridades de valor, en sus sistemas de valores, pero también es utilizada para describir juicios y categorías de juicios. Los valores personales, relacionados a la actividad laboral, son principios que norlean la vida del individuo en el trabajo. Mientras que los valores sociales son las percepciones de las personas sobre los juicios de los demás. (Rohan, 2000, p. 258).

Mendes e Tamayo (2001, p. 39) consideran que los “valores pueden atender tanto a los objetivos de la empresa, cuanto a las necesidades de los individuos, constituyéndose de un valioso instrumento para atender la cultura organizacional”. Además, la propia cultura sostiene el proceso: socialización mediante el sistema de valores. Estos auxilian en la supervivencia de la empresa y por eso, median conflictos para resolver problemas (Mendes & Tamayo, 2001).

Los valores organizacionales que atienden a los propósitos de la organización pueden pasar informaciones y comportamientos convenientes de manera espontánea para los miembros, posibilitando la naturalización de esa información, y haciendo que “la adhesión y la reproducción, permitan la libertas de los individuos, en aceptar o no, determinados contenidos o la eficiencia del control de esa libradad”. (Mendes & Tamayo, 2001, p. 39). Siguiendo en esa línea, Porto y Tamayo (2003, p. 146) conciben los valores, relativos al trabajo, como principios que actúa sobre las metas y recompensas deseables, estructurados jerárquicamente, que orientan las evaluaciones de los individuos sobre los resultados y contexto del trabajo, sus comportamientos y sus elecciones. Los empleados buscan esos valores a través del trabajo.

Profundizando en los estudios, Tamayo (2007a; 2007b) identifico una jerarquía de valores humanos establecida en los planos de los valores personales y en los tipos de motivacionales de valores. Formada por cinco nieles bien delimitados, esa jerarquía, presupone que el individuo se involucra activamente en el mundo. Esa idea de escala de valor, considerando la importancia de cada uno, tiene como base la relación de los valores con el tiempo, deseo y con el esfuerzo.

De acuerdo con la **Jerarquía de Valores** de Tamayo, los valores terminales en el primer nivel axiológico (amistas, libradad, armonía interior, trabajo saludable y honesto) pueden ser considerados como valores de suprema importancia para los individuos. El nivel más bajo en la jerarquía son los valores de menor importancia, pero poseen indicadores importantes de cambio cultural. Este último nivel, está formado por los valores terminales – riqueza, seguridad nacional, respeto por la tradición y autoridad, y por los valores instrumentales – audaz, influyente y devoto (Tamayo, 2007b). En relación a la perspectiva motivacional, según el autor, la prioridad es dada a los conjuntos de valores que poseen la meta de buscar la

autodeterminación y el bienestar de las personas. Los valores relacionados a la autodeterminación tienen como objetivo motivacional, la búsqueda de libertad de pensamiento, de acción y de opción.

Cuanto a los valores brasileros, Tamayo (2007b) identificó cuatro valores peculiares de esa cultura, que también componen la jerarquía y que se posicionan en niveles relativamente elevados, con el valor “trabajo”.

“En la tradición de la cultura occidental el trabajo es considerado, básicamente como una necesidad personal cuya satisfacción está asociada a la productividad y al suceso. Teóricamente, por lo tanto, la expectativa era que el “trabajo” tendría como meta motivacional, la búsqueda del suceso personal por una demostración de competencia. La significación dada al valor trabajo por los sujetos de la muestra, puede ser explicada por las condiciones generales en las cuales es ejecutado, el trabajo en el país. Necesario se constituye pero resaltar que aunque el trabajo surgió como uno de los valores supremos, el cual contradice la opinión mas o menos generalizada, que el brasilero no valora suficientemente el trabajo” (Tamayo, 2007b, p. 11).

Los valores humanos se han destacado en los estudios referentes a la identificación de los motivos por los cuales los individuos, adoptan ciertas actitudes y comportamientos, a medida que son importantes para la comprensión de la motivación y en la definición de prácticas gerenciales de las organizaciones.

8. Reflexiones Contemporáneas

Los estudios sobre motivación buscan comprender la razón por la cual los individuos adoptan comportamientos distintos en cada momento de la vida (Berridge & Robinson, 2003) las reacciones a los estímulos encontradas a lo largo de ese trayecto (Oettinger & Gollwitzer, 2010). La motivación es la fuerza que moviliza los comportamientos (Meyer, Becker, & Vandenberghe, 2004). Tiene origen en el interior del individuo, es responsable por la involucración activa e intencionalmente orientador de los esfuerzos (Deci & Ryan, 2000; Hitt, Muller, & Colella, 2007). Los individuos se distinguen en el impulso motivacional, pero la motivación de un individuo varía de situación a situación, de cultura para cultura (Aworemi, Abdul-Azeez, & Durowoju, 2011) Como los factores de motivación se distinguen entre los individuos, las herramientas motivacionales también son diferentes entre los individuos, las herramientas motivacionales también son diferentes, por eso, es importante determinar cuál herramienta deberá ser utilizada – aunque siendo difícil y por eso, es importante determinar cuál herramienta deberá ser utilizada – aunque siendo difícil la elección de aquella que sea eficaz para motivar el empleado (Senol, 2011).

Se nota que las definiciones de motivación citadas se relacionan de alguna manera a los valores, a la voluntad, esfuerzo y acción del individuo. Frente a eso,

cabe la gestión de personas, reevaluar sus sistemas y practicas gerenciales, con el propósito de conocer y reconocer los valores humanos predominantes en la organización, para trabajar mejor la motivación de sus empleados. Eso en razón de que las “organizaciones, dependen esencialmente de la presencia, articulación y vinculación de personas a sus objetivos, trabajos y equipos que a su vez impactan en el bienestar de los individuos” (Rodrigues & Bastos, 2012).

Aun, sumado a esa perspectiva, Sprandel y Vaghetti (2012) afirman que la motivación para el trabajo proviene de la satisfacción en el trabajo y de la realización profesional, como necesidades inherentes de los trabajadores. El respeto y el reconocimiento son la valorización o los valores atribuidos por otros al desempeño. Analizando la percepción de los enfermeros, de un hospital universitario en el Sur de Brasil, estos autores verificaron la importancia del reconocimiento profesionalmente “por aquello que es su quehacer”, recompensándolo por la dedicación y proporcionándoles una identificación con su trabajo (Sprandel & Vaghetti, 2012, p. 797).

A través del trabajo el individuo satisface sus necesidades de subsistencia como también se distingue del colectivo y se suma a él. “Los problemas apuntados, muestran que los enfermeros vivencian un conflicto con los valores y compromisos de su trabajo, generando la insatisfacción profesional, demostrando claramente la necesidad de humanizar su proceso de trabajo, posibilitando la atención a las necesidades humanas en su cotidiano” (Sprandel & Vaghetti, 2012, p. 801). Pero perdura en las empresas la comprensión de sus recursos humanos como costo. La mudanza de óptica garantizaría, además de un incremento a la productividad, un mayor engranaje y reconocimiento del valor humano y del trabajo en la organización. (Volpato & Cimbalista, 2017, p.84).

9. Consideraciones Finales

Este trabajo busco traer para el debate académico, una revisión de las literaturas sobre un campo de conocimiento relacionado a los valores humanos, buscando integrar la motivación. Se concluye que el principal objetivo es conocer los valores humanos de los individuos, para identificar los mejores sistemas de gestión de personas que favorezca el desenvolvimiento de la motivación. Consecuentemente, la comprensión de los modelos y de las teorías, resumido arriba puede permitir al gestor una mejor percepción de su fuerza de trabajo y un mejor gerenciamiento del mismo. Como sugestión desafiadora, transponer este debate académico para la gestión educacional, como herramienta capaz de perfeccionar y expandir esas acciones dirigidas hacia la capacitación de los profesionales de enseñanza, capacitación y calificación de los gestores y agentes administrativos, ligados a la enseñanza. Los valores humanos son guías de las acciones de los individuos y de sus intereses personales, no siempre concordantes con los valores de la empresa. Por este motivo, se exige de los gestores, una mirada atenta para el conocimiento de los individuos que forman parte de la organización, identificando sus valores, determinantes para el mantenimiento de la motivación y desenvolvimiento del desempeño de los mismos. La revisión de la literatura sobre el tema es esencial

para la consolidación y ampliación de conocimiento, de la comprensión del comportamiento de los individuos y para la creación oportunidades de mejora de gestión.

10. Referencias bibliográficas

- Almeida, F. J., y Sobral, F. J. (2009). O sistema de valores humanos de administradores brasileiros: adaptação da escala PVQ para o estudo de valores no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie*, 10(3).
- Alonso, P., y Lewis, G. B. (2001). Public service motivation and job performance: Evidence from the federal sector. *The American Review of Public Administration*, 31(4), pp. 363-380.
- Aworemi, J. R., Abdul-Azeez, I. A., y Durowoju, S. T. (2011). An empirical study of the motivational factors of employees in Nigeria. *International journal of economics and finance*, 3(5), p. 227.
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., y Haws, K. L. (2011). *Handbook of marketing scales: multi-item measures for marketing and consumer behavior research* (3 ed.). SAGE Publications.
- Berridge, K. C., y Robinson, T. E. (2003). Parsing reward. *Trends in neurosciences*, 26(9), pp. 507-513.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., y Engel, J. F. (2005). *Comportamento do consumidor* (9 ed.). São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Coelho, J. A., Gouveia, V. V., y Milfont, T. L. (2006). Valores humanos como explicadores de atitudes ambientais e intenção de comportamento pró-ambiental. *Psicologia em Estudo*, 11(1), pp. 199-207.
- Deci, E. L., y Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Deci, E. L., y Ryan, R. M. (2002). Self-determination research: reflections and future directions. In: *Handbook of self-determination research* (pp. 431-441). Rochester, NY: University of Rochester Press.
- Deci, E. L., y Ryan, R. M. (2012). Motivation, personality, and development within embedded social contexts: an overview of self-determination theory. In: *Oxford handbook of human motivation* (pp. 85-107). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Gouveia, V. V. (1998). La naturaleza de los valores descriptores del individualismo y del colectivismo: Una comparación intra e intercultural.
- Gouveia, V. V., Milfont, T. L., Fischer, R., y Coelho, J. A. (2009). Teoria funcionalista dos valores humanos: Aplicações para organizações. *Revista de Administração Mackenzie*, 10(3).
- Gouveia, V. V., Santos, W. S., Milfont, T. L., Fischer, R., Clemente, M., y Espinosa, P. (2010). Teoría funcionalista de los valores humanos en España: Comprobación de las hipótesis de contenido y estructura. *Revista interamericana de Psicología*, 44(2), pp. 213-224.

- Hitt, M. A., Muller, C. C., y Colella, A. (2007). *Comportamento organizacional: uma abordagem estratégica*. Rio de Janeiro: LTC.
- Kahle, L. R., Beatty, S. E., y Homer, P. (1986). Alternative measurement approaches to consumer values: the list of values (LOV) and values and life style (VALS). *Journal of consumer research*, 13(3), pp. 405-409.
- Kamakura, W. A., y Novak, T. P. (1992). Value-system segmentation: Exploring the meaning of LOV. *Journal of consumer research*, 19(1), 119-132.
- Lima, M. A. (2009). Gestão de sistemas de recompensas: estudo de caso em indústria com programa de remuneração estratégica focado na "resource based management theory". *Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar-RAUnP*, 1(2), 44-60.
- Lima, T. J. (2012). Modelos de valores de Schwartz e Gouveia: comparando conteúdo, estrutura e poder preditivo. *Dissertação Mestrado em Psicologia da Faculdade de Psicologia, Universidade Federal da Paraíba*, 171. João Pessoa, Brasil.
- Medeiros, E. D., Gouveia, V. V., Gusmão, E. É., Milfont, T. L., Fonseca, P. N., y Aquino, T. A. (2012). Teoria funcionalista dos valores humanos: evidências de sua adequação no contexto paraibano. *Revista de Administração Mackenzie*, 13(3).
- Mendes, A. M., y Tamayo, A. (2001). Valores organizacionais e prazer-sofrimento no trabalho. *PsicoUSF*, 6(1), pp. 39-46.
- Meyer, J. P., Becker, T. E., y Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: a conceptual analysis and integrative model. *Journal of applied psychology*, 89(6), p. 991.
- Oettinger, G., y Gollwitzer, P. (2010). Strategies of setting and implementing goals. In: *Social psychological foundations of clinical psychology* (pp. 114-135). New York: The Guilford Press.
- Oliveira, M. A. (2011). *Comportamento organizacional para a gestão de pessoas - como agir as empresas e seus gestores*. São Paulo: Saraiva.
- Paiva, K. C., Torres, A. D., y Luz, T. R. (2014). Valores Organizacionais e do Trabalho: um estudo com vigilantes de uma empresa de terceirização de serviços de vigilância privada de Belo Horizonte. *TPA-Teoria e Prática em Administração*, 4(2), 96-130.
- Porto, J. B., y Tamayo, A. (2003). Escala de Valores Relativos ao Trabalho - EVT. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 19(2), pp. 145-152.
- Rodrigues, A. C. y Bastos, A. V. B. (2012). Enrincheiramento organizacional: construção e validação da escala. *Psicologia: Reflexão E Crítica*, 25(4), 688-700.
- Rohan, M. J. (2000). A rose by any name? The values construct. *Personality and social psychology review*, pp. 255-277.
- Rokeach, M., y Regan, J. F. (1980). The role of values in the counseling situation. *The personnel and guidance Journal*, 58(9), pp. 576-582.
- Santos, W. S., Guerra, V. M., Coelho, J. A., Gouveia, V. V., y Souza, L. E. (2012). A influência dos valores humanos no compromisso religioso. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 28(3), pp. 285-292.
- Schwartz, S. H. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of personality and social psychology*, 53(3), p. 550.

- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25, pp. 1-65.
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied psychology*, 48(1), pp. 23-47.
- Schwartz, S. H. (2006a). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative sociology*, 5(2), pp. 137-182.
- Schwartz, S. H. (2006b). Les valeurs de base de la personne: théorie, mesures et applications. *Revue française de sociologie*, 47(4), pp. 929-968.
- Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Schwartz, S. H., y Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), pp. 550-562.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of social issues*, 50(4), pp. 19-45.
- Senol, F. (2011). The effect of job security on the perception of external motivational tools: a study in hotel businesses. *Journal of Economic and Social Studies*, 1(2), p. 33.
- Sprandel, L. I. S., y Vaghetti, H. H. (2012). Valorização e motivação de enfermeiros na perspectiva da humanização do trabalho nos hospitais. *Revista Eletrônica de Enfermagem*, 14(4), 704-802.
- Tamayo, A. (2007a). Contribuições ao estudo dos valores pessoais, laborais e organizacionais. *Psicologia*, 23, pp. 17-24.
- Tamayo, A. (2007b). Hierarquia de valores transculturais e brasileiros. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 23(especial), pp. 7-15.
- Tamayo, A., y Paschoal, T. (2003). A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador. *Revista de Administração Contemporânea*, 7(4), pp. 33-54.
- Toode, K., Routasalo, P., Helminen, M., y Suominen, T. (2015). Hospital nurses' work motivation. *Scandinavian journal of caring sciences*, 29(2), pp. 248-257.