UNIVERSIDAD DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL PIRHUA

NIVEL DE PRÁCTICA DE VALORES ÉTICO-MORALES EN LOS COLABORADORES DE TRES ÁREAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE PIURA, 2015

Laura Benza-Távara

Piura, febrero de 2016

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Maestría en Educación con Mención en Gestión Educativa

Benza, L. (2016). *Nivel de práctica de valores ético-morales en los colaboradores de tres áreas administrativas de la Universidad de Piura, 2015*. Tesis de Maestría en Educación con Mención en Gestión Educativa. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias de la Educación. Piura, Perú.

Esta obra está bajo una licencia
Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú

Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura

LAURA MARÍA BENZA TÁVARA

NIVEL DE PRÁCTICA DE VALORES ÉTICO-MORALES EN LOS COLABORADORES DE TRES ÁREAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE PIURA, 2015

UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN
MENCIÓN EN GESTIÓN EDUCATIVA

2016

APROBACIÓN

La tesis titulada: "*Nivel de práctica de valores ético-morales en los colaboradores de tres áreas administrativas de la Universidad de Piura",* presentada por la Lic. Laura María Benza Távara, en cumplimiento a los requisitos para optar el Grado de Magíster en Ciencias de la Educación con mención Gestión Educativa, fue aprobada por el asesor, Mgtr. Camilo García Gonzales y defendida el de febrero del 2016 ante el Tribunal integrado por:

…… ……

Presidente Informante

……..

Secretario

DEDICATORIA

Al Sr. de la Divina Misericordia y a la Santísima Virgen María

A mi amada familia:

Mis padres Elena y Alberto

Mis hermanos Martha, Cecilia, Alberto y Mauro, mi cuñado.

Mis sobrinos Renzo, Mauro, Juan Pablo, Giovanna, Renato y Bruno.

Laura

Mi gratitud:

A la Universidad de Piura, por la oportunidad brindada.

A los catedráticos que me orientaron en la elaboración de esta investigación: Mi asesor, Mgtr. Camilo García Gonzales y mis profesores, Mgtr. Juan Carlos Zapata Ancajima y Mgtr. Luis Alvarado Pintado, cuya ayuda profesional fue fundamental en la realización de esta tesis.

A mi jefa, Lic, Ana María Mattus, quien me brindó su apoyo incondicional para la obtención de este título. Asimismo, a la Mgtr. Luciana Ceccovilli y Mgtr. Diana Jhong, quienes durante sus jefaturas permitieron mi asistencia puntual a la maestría; así como a mis compañeros de trabajo de Pensiones, Admisión y Promoción, que otorgaron la información necesaria para los resultados de esta investigación.

A Carola García Vilela y a Denisse Madrid por su ayuda permanente en esta investigación.

A los colaboradores de la Biblioteca y Hemeroteca UDEP quienes me brindaron sus servicios con dedicación y esmero.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Pág.

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN 3

1.1. Caracterización de la problemática 3

1.2. Formulación del problema 7

1.3. Objetivos de investigación 7

1.3.1. Objetivo general 7

1.3.2. Objetivos específicos 7

1.4. Justificación de la investigación 8

1.5. Antecedentes de estudio 11

1.5.1. Antecedentes internacionales 11

1.5.2. Antecedentes nacionales 14

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN 23

2.1. Teorías axiológicas 23

2.1.1. Subjetivismo axiológico 24

2.1.2. Objetivismo axiológico.....24

2.2. Base conceptual sobre los valores 26

2.2.1. Definición de valor 26

2.2.2. La ética y los valores 28

2.2.3. Características de los valores.....30

2.2.4. Jerarquía de los valores.....33

2.2.5. Clasificación de valores.....36

2.2.6. Principales valores ético-morales 38

2.2.7. Valores organizacionales.....44

2.2.8. Conformación de valores en la empresa.....47

2.2.9. Importancia de la práctica de valores ético-morales en la empresa 48

2.2.10. La eficacia empresarial como resultado de la práctica de los valores ético-morales.....54

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....57

3.1. Tipo de investigación.....57

3.2. Diseño de investigación.....58

3.3. Población y muestra.....58

3.4. Variables de investigación 59
3.4.1. Definición conceptual 59
3.4.2. Definición operacional 60
3.5. Técnicas e instrumentos de investigación 61
3.6. Procedimiento de análisis de datos 63

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN 65
4.1. Descripción del contexto y de los sujetos 65
4.2. Descripción de resultados sociodemográficos 67
4.3. Descripción de resultados 69
4.3.1. Nivel de práctica del valor de la puntualidad 69
4.3.2. Nivel de práctica del valor de la responsabilidad 71
4.3.3. Nivel de práctica del valor del respeto 73
4.3.4. Nivel de práctica del valor de la solidaridad 74
4.3.5. Nivel de práctica del valor de la honestidad 76
4.3.6. Nivel de práctica del valor de la eficiencia 78
4.3.7. Práctica de valores 79
4.4. Discusión de resultados 83
CONCLUSIONES 89
RECOMENDACIONES 93
BIBLIOGRAFÍA 95

ANEXOS

Anexo 1: Matriz General de Investigación "Matriz de Consistencia".....101

Anexo 2: Matriz del Problema de Investigación - "Matriz Operacional del Problema" 102

Anexo 3: Cuestionario Sobre Práctica de Valores.....104

Anexo 4: Análisis para las Dimensiones sobre la Práctica de Valores según Variables Socio Demográficas 107

Anexo 5: Fichas de Validación del Instrumento.....111

Anexo 6: Ideario de la Universidad de Piura.....114

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla A: Escala de valoración del cuestionario de práctica de valores 62

Tabla B: Validación del cuestionario de la práctica de valores 62

Tabla C: Confiabilidad del cuestionario de práctica de valores 63

Tabla 1: Área a la que pertenecen los colaboradores 67

Tabla 2: Edad de los colaboradores 67

Tabla 3: Título profesional de los colaboradores 68

Tabla 4: Condición laboral de los colaboradores 68

Tabla 5: Años de servicio laboral de los colaboradores 69

Tabla 6: Práctica del valor de la puntualidad 70

Tabla 7: Práctica del valor de la responsabilidad 71

Tabla 8: Práctica del valor del respeto 73

Tabla 9: Práctica del valor de la solidaridad 75

Tabla 10: Práctica del valor de la honestidad 76

Tabla 11: Práctica del valor de la eficiencia.....78

Tabla 12: Práctica de la práctica de valores 79

Tabla 13: Estadísticos descriptivos sobre la práctica de valores.....81

Tabla 14: Nivel general de práctica de la práctica de valores 81

LISTA GRÁFICOS

Pág.

Gráfico 1: Práctica del valor de la puntualidad 70

Gráfico 2: Práctica del valor de la responsabilidad 72

Gráfico 3: Práctica del valor del respeto 74

Gráfico 4: Práctica del valor de la solidaridad 75

Gráfico 5: Práctica del valor de la honestidad 77

Gráfico 6: Práctica del valor de la eficiencia 78

Gráfico 7: Práctica de la práctica de valores 80

Gráfico 8: Estadísticos descriptivos sobre la práctica de valores 82

Gráfico 9: Nivel general de práctica de la práctica de valores 81

"Los valores acondicionan nuestro mundo para hacerlo humanamente habitable y fruible".

Adela Cortina

INTRODUCCIÓN

La actual crisis social en la que está sumido el país, respecto al ámbito ético, exige reflexionar sobre esta situación y tomar acciones en todas las instancias, sobre todo en instituciones formativas como la Universidad de Piura. Es por ello que se planteó como tema de investigación el "Nivel de práctica de valores ético-morales en los colaboradores de tres áreas administrativas de la Universidad de Piura", con el objetivo de determinar en qué nivel de práctica de seis valores: puntualidad, responsabilidad, respeto, solidaridad, honestidad y eficacia, se hallan los administrativos de la mencionada institución.

Respecto a la metodología, el tipo de investigación está dentro del enfoque cuantitativo, no experimental, descriptivo. El diseño es descriptivo simple. La muestra analizada estuvo conformada por 19 colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP: Pensiones, Admisión y Promoción. Se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario conformado por 30 ítems, de escala ordinal. El procesamiento y análisis de datos, se realizó a través del software estadístico IBM SPSS, versión 22.

En cuanto a la estructura de la tesis, se ha organizado en cuatro capítulos.

El primer capítulo expone el planteamiento de la investigación, que incluye la caracterización y la formulación del problema, los objetivos de investigación, la justificación y los antecedentes de estudio.

El segundo capítulo sistematiza el marco teórico que fundamenta este estudio, considerando las teorías axiológicas de los valores, para abordar luego su conceptualización, detallando sus características, jerarquía y clasificación. Asimismo, se fundamenta la importancia de los valores ético-morales analizados, así como la implicancia de su práctica en las organizaciones.

El tercer capítulo presenta la metodología de investigación, en donde se explica el tipo de investigación cuantitativa, no experimental y el diseño descriptivo simple. Asimismo, se describe la población, muestra, variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos y el procedimiento de análisis de resultados.

El cuarto capítulo sistematiza los hallazgos de la investigación, producto del análisis e interpretación de los resultados obtenidos. En este caso de estudio, los resultados confirmaron un nivel elevado de práctica valores ético-morales en los colaboradores encuestados, destacándose los valores de la honestidad, responsabilidad y respeto.

Por último, se incluye las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

En suma, los resultados de esta investigación aportan fundamento teórico y referencias metodológicas para emprender otras experiencias de investigación en la misma institución de estudio, así como también en otras instituciones formativas, con el fin de fomentar la práctica permanente de valores ético-morales en sus colaboradores, y así alcanzar los objetivos institucionales, con repercusión positiva en los demás entornos sociales.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Caracterización de la problemática

En la actualidad nuestra sociedad está sumergida en un mundo donde prima el materialismo, lo superficial, lo vano, lo placentero, lo relativo y pragmático y el gran hombre es el típico ser exitoso gracias a su 'astucia' para enriquecerse, para escalar peldaños laborales, políticos, a costa de mentiras, corrupción, influencias, porque 'el fin justifica los medios'. En este marco, el concepto de valores se ha trastocado, en la medida que el ser humano se configura como un ser egoísta, egocentrista porque todo debe girar en torno a él, sus actos se conducen a la consecución de fines personales, en favor de su conveniencia, de sus intereses, así actúe en desmedro de su prójimo, incluso. El lema es 'el hombre es un lobo para el hombre', en palabras de Hobbes, T. (s. XVII).

Lo anterior explica que hay una ceguera en la sociedad sobre la 'captación y práctica de valores', puesto que es normal en el mundo actual que el valor casi único que se conozca sea el de la propia persona, el del propio yo. Es este yo como supremo valor, la causa fundamental de que algunas personas se les aparezcan como relativa y no absoluta la escala de valores. Estamos entonces ante problemas subjetivos, personales, para la captación de valores. En ellos interviene la inteligencia, la voluntad, las tendencias, etc., al aplicarse o no debidamente, y abriendo o cerrando, como consecuencia, la capacidad del individuo de relacionarse con toda verdad y grandeza (Pérez, 2006).

En algunos análisis filosóficos realizados se considera que para el hombre actual los valores éticos ya pasaron de 'moda', como si se tratara de algo efímero y no se toma conciencia que los valores no responden a una moda sino que trascienden en el tiempo. Se trata de un hombre relativamente bien informado, pero con escasa educación humana, muy entregado al pragmatismo, por una parte, y a bastantes tópicos, por otra. Todo le interesa, pero a nivel superficial; no es capaz de hacer la síntesis de aquello que percibe, y, en consecuencia, se ha ido convirtiendo en un sujeto trivial, ligero, frívolo, que lo acepta todo, pero que carece de unos criterios sólidos en su conducta. Todo se torna en él etéreo, leve, volátil, banal, permisivo, hace suyas las afirmaciones como 'todo vale', qué más da' o 'las cosas han cambiado' y así, es usual encontrar buenos profesionales en sus temas, que conocen bien la tarea que tienen entre manos, pero que fuera de ese contexto van a la deriva, sin ideas claras, atrapados en un mundo lleno de información, que le distrae, pero que poco a poco lo convierte en un hombre superficial, indiferente, permisivo, en el que anida un gran vacío moral (Rojas, 1992).

Esto ha traído consigo una sociedad que no está cimentada en valores ético-morales, que se edifica de modo frágil, por tanto está destinada a colapsar, como un edificio construido sin bases sólidas, endeble y expuesto a su pronta destrucción. Lamentablemente, nuestra sociedad no es ajena a esta realidad caótica. Basta echar una mirada a lo que acontece día a día en el mundo entero y en nuestra realidad más cercana. Precisamente en nuestra región Latinoamericana se está viviendo esta crisis de valores. En mayo de 2015 el peruano José Ugaz, presidente de la junta directiva de la ONG Transparencia Internacional, advirtió sobre la corrupción generalizada en América Latina. Lamentó que se haya 'normalizado' la corrupción en la sociedad y que se asuma como 'una forma de vivir'. "Nuestro caso (América Latina) es más grave, no solo hay que operar quirúrgicamente, sino trabajar la educación" (Ugaz, 2015).

En el caso de nuestra realidad más próxima, a nivel país, se vive una epidemia de crisis y rupturas conyugales, el drama de las drogas, la marginación de jóvenes, la incontrolable violencia cotidiana como el sicariato y la extorsión; familias que se 'destruyen' entre sí, al extremo de acabar con la vida por vanos intereses económicos o celos primitivos, y muchas veces se monta todo este drama ante la mirada aterrorizada de sus hijos. Qué legado, qué ejemplo de valores pueden dar estas personas

a su descendencia; y si se toca el tema del actual escenario político, ni se diga, la característica imperante es la 'corrupción y el cinismo' en nuestros gobernantes, quienes se supone deben ser nuestros líderes que den un buen ejemplo a la sociedad. Hacen denodados esfuerzos para llegar al poder con el único fin de enriquecerse y favorecer solo a los suyos. No cumplen su función de procurar el bienestar social con valores éticos, como la honestidad y el respeto; por el contrario aumentan la brecha social, donde los pobres se hacen más pobres y los ricos se enriquecen más. Esto ha traído consigo un descontento general, donde la mayoría está hastiada del actual sistema político. El problema es que el ciudadano de hoy es un ser desorientado, confundido y desesperado por un cambio a un sistema político positivo que esté cimentado en 'valores'.

Para sustentar lo expuesto, es pertinente apoyarse en el siguiente dato alarmante sobre el índice anual de percepción de la corrupción en el Perú. La ONG Transparencia Internacional, informa que dicho índice subió 38 puntos el 2014, en una escala de 0 a 100 (donde 100 representa menos corrupción). Esto significa que el Perú ha empeorado su situación, colocándose en el puesto 85 del ranking de percepción de corrupción, formado por 174 países (Expansión / Datosmacros.com, 2015).

Lamentablemente la ausencia de valores éticos en nuestra sociedad ha dado paso a la corrupción y a una serie de antivalores que estancan al Perú y obstaculizan su correcto desarrollo. Es pan de cada día enterarnos de casos de corrupción difundidos por los medios de comunicación.

> Si de llevar anotaciones se trata, este ha sido un año más para la corrupción. Los casos Áncash, Orellana, Álvarez, Belaunde Lossio y algunos otros tomaron las principales portadas por asalto. Gracias a ellos, otros casos tan o más oscuros, como Ecoteva, 'narcoindultos', Gagó y otros, pasaron a un segundo plano. Pareciera una competencia de corruptos; no obstante, este ha sido un año más para la corrupción, es la triste realidad con la cual nos despedimos del funesto 2014 (Garrido, 2014).

Bajo este contexto de caos ético, en un país contaminado de antivalores, urge una profunda reflexión sobre esta crisis y la toma de acciones inmediatas en todas las esferas que integran nuestra sociedad. No solo dejando la responsabilidad a los otros o a los que nos gobiernan; sino también es misión y obligación de cada ciudadano obrar desde su

posición, desde su quehacer diario y qué mejor desde nuestro entorno laboral, desde nuestras organizaciones.

En esta época de crisis en el ámbito ético o cambio de valores, el rol de los valores éticos es de vital importancia en la consolidación de la cultura de las organizaciones, para que hallen el sentido frente a su misión, visión y objetivos, por ende alcanzarán niveles óptimos de competitividad (Bacigalupo, 1998, p.7; citado por Revilla, 2013).

> Somos testigos que la sociedad, las organizaciones y las personas están perdiendo referentes o criterios claros de comportamiento, traducidos en ineficiencia, baja productividad, irresponsabilidad, falta de compromiso e identidad con su institución, deshonestidad, impuntualidad, etc. Esto nos permite entender que un aumento en moralidad es lo mismo que un crecimiento en humanidad (Cortina, 2000, p.14; citado por Revilla, 2013).

Por lo tanto, el compromiso por fomentar la práctica de valores ético-morales, es más serio aun cuando se forma parte de instituciones educativas. En este caso, una institución educativa de nivel superior donde se alberga a universitarios que se forman como profesionales y serán los futuros actores transformadores de la sociedad.

La universidad es el motor impulsor del desarrollo de los pueblos, puesto que el desarrollo de la 'educación' y el 'capital conocimiento' generan el progreso en los países, en palabras del Brack (2003), en la medida que provee óptimas condiciones de vida, porque solo cuando el hombre deja de ser más ignorante está en condiciones de desarrollar sus capacidades humanas que permiten el reconocimiento de sus deberes y derechos, así como una vida digna. De este modo se proyecta individualmente al bien común, según Bravo (1990). Por tanto, son las universidades las que cimientan las bases del progreso de un país y mejoran las condiciones de vida de la población.

El ser de la universidad se encuentra estrechamente vinculado con el ser del hombre, con su formación integral y con su misión en la sociedad. Por ello, es función esencial de la universidad promover un humanismo como forma de ser y esto se logra precisamente por medio de un humanismo que rescate, promueva y cree 'valores éticos'; puesto que el auténtico hombre, es producto del trato con los valores. Son éstos los que le harán una persona perfecta, o al menos más acabada. "Los valores

son algo que se encuentran en el ser, que surgen de la bondad y que sirven para la realización final o medial de la perfección personal" (Pérez, 2006, p. 61).

Por consiguiente, la práctica de valores éticos-morales como la honestidad, solidaridad, respeto, responsabilidad, puntualidad y eficiencia en el entorno laboral y en este caso, en el área administrativa de la Universidad de Piura, son de gran importancia, en la medida que todos sus colaboradores sean ejemplo de vida en su comunidad universitaria y por ende en la sociedad.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de práctica de valores éticos morales de los trabajadores de tres áreas administrativas de la Universidad de Piura?

1.3. Objetivos de investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de práctica de valores ético-morales en los colaboradores de tres áreas administrativas de la Universidad de Piura.

1.3.2. Objetivos específicos

a) Medir y describir el valor de la puntualidad que practican los colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP.

b) Medir y describir el valor de la responsabilidad que practican los colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP.

c) Medir y describir el valor del respeto que practican los colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP.

d) Medir y describir el valor de la solidaridad que practican los colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP.

e) Medir y describir el valor de la honestidad que practican los trabajadores de tres áreas administrativas de la UDEP.

f) Medir y describir el valor de la eficiencia que practican los colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP.

1.4. Justificación de la investigación

Se ha creído conveniente realizar este estudio, con el fin de contribuir a revertir la actual crisis de valores ético-morales que está sufriendo nuestra sociedad peruana, sobre la cual se ha comentado al detalle líneas arriba. Por consiguiente, debido a las graves consecuencias que desencadenan los antivalores, o la ausencia de valores ético-morales en nuestra sociedad, apremia tomar en serio este tema. "Los valores para conocerlos y vivirlos necesitan también de su realización práctica. Si se quiere una sociedad sin crisis de valores hay que lograr que las personas tomen contacto con ellos y aprendan su grandeza al encarnarlos y ejercerlos" (Bayona, Pablo & Patiño, 2001, p. 59-60).

Urge profundizar y reflexionar sobre la práctica de los valores ético-morales en la sociedad. Por ende, el mundo laboral, empresarial o institucional no debe ser ajeno a esta reflexión, puesto que los valores ético-morales son pieza clave para la realización de la empresa y la necesidad de la constitución de una cultura empresarial de calidad, con trascendencia y repercusión en la sociedad.

> Los valores han sido definidos como principios que guían la vida (Schwartz, 1992) y orientan la conducta de las personas, incluidos los asociados con el trabajo (Schwartz, 1999). De allí que muchos estudios actuales se centren en la congruencia entre los valores de los individuos y los de las organizaciones donde trabajan en sintonía, según las observaciones de Dose (1997), quien señala que como gran parte del tiempo transcurre en entornos laborales, los valores asociados al trabajo son particularmente importantes y relevantes (Omar & Florencia, 2008, p. 366).

Por lo tanto, es pertinente que cada uno desde su posición -en este caso en calidad de colaboradores de una institución- aporte iniciativas para lograr un cambio o mejoras sustanciales.

> La mayoría de las personas en edad productiva pasan la tercera parte del día, o más, en su centro de trabajo, lugar donde entra en juego una serie de valores que, bien cultivados, se traducen en actitudes positivas de los empleados y crean para las empresas un valor agregado que se manifiesta en las labores diarias. Invertir en una cultura organizacional

> adecuada es factor de éxito para cualquier empresa, puesto que el recurso humano es su activo más importante, debido a que éste es el que administra y pone en acción a los otros recursos (Planas, 2000, p.9).

Es vital que todos los miembros que trabajan en una organización se sensibilicen sobre el desarrollo de valores ético- morales, cuya influencia también puede extenderse a los ambientes familiares y sociales. En suma, las empresas que favorecen la cultura de los valores contribuyen a la formación de personas más capaces de servir a su sociedad, a su entorno familiar, amical y a su país.

> Los valores siempre han estado en el desarrollo de las organizaciones, han sido aquellos elementos que permiten sustentar la vida en una organización por eso siempre su naturaleza y carácter constituyen uno de los temas centrales de todo tiempo (Cortina, 1997, p.15).

La empresa moderna es una de las estructuras más importantes de nuestra sociedad especialmente por su capacidad de crear riqueza y elevar la calidad de vida. Su función es imprescindible en nuestra sociedad, por ello es importante el orden de valores por el que ha de regirse (Cruz, 0000, p. 3).

Por lo tanto, reconociendo la importancia de los valores ético-morales en las organizaciones, se formuló la propuesta de determinar el nivel de prácticas de valores ético-morales, a través de su medición en tres áreas administrativas de la Universidad de Piura. Cabe indicar que no existen registros de una investigación similar en esta institución, por lo que resulta novedoso y oportuno este estudio, en la medida que ofrece una nueva alternativa.

Descubrir el nivel de práctica de valores en un grupo de administrativos de la UDEP, será de utilidad porque nos permitirá conocer en qué situación se encuentra el desempeño laboral de los colaboradores encuestados, con el fin de asegurar la correcta funcionabilidad de las áreas analizadas y por consiguiente de la institución. Lo ideal es que toda institución u organización, en este caso la UDEP, sea una comunidad de práctica de valores.

El aporte del presente estudio radica en que contribuirá a identificar las fortalezas y debilidades en parte de la institución, lo que será útil para tomar decisiones o para plantear modelos de buenas prácticas.

Asimismo, esta investigación servirá de punto de partida para una investigación global, aplicada a todos los colaboradores de la universidad. Puesto que se cree conveniente que siempre se debe medir el nivel de práctica de valores ético-morales; en tanto que éstos nos sirven de 'brújula' para vislumbrar el correcto desempeño institucional.

A la vez, esta investigación servirá de referencia para nuevos estudios en otras organizaciones.

Por otro lado, se está brindando aporte teórico, basado en información actualizada sobre el nivel de prácticas de valores en una organización; lo cual fomenta la producción de conocimiento en torno a esta línea de interés, en la gestión de instituciones.

También hay un aporte metodológico, por medio de un instrumento (cuestionario), que se ha adaptado para la adecuada medición de la muestra utilizada (colaboradores administrativos).

Otra contribución es que esta tesis servirá como iniciativa para futuras investigaciones, que logren complementarla a través de metodología práctica (estrategias, procedimientos, programas o mecanismos de aplicación), para producir transformaciones y mejoras sustanciales en la práctica de valores ético-morales desde las organizaciones.

Finalmente, a través del presente tema de estudio sobre práctica de valores éticos-morales, se pretende cooperar con el principal objetivo con que nació la UDEP, de servir a la sociedad con cimientos sólidos y profundos. En palabras de su fundador San Josemaría Escrivá de Balaguer, en su obra la Universidad al Servicio de la Sociedad Actual:

> La universidad debe contribuir desde una posición de primera importancia al progreso humano… No basta el deseo de querer trabajar por el bien común; el camino, para que este deseo sea eficaz, es formar hombres y mujeres capaces de conseguir una buena preparación, y capaces de dar a los demás el fruto de esa plenitud que han alcanzado (Escrivá).

1.5. Antecedentes de estudio

Los antecedentes hallados están relacionados al tema de la práctica de valores en las organizaciones, por ello sirven de aporte para la fundamentación del marco teórico y la discusión de resultados. Tres antecedentes son de nivel internacionales y cinco son nacionales. Entre los nacionales está el libro 'Influencia de la Ética en la Eficacia Empresarial' el cual tiene las características adecuadas, para ser considerado como un antecedente muy útil.

Por otro lado, cabe indicar que no se encontró antecedentes locales. En la biblioteca de la UDEP se consultó la tesis del año 1994, 'El actuar virtuoso como gestión empresarial', pero solo se encontró marco teórico, más no el resto de capítulos necesarios para utilizar la investigación como antecedente y sirva de insumo para la discusión de resultados. No se contó con la metodología de investigación, donde se analice una población, con técnicas e instrumentos de recolección de datos, que viertan resultados.

Asimismo, se intentó tener acceso a la tesis 'Comunicación de valores en la empresa' del 2004, pero no fue posible porque el autor no ha autorizado su consulta (estado 'restringido').

1.5.1. Antecedentes internacionales

Bollecker y Martínez (2004) elaboraron un estudio titulado: *Incongruencia entre valores individuales y organizacionales: Determinantes del Rendimiento Laboral*, el cual presentaron como tesis a la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas - Venezuela).

La investigación es de tipo descriptivo, el diseño es no experimental o ex post-facto, con el objetivo de identificar la congruencia entre los valores individuales y organizacionales: determinantes del rendimiento laboral. Asimismo, es una investigación transversal y transaccional descriptiva. La muestra se aplicó a 42 empleados fijos de la empresa Xerox con sede en Caracas. Se aplicó la técnica de la encuesta a través de tres cuestionarios como instrumento de medición de valores individuales, valores organizacionales y rendimiento.

Los resultados del estudio determinaron que los 42 empleados evaluados dieron la misma importancia valores individuales y los organizacionales. Asimismo, esta congruencia trae consigo un elevado rendimiento laboral. En contraposición, al existir incongruencia de valores, afectará negativamente en el desempeño.

Esta investigación resulta de gran utilidad porque aporta fundamentos teóricos muy bien sustentados, a través de un análisis y comprobación de la importancia de los valores en las organizaciones; lo cual es la base del tema de la presente tesis. En este caso se comprueba que hay una relación de influencia entre los valores individuales, respecto a los valores organizacionales, lo cual redunda en el rendimiento laboral. Por lo tanto, en la medida que esta influencia o congruencia sea positiva, será saludable para la organización.

Omar & Florencia (2008) publicaron un artículo sobre: *Valores personales y compromiso organizacional*, en la revista Redalyc.org, en Xalapa (México).

Es un artículo científico, de naturaleza monográfica que expone fundamentos con el objetivo de descubrir la implicancia de los valores personales en el compromiso organizacional. Se basaron en un análisis psicológico de las personas estudiadas, cuya muestra fue 429 empleados argentinos de empresas del centro y sur del país. El instrumento utilizado fue el cuestionario.

En sus resultados se destaca que existe vinculación entre la orientación axiológica individual y el compromiso organizacional. Asimismo, las mujeres y los empleados más antiguos muestran mayores niveles de compromiso afectivo y normativo. Por otro lado, los empleados con escasa preparación profesional y de menor jerarquía, muestran un compromiso afectivo. En contrapartida, los empleados con preparación profesional y mayor jerarquía, tienen en mayor grado un compromiso normativo. Finalmente, concluyeron que los empleados de empresas pequeñas muestran mayor compromiso afectivo que los trabajadores que integran empresas grandes, quienes a su vez se sienten más unidos a su organización, a través de un compromiso normativo.

El presente artículo científico resultó necesario ayudará a clarificar y profundizar el tema de investigación, puesto que los hallazgos de esta tesis indican que sí hay un grado de implicancia de los valores personales con el compromiso organizacional. En consecuencia, servirá de ayuda para construir el marco teórico; así como contrastar y discutir los resultados de esta investigación con la nueva.

Quintero (2014) realizó un estudio titulado: *Las Actitudes, Valores y Desempeño Ético de las personas como determinantes de la calidad del trabajo en empresas de servicios*, el cual presentó como tesis de maestría a la Universidad Autónoma de Querétaro (México).

Es un tipo de investigación mixta, enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo, el cual se hizo con el objetivo de identificar y analizar las condiciones que determinan la calidad del servicio, a través de actitudes, valores y desempeño ético. Su muestra fue de 60 clientes de una panadería y pastelería (familiar). Se aplicó un cuestionario como instrumento de medición de la calidad del servicio ofrecida a los clientes.

Los hallazgos señalan las siguientes conclusiones:

El desempeño ético de los colaboradores, sus actitudes básicas y los valores de servicio, definen el impacto de la calidad humana en el proceso de servicio, optimizándolo. A su vez, para que haya una congruencia entre cliente-empresa, es vital atender las necesidades del colaborador, así como evaluar su desempeño ético.

Esta investigación es importante porque aporta fundamentos teóricos y un análisis sobre la implicancia de las actitudes, valores y desempeño ético en las empresas y por ende en la calidad del servicio que ofrecen. Esta investigación destaca no solo la importancia de los valores individuales respecto a la organización, sino su implicancia por el desempeño ético; el cual asegura la coherente vinculación no solo entre colaboradores - empresa, sino también entre cliente – empresa.

1.5.2. Antecedentes nacionales

Vigo (2002) publicó el libro denominado: *Influencia de la Ética en la Eficacia Empresarial, bajo la editorial San Marcos* (Lima).

El libro en mención se basó en un estudio exploratorio de carácter mixto, de enfoque cuantitativo y cualitativo, tomando como unidad de análisis a la empresa ADRA-PERÚ, con el fin de demostrar que las empresas más eficaces son aquellas cuyos integrantes comparten ciertos valores tales como: la Honestidad, la Justicia, la Lealtad, la Prudencia, la Responsabilidad, entre otros. Se aplicó una muestra de 100 trabajadores de dicha empresa, a través de una encuesta a los trabajadores y entrevistas en profundidad al personal directivo, así como la observación directa de la realidad.

En los resultados se resalta que la personalidad de los trabajadores se caracteriza por la existencia de rasgos morales, que contribuyen al logro de la eficacia. Asimismo, los valores que más admiran los trabajadores son: la verdad, la honestidad, la justicia, lealtad y la honradez; y los valores que más prácticas los trabajadores son la Honradez en un 100%, lealtad 97%, caridad 98%, humildad el 86%, justicia 100%, prudencia 60%, temperancia 96%, honestidad conyugal 90%, sinceridad y responsabilidad 90% y serenidad 66%.

Por otro lado un 60% valora lo espiritual y un 40% lo material. El 80% están en desacuerdo con proposiciones antiéticas en los negocios, el 20% son indiferentes. Por lo tanto, los trabajadores poseen elevadas normas éticas hacia los negocios, por lo que se explica el logro de la eficacia de su organización.

Este libro es de gran utilidad en la medida que no solo proporciona fundamentos teóricos relacionados con el tema a investigar, sino que también nos aclara el panorama para el posterior análisis y discusión de nuestro estudio, al demostrar la "efectividad" de la práctica de valores ético-morales en las organizaciones, a través de su investigación en la organización ADRA.

Menacho (2006) trabajó una investigación titulada: *Estudio Exploratorio sobre los Valores Organizacionales de una Organización no Gubernamental de Desarrollo Internacional*, la cual presentó como tesis de maestría a la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima).

La mencionada tesis se realizó a través de un estudio exploratorio de carácter cualitativo, utilizando fuentes primarias y secundarias, en dos etapas: una de lectura de documentos y otra de trabajo de campo, por medio de recolección de información. El objetivo fue analizar los valores que se ejercen durante el desempeño laboral y de qué manera influyen en la productividad de la organización, denominada ONG de Estudio. Se aplicó una muestra de 42 trabajadores de dicha ONG, a través de una entrevista a profundidad, para dar respuesta a varias interrogantes que parten de la principal pregunta formulada sobre ¿Cómo influyen los valores en el desempeño de una ONG?

En sus resultados resalta que más del 80% de los entrevistados no se identifica con los valores organizacionales de la institución; perciben una brecha entre los valores organizacionales que la institución declara frente a lo que fomenta o práctica. Asimismo, la mayoría percibe que no hay una buena práctica de valores, no viven en un ambiente laboral saludable. Asimismo, el personal antiguo es el más desmotivado, es el que más percibe la mala práctica de valores.

Esta tesis proporciona fundamentos teóricos relacionados con el tema a investigar, permitiendo un mejor análisis y discusión, como el impacto de la ausencia de la práctica de valores dentro de una organización, en este caso, por parte de los empleadores; lo cual desencadena un clima laboral negativo, insano, donde impera la desmotivación de sus colaboradores.

Flores (2010) realizó una investigación titulada: *Práctica de Valores en los Docentes de Educación Básica de dos Instituciones Educativas Públicas de la DREC - Callao*, la que presentó como tesis de maestría a la universidad San Ignacio de Loyola (Lima).

Es una investigación de tipo no experimental, de diseño descriptivo simple, realizada con el objetivo de describir los valores

que practican los docentes de educación básica, de dos instituciones educativas. Se trabajó sobre una muestra de 92 docentes de dos instituciones educativas públicas de la DREC-CALLAO; a quienes se les aplicó un cuestionario como instrumento de la técnica de encuesta, para medir el nivel de práctica de valores de los docentes.

En sus resultados se destaca un logro óptimo de la práctica de valores por los docentes del Callao; sin embargo, aunque en menor porcentaje hay escasa o nula práctica de algunos valores en algunos docentes. Además, la honestidad, responsabilidad y puntualidad son coherentes con la labor que desempeñan; sin embargo el respeto y la solidaridad en los docentes son relativamente coherentes con la labor que desempeñan. Concluyeron que los valores deben ser la brújula en la vida de las personas, por ello no deben quedar en teoría, sino llevarse a la práctica. Urge desarrollar un programa de cambio de hábitos, prácticas y sobre todo de actitudes.

La utilidad de esta tesis radica en que además de ofrecernos fundamentos teóricos, nos da pautas para el diseño y análisis de un instrumento (cuestionario) de medida sobre las variables, las mismas que orientarán el diseño del instrumento que se aplicará en la presente investigación.

Balarezo (2006) elaboró la tesis de maestría: *Propuesta de un Plan de Mercadeo Social para incrementar el conocimiento y práctica de valores éticos de los estudiantes secundarios del distrito de Miraflores Lima,* la cual presentó a la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima).

Es una investigación cuantitativa y cualitativa, con el objetivo de explorar la percepción de los jóvenes estudiantes de secundaria miraflorinos sobre los valores éticos, para definir las pautas de una estrategia de Mercadeo social local, que sirva de base para educar, motivar, persuadir y desarrollar la práctica de valores en la comunidad. Se aplicó sobre una muestra de jóvenes entre 11 y 18 años de edad de colegios Miraflorinos. Se utilizó la técnica de encuesta (cuantitativa) y de focus group (cualitativa).

Los resultados resaltan las siguientes conclusiones:

a) Los alumnos conocen pocos valores, solo el 19% contesta dos valores y el 40% uno solo.

b) El 50% de los encuestados de colegios nacionales, no distingue entre valores y valores éticos, lo que denota carencia educativa en formación de valores. No tienen claro los conceptos, ni la jerarquía de valores, muy importantes para su formación.

c) Los jóvenes encuestados identificaron que el principal problema del Perú es la corrupción y la causa es "la falta de formación en valores". Reconocieron a los valores como "algo bueno", son una guía de comportamiento. Tienen una actitud positiva respecto a la necesidad de practicar los valores éticos porque ayudarían a mejorar la sociedad. También están dispuestos a colaborar en actividades que los promuevan.

d) Los cinco valores priorizados por los estudiantes son: el respeto, la honestidad, la justicia, la responsabilidad y la solidaridad. A los dos primeros valores, los jóvenes les otorgan la facultad de ser la base, el cimiento del resto de valores.

e) El más alto valor ético es el respeto, es un valor sumamente estimado. Este valor es la antítesis del comportamiento del "vivo", el que se salta y se burla del derecho de los demás. En primer lugar colocan el respeto, por las ideas de los demás, no atropellar a otros en razón de sus ideas o de sus creencias políticas o religiosas; pero también está presente el respeto por ser diferente, haciendo alusión a las diferencias étnicas y raciales.

f) Los jóvenes reconocen que la corrupción es el principal problema del país. Además, son conscientes que la falta de valores éticos y las prácticas carentes de los mismos son el origen de la corrupción. A la vez, los prototipos de la falta de valores son los actores políticos, a quienes mencionan constantemente y los consideran el reflejo de lo que es el resto de la sociedad. El principal valor que ellos consideran

que ayudaría al país a convertirse en una sociedad de paz, es la honestidad y el respeto.

g) Los jóvenes son conscientes de las limitaciones y carencias de información y formación que tienen respecto a la ética y moral, agudizado por problemas del medio ambiente social en que viven. Por eso, no encuentran diferencia entre valores éticos y valores; sino únicamente como relativo a la ética profesional.

h) Los jóvenes son conscientes de que los principales modelos para la adopción de los valores son sus padres, luego los profesores, a través de su ejemplo, y por extensión los políticos son modelos visibles pero desafortunadamente corruptos. Los jóvenes dan la máxima importancia al rol de los padres en su formación, pero enfatizan que algunas de las lecciones que reciben sobre ética en la escuela no encuentran correlato o respaldo en el hogar, la falta de valores está generalizada, en el seno de la familia.

i) El significado de "valores" se encuentra en todo momento calificado positivamente en los jóvenes, señalan que los valores son importantes para la mejora de la sociedad; sin embargo, declaran que ellos no practican los valores y no encuentran el ejemplo para vivirlos, porque no están plasmados en los comportamientos de los líderes políticos, ni en su escuela, en la calle, ni en el hogar; por lo que significa la generalización de la falta de valores en su entorno.

j) Los jóvenes opinan que si bien es importante el uso de medios de comunicación en la difusión de valores, no es suficiente, puesto que son transmisores de valores con el ejemplo. Se necesita complementar la difusión con actividades adicionales que tengan relación directa con la práctica de valores. Recomiendan diversas actividades formativas relacionadas con la participación personal e interpersonal, como las charlas y el teatro, entre las que consideran más atractivas para su edad.

k) La capacidad de propuesta de los jóvenes se percibe como algo difícil, además aflora cierto fatalismo, al afirmar que los

cambios solo se verán en el largo plazo, en las próximas generaciones, dado que ellos mismo reconocen que no practican valores. Esta afirmación podría resultar peligrosa al significar en cierto modo, que ellos son ya producto de una sociedad torcida y corrupta y que por tanto, la perpetuación de los males estaría determinada.

l) Su principal recomendación es difundir el deber de respetar y el derecho que nos asiste a todos y cada uno de ser respetados. Una de sus consecuencias más reconocidas es la paz, es decir reducir la violencia, escenario que los jóvenes encuentran todos los días en el país.

Se decidió colocar todas las conclusiones por ser tan reveladoras. La utilidad de esta investigación se basa en los fundamentos teóricos y hallazgos que proporciona acerca de la práctica de valores en las instituciones. Esta investigación es muy enriquecedora, debido a que un buen grupo de jóvenes (entre 11 y 18 años) de diversos colegios nos alcanzan su desalentadora percepción por la crisis de valores en su entorno, empezando por su hogar, escuela y dirigentes políticos; lo que nos lleva no solo a reflexionar sobre la importancia del tema, sino que se traduce en un indicativo para tomar medidas urgentes a fin de reforzar la promoción de valores ético-morales.

Asimismo, evidencia la actual crisis de valores, la cual se menciona en el presente estudio y fue el tema que motivó esta investigación. Además, es un estudio profundo que ha intentado ser lo más preciso y real posible, de modo cualitativo y cuantitativo, a través de una encuesta y focus group. Dichos fundamentos se integran en el marco teórico y servirán para la posterior confrontación y discusión.

Revilla (2013) realizó una investigación titulada: *Los valores organizacionales. El caso de un Instituto Pedagógico Público de Lima*, el que presentó como tesis de maestría a la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima).

El diseño metodológico es cualitativo, interpretativo, de tipo empírico, nivel descriptivo y método de estudio de caso único, con el fin de analizar los valores organizacionales expresados de forma

explícita e implícita en la institución educativa mencionada. Para ello, se consideró una muestra de 24 miembros del personal directivo, 39 docentes, 33 administrativos, 34 del área de servicio y mantenimiento y 34 alumnos de tercero y cuarto de secundaria. Se realizó la técnica de focus group a través del instrumento, guión de registro para grupo focal, con el objetivo de recoger las percepciones, opiniones y conocimientos, de los miembros seleccionados de la Institución, en cuanto a qué valores se explicitan en los documentos y cuáles se viven en la praxis de la Institución. Asimismo, el tesista realizó la técnica del análisis documental, por medio del instrumento Ficha de Análisis Documental, con el fin de identificar los valores presentes en el Plan Estratégico del Instituto.

En sus resultados se destacan:

a) Reconocen la importancia de los valores institucionales porque se sabe que orientan y dan sentido a la práctica institucional. Los valores son marcos de referencia que orientan su vida. Son de carácter organizacional, porque orientan todo el quehacer de la institución buscando que sean asumidos por todos los miembros.

b) A modo general, los tipos de valores que predominan en el Instituto son de tipo permanente e influyente, lo cual es una fortaleza porque consolida su identidad a lo largo del tiempo y profundizan en el arraigo de cada uno de los valores propios.

c) Desde una mirada más específica, los valores identificados son de tipo religioso, tales como el carisma y el amor cívico, político como la solidaridad y el respeto y organizacional como la responsabilidad y el trabajo en equipo. Todos los valores están interrelacionados entre sí porque se asume a la organización dentro de un modelo de comunidad.

d) La centralidad de la persona y el compromiso social, más que dos valores organizacionales son parte de la filosofía institucional.

e) Existe una cierta correspondencia entre la mayoría de los valores explicitados en el Plan Estratégico Institucional (PEI) y la percepción de los diferentes miembros de la organización.

f) La realización de cada uno de los valores no se da en forma homogénea y plena en todos los actores.

g) Los valores presentes en la institución están comprendidos dentro de la cultura organizacional, es decir están expresados en principios, ideas, hábitos y estilos de comportamiento. Esto se evidencia porque están señalados en el marco filosófico y estratégico del PEI y porque existen situaciones descritas por los diferentes actores que reconocen la vivencia de los mismos en el quehacer institucional.

La tesis aporta al presente estudio porque proporciona fundamentos teóricos actualizados sobre la percepción de valores que se explicitan en los documentos y que se practican en la Institución. Dichos fundamentos se integran en el marco teórico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

En este segundo capítulo se presenta el marco teórico que fundamenta esta investigación, partiendo de las teorías axiológicas de los valores, las cuales comprenden el subjetivismo y objetivismo axiológico, para luego tratar la conceptualización de los valores, especificando su implicancia con la ética, así como sus características, jerarquía y clasificación. Posteriormente, se describen los valores objeto de estudio y luego se explica su vinculación con los valores organizacionales, puesto que este estudio de valores se enmarca dentro de una institución. Finalmente, se destaca la repercusión e importancia de la práctica de los valores ético-morales en las organizaciones.

2.1. Teorías axiológicas

Las organizaciones se componen de personas, quienes toman decisiones en su conjunto. De este modo, la estructura de la organización le dota de rasgos esenciales para configurarla como un agente ético, el cual está intrínsecamente vinculado a los valores desarrollados por el ser humano y a la vez sus rasgos forman parte de su cultura organizacional y la definen como organización humana (Seijo, 2009). Por lo tanto, es preciso empezar esta investigación sobre el nivel de práctica de valores ético-morales en colaboradores administrativos, abordando el tema de los valores desde las principales teorías axiológicas:

La ciencia que se encarga del estudio de los valores se llama axiología y fue el filósofo alemán Max Scheler (1874-1928) el que desarrolló una teoría sobre los valores, su clasificación y jerarquía; configurándose así como el creador de la escuela de la 'ética de los valores' (Cortina, 2000).

Según la Real Academia de la Lengua Española etimológicamente, el término "axiología" significa 'teoría de los valores', que se forma a partir de los términos griegos '*axios*, que significa **valor**, y '*logos'*, que significa **estudio, teoría**. Por consiguiente, la axiología es la teoría filosófica encargada de investigar los valores, con especial atención a los valores morales. Sin embargo, el aspecto axiológico o la dimensión axiológica de un determinado asunto no solo implica la noción de elección del ser humano por los valores morales basados en la ética, sino también por los valores estéticos y espirituales.

La axiología se dividió en diversas posturas, las más importantes que aportan una discusión más actual sobre el asunto son el subjetivismo y el objetivismo.

2.1.1. Subjetivismo axiológico

> "El aspecto subjetivo se refiere a que todo valor supone una valoración, que se da cuando el bien es apreciado, reconocido como tal por las personas" (Castillo, 2000, p.106).

Según Seijo (2009) los principales representantes de la concepción del valor como una experiencia subjetiva surgen de la Escuela Austríaca y de Praga, entre los que destacan Medina (1999) y Reyero (2001). Sus teorías subjetivistas se fundamentan en que las cosas no tienen un valor en sí mismas, solo valen en la medida en que son apreciadas por un sujeto; son los seres humanos los que dan valor a las cosas y por tanto el hombre es creador de valores.

2.1.2. Objetivismo axiológico

El filósofo alemán Scheler (1948) -citado por Pérez (2006, p.107)- fue el máximo defensor del Objetivismo Axiológico y señala que:

> Los valores son objetivos, es decir, no dependen de las preferencias ni de los gustos personales, no dependen de la época ni de la cultura, ni de la raza ni de la religión. Están por encima de cualquier condición empírica: son universales.

Al respecto Pérez (2006) agrega que Scheler se empeñó en dar a conocer los valores, sorprendido de la influencia decisiva que tienen en la vida y de su grandeza. Los trató como un algo independiente de las cosas, como una esencia eterna presente por una facultad distinta del entendimiento.

Asimismo, Castillo (2000, p. 106) refiere que "El aspecto objetivo se refiere a que todo valor es verdadera y realmente un bien. El que sea un bien y sea valioso es propio del ser mismo de la cosa y objeto".

Esta perspectiva objetivista surge como "reacción contra el relativismo implícito en la interpretación subjetivista y la necesidad de hacer pie en un orden moral estable" (Frondizi 2001, p. 107, citado en Seijo, 2009); en la medida que el objetivismo axiológico, en oposición al subjetivismo, considera el valor desligado de la experiencia individual, los valores son independientes del ser humano y son propiedades reales de las cosas. El ser humano es descubridor de valores, pero no los crea. En suma, ni el subjetivismo ni el objetivismo axiológico han sido capaces de proporcionar argumentos que engloben todas las características atribuibles a los valores (Seijo, 2009).

Ante esta disyuntiva, Castillo (2009, p. 106) afirma que es posible se caiga en alguno de estos extremos, al teorizar sobre los valores y agrega que:

> Una vez más la solución estará en una postura que supere ambos extremos complicándolos. Los valores se fundamentan tanto en la cosa en sí misma, en el ser mismo en cuanto bien, como en el sujeto que capte y reconozca aquel bien. Este bien se puede reconocer mejor o peor, pero lo que siempre sucede es que el valorar supone salir de la indiferencia.

Por consiguiente, lo importante es encontrar un equilibrio, que integre tanto el subjetivismo y el objetivismo axiológico sin

llegar a extremos, porque ambas posturas tienen razón de ser; puesto que la naturaleza de los valores se basa en que valen por sí mismos, al ser objetivos, pero a la vez su valía se complementa y consolida cuando es apreciado o reconocido por las personas, de modo subjetivo.

2.2. Base conceptual sobre los valores

2.2.1. Definición de valor

Antes de ahondar en el tema teóricamente, se da a conocer que el significado etimológico del término "valor tiene sus raíces en el vocablo latín "Oris", cuyo significado es fuerza, eficacia, actividad o virtud de las cosas para producir un efecto". (Vigo, 2002, p.25).

Castillo (2000, p. 81-106) define claramente que "el valor es una propiedad del bien, por tanto es objetivo porque tiene fundamento en la realidad externa al sujeto y también tiene un aspecto subjetivo porque hace referencia al reconociminto que hace el sujeto de esos valores".

Por lo tanto, la mencionada autora respalda una postura que conjugue los extremos del objetivismo y del subjetivismo axiológico, al reafirmar que el valor se fundamenta tanto en la cosa en sí misma, en el ser mismo en cuanto bien, así como también en el sujeto que capte y reconozca aquel bien. Al margen que este reconocimiento sea mejor o peor, la autora agrega que lo más importante es salir de la 'indiferencia', precisamente por medio del 'reconocomiento'.

Esto se explica por ejemplo en la actual crisis de valores, que golpea sobre todo a la juventud peruana, ha causa de una profunda "ignorancia" de los valores, por la ausencia de éstos en sus padres, maestros y el actual entorno sociopolítico, que cada vez más va en detrimento.

Por otro lado, Rokeach (1973) –citado por Vigo (2002, p. 29)- quien es un reconocido profesor de la Universidad de Michigan, autoridad mundial en el estudio sobre valores, define al valor como "Una convicción o creencia estable en el tiempo de que

un determinado modo de conducta o una finalidad existencial, es personal o socialmente preferible a su modo opuesto de conducta o a su finalidad existencial contraria".

Asimismo Díaz (2001, p. 51) nos alcanza una reflexionar al manifestar que "valor es lo que mueve mi corazón, imanta mi vida, me hace existir, ser, moverme. Cuanto menos valioso es algo para mí, tanto más se aleja de mi horizonte". A la vez nos advierte que a pesar que los valores existen no siempre los descubrimos, al grado que en ciertas coyunturas históricas aparecen disvalores que son tomados por valiosos o a la inversa. Por ello, nos recomienda potenciar los valores que van en el buen sentido, a fin que nos ayuden a progresar en humanidad.

Por su parte Bayona, Pérez & Patiño (2001, p.61) refieren que "los valores son algo que se encuentran en el ser, que surgen de la bondad y que sirven para la realización final o medial de la perfección personal".

Los mencionados autores destacan la importancia del valor en tanto que es un tipo de bien, que valioso es lo que nos aparece como bueno y que la bondad es una característica del ser, que obedece al valor del ser en sí mismo, a un valor absoluto. Lo contrario es cuando cualquier realidad aparecerá como valiosa cuando se tenga necesidad de ella. Es decir que las cosas adquieren un valor nuevo, subjetivo e individual, cuando representan la posibilidad de saciar algo deseado, que responde a una apetencia. Se define el valor en relación al sujeto que lo desea, no como un bien del ser que lo posee, sino para quien lo necesita, configurándose como valor relativo.

Es por ello que hoy en día se observa que esta tergiversación del concepto de valor ha ocasionado que algunas personas se consideren centro de todo valor, con tal egocentrismo, que trastoca el concepto de valor, en tanto que lo valioso se hace subjetivo, individual y solo importan los intereses personales. Por tanto, estamos ante valores ficticios que ensombrecen y ciegan la vida del ser humano.

Asimismo, sobre esta ambigüedad nos advierte Rojas (1992, p. 172) en su obra *El Hombre Light* al afirmar que este 'hombre'

llega al extremo de vivir instalado en la atalaya del cinismo, lleno de contradicciones: lo que hoy critica mañana lo defiende, lo importante es el momento, nada es definitivo; se apunta a ganador, porque lo importante es el éxito, el triunfo, el vértigo de la fugacidad, la revolución de la urgencia. Se convierte en un ser pragmático, lo que piensa difiere de lo que hace, conoce el precio de todas las cosas y el valor de ninguna. Rojas lamenta que el 'hombre light', no tiene vida interior ni intimidad, vive para la calle y está más pendiente de su apariencia externa que de su estado interior.

Por consiguiente, en palabras de Dextre, Pérez, & Prieto (1999, p. 45) esta tergiversación de los valores ha traído un mundo sumergido en una crisis de valores, en el que se destaca su carácter subjetivo, basado en la sola apreciación de la persona; por ello su valía gira alrededor del interés humano. Se configuran entonces como valores relativos incapaces de imponerse al individuo. La relación profunda de la ética es consecuencia de la íntima relación entre el valor y el bien, el cual todos debemos reconocer. Sin embargo, esta posición relativista defiende que no hay un bien que reconocer, sino utilidades para cada individuo, las cuales pueden cambiar continuamente y no tienen por qué coincidir en dos personas. Por tanto no cabe plantearse una ética universal.

En consecuencia, habiendo reconocido que los valores ético-morales son instrumentos que nos aseguran una correcta conducta moral, urge dotar nuestra vida de estos valores de modo convincente, tomando conciencia de su concepto real; por medio de una educación idónea, desde los primeros años de vida, solo así afrontaremos los grandes desafíos a los que estamos expuestos en el mundo actual.

2.2.2. La ética y los valores

Es pertinente tratar sobre la ética porque los valores ético-morales (tema de estudio) son instrumentos que dan consistencia a la ética.

Etimológicamente "El término Ética proviene del griego Ethos que significa 'modo de ser' o 'carácter', en cuanto a forma

de vida adquirida o conquistada por el hombre" (Vigo, 2002, p. 21).

Por su parte Castillo (2000) manifiesta que la ética se aplica a la teoría y la moral a la práctica, pero en el fondo aluden a lo mismo. Agrega que como ciencia moral fue fundada por Sócrates en el s. V a.C., por el interés filosófico por saber qué es el ser humano y su conducta moral. Procede del griego "ethos" que significa morada, luego significó carácter (hábitos), para luego constituirse como un saber que tiene por objeto determinar lo que está bien o está mal en la conducta humana. En consecuencia, su importancia radica en que su objeto de estudio es la moralidad del obrar humano, en tanto que considera los actos humanos libres, en cuanto buenos o malos. Por ello la ética forma parte de la antropología filosófica.

Asimismo, Cortina (2000) señala que:

La Ética consiste en aquella dimensión de la filosofía que reflexiona sobre la moralidad, es decir en aquella forma de reflexión y lenguaje moral, con respecto al que guarda la relación que cabe a todo metalenguaje con el lenguaje del objeto.

Según Díaz (2001, p. 82) "Ética de (ethos) es modo de vida, adquisición de un hábito bueno, y a la vez respeto del lugar donde se vive, a saber, la naturaleza y la vida".

Por su parte, Arens (1996, p.73) –citado por Vigo (2002, p.22)- define que "la Ética puede definirse como el conjunto de principios o valores morales".

Chiavenato (2004) manifiesta que desde un punto de vista general la ética es una preocupación por el buen comportamiento, no solo para el propio bienestar sino el de otras personas, traducido en la regla de oro 'no hagas a otros aquello que no quieres que otros te hagan a ti'. Ninguna sociedad puede competir a largo plazo, ni con éxito, con personas que tratan de engañar a otras y que no son confiables.

Respecto a la ética en las organizaciones, el autor puntualiza:

> La ética es el conjunto de principios morales o valores que definen lo que es correcto o equivocado para una persona, grupo o, incluso, una organización. El comportamiento ético se presenta cuando los miembros aceptan y siguen tales principios y valores. Al mismo tiempo, la organización alienta a sus miembros a comportarse éticamente, de modo que sirvan de ejemplo a las demás organizaciones. Por otra parte el comportamiento carente de ética se presenta cuando las personas violan los principios que han sido aceptados como correctos y adecuados para la actividad de la organización

Se concluye, que el objeto de estudio de la ética es la moralidad de los actos del hombre, quien tiene plena libertad y conciencia para distinguir entre el bien y el mal. Por lo tanto, los valores ético- morales son instrumentos al servicio de los seres humanos para guiarlos hacia una rectitud de vida, es decir hacia un comportamiento ético.

A continuación se exponen las características de los valores, las cuales sustentan el real concepto de valores.

2.2.3. Características de los valores

"Es el sentimiento de la apreciación el que nos permite captar los valores como una especie de esencia eterna, con una influencia decisiva en la vida y se nos presentan con las siguientes características", según Pérez (2006, p. 106-107):

a) Se muestran e imponen su reconocimiento: Este descubrimiento trae consigo una aceptación de la nobleza que vive en las cosas por un alma igualmente capaz de poseerla.

b) Se presentan como permanentes: el hombre se da cuenta que ha conocido una verdad que tiene características de eternidad.

c) Superan lo simplemente útil: porque el valor es atractivo por sí, se le busca a él. Así el valor es un fin y lo útil es un medio.

d) Poseen una jerarquía: sin embargo, la actuación de la inteligencia y la voluntad, en la inclinación del hombre por las cosas, hace que se confunda la escala natural de los

valores, por la apetencia que aquellas facultades tienen a determinadas realidades.

e) No todo el mundo tiene la misma capacidad de captarlos: pues depende de la inteligencia y de la sensibilidad de cada persona. Aquí surge una disyuntiva, cuando la persona cae en la "ceguera" para captar los valores.

Sin embargo, la sociedad puede desorientar en apreciación de valores originando los desvalores, lo que según Pérez (2006, p. 109-110) se traduce en:

> Ceguera de algunas personas para captar ciertos valores, es muy corriente en el mundo actual, que el valor casi único que se conozca sea el de la propia persona, el del propio yo. Esto trae como consecuencia que todo lo demás se dimensione de acuerdo a la importancia que tiene para el yo. El trastorno de toda la personalidad que conlleva esta actitud es de tal alcance, que sólo aparece como valor lo que gira alrededor mío: mi perro, mi casa, mi trabajo…cerrándose la apreciación a cualquier realidad que se salga de este círculo egoísta. Es este yo como supremo valor, la causa fundamental de que a algunas personas se les aparezca como relativa y no absoluta la escala de valores. Estamos, pues, ante problemas subjetivos, personales, para la captación de valores. En ellos interviene la inteligencia, la voluntad, las tendencias, etc., al aplicarse o no debidamente, y abriendo o cerrando, como consecuencia, la capacidad del individuo de relacionarse con toda verdad y grandeza.

Por lo tanto, para evitar esta desorientación es preciso ser conscientes del grado 'absoluto' de la escala de valores, tema que trataremos posteriormente a través de la clasificación de valores.

Por su parte Cortina (2000, p. 28-38) nos alcanza las siguientes características de los valores:

a) Los valores valen realmente, por eso nos atraen y nos complacen, no son una pura creación subjetiva. Consideramos buenas aquellas cosas porque descubrimos en ellas un valor, no porque decidamos subjetivamente fijárselo. Lo que sucede en muchas ocasiones es que, como estamos

acostumbrados a fijar un precio a las cosas, atendiendo a diversos detalles, podemos acabar creyendo que, no solo fijamos su precio, sino también su valor. Y conviene no confundir ambos, porque el precio sí podemos ponerlo, pero no el valor.

b) En este sentido se pronunciaba Oscar Wilde, cínico es aquel que conoce el precio de todas las cosas, y el valor de ninguna. Los valores son cualidades reales de las personas, las cosas, las instituciones y los sistemas.

c) Los valores están dentro de una realidad dinámica, por lo tanto la realidad contiene un potencial de valores latentes, que solo la creatividad humana puede ir descubriendo; así la creatividad humana es como una partera que saca a la luz lo que ya estaba latente, alumbrando de este modo nuevos valores o nuevas formas de percibirlos.

d) Los valores son fecundos en la medida que orientan nuestra conducta, puesto que nos permiten acondicionar el mundo, hacerlo habitable, a través de valores como la libertad, la solidaridad, la belleza. Los valores son cualidades que nos ayudan a construir esa vivienda que es la vida humana; de lo contrario, un mundo injusto, insolidario, sin libertades, sin belleza o sin eficacia no reúne las condiciones mínimas de habitabilidad.

e) Los valores son cualidades reales. Un valor no es un objeto, no es una cosa, no es una persona, sino que está en la cosa (un hermoso paisaje), en la persona (una persona solidaria), en una sociedad (una sociedad respetuosa), en un sistema (un sistema económico justo), en las acciones (una acción buena).

f) Los valores son siempre positivos o negativos. Cuando captamos un valor, nos atrae o nos repele. Valores positivos son la justicia, la igualdad, la utilidad, la belleza, la agilidad, la salud, etc., valores negativos, lo contrario, la injusticia, desigualdad, inutilidad, fealdad, torpeza, enfermedad.

g) Los valores poseen dinamismo, puesto que hay realidades que siempre nos atraen o nos repelen, nos invitan a actuar en

sentido o en otro, pero nunca nos dejan indiferentes. Los valores dinamizan nuestra acción, llevan ya una fuerza dinamizadora, en virtud de las cual nos incitan a realizarlos si son positivos o a evitarlos, si son negativos.

h) Los valores tienen una materia, que es lo que les distingue unos de otros. Por ello no podemos adjudicarles cualquier definición, decir de la libertad por ejemplo, que consiste en dar a cada uno lo que le corresponde, cuando esta caracterización corresponde a la justicia, no a la libertad.

2.2.4. Jerarquía de los valores

A continuación se destaca la jerárquica sobre valores, que hacen los autores Bayona, Pérez, & Patiño (2001, p. 56-57):

a) Dios. No conocemos otro ser personal mayor al hombre que Dios. No conocemos, por lo tanto un bien distinto de Dios que pueda ser el fin del hombre. Si no fuera así, el hombre se bastaría así mismo y le sobrarían las cosas, pero nada de esto le sucede, porque ha de encontrar la perfección en Dios y ha de contar con los medios que las cosas le proporcionan.

b) Hombre. Su fin es su perfección personal, es una esperanza de superación que sólo la alcanza en un ser personal y superior que es Dios. El hombre no es fin para Dios, pero sí es sujeto de sus atenciones.

c) Otros seres de la naturaleza. Como los animales, persiguen la continuidad de la especie. Los distintos seres de la naturaleza no son fines para el hombre, pero sí son objeto de su actividad y cuidado. Son además medios, porque son ocasión para la perfección personal. Por tanto, los distintos seres de la naturaleza son instrumentos para el desarrollo del hombre, y lo son precisamente en el ejercicio de ese cuidado; pues es cultivando al mundo, como el hombre logra parte de la perfección que busca, no es fin de su vida pero le da los medios para alcanzarlo.

Según esta jerarquía queda claro que los seres de orden superior podrán ser fines de los de orden inferior y no al contrario.

Dios no tiene más fin que en sí mismo, puesto que posee la perfección infinita. El hombre tiene su fin en Dios, puesto que no puede tener como fin lo que ya posee, ni tampoco lo inferior a él. Los animales en los hombres y Dios, es decir, en servir a los hombres, según los planes de Dios.

Fin del Hombre y el Fin de los Animales

Hombre → Bienes Externos → Fin Individual → Dios

Animales → Bienes Externos → Fin de la Especie → Dios

Por otro lado Scheler (1948) –citado por Dextre, Pérez, & Prieto (1999, p.46)- nos alcanza la clasificación jerárquica de los valores humanos, destacando que obedecen a un orden que va de superior a inferior, en una escala objetiva que no depende de la cultura ni de los gustos de cada persona:

a) Valores de lo santo

b) Valores espirituales: belleza, justicia, verdad (conocimiento, ciencia, cultura).

c) Valores vitales: salud, vigor.

d) Valores de lo agradable y desagradable. Son emociones y estados afectivos.

A la vez el autor remarca que el comportamiento ético debe regirse por esta jerarquía de valores. Por Ej. una persona debe decidir operarse para sanar una enfermedad antes que disfrutar de un viaje de placer, porque la salud está por encima de la distracción

Cortina (2000) refiere que el creador de la escuela de la "ética de los valores" Max Scheler los clasifica de la siguiente manera:

Valores Sensibles	Placer / Dolor
	Alegría / Pena
Valores de la Civilización	Útil / Perjudicial
Valores vitales	Noble / Vulgar
Valores Culturales o Espirituales	Estéticos: Bello / Feo
	Ético-jurídicos: Justo / Injusto
	Especulativos: Verdadero / Falso
Valores Religiosos	Sagrado / Profano

La autora agrega que Max Sheler estableció una jerarquía de menor a mayor grado de importancia, basando los valores en dos polos, positivo y negativo.

Cabe destacar la observación de Cortina (2000) que en tal jerarquización el autor no incluyó los valores morales porque no son una clase peculiar de valores, sino están contenidos en la conducta moral, la cual se basa en adecuar los demás valores de una manera correcta.

En consecuencia, Cortina (2000, p. 45) los clasifica de acuerdo a la jerarquía de Sheler, con la diferencia que agrega a los valores morales:

a) Sensibles (Placer / Dolor; Alegría / Pena)

b) Útiles (Capacidad / Incapacidad; Eficiencia / Ineficacia)

c) Vitales (Salud / Enfermedad; Fortaleza / Debilidad)

d) Estéticos (Bello / Feo; Elegante / Inelegante; Armonioso / Caótico).

e) Intelectuales: Verdad / Falsedad, Conocimiento / Error.

f) Morales: Justicia / Injusticia; Libertad / Exclavitud; Igualdad / Desigualdad; Honestidad / Deshonestidad; Solidaridad / Insolidaridad.

g) Religiosos: Sagrado / Profano

2.2.5. Clasificación de valores

Castillo (2000, p. 82-89) hace una clasificación basada en las virtudes, porque iguala a gran parte de las virtudes con los valores:

a) Valores religiosos: Dios, virtudes teológicas (fe, esperanza y caridad), doctrina y moral cristiana, Iglesia Católica y ministros.

b) Valores Morales: Amor, amistad, alegría, sabiduría, ciencia, prudencia, generosidad, justicia, laboriosidad, sinceridad, lealtad, piedad, gratitud, comprensión, flexibilidad, fortaleza, magnanimidad, magnificencia, paciencia, perseverancia, esperanza, audacia, templanza, sobriedad, pudor, castidad, humildad, vida humana.

c) Valores Sociales: Respeto a la dignidad personal, así como a la fama y honor, bien común, solidaridad, paz social, libertad social, unidad e integración, cooperación internacional. Democracia, participación, norma o ley, educación, tradición histórica, arte, técnica, economía, utilidad y eficacia, bienes materiales.

Alcanzamos otra clasificación, por parte de Rokeach (1973) – citado por (Vigo, 2002, p. 30-31)- en dos tipos de valores:

Valores finales: Los cuales se orientan a la consecución de objetivos existenciales. Pueden ser valores personales y valores ético-sociales.

Los valores personales son aquellos a los que aspira el individuo para sí mismo y responden a la pregunta ¿qué es para usted lo más importante en la vida? Ejemplo: Vivir, felicidad, salvación, familia, éxito o realización personal, tener prestigio, bienestar material, sabiduría, amistad, trabajo, ser respetado, amor, etc.

Los valores éticos-sociales constituyen aspiraciones o propósitos que benefician a toda la sociedad, responden a la pregunta ¿qué quiere usted para el mundo? Ejemplo: paz, supervivencia ecológica del ambiente, justicia social, etc.

Valores instrumentales: Constituyen los medios operativos para alcanzar los medios finales. Pueden ser de dos tipos: ético-morales y de competencia:

a) **Valores ético-morales**: Se refieren a los modos de conducta necesarios para alcanzar los valores finales y no son necesariamente fines existenciales. Responden a la pregunta ¿cómo cree que hay que comportarse con quienes le rodean?

Así por ejemplo, la lealtad puede ser un valor instrumental para conservar la amistad, la cual constituye un valor final.

Los valores morales tienen dos características peculiares:

- Se ponen en práctica en relación con las demás personas.
- En las personas mentalmente equilibradas, cuando se incorporan pero no se traducen en conductas consecuentes, tienden a generar sentimientos de culpabilidad.

Los valores éticos son estructuras de nuestros pensamientos que mantenemos pre-configuradas en nuestro cerebro como especie humana.

b) **Valores de competencia**: Son más individuales, aunque también están socialmente condicionados y no están directamente relacionados con la moralidad ni con la culpabilidad, responden a la pregunta ¿qué cree que hay que tener para poder competir en la vida? Entre ellos están la

imaginación, la iniciativa, la inteligencia, la cultura, la constancia, la vitalidad, vida sana, etc.

2.2.6. Principales valores éticos

2.2.6.1 Puntualidad

Navarro y Alcántara (2007, p.96) –citados por Flores (2010, p.14)-, definen el valor de la puntualidad como una cualidad muy apreciada que distingue a las personas tanto en los negocios como en la vida diaria. Este valor es una actitud que se adquiere desde los primeros años de vida, mediante la formación de hábitos en la familia y en la escuela, donde las normas y costumbres establecen horarios para cada una de nuestras actividades.

Para Soto & Montaño (2014) el valor de la puntualidad es la disciplina y esfuerzo para estar a tiempo en el lugar adecuado, para cumplir nuestras obligaciones: una cita del trabajo, una reunión de amigos, un compromiso de la oficina, un trabajo pendiente por entregar.

En consecuencia, se requiere dotar a nuestra personalidad de carácter, orden y eficacia, para vivir este valor en plenitud. Solo así estamos en condiciones de realizar más actividades, desempeñar mejor nuestro trabajo y ser merecedores de confianza.

Por su parte Estébanez (2003) manifiesta que ser puntual denota poseer un gran sentido de respeto hacia los demás, llegar con puntualidad a una cita demuestra nuestro interés y nuestro deseo de no hacer perder el tiempo. Agrega que la puntualidad no solo es un rasgo apreciado a nivel social, sino que en el mundo empresarial es algo imprescindible como síntoma de buena imagen y seriedad.

Por lo tanto, prescindir de este valor revela la nula organización de nuestro tiempo y de planeación en nuestras actividades, e incluso falta de respeto a quienes nos esperan. Por el contrario, siendo puntuales mejoramos nuestro orden,

hacemos la vida más agradable a los que nos rodean y somos personas confiables.

2.2.6.2 Responsabilidad

"Es asumir las consecuencias de los actos libres, respecto de uno mismo y del beneficio de los demás. Es el hábito de responder adecuadamente de los propios deberes, delante de los demás y de Dios" (Castillo, 2000, p. 169).

Por otro lado, su significado etimológico está compuesto por dos palabras: respuesta y habilidad, lo cual alude a la habilidad para dar respuesta, entendiéndose como el acto de asumir una situación. Además de la información y de los conocimientos para responder, interviene la voluntad. Este es uno de los valores más destacados que todo empresario y ejecutivo busca en los colaboradores de las empresas; puesto que la falta del mismo ocasiona situaciónes humanas difíciles. Los ámbitos de la responsabilidad abarcan desde el nivel corporativo, accionario y directivo, hasta el nivel más bajo en la jerarquía de la empresa (Planas, 2000).

Asimismo, Mora (1995) refiere que responsabilidad viene de "responder", facultad que permite al hombre interactuar, comprometerse y aceptar las consecuencias de un hecho libremente realizado. La persona responsable es digna de todo crédito. Se puede creer en ella y confiar en su palabra sin restricción alguna; sus actos responden íntegramente a sus compromisos. Siempre se esfuerza por hacerlo todo bien, sin necesidad de tener supervisión, recibir promesas ni ser objeto de amenazas. La persona responsable cuida de los detalles, ofrece garantía en los procedimientos, es amiga de lo óptimo y enemiga de la mediocridad. Su responsabilidad jamás se limita al juicio o evaluación de los demás. Su meta es la perfección.

A su vez Soto & Montaño (2014) reafirman que la responsabilidad tiene un efecto directo en la "confianza", puesto que confiamos en las personas responsables, ponemos nuestra fe y lealtad en quienes cumplen con lo que

prometieron. También es un signo de madurez, porque cumplir una obligación implica esfuerzo.

Por su parte Arribasplata y Quintana (2005) –citados por Flores, (2010)-, indican que la responsabilidad significa el cumplimiento de los compromisos y obligaciones, es decir tener conciencia plena de nuestras obligaciones y las decisiones de afrontarlas a cualquier precio. Agregan que la obligación nace de una ley o un contrato, mientras que la responsabilidad nace de la moral y la ética.

En consecuencia, se concluye que el valor de la responsabilidad alude al hecho de responder, asumir un compromiso, dar cumplimiento a los deberes, obligaciones y promesas, con un compromiso moral férreo que genera posteriormente la confianza de los demás.

2.2.6.3 Respeto

El respeto es la base de toda convivencia en sociedad. Las leyes y reglamentos establecen las reglas básicas de lo que debemos respetar, pero también tiene que ver con la "autoridad", como sucede con los hijos y sus padres, o como los alumnos con sus maestros. El respeto también es una forma de reconocimiento, de aprecio y de valoración de las cualidades de los demás, ya sea por su conocimiento, experiencia o valor como personas (Soto & Montaño, 2014).

Según Mora (1995) significa valorar a los demás, acatar su autoridad y considerar su dignidad. Se acoge siempre a la verdad, no tolera la mentira y repugna la calumnia y el engaño. Exige un trato amable y cortés; es la esencia de las relaciones humanas en cualquier relación interpersonal. El respeto crea un ambiente de seguridad y cordialidad y el reconocimiento de las virtudes de los demás. Evita las ofensas y las ironías; no deja que la violencia se convierta en el medio para imponer criterios.

Por lo tanto, podemos afirmar que el hecho que el respeto signifique saber convivir con los demás, valorándolos, implica reconocer la autonomía de cada ser

humano, aceptar con tolerancia el derecho a ser diferente, no apropiarse de lo ajeno, cumplir la ley y reconocer a la autoridad.

2.2.6.4 Solidaridad

La solidaridad en palabras de Castillo (2000) es un valor relacionado con la generosidad. Es saber compartir los bienes materiales y espirituales, con quienes los necesiten. Es el valor social por excelencia, necesario para la convivencia, en la medida que se deja de lado la individualidad para tomar en cuenta los proyectos buenos de los demás, en favor del bien común. La solidaridad es un dar y darse, que significa no solo despojarse de lo material sino que es más profundo, porque es enriquecer al otro con la acogida personal y con los propios valores. Es dar nuestro afecto y aprecio personal, es enriquecer al otro sin humillarlo. A la vez nos enriquecemos a nosotros mismos.

Según García (2006) –citado por Flores (2010)- el valor de la solidaridad es definida como una actitud entusiasta y sincera por la que se toman como propias, las necesidades de los demás y se pone empeño en conseguir el bien común con la misma intensidad con que se buscaría el propio. La solidaridad es la ayuda mutua que debe existir entre las personas, no porque se les conozca o sean nuestros amigos, simplemente porque todos tenemos el deber de ayudar al prójimo y el derecho a recibir la ayuda de nuestros semejantes.

En suma, el valor de la solidaridad alude a la frase ‘hacer el bien sin mirar a quién’, despojándonos de nuestra individualidad y de nuestros bienes para tender nuestra mano amiga al prójimo, con espíritu de servicio. “Inclusive si no tuviéramos nada material podemos dar una sonrisa, un gesto amable, una palabra de consuelo, un poco de nuestro tiempo, una oración, etc.” (Castillo, 2000, p.156).

2.2.6.5 Honestidad

La honestidad de acuerdo a Planas (2000) es la calidad de probo, recto proceder e integridad, implica también respeto hacia lo ajeno y a las personas, hacia lo que se hace o se es. Hace referencia a la compostura, decencia, recato, pudor, decoro, modestia, justicia, y honradez, autenticidad, sinceridad, verdad. El autor agrega que la tendencia lógica y natural de las personas es hacia el bien, por lo tanto su relación con la honestidad se basa en lo que es bueno para uno es bueno para los demás, situación que nos conduce a una estrecha relación entre justicia y bien común.

Respecto a este valor dentro de la empresa el autor indica que comienza con la actividad empresarial, debiendo ser esta, lícita, moral y ética; puesto que con el trabajo se sirve a uno mismo, a los demás y a Dios, por ello hacerlo honestamente es una obligación grave.

Por su parte Mora (1995) indica que la persona honesta busca con ahínco lo recto, lo honrado, lo razonable y lo justo; no pretende aprovecharse de la confianza, la inocencia o la ignorancia de otros. La persona honesta sabe muy bien que la vida ofrece múltiples oportunidades de obtener dinero fraudulentamente, pero prefiere ganarlo con honradez, a pesar de que este camino exige mayores esfuerzos. No camina en pos de ocasiones fáciles ni se rinde cuando en algún lugar encuentra las arcas abiertas. La honestidad es la demostración tangible de la grandeza del alma, de la generosidad del corazón y de la rectitud de los sentimientos. La honestidad es enemiga de la mentira, del hurto y del engaño; defiende con ahínco la verdad, la honradez y el respeto, lo que permite a quien la posee mantener la frente levantada y la mirada serena.

Por consiguiente, la honestidad es un valor humano propio de las personas que tienen calidad humana porque sus actos reflejan una rectitud de vida, basada en el respeto al prójimo, con apego a la verdad y a la justicia. No solo se ocupa de materializar sus propios intereses, sino de los

demás; consolidando buenas relaciones interpersonales y apuntando siempre a la consecución del bien común.

2.2.6.6 Eficiencia

El valor de la eficiencia en la organización es un valor social que alude a colaboradores que practican la eficiencia mediante su contribución en favor del incremento de los niveles de productividad y calidad; por ello es considerado pieza fundamental en la labor productiva. A su vez esta persona demuestra un creciente involucramiento e implicación en las tareas, con cada vez mayores capacidades de responsabilidad, previsión y anticipación. Asume la tarea productiva como algo propio, comprometiéndose con su calidad y con el ahorro de tiempo y de recursos. Por ende esto implica un compromiso serio con su organización. Este compromiso es con su tarea, con la misión y objetivos de la empresa, apuntando siempre a un propósito de superación constante (Frías Fernández, 2001).

> La eficiencia está enfocada hacia la mejor manera (the best way) de producir o ejecutar las cosas (métodos y procedimientos), con el objeto de que los recursos…sean aplicados de la forma más racional posible. La eficiencia se refiere a los medios, los métodos y los procedimientos más indicados, los cuales deben ser planeados y organizados de manera adecuada con el objeto de asegurar el uso óptimo de los recursos disponibles. La eficiencia no se refiere a los fines, sino a los medios (Chiavenato, 2004, p. 110).

Cabe agregar, que un rasgo de los colaboradores eficientes es su participación activa y con creatividad, no solo en sus tareas asignadas, sino en las del resto, mostrando a la vez predisposición para trabajar con otros, compartiendo sus conocimientos, lo que enriquece la convivencia y el intercambio de opiniones e ideas. Sin embargo, es aconsejable recompensar a los colaboradores eficientes, no solo monetariamente, sino con buen trato, promociones, cursos de capacitación para su desarrollo personal y profesional, etc.

Muchas investigaciones de los últimos años demuestran que los colaboradores eficientes y con un rendimiento siempre alto no trabajan en primera instancia por el dinero, sino que su intención es experimentar su trabajo como algo con sentido y eficaz. Ciertamente la remuneración debe ser la correcta, pero la implicación activa, la creatividad y la iniciativa no pueden comprarse (Sprenger, 2005).

En suma, el trabajo serio y consiente de los colaboradores eficientes, los configuran como pieza clave dentro de la organización. Ellos logran una sinergia en el ambiente laboral, posibilitando el trabajo en equipo y que todos apunten al objetivo común de la institución. Por consiguiente, es preciso valorar su compromiso con la empresa, motivándolos con una justa recompensa.

2.2.7. Valores organizacionales

Los valores organizacionales no son otra cosa que los valores aplicados dentro de una organización o empresa, en la cual hay diversos valores como la rentabilidad, la fabricación de un producto de calidad etc.; sin embargo los más importantes son los valores ético-morales porque se sustentan en reglas de conducta moral y son instrumento de la ética. Stoner (1,996, p.120) -citado por Vigo (2002, p.28)- los definen como "Deseos, relativamente permanentes, que parecen buenos en sí, como la paz o la buena voluntad".

Por lo tanto, debido a que el presente tema de investigación es la práctica de valores ético-morales en una institución de educación superior, es necesario comentar sobre los valores organizacionales.

Ballvé & Debeljuh (2000, P. 80) los conceptualiza como "bienes sociales intangibles que la empresa se propone desarrollar y defender, como guías de actuación para alcanzar su misión. Sirven de base para conformar la cultura corporativa". Entendiendo por misión la que define la actividad de la organización, su razón de ser de la empresa (Chiavenato, 2004) y el objetivo supremo y permanente que precisa la contribución a la comunidad (Ballvé & Debeljuh, 2000); y por cultura corporativa u organizacional, la

“manera de sentir y pensar frente a la empresa y su misión, que es compartida por todas las personas que trabajan en la empresa” (Schmidt, 1995, p.570; citado por Vigo 2002, p. 35-36).

Es decir, que en las empresas donde existe cultura, todos sus integrantes comparten la misma escala de valores al tomar sus decisiones.

Por ello Vigo (2,002) afirma que cuando se presenta el mismo caso de ética profesional a diferentes personas, todas suelen dar la misma respuesta, apelando al modo de proceder de la empresa., al grado que tal modo de proceder parece estar escrito en el corazón de cada persona.

Por otro lado, Chiavenato (2004) refiere que los valores organizacionales son las prioridades que existen dentro de la organización, son los elementos que construyen la integridad y la responsabilidad que definen lo que las personas y las organizaciones son. Éstos deben practicarse siempre; sin embargo, la organización solo podrá alcanzar esta continuidad cuando todo el equipo administrativo realce los valores y los objetivos, que son elementos esenciales para su éxito a largo plazo.

El mencionado actor agrega que hay tres niveles de valores en una organización. En el primer nivel, está el reconocimiento de que algo es importante o valioso para la organización, por ejemplo, la honradez. En el segundo nivel existe la percepción de que los valores son necesarios, por lo que se promueve el diálogo y la discusión en torno a ellos. En el tercer nivel existe una intensa actividad con base en los valores, los cuales son transformados en aspectos inseparables e integrales de la esencia de la organización.

Por ello, es preciso promover los valores en una organización para que las personas los practiquen, los cultiven, con el fin de construir una saludable convivencia laboral que fortalezca la cultura organizacional y la plena identificación de sus miembros con su objetivo institucional.

Asimismo, Vigo (2002, p.26) indica que:

> Los valores de la organización hacen legítima su existencia y sus actividades en el sistema social general. Los valores son la base esencial que guía la toma de decisiones y otras acciones y, por lo tanto, determinan el marco de referencia para el desarrollo de la práctica administrativa.

Según Siliceo (1999) -citado por Revilla (2013, p.18)- los valores en una organización:

a) Son la razón de ser de cada institución, se encuentran entre el creer y actuar, median los procesos de pensar, sentir y percibir. En tal sentido configuran la identidad.

b) Representan la base de evaluación que los miembros de una organización emplean para juzgar situaciones, actos, objetos y personas. Estos reflejan las metas reales, así como las creencias y conceptos básicos de una organización, forman en sí, el núcleo de la organización.

c) Son los cimientos de cualquier cultura organizacional, definen el éxito en términos concretos para los empleados y establecen normas para la organización. Como esencia de la filosofía que la organización tenga para alcanzar el éxito, los valores proporcionan un sentido de dirección común para todos los trabajadores y establecen directrices para su compromiso diario.

Se concluye que los valores ético-morales, son los elementos más adecuados para conformar los valores organizacionales, en la medida que se configuran como cimientos que sientan bases sólidas para que una organización se edifique y exista de modo coherente asegurando, incluso, el éxito organizacional.

Es preciso complementar lo mencionado con lo que nos reafirma Cortina (1994, p. 1) -citada por Vigo (2002, p. 67)-, en la siguiente cita:

> Diversas experiencias muestran que las empresas que sobreviven y logran mejores resultados son precisamente aquellas que han incorporado en su quehacer cotidiano un conjunto de valores morales, valores que constituyen un nuevo modo de entender la empresa, una nueva cultura organizacional.

> La necesidad de valores cobra importancia porque las empresas tienen sentido y legitimidad social cuando prestan sus servicios de modo que reclame la sociedad de nuestro tiempo; si no cumplen lo éticamente exigido, pierden toda credibilidad y legitimidad.

2.2.8. Conformación de valores en la empresa

La formación de valores en la empresa depende de diversos aspectos como los siguientes, de acuerdo a Vigo (2002, p. 34-35):

a) **Las creencias y valores del fundador:** Toda empresa, surge de una iniciativa a partir de una idea y principios de acción más o menos implícitos. Un paso posterior será la consecución de recursos financieros, materiales y humanos para llevar a cabo esta idea.

b) **Las creencias y valores de la dirección actual**: La dirección de la empresa en un momento dado, puede pretender perpetuar, revitalizar o modificar radicalmente las creencias y valores de su fundador, debiendo solucionar adecuadamente el conflicto entre lo tradicional y lo moderno.

c) **Las creencias y valores de los empleados**: La mayor fuerza formadora de creencias y valores en los empleados está sin duda alguna, constituida por los mecanismos de recompensa existentes. De nada sirve por ejemplo que la dirección pronuncie discursos acerca de la importancia de la innovación sino se recompensa el esfuerzo creativo.

d) **La formación y la influencia de consultores**: Es un mecanismo esencial para modificar creencias y valores de la formación. Esta formación puede provenir de la asistencia a cursos como de la lectura de publicaciones. Sin embargo, hay que señalar que la formación dirigida a directivos aspira a activar o legitimar la práctica de valores que previamente han sido aprendidos y muchas veces olvidados.

e) **La normatividad legal existente**: La legislación laboral, medioambiental, económica, etc. De cada país también

influyen significativamente sobre las creencias y valores de las empresas.

f) **La tradición cultural de cada sociedad**: Existe una influencia mutua entre los valores sociales y los valores empresariales. En este sentido, por ejemplo parte del éxito económico de Japón es debido a su ímpetu para demostrar valía colectiva al mundo occidental a través de la incorporación a la sociedad industrial de los valores sociales tradicionales de orientación al perfeccionamiento continuo, a la armonía, el orgullo de pertenencia, etc.

g) **Los resultados de la empresa**: Los sistemas de creencias y valores se retroalimentan en función de sus resultados. Una empresa que obtenga buenos resultados e incluya implícitamente en su sistema de valores la honestidad en el trato con los clientes, tenderá a perpetuar este valor como esencial para su negocio. Si sufre pérdidas, la empresa puede replantear su escala de valores.

2.2.9. Importancia de la práctica de valores ético-morales en la empresa

Debido a que estamos analizando la variable práctica de valores en una institución educativa de nivel superior, es propicio estudiar la "importancia" de esta práctica en las organizaciones o empresas.

> Un estudio sobre los valores en el mundo de la empresa reclama, en primer lugar, una aproximación a su definición, para poder delimitar después las características que deben tener esas realidades que se proponen defender y fomentar con determinadas actuaciones. Por último, será preciso analizar cómo se realiza la promoción de valores dentro de la empresa y se desarrollan a través de distintos planes y políticas (Ballvé & Debeljuh, 2000, p. 80).

Por lo tanto –agregan los mencionados autores- se debe tener claro las siguientes interrogantes sobre ¿Qué son los valores? ¿Por qué son buenos para la empresa? ¿Se quieren por sí mismos o por

ser un camino al éxito? Y de ser así ¿esto es malo de por sí? ¿Cómo hacemos para generarlos, comunicarlos y mantenerlos?

Iniciaremos el presente tema aclarando el significado de empresa u organización.

Al respecto Ferreiro (1996, p.32) nos precisa que:

> La empresa se configura como una segunda escuela de valores (y en algunos casos primera, por ausencia de la familia) ello es debido al fuerte impacto que representa una exposición tan prolongada a su influjo: las personas, cada uno de los componentes de la población activa, dedicamos más de 100,000 horas de nuestra vida, a trabajar para terceros.

Asimismo, Chiavenato (2004) afirma que las organizaciones son las que generan y desarrollan constantemente productos, servicios, instalaciones, entretenimiento, información e innovaciones. Vivimos en una sociedad de organizaciones, que se ocupan de proyectar, hacer y producir casi todo. Nacemos en organizaciones, aprendemos, trabajamos y hasta morimos en ellas. En ellas transcurre la mayor parte de nuestro tiempo y de nuestra vida. La cantidad y la heterogeneidad de las organizaciones son verdaderamente increíbles: empresas, instituciones financieras, escuelas y universidades, hospitales, Organizaciones no Gubernamentales (ONG), iglesias, etc., una lista interminable de ejemplos. El desarrollo de una nación está basado, principalmente, en la actuación de sus organizaciones. Son ellas las que producen el desarrollo social y las que llevan la economía de cada país hacia adelante.

Cabe destacar que el mencionado autor puntualiza que las organizaciones que tienen éxito definen sus valores y están siempre preocupadas por capacitar a su personal para que puedan tomar decisiones éticas.

Por otro lado, para Fernández (1996, p. 133) -citado por Vigo, (2002, p. 39)- la empresa es “El ente formado por capital y trabajo, que pretende conseguir beneficios económicos mediante la aportación de productos o la satisfacción de necesidades, sentidas o detectadas en un colectivo social o en un mercado”.

Sin embargo, actualmente lo más importante en la empresa es el "capital humano", tal como lo recalcó el Papa San Juan Pablo II (1,996) -citado por Ferreiro (1996, p. 9)- en su análisis sobre el fenómeno de la economía de empresa:

> Si en otros tiempos el factor decisivo de la producción era la tierra y luego lo fue el capital… hoy día el factor decisivo es cada día más el hombre mismo, es decir su capacidad de conocimiento, que se pone de manifiesto mediante el saber científico y su capacidad de organización solidaria, así como la de intuir y satisfacer las necesidades de los demás.

Sin duda alguna las organizaciones representan el invento más sofisticado y complejo de toda la historia de la humanidad. Son la base de la invención de todos los demás descubrimientos. Éstas son las que proyectan, crean, perfeccionan, desarrollan, producen, distribuyen y entregan todo lo que necesitamos para vivir. Se caracterizan porque cada una tiene una estructura organizacional que sirve de plataforma básica para su funcionamiento. Además, cada una de ellas tiene su propia cultura organizacional –un conjunto de creencias, valores y comportamientos- que le imprimen la dinámica necesaria para funcionar. Un paso fundamental para entender el comportamiento de una organización radica en conocer su contexto ambiental y el de la organización, es decir, su diseño y cultura (Chiavenato, 2004).

Así entendemos a la Cultura Organizacional como "la percepción común que comparten los miembros de la organización, es un sistema de significado compartido" (Robbins, 1996, p. 751; citado por Vigo, 2002, p. 36).

Este concepto se traduce en que las organizaciones tienen una cultura y según sea su fuerza, ésta puede tener una influencia significativa sobre las actitudes y los comportamientos de los miembros de la organización. En consecuencia, los valores constituyen un elemento básico de la Cultura Organizacional, pero al mismo tiempo, la Cultura Organizacional influye sobre el comportamiento de los miembros de una organización (Vigo, 2002).

Hasta aquí se ha a conceptualizado el significado de empresa u organización y su cultura organizacional, para destacar los beneficios de la práctica de valores en las organizaciones; en tanto que son éstos los que conforman la cultura organizacional y dan lugar a que halla una sinergia entre empresa y personas.

En consecuencia, si una organización o empresa fomenta la práctica de valores ético-morales, tendrá una influencia muy poderosa y positiva sobre el comportamiento ético de todos los miembros que la integran. Por ende, se contribuye a consolidar la ética de la empresa.

Una cultura que posee altas normas éticas, es una cultura fuerte, es alta en tolerancia al riesgo, alta en control y alta en manejo de conflicto (Vigo, 2002).

La mencionada autora agrega que estos valores ético-morales, humanistas, se les puede llamar también valores de "éxito", como por ejemplo:

a) La Honradez, la lealtad, la sinceridad

b) El respeto al prójimo, la aceptación de las diferencias sin voluntad de dañar.

c) El respeto a la obra bien hecha, al producto y al cliente.

d) La valentía en las dificultades para asumir los riesgos.

e) El respeto por los compromisos y por la verdad, etc.

La empresa puede recordar estos valores, resaltar su contribución específica al triunfo profesional y personal e incitar así a su práctica a fin de obtener beneficios (Vigo, 2002).

La importancia de la práctica de valores ético-morales en las organizaciones, la sustentan diversos autores como Cortina (1994), quien manifiesta lo siguiente:

> Diversas experiencias muestran que las empresas que sobreviven y logran mejores resultados son precisamente aquellas que han incorporado en su quehacer cotidiano un conjunto de valores

> morales, valores que constituyen un nuevo modo de entender la empresa, una nueva cultura organizacional.

Incluso -añade la referida autora- la necesidad de valores es vital porque las empresas tienen sentido y legitimidad social cuando prestan sus servicios, caso contrario, sino cumplen lo éticamente exigido, pierden toda credibilidad y legitimidad.

A su vez, sobre la ética empresarial Vigo (2002) cita a diversos autores que opinan lo siguiente:

Donnelly (1997) manifiesta que la ética empresarial se ha convertido en un tema de preocupación debido a que las empresas se han dado cuenta de que el comportamiento antiético o los antivalores pueden resultar extremadamente costosos para la compañía y para la sociedad en general. Por lo tanto, Lipovetsky (1994), asegura que los valores éticos tiene como objetivo corregir las prácticas deplorables de los negocios; puesto que son el único instrumento capaz de asegurar el éxito económico y el potencial de crecimiento de las empresas, al buscar rearmar nuestras sociedades debilitadas y desestabilizadas por los excesos del individualismo liberal.

> La ética de las organizaciones constituye un elemento catalizador de acciones socialmente responsables de la organización…Los dirigentes éticos alcanzan el éxito a partir de las prácticas administrativas que se caracterizan por la equidad y la justicia. Las organizaciones que no son éticas no pueden ser competitivas... A fin de cuentas la ética y la competitividad son inseparables…Todo sistema de competición presume que existen los valores básicos de la confianza y la justicia. Lo importante es que aplicar las prácticas éticas en los negocios mejora la salud de la organización, en diversos aspectos como productividad, bienestar de los empleados, armonía dentro de la organización que se refleja en una imagen pública positiva y la hace atractiva a sus clientes o consumidores, público objetivo y sociedad en general (Chiavenato, 2004, p. 54-55)**.**

Al mismo tiempo Planas (2000) reafirma lo mencionado, al manifestar que la actividad empresarial está destinada a procurar los bienes o servicios necesarios para satisfacer necesidades materiales del hombre y así hacer negocio; sin embargo, ésta debe

quedar subordinada a los valores superiores que presiden la vida personal y social, es decir, valores regidos por leyes morales. Por tanto, ninguna actividad empresarial que quede al margen de estas leyes, puede ser considerada como buena, ni siquiera económicamente, aunque responda a las leyes de la rentabilidad y del beneficio. Siempre las estructuras empresariales deben ser armónicas con los principios fundamentales de las leyes morales. Esto con el fin de evitar vicios tales como, la excesiva libertad de mercado, el crecimiento abusivo de la riqueza privada, la explotación irracional del hombre y de los recursos, el lucro desmedido, la permisidad de giros ilícitos moralmente, etc.

A su vez Fernández (1996) -citado por Vigo (2002)- refiere que los códigos éticos, los controles internos, la ejemplaridad de la alta dirección, la existencia de valores compartidos y asumidos por el conjunto de los componentes de la empresa contribuyen a generar un comportamiento ético en la toma de decisiones en una empresa y a elevar la calidad moral de los individuos implicados en la vida de los negocios. Es decir, se fomenta así la presencia de virtudes éticas en la gestión de empresa.

Por consiguiente, la ética traducida en la práctica de valores ético-morales puede llegar a convertirse en uno de los principales activos de la empresa, por cuanto genera confianza y transmite una buena imagen de las misma a los que con ella se relacionan (accionistas, empleados, proveedores, clientes y opinión pública en general).

En la misma dirección, Ibarra (1998) manifiesta que los valores orientan a los individuos en el logro de mejoras sociales, impulsan y profundizan los intereses sociales y a nivel práctico, los valores orientan nuestras acciones, nuestra conducta y fundamentan nuestra vida.

En suma, todas estas corrientes confirman que el único factor que permite una competitividad sostenible en el tiempo, una organización fuerte y eficaz, es el cultivo de los valores ético-morales.

2.2.10. La eficacia empresarial como resultado de la práctica de los valores ético-morales

"La eficacia es la medida en que se alcanzan los resultados La eficacia de una organización se refiere a su capacidad para satisfacer una necesidad de la sociedad por medio de la oferta de productos, sean bienes o servicios" (Chiventato, 2004).

La eficacia es la habilidad para alcanzar metas u objetivos trazados. Es decir, la eficacia se ocupa de los fines. Uno de los criterios para medir la eficacia es el enfoque de la metas organizacionales, el cual establece que la eficacia de una organización, se evalúa en términos del logro de sus fines, más que de sus medios (Vigo, 2002).

Los autores estudiados, tales como Cortina, Lipovetsky, Fernández, Donnelly, Ibarra y Gélinier señalan que existe relación entre la variable independiente (los valores éticos) y la variable dependiente (eficacia). Destacan que las empresas que logran mejorar resultados son aquellas que han incorporado en sus actividades un conjunto de valores morales, los cuales constituyen la base de su competitividad empresarial. La realidad ética de los negocios en algunas empresas demuestra comportamientos antiéticos, motivo por el cual no han logrado ser eficaces. Dichos comportamientos están relacionados con el fraude, la competencia desleal, el robo de marca, el espionaje industrial, atentados contra la vida y la salud, etc.

Gelinier (1995) -citado por Vigo (2002)- afirma que las empresas más eficaces son aquellas cuyos dirigentes comparten ciertos valores tales como: el espíritu de equipo, el trabajo creativo, la iniciativa, la libertad, la responsabilidad, etc. El mismo autor añade que todas las empresas duraderas tienen una fuerte ética. Por Ej. a corto plazo la falta de la honradez puede ser rentable y quedar impune, pero, a largo plazo, compromete a la moral y a la eficacia de la empresa. Para ser honrada y equitativa debe practicar una ética que va más allá de la ley, sobre ciertos aspectos característicos de su personalidad y de la de sus dirigentes.

Vigo (2002) demostró la influencia positiva entre la práctica de valores ético-morales y la eficacia empresarial, a través de su

investigación en la empresa ADRA-PERÚ (Agencia de Desarrollo y Recursos Asistenciales), una organización con presencia en más de 140 países y cuyo propósito consiste en trabajar por el desempeño integral de las personas, contribuyendo a la disminución de la pobreza y al incremento de puestos de trabajo.

El análisis de la gestión realizada por la empresa ADRA-PERÚ durante los años 1996, 1997 y 1998, permitió afirmar que dicha gestión fue un éxito, porque las metas programadas, fueron superadas. Estos logros fueron posibles gracias a la práctica de valores ético-morales de los trabajadores de la empresa (honradez, justicia, humildad, responsabilidad, lealtad, etc), quienes demostraron actitudes éticas en cada una de las responsabilidades encomendadas a nivel de los Programas de Generación de Ingresos Agropecuarios y Nutrición Infantil.

En conclusión, de acuerdo a lo vertido por los diferentes autores, la implicancia entre la práctica de valores ético-morales en el mundo de los negocios, tiende a mejorar la competitividad empresarial. La falta de criterios éticos en la gestión de empresas, trae consecuencias negativas no solo en el aspecto socioeconómico, puesto que también deteriora la calidad humana de sus miembros. Por lo tanto, nos atrevemos a decir que lo que asegura el éxito en la gestión empresarial, es la existencia de valores ético-morales en las organizaciones.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación se ubica dentro del enfoque cuantitativo, porque se han aplicado instrumentos sistemáticos que se han procesado con medidas estadísticas.

De manera específica, según la manipulación de variables, es no experimental y según su nivel de profundidad, es descriptiva, porque se destacan características de la variable práctica de valores éticos, considerando cinco dimensiones en un grupo de administrativos de tres áreas de la Universidad de Piura, Perú durante el año 2015.

De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista, (2006, p. 102) una investigación descriptiva:

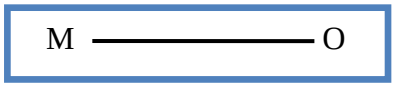
> Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danke, 1989). Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada

una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación corresponde al grupo de diseños no experimentales, específicamente se denomina: descriptivo simple.

El mencionado diseño se representa de la siguiente manera:



En el diagrama anterior:

M : Representa a colaboradores administrativos de tres áreas de la Universidad de Piura, Campus Piura.

O : Representa la observación y medición de la variable: Práctica de valores.

De acuerdo con Hernández, Fernández-Collado & Baptista (2010, p. 152-153):

Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores).

3.3. Población y muestra

La población está conformada por la totalidad de administrativos que laboraron en tres áreas de la Universidad de Piura, Campus Piura (20), durante el año 2015.

La muestra se determinó por procedimientos correspondientes al muestreo no probabilístico (sin tamaño muestral), específicamente es un muestreo intencional o por conveniencia, debido a que se decidió trabajar con tres áreas administrativas, (Pensiones, Admisión y Promoción) porque la investigadora labora como administrativa en una de las áreas a investigar y las otras dos áreas están próximas a su área de trabajo. En consecuencia, la muestra estuvo conformada por 19 colaboradores que prestaron sus servicios como administrativos en la UDEP, durante el año 2015.

Criterios de exclusión: Cabe indicar, que el número de colaboradores de las tres áreas mencionadas suma 20, pero se obvió un colaborador, debido a que estuvo de vacaciones durante la fecha que se aplicó la encuesta.

3.4. Variables de investigación

La investigación ha considerado una variable:

3.4.1. Definición conceptual

Variable1 : **Práctica de valores éticos morales**

Según Cortina (2000, p. 46-47):

> Los valores ético-morales como la justicia, solidaridad, honestidad, respeto, etc., son los que dependen de la libertad humana, lo cual significa que está en nuestras manos realizarlos. Debido a que dependen de la libertad humana, solo son atribuibles a los "hombres", más no a los animales, plantas ni objetos inanimados; y son universales porque tienen en cuenta a toda la humanidad, son exigibles a cualquier persona y cuestionan las normas de nuestra sociedad; por ello, van más allá del relativismo. De este modo se acondiciona nuestro mundo para hacerlo habitable y fruible.
>
> Como práctica de valores ético-morales se entiende la demostración tangible de determinados comportamientos morales, en situaciones particulares frente a las demás personas.

3.4.2. Definición operacional

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Práctica de valores éticos	Se entiende como la demostración tangible de principios éticos que como una brújula direccionan la conducta del ser humano. En una organización se considera que los principales valores éticos morales que los colaboradores deben asumir y practicar son: puntualidad, responsabilidad respeto, solidaridad, honestidad, eficacia.	Práctica de la puntualidad	✓ Puntualidad del ingreso al centro ✓ Inicio puntual de labores ✓ Realización puntual de tareas ✓ Puntualidad en reuniones y citaciones ✓ Puntualidad en tareas adicionales
		Práctica de la responsabilidad	✓ Planifican su trabajo. ✓ Asume su rol de trabajador, acorde a sus funciones. ✓ Demuestra su buen desempeño laboral. ✓ Demuestra disponibilidad para dar solución a los problemas de sus áreas. ✓ Cumple las normas y acuerdos de su institución.
		Práctica del respeto	✓ Practican el respeto hacia su persona y a los demás. ✓ Promueven relaciones humanas positivas. ✓ Fomentan el diálogo y el entendimiento. ✓ Ponen atención a los requerimientos de sus clientes, con cordialidad. ✓ Se identifican y practican el ideario de su institución
		Práctica de la solidaridad	✓ Demuestra vocación de servicio. ✓ Comparte sus conocimientos e inquietudes con sus compañeros de trabajo. ✓ Toma conciencia de los problemas de su entorno y manifiesta la voluntad de ayudar a resolverlos. ✓ Colabora desinteresadamente. ✓ Disponibilidad para participar en actividades a cargo de otras personas de su entorno.

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
		Práctica de la honestidad	✓ Actúa con honestidad siempre. ✓ Protegen recursos de su institución y solo se utilizan en pro de los intereses institucionales. ✓ Otorgan un servicio con transparencia. ✓ Respeta la propiedad privada. ✓ No se parcializan ni aceptan sobornos al prestar sus servicios
		Práctica de la eficiencia	✓ Son colaboradores competentes, evitan la mediocridad laboral. ✓ Se organizan para cumplir las metas propuestas de su área y/o institución. ✓ Se exigentes y perfeccionistas, a fin de lograr la eficacia. ✓ Saben dar soluciones rápidas y coherentes. ✓ Su desempeño laborar es eficaz y de máxima calidad.

Fuente: Elaboración propia

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación

En la investigación se ha elegido la técnica de la "encuesta" para el recojo de los datos referidos a la variable prevista.

La encuesta es una técnica de observación que mide variables de una determinada realidad por medio de preguntas, utilizando para ello formatos impresos o digitales (Hernández, Fernández-Collado & Baptista, 2010).

De acuerdo a la técnica elegida se ha adaptado el instrumento denominado: Cuestionario para medir la práctica de valores (Anexo 3), el mismo que ha sido tomado de la investigación: "Práctica de Valores en los Docentes de Educación Básica de dos Instituciones Educativas Públicas de la DREC- Callao", realizada por Marcos Roel Flores Figueroa (2010).

El referido instrumento se diseñó con el propósito de medir el grado de práctica de valores ético-morales en tres áreas administrativas, considerando cinco dimensiones: puntualidad, responsabilidad, respeto, solidaridad, honestidad y eficiencia. Está conformado por 30 ítems (5 por cada dimensión) de escala ordinal (Nunca, Casi nunca, Algunas veces, Casi siempre y Siempre).

Escala de evaluación

La escala establecida para evaluar los resultados es la siguiente:

Tabla A: Escala de valoración del cuestionario para medir la práctica de valores

Dimensiones	**Ítems**	**Baja**	**Mediana**	**Alta**
Puntualidad	5	5-11	12-18	19-25
Responsabilidad	5	5-11	12-18	19-25
Respeto	5	5-11	12-18	19-25
Solidaridad	5	5-11	12-18	19-25
Honestidad	5	5-11	12-18	19-25
Eficiencia	5	5-11	12-18	19-25
Valores	30	30-70	71-110	111-150

Fuente: Elaboración propia

V**alidación**

Los instrumentos fueron validados a través de la validación de contenido mediante juicio de expertos. Se sometió a la opinión de tres profesionales: Un Estadístico, un docente especializado en Gestión Educativa y un docente especializado en Investigación Educativa, considerando la ficha de validación de la Universidad de Piura (Anexo 5).

Los resultados obtenidos en la evaluación fueron los siguientes:

Tabla B: Validación del cuestionario para medir la práctica de valores

Experto 1	Experto 2	Experto 3	Promedio
0,90	0,96	0,93	0,93

Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, de acuerdo al promedio (0,93) se determina que el cuestionario 1 tiene una validez muy buena, por lo tanto es válido para medir la práctica de valores.

Confiabilidad

Se ha determinado la confiabilidad de los instrumentos a través de su consistencia interna, utilizando el alfa de Cronbach. Los coeficientes obtenidos son los siguientes:

Tabla C: Confiabilidad del cuestionario para medir práctica de valores

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° elementos
0,889	0,890	30

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla, el cuestionario tiene un coeficiente de 0,889 que corresponde a un nivel excelente de fiabilidad (Herrera, 1998), lo que da seguridad y confianza para medir la práctica de valores ético-morales.

3.6. Procedimiento de análisis de datos

El procesamiento y análisis de datos se realizó a través del software estadístico IBM SPSS, versión 22, considerando los pasos siguientes:

a) Elaboración de base de datos. Se diseñó una vista de variables y una vista de datos para organizar los ítems de acuerdo a las dimensiones e indicadores, en la perspectiva que permita su agrupamiento y procesamiento estadístico.

b) Tabulación: Se elaboraron tablas de contingencia para organizar las frecuencias absolutas y relativas, de acuerdo a lo establecido en los objetivos de investigación.

c) Graficación: Se procedió a la elaboración de gráficos de columnas para representar las frecuencias relativas expuestas en cada una de las tablas.

d) Análisis estadístico: Se ejecutó el cálculo de las medidas estadísticas necesarias para la comprobación de los objetivos. En

este análisis descriptivo se procedió a calcular la media, mediana, moda y desviación estándar.

e) Interpretación: Se expone el significado de los valores más representativos de las tablas y gráficos, en la perspectiva de destacar los hallazgos que respaldan el logro de los objetivos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

4.1. Descripción del contexto y de los sujetos

La investigación se realizó en la Universidad de Piura, la misma que se encuentra localizada en Av. Ramón Mugica 131, Urb. San Eduardo, de la zona urbana en la provincia y departamento de Piura (Perú). El departamento de Piura fue fundado en 1,532 por el conquistador español Francisco Pizarro, con el nombre de San Miguel de Tangarará, la ciudad más antigua del Perú. En 1,588 la ciudad fue trasladada a su ubicación actual.

La Universidad de Piura es de gestión privada, es obra del apostolado corporativo del Opus Dei, fue fundada en abril de 1969, por el Primer Gran Canciller, San Josemaría Escrivá de Balaguer. Sin embargo, la responsabilidad plena de su gestión y dirección corresponde siempre a la UDEP, y no a la Prelatura del Opus Dei. Cuenta con dos Campus, uno en Piura y otro en Lima. En Piura tiene 6 facultades: Ciencias de la Educación, Ingeniería, Derecho, Ciencias Económicas y Empresariales, Comunicación, y Ciencias y Humanidades, en cuya estructura organizacional existen 14 programas académicos; diversas especialidades, maestrías y otros postgrados. También cuenta con el PAD Escuela de Dirección de la Universidad que desde 1979 brinda actualización y alternativas de desarrollo profesional en diversos programas de formación para empresarios y altos directivos. El Campus Piura está conformado por un promedio de 5,000 alumnos de pregrado.

Asimismo, está constituida por más de 250 catedráticos y 500 administrativos.

La Universidad de Piura está dirigida por un rectorado representado desde el 6 de agosto de 2012 por el Dr. Sergio Balarezo Saldaña. Asimismo existe un Pro Rector, que está representado por el Dr. Antonio Mabres Torelló, quien fue rector en el período 1989-2003 y tres vicerrectorados: Dr. Antonio Mabres, como Vicerrector de Investigación; la Dra. Mariela García Rojas, como Vicerrectora Académica; y el Dr. César Calvo Cervantes, como Vicerrector del Campus Lima.

Su misión es dar vida a una auténtica comunidad de maestros y alumnos, en la cual se cultiven todos los saberes a un nivel científico, iluminados por la fe cristiana, para ponerlos al servicio de la sociedad. El esfuerzo académico de la universidad se centra especialmente en la formación integral de sus alumnos, bajo su lema: *Mejores personas, mejores profesionales.*
Pretende lograr la formación de la persona en todos los ámbitos de la vida, a través de la práctica de valores humanos, tema que se está tratando en esta investigación.

La investigación se realizó con 19 colaboradores de tres áreas administrativas: Pensiones, Admisión y Promoción.

4.2. Descripción de resultados sociodemográficos

Los siguientes resultados estadísticos buscan determinar el perfil sociodemográfico de los participantes en la presente investigación.

Tabla 1: Área a la que pertenecen los colaboradores

Área	F	%
• Pensiones	8	42,1
• Admisión	5	26,3
• Promoción	6	31,6
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

Tabla 2: Edad de los colaboradores

Edad	F	%
• De 25 a menos	5	26,3
• De 26 a 35	6	31,6
• De 36 a 45	4	21,1
• De 46 a 55	3	15,8
• De 56 a más	1	5,3
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

Los resultados indican que existen cinco personas con una edad igual o menor a 25 años, que representan el 26,32 %, seis trabajadores (31,6 %) tienen entre 26 y 35 años. Asimismo, se tiene un trabajador con una edad mayor a 56 años el cual representa el 5,3% de los sujetos que participan en la investigación. En consecuencia, la mayoría de colaboradores tienen menos de 45 años de edad (79,0 %).

Tabla 3: Título profesional de los colaboradores

Título profesional	f	%
• Educación	1	5,3
• Administración de Empresas	6	31,6
• Comunicación	5	26,3
• Contabilidad	1	5,3
• Analista de Sistemas	3	15,8
• Economía	1	5,3
• Secretariado Ejecutivo	1	5,3
• Ninguna	1	5,3
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

En la tabla se observa que las carreras que predominan en los colaboradores que participaron en la investigación son Administración de Empresas (31,6 %), Comunicación (26,3 %) y Análisis de sistemas (15,8 %) con 6, 5 y 3 empleados respectivamente, lo que suma un 73,7 %. Se observa que casi la totalidad cuenta con formación profesional.

De ese grupo de profesionales, cinco (26,3 %) son bachilleres, nueve (47,4 %) son licenciados y cuatro (21,1 %) son técnicos.

Tabla 4: Condición laboral de los colaboradores

Condición laboral	f	%
• Estable	5	26,3
• Contratado	14	73,7
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

En los resultados sobre condición laboral se verifica que 14 trabajadores (73,7 %) tienen condición laboral de contratado y 5 empleados (26,3 %) tienen la condición laboral de estable.

Tabla 5: Años de servicio laboral de los colaboradores

Años de servicio	f	%
• De 3 a menos	10	52,6
• De 3 a 6 años	5	26,3
• De 6 a 9 años	1	5,3
• De 9 a más	3	15,8
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

Los resultados muestran que 15 colaboradores que representan el 78,9 % tiene de seis a menos años de experiencia laboral en UDEP, esto indica que la gran mayoría son trabajadores que recién se han iniciado en UDEP. Asimismo, tres trabajadores, que representan el 15,8 %, llevan más de 9 años trabajando en UDEP.

4.3. Descripción de resultados

En la investigación se formularon seis objetivos específicos y un objetivo general para determinar el nivel de práctica de los valores ético morales considerados básicos en el desempeño laboral de los colaboradores de tres áreas de la UDEP. Para ello se aplicó un cuestionario, cuyos resultados se sistematizan a continuación.

4.3.1. Nivel de práctica del valor de la puntualidad

En el objetivo específico 1 se midió cinco indicadores correspondientes al valor de la puntualidad, cuyos resultados se exponen a continuación:

Tabla 6: Práctica del valor de la puntualidad

Indicadores	F	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
a) Asistencia puntual a su centro de labores	f	0	0	2	15	2	19
	%	0,0	0,0	10,5	78,9	10,5	100,0
b) Puntualidad en el inicio de sus labores, evitando distracciones	f	0	1	2	14	2	19
	%	0,0	5,3	10,5	73,7	10,5	100,0
c) Culminación en el tiempo previsto de las tareas	f	0	0	2	15	2	19
	%	0,0	0,0	10,5	78,9	10,5	100,0
d) Asistencia puntual a reuniones	f	0	0	0	16	3	19
	%	0,0	0,0	0,0	84,2	15,8	100,0
e) Puntualidad en cumplimiento de tareas adicionales	f	0	0	1	9	9	19
	%	0,0	0,0	5,3	47,4	47,4	100,0
Promedio	%	0,0	1,1	7,4	72,6	18,9	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015.

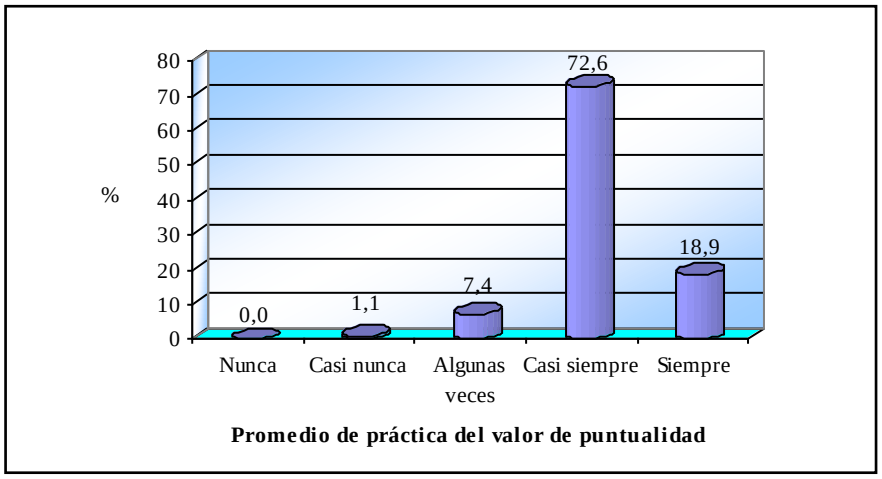


Gráfico 1: Práctica del valor de la puntualidad

Interpretación

En la tabla y gráfico se observa que existe un considerable nivel de práctica del valor de la puntualidad, pues en promedio el 70,0% manifestó que lo practica.

Los comportamientos que mejor realizan respecto al valor son: Puntualidad en el cumplimiento de tareas adicionales (47,0% casi siempre y siempre lo hace) y la asistencia puntual a reuniones (el 84,2% lo hace casi siempre y el 15,8% siempre). El comportamiento donde

existe algún grado de poca práctica es en la puntualidad en el inicio de sus labores (5,3% casi nunca cumple y el 10,5% algunas veces cumple).

Por tanto, los resultados demuestran que existe un nivel significativo de práctica de valor de la puntualidad en los colaboradores, lo que demuestra un perfil personal y profesional ético tan necesario para hacer bien el trabajo que desempeñan.

4.3.2. Nivel de práctica del valor de la responsabilidad

En el objetivo específico 2 se recogió la percepción de los colaboradores respecto al valor de la responsabilidad:

Tabla 7: Práctica del valor de la responsabilidad

Indicadores	F	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
a) Planifican y organizan su trabajo con responsabilidad	f	0	0	1	7	11	19
	%	0,0	0,0	5,3	36,8	57,9	100,0
b) Demuestran responsabilidad en los procesos y las actividades inherentes a su función	f	0	0	0	8	11	19
	%	0,0	0,0	0,0	42,1	57,9	100,0
c) Cumplen responsablemente con todas las funciones y tareas	f	0	0	1	9	9	19
	%	0,0	0,0	5,3	47,4	47,4	100,0
d) Dan soluciones a los problemas de sus clientes externos e internos.	f	0	0	0	13	6	19
	%	0,0	0,0	0,0	68,4	31,6	100,0
e) Cumplen de normas, compromisos y acuerdos adquiridos	f	0	0	1	10	8	19
	%	0,0	0,0	5,3	52,6	42,1	100,0
Promedio	%	0,0	0,0	3,2	49,5	47,4	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

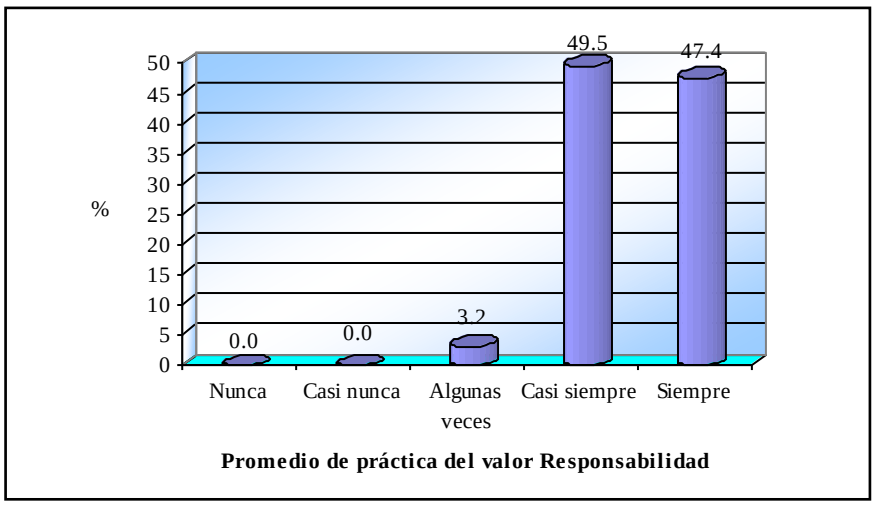


Gráfico 2 : Práctica del valor de la responsabilidad

Interpretación

De acuerdo a los resultados mostrados en la tabla y gráfico se constata que hay un buen grado de práctica del valor de la responsabilidad, puesto que el 49,5% manifestó que lo practican casi siempre y el 47,4 siempre, lo que suma un total de 96,9%. Solo un escaso 3,2% mencionó que este valor lo practica algunas veces. Por otro lado, respecto al comportamiento que refleja más la práctica de este valor, en un 68,42% se refiere a que los administrativos casi siempre soluciona los problemas de los clientes externos como son alumnos y padres de familia, así como de los clientes internos; y un 57,9% siempre planifican y organizan su trabajo con responsabilidad y demuestran la práctica de este valor en los procesos y actividades inherentes a su función.

Por tanto, la opinión de los colaboradores es casi unánime respecto al cumplimiento del valor de la responsabilidad, lo que demuestra que han interiorizado la importancia que tiene en el ejercicio de sus funciones.

4.3.3. Nivel de práctica del valor del respeto

En el objetivo específico 3 se midió la apreciación de los colaboradores respecto al valor del respeto, encontrando los siguientes resultados:

Tabla 8: Práctica del valor del respeto

Indicadores	F	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
a) Demuestran respeto por sí mismo y por los demás	F	0	0	0	7	12	19
	%	0,0	0,0	0,0	36,8	63,2	100,0
b) Establecen y mantienen RR. interpersonales armónicas y de sana convivencia	F	0	0	1	12	6	19
	%	0,0	0,0	5,3	63,2	31,6	100,0
c) Propician un ambiente de trabajo donde se dialoga	F	0	0	2	10	7	19
	%	0,0	0,0	10,5	52,6	36,8	100,0
d) Saben escuchar con respeto y atención de manera atenta y cordial a sus clientes	F	0	0	0	10	9	19
	%	0,0	0,0	0,0	52,6	47,4	100,0
e) Actúan con respeto hacia los valores y principios de su institución	F	0	0	1	5	13	19
	%	0,0	0,0	5,3	26,3	68,4	100,0
Promedio		0,0	0,0	4,2	46,3	49,5	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015.

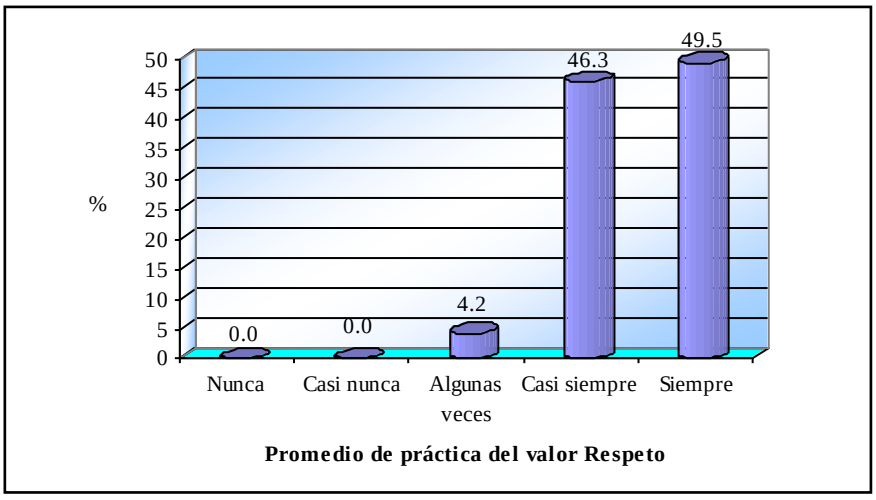


Gráfico 3: Práctica del valor del respeto

Interpretación

En la tabla y gráfico respecto a la práctica del valor del respeto, los resultados reflejan que el 46,3% de los colaboradores perciben que se practica casi siempre y el 49,5% siempre, por el contrario, un pequeño porcentaje de 4,2% que observan esta práctica algunas veces.

Los comportamientos que mejor realizan respecto al valor son: Un 68,4% percibe que siempre actúan con respeto hacia los valores y principios de su institución. Un 63,2% observa que siempre demuestran respeto por sí mismo y por los demás. El comportamiento donde existe algún grado de poca práctica es en propiciar un ambiente donde se dialoga (10,5% algunas veces cumple).

En consecuencia, se refleja que un nivel significativo número de los colaboradores encuestados practican el valor del respeto, condición que es indispensable para una buena interacción con los demás y para mantener un buen clima laboral.

4.3.4. Nivel de práctica del valor de la solidaridad

En el objetivo específico 4 se recogió información sobre la práctica del valor de la solidaridad por parte de los colaboradores:

Tabla 9: Práctica del valor de la solidaridad

Indicadores	F	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
a) Muestran una actitud positiva de servicio a los demás	f	0	0	0	12	7	19
	%	0,0	0,0	0,0	63,2	36,8	100,0
b) Comparten sus experiencias, conocimientos e inquietudes con quienes están a su alrededor	f	0	0	1	13	5	19
	%	0,0	0,0	5,3	68,4	26,3	100,0
c) Se identifican con los problemas y necesidades de los demás, comprendiéndolos y ayudándoles a superarlos	f	0	0	4	11	4	19
	%	0,0	0,0	21,1	57,9	21,1	100,0
d) Ayudan desinteresadamente a los demás en lo que necesiten	f	0	0	0	9	10	19
	%	0,0	0,0	0,0	47,4	52,6	100,0
e) Están atentos a colaborar ante cualquier actividad que realizan sus demás compañeros de trabajo o directivos	f	0	0	1	13	5	19
	%	0,0	0,0	5,3	68,4	26,3	100,0
Promedio		0,0	0,0	6,3	61,1	32,6	

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

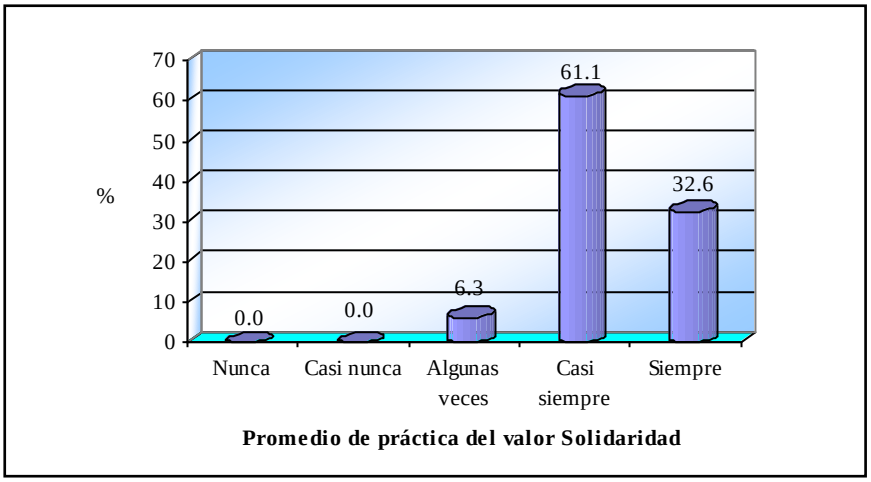


Gráfico 4: Práctica del valor de la solidaridad

Interpretación

La tabla y gráfico muestren un gran nivel de práctica del valor de la solidaridad, puesto que el promedio de 61,1% manifestó que lo practica, en contraposición de un 6,3% que percibió se practica algunas veces.

Los comportamientos que destacan la práctica de este valor son: Comparten sus experiencias, conocimientos e inquietudes con quienes

están a su alrededor (68,4% casi siempre) y están atentos a colaborar ante cualquier actividad que realizan sus demás compañeros de trabajo o directivos (68,4% casi siempre), sin embargo, un 21,1% percibe que solo algunas veces se identifican con los problemas y necesidades de los demás, comprendiéndolos y ayudándoles a superarlos.

En los resultados, se destaca que a nivel global hay una considerable práctica de la solidaridad en los colaboradores, valor que constituye una fortaleza en las tres áreas investigadas.

4.3.5. Nivel de práctica del valor de la honestidad

En el objetivo específico 5 se midió la práctica del valor de la honestidad por parte de los colaboradores, encontrando los siguientes resultados:

Tabla 10: Práctica del valor de la honestidad

Indicadores	F	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
a) Actúan de manera honesta	f	0	0	0	9	10	19
	%	0,0	0,0	0,0	47,4	52,6	100,0
b) Cuidan los bienes y recursos de la institución, sin sacar provecho de ellos	f	0	0	0	8	11	19
	%	0,0	0,0	0,0	42,1	57,9	100,0
c) Actúan con la verdad frente al servicio que ofrecen a sus clientes externos e internos	f	0	0	1	6	12	19
	%	0,0	0,0	5,3	31,6	63,2	100,0
d) Devuelven lo que encuentran o lo que no les pertenece	f	0	0	0	2	17	19
	%	0,0	0,0	0,0	10,5	89,5	100,0
e) No se aprovechan de su cargo para solicitar una retribución a cambio por el servicio que otorgan	f	0	1	0	0	18	19
	%	0,0	5,3	0,0	0,0	94,7	100,0
Promedio		0,0	1,1	1,1	26,3	71,6	

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

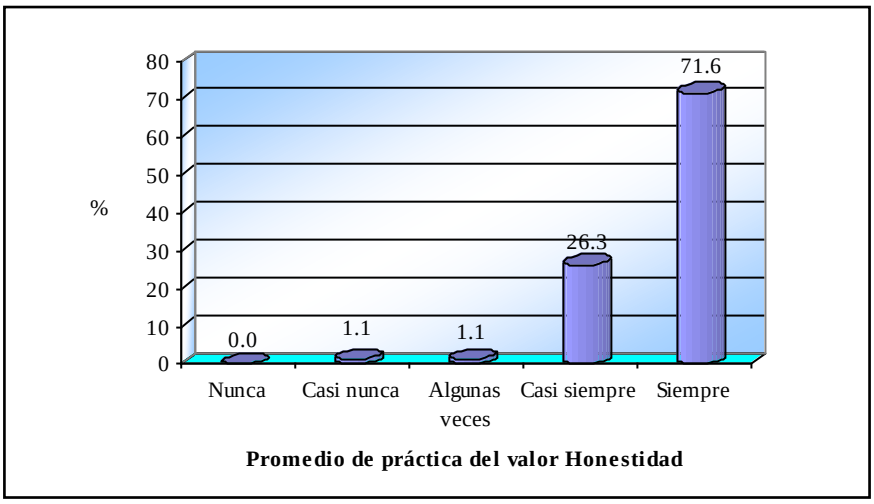


Gráfico 5: Práctica del valor de la honestidad

Interpretación

En la tabla y gráfico se observa que respecto a la práctica del valor de la honestidad arroja que un 71,6% considera que los colaboradores siempre lo practican; en contraposición con un 1,1% que percibe que casi nunca lo practican o algunas veces.

El comportamiento que se destaca en este valor es que los colaboradores manifiestan que no se aprovechan de su cargo para solicitar una retribución a cambio por el servicio que otorgan, por medio de un abrumador 94,7% y siempre devuelven lo que encuentran o lo que no les pertenece (89,5%). Sin embargo, un reducido porcentaje de 5,3% observó que casi nunca cumplen con no aprovecharse de su cargo para solicitar una retribución a cambio por el servicio que otorgan. Asimismo, el 5,3% considera que sólo algunas veces actúan con la verdad frente al servicio que ofrecen a sus clientes externos e internos.

En suma, se puede afirmar que el valor de la honestidad es asumido de manera significativa por los colaboradores encuestados.

4.3.6. Nivel de práctica del valor de la eficiencia

En el objetivo específico 6 se recogió la percepción sobre la práctica del valor de la eficiencia por parte de los colaboradores, encontrando los resultados que se muestran a continuación:

Tabla 11: Práctica del valor de la eficiencia

Indicadores	F	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Total
a) No conocen la pereza, ni la negligencia, ni las soluciones a medias	F	0	3	1	14	1	19
	%	0,0	15,8	5,3	73,7	5,3	100,0
b) Cumplen con los propósitos y resultados fijados por su dependencia	F	0	0	0	9	10	19
	%	0,0	0,0	0,0	47,4	52,6	100,0
c) Dan un poco más de lo requerido para cumplir con sus tareas y cumplirlas bien	F	0	0	1	12	6	19
	%	0,0	0,0	5,3	63,2	31,6	100,0
d) Encuentran soluciones ante problemas o dificultades que se le presentan	F	0	0	0	16	3	19
	%	0,0	0,0	0,0	84,2	15,8	100,0
e) Buscan la máxima calidad y la mayor efectividad en las tareas que ejecutan	F	0	0	1	8	10	19
	%	0,0	0,0	5,3	42,1	52,6	100,0
Promedio		0,0	3,2	3,2	62,1	31,6	

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

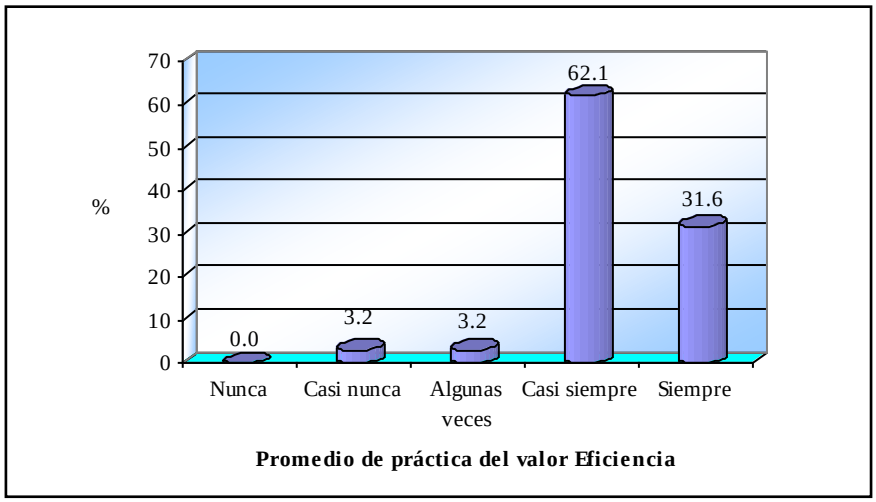


Gráfico 6: Práctica del valor de la eficiencia

Interpretación

Los resultados de la práctica del valor de la eficiencia reflejan que un 62,1% concuerda que sí son eficientes; respecto de un 3,2% que considera que casi nunca lo practican o algunas veces.

Un gran porcentaje de 84,2% observa que casi siempre encuentra soluciones ante problemas o dificultades que se le presentan. Asimismo, un 73,7% percibe que no conocen la pereza, ni la negligencia, ni las soluciones a medias; no obstante, un pequeño porcentaje de 5,3% opina que solo algunas veces no conocen la pereza, ni la negligencia, ni las soluciones a medias; y buscan la máxima calidad y la mayor efectividad en las tareas que ejecutan.

Por consiguiente, se evidencia que el valor de la eficiencia forma parte de la práctica cotidiana de los colaboradores, lo que asegura buenos resultados en el trabajo que hacen.

4.3.7. Práctica de valores

Por último, en el objetivo general se midió de manera global la práctica de valores, evidenciándose los siguientes resultados:

Tabla 12: Práctica de la práctica de valores

Valores	F	Bajo	Mediano	Alto	Total
a) Puntualidad	f	0	2	17	19
	%	0,0	10,5	89,5	100,0
b) Responsabilidad	f	0	0	19	19
	%	0,0	0,0	100,0	100,0
c) Respeto	f	0	0	19	19
	%	0,0	0,0	100,0	100,0
d) Solidaridad	f	0	1	18	19
	%	0,0	5,3	94,7	100,0
e) Honestidad	f	0	3	16	19
	%	0,0	00,0	100,0	100,0
f) Eficiencia	f	0	3	16	19
	%	0,0	15,8	84,2	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

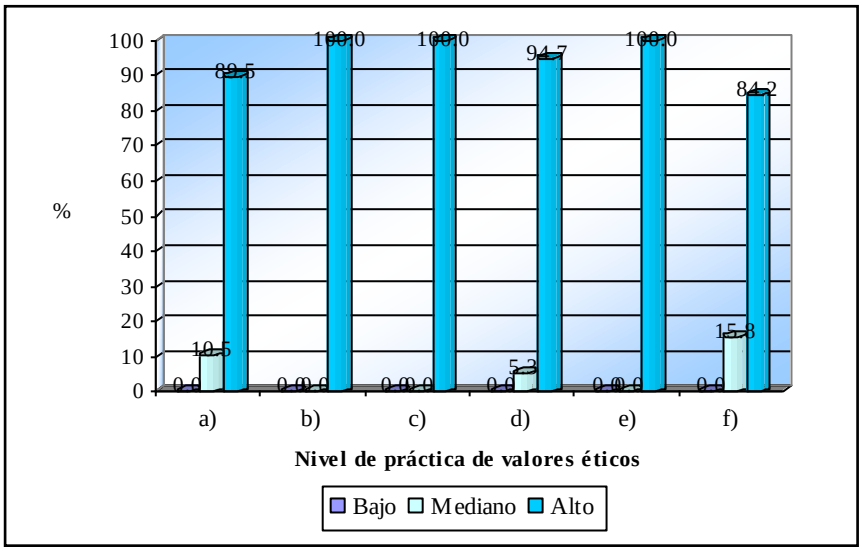


Gráfico 7: Práctica de valores

Interpretación

En los resultados se observa que la mayoría de colaboradores encuestados considera que la práctica de valores es alta, siendo los valores que mejor aprecian: la responsabilidad, el respeto y la honestidad (100,0% respectivamente), seguidos de la solidaridad (94,7%) y la puntualidad (89,5%) y por último la eficiencia (84,2%).

Tal como se puede apreciar existe una calificación favorable respecto a la práctica de valores éticos que resultan indispensables en las organizaciones. Los resultados demuestran que los colaboradores tienen interiorizados valores éticos y los demuestran a través de su actividad laboral cotidiana.

Tabla 13: Nivel general de práctica de la práctica de valores

Nivel	F	%
• Bajo	0	0,0
• Mediano	1	5,3
• Alto	18	94,7
Total	19	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

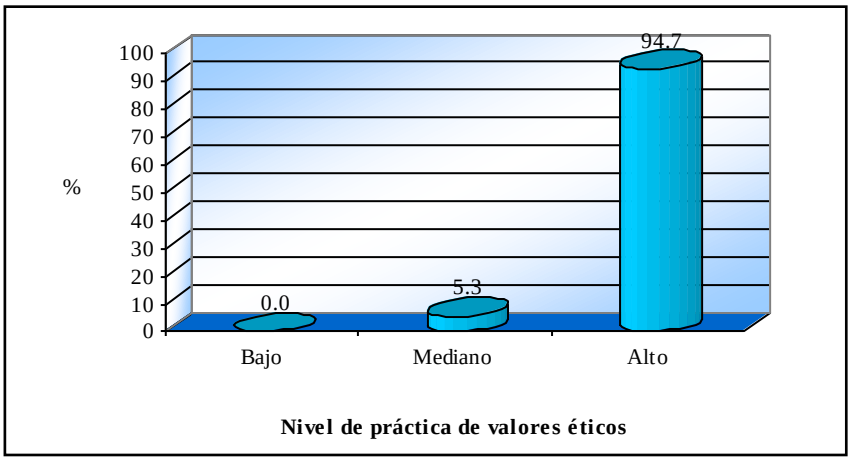


Gráfico 8: Nivel general de práctica de la práctica de valores

Interpretación

Por último, la valoración general de la práctica de valores establece que los colaboradores consideran que existe un alto nivel de práctica (94,7%), ratificando de esta manera los resultados específicos que se han presentado a través de las tablas.

En conclusión, existe un alto nivel de práctica de valores éticos en el desenvolvimiento laboral de los colaboradores, lo que demuestra que existe dentro de la cultura organizacional de la Universidad de Piura una característica positiva en su estructura administrativa y en el desempeño de las personas.

Tabla 14: **Estadísticos descriptivos sobre la práctica de valores**

	Punt.	Resp.	Resp.	Solid.	Honest.	Efic.	Práctica Valores
N	19	19	19	19	19	19	19
Media	20,47	22,21	22,26	21,32	23,53	21,11	127,63
Desviación estándar	1,504	1,873	1,851	1,797	1,797	1,883	7,946
Mínimo	17	19	19	18	18	17	114
Máximo	23	25	25	25	25	24	142

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

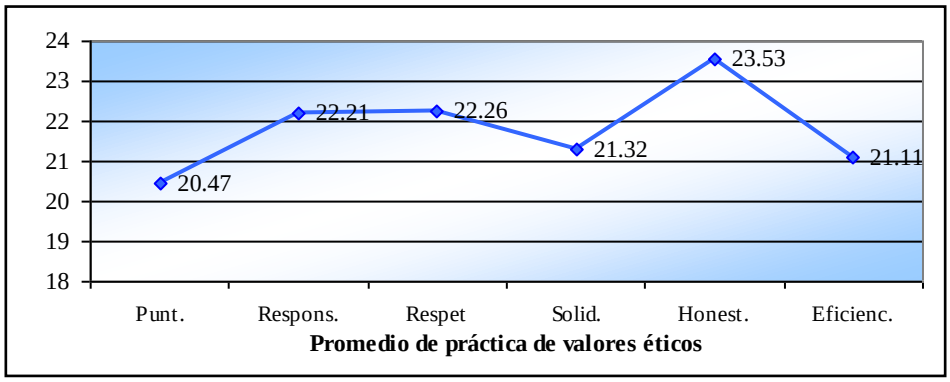


Gráfico 9: Estadísticos descriptivos sobre la práctica de valores

Interpretación

En los estadísticos descriptivos se observa que los promedios de práctica de valores caen en el nivel alto (de 19 a 25 puntos), identificándose que el valor que tiene una mejor calificación es la honestidad (23,53 puntos), en cambio el que tiene una menor calificación es la puntualidad (20,47 puntos). La calificación total dio como resultado una media de 127,63 puntos (de una escala de 111 a 150 puntos).

En sí, todos los valores tienen un promedio favorable, lo que significa que la apreciación de los colaboradores es positiva respecto a los valores que practican, rasgo de la organización que siempre ha caracterizado a la Universidad de Piura.

Respecto a la desviación estándar se observa que la dispersión de datos respecto a la media es menor a dos puntos en todos los casos, lo

que demuestra que tienen cierta estabilidad o uniformidad en el grado de percepción de la práctica de valores. De manera específica se observa que la dimensión puntualidad tiene una mejor desviación estándar, porque tiene un menor grado de dispersión de datos, con 1,504 puntos, seguido de la solidaridad y honestidad con 1,797 puntos cada uno. Luego está el respeto con 1,851 puntos, la responsabilidad con 1,873 puntos y finalmente la eficiencia con 1,883 puntos.

4.4. Discusión de resultados

En la investigación se formuló la interrogante ¿Cuál es el nivel de práctica de valores éticos-morales de los colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP? debido a la actual crisis social que está viviendo a nivel país, en todas las instancias y estratos sociales, a causa de los antivalores. Por tanto, es nuestro deber de ciudadanos trabajar desde la posición y lugar en que nos encontremos para combatir y erradicar esta crisis de antivalores y de corrupción generalizada.

De nada sirve sorprenderse, culpar al resto, quejarse, para luego quedarse de "brazos cruzados". Por el contrario, si todos tomaran acciones desde su posición, sumarían esfuerzos para que esta situación se revierta y qué mejor tomar acción a nivel de instituciones formadoras, como la UDEP, foco importante de influencia y desarrollo para jóvenes, futuro del país. Urge pues, actuar y empezar a concientizar a la sociedad en la práctica de valores ético-morales.

¿Por qué recurrir a la práctica de los valores ético-morales como solución?, porque precisamente son éstos los instrumentos que aseguran una correcta conducta moral, están al servicio de los seres humanos para guiarlos hacia una rectitud de vida, que redunde en un 'mundo humanamente habitable' –según frase de Cortina (2000)-; respetando a los demás, siendo íntegros a través de la honestidad; amando al prójimo, siendo solidarios; laborando a conciencia, siendo eficientes, etc. Se configuran así los valores ético-morales como un muro de contención contra los antivalores.

Cortina (2000, p. 30) manifiesta que "los valores (como la libertad, la solidaridad, la belleza) valen… porque permiten 'acondicionar' el mundo para que se pueda vivir en él plenamente como personas".

Por tal motivo, se consideró como propósito determinar el nivel de práctica de valores éticos-morales en los colaboradores de tres áreas administrativas de la Universidad de Piura, con el fin de descubrir cómo se encuentran estas áreas, si han sido influenciadas negativamente o no con esta ola de antivalores, para luego dar un aporte según los resultados obtenidos y así contribuir a que este estudio sea fructífero, no solo para la Universidad de Piura, sino para la sociedad en general.

Debido a que el estudio se centró en la práctica de valores ético-morales en una institución, se creyó conveniente basar la investigación en los valores organizacionales, es decir los valores éticos que están enmarcados dentro de una organización.

Al investigar sobre estos valores organizacionales refiere Cortina (1994, p. 1) -citada por Vigo (2002, p. 67)- que las diversas experiencias muestran que las empresas que sobreviven y logran mejores resultados son precisamente aquellas que han incorporado en su quehacer cotidiano un conjunto de valores morales, valores que constituyen un nuevo modo de entender la empresa, una nueva cultura organizacional. La necesidad de valores cobra importancia porque las empresas tienen sentido y legitimidad social cuando prestan sus servicios de modo que reclame la sociedad de nuestro tiempo; si no cumplen lo éticamente, pierden toda credibilidad y legitimidad.

Por consiguiente, estas afirmaciones de Cortina, una experta en el tema de la ética y los valores, sirven de sustento para destacar que la intención de la investigación tiene razón de ser, en cuanto sirve como una acertada medida para descubrir en qué situación se hallan respecto a la crisis actual de antivalores.

En cuanto a la importancia de medir la práctica de valores ético-morales desde una organización, por el grado de influencia que ejercen hacia el mundo exterior o sociedad, es necesario respaldarse en el sustento de Ferreiro (1996, p.32):

> La empresa se configura como una segunda escuela de valores (y en algunos casos primera, por ausencia de la familia) ello es debido al fuerte impacto que representa una exposición tan prolongada a su influjo: las personas, cada uno de los componentes de la población activa, dedicamos más de 100,000 horas de nuestra vida, a trabajar para terceros.

Asimismo, Vigo (2002) confirma lo dicho, al afirmar que si una organización o empresa fomenta la práctica de valores ético- morales, tendrá una influencia muy poderosa y positiva sobre el comportamiento ético de todos los miembros que la integran. Por ende, contribuye a consolidar la ética de la empresa y precisamente una empresa cuya cultura organizacional posee altas normas éticas, se convierte en una cultura fuerte, alta en tolerancia al riesgo, alta en control y alta en manejo de conflicto.

De acuerdo al objetivo general se midió la práctica de los siguientes valores éticos, tales como puntualidad, responsabilidad, respeto, solidaridad, honestidad y eficiencia.

Los resultados arrojaron que la mayor parte de encuestados perciben un nivel alto (94,7%) de práctica de valores ético- morales. Cabe indicar que destaca la percepción de práctica de la responsabilidad, el respeto y la honestidad en un 100,0% cada uno. Le sigue la solidaridad en un 94,7% y en menor porcentaje está la puntualidad con 89,5%.

Asimismo, según los resultados estadísticos descriptivos, los promedios de práctica de valores están en el nivel alto (de 19 a 25 puntos). Destaca la honestidad con 23,53 puntos. La puntualidad tiene la menor calificación con 20,47 puntos. La media total es de 127,63 puntos (de una escala de valoración de 111 a 150 puntos).

En efecto, se puede establecer que el nivel de práctica de valores ético-morales en los colaboradores de la Universidad de Piura, es positivo en un alto grado de valoración. Lo que se traduce en que las áreas estudiadas de la UDEP poseen una cultura organizacional fuerte, eficaz y exitosa. Asimismo, queda claro que su idónea práctica de valores la está protegiendo de la aguda crisis de antivalores que está viviendo la sociedad peruana. Se configura así como una especie de oxígeno para el impuro clima social que está atravesando el país.

Se podría afirmar que el elevado nivel de práctica de valores ético-morales en las áreas analizadas, se debe a que la Universidad de Piura como obra corporativa del Opus Dei, fomenta la práctica de estos valores, porque su objetivo es propiciar la formación espiritual y doctrinal-religiosa, difundir la llamada universal a la santidad y del valor santificador del trabajo ordinario, respetando la libertad y opiniones ajenas. Su fundador San Josemaría Escrivá de Balaguer, quien pidió

siempre “encontrar a Dios en la vida ordinaria, santificando el trabajo”, lo que significa esforzarse por realizarlo bien, con competencia profesional, y con sentido cristiano. Es decir, por amor a Dios y para servir a los hombres. Esto sin duda repercute en la Institución creando un clima favorable para la realización personal y profesional.

En consecuencia, se crea una estructura organizacional ordenada, pulcra, infundida de valores éticos-morales y del amor hacia Dios y al prójimo. De este modo, los miembros que integran la comunidad universitaria, a través de diversas acciones del Opus Dei y de las autoridades de la UDEP, están influenciados positivamente a llevar una rectitud de vida, realizando sus actividades cotidianas con vocación de servicio.

Profesores, personal administrativo y de servicios tienen como objetivo común: poner las propias habilidades o conocimientos al servicio de los demás. Son conscientes de que deben ser portadores del ideario y misión de su institución; por lo tanto, deben esmerarse en ser personas íntegras y tener una correcta conducta moral, tanto dentro como fuera de la institución; contribuyendo así a fortalecer la buena imagen de la Universidad de Piura y por ende, siendo buen ejemplo para los jóvenes universitarios que llegan a formarse a esta Casa Superior de Estudios, contribuyendo así a su formación integral.

Por otro lado, retomando la discusión, el impacto positivo de la práctica de valores ético-morales en las organizaciones ha sido comprobado en diversos estudios como el de Quintero (2014), puesto que según sus conclusiones, comprobaron que las actitudes básicas, los valores de servicio y el desempeño ético, definieron la gran implicancia de la calidad humana en el proceso de servicio de la microempresa analizada.

Asimismo, Vigo (2002) en su libro “Influencia de la Ética en la Eficacia Empresarial” al tomar como unidad de análisis a la empresa ADRA-PERÚ, demostró que las empresas más eficaces son aquellas cuyos integrantes comparten ciertos valores éticos tales como: la Honestidad, la Justicia, la Lealtad, la Prudencia, la Responsabilidad, entre otros. En la misma perspectiva, el estudio de Revilla (2013) sobre los valores organizacionales en el caso de un Instituto Pedagógico Público de Lima, también reafirma la importancia de los valores en las

organizaciones. Esta tesis fue de gran aporte para la comprensión y fundamentación del tema desarrollado.

Por otro lado, en contraposición, sobre la implicancia de no practicar dichos valores, la investigación de Menacho (2006) acerca de un estudio Exploratorio sobre los Valores Organizacionales de una ONG de desarrollo internacional, confirman lo analizado, al concluir sobre el impacto de la ausencia de la práctica de valores dentro de una organización por parte de los empleadores; lo cual desencadena un clima laboral negativo, insano, donde impera la desmotivación de sus colaboradores.

Cabe destacar también el estudio Bollecker y Martinez (2004) que concluyó que la congruencia entre valores individuales y organizacionales, favorecen el rendimiento laboral.

A su vez, el artículo científico de Omar & Florencia (2008) sobre valores personales y compromiso organizacional aporta al tema de estudio, al demostrar que sí hay un grado de implicancia de los valores individuales respecto a su compromiso con la organización donde laboran.

El estudio de Balarezo (2006), sobre la propuesta de un plan de mercadeo social para incrementar el conocimiento y práctica de valores éticos de los estudiantes secundarios del distrito de Miraflores Lima, fue muy enriquecedor puesto que nos evidencia la desalentadora percepción por la crisis de valores que los jóvenes peruanos están sufriendo. Es un llamado de atención para reflexionar sobre la importancia del tema y para contrarrestar tal crisis, fomentando los valores ético-morales, sobre todo a través del buen ejemplo de las personas que influyen en los jóvenes, como padres y profesores.

Finalmente, el trabajo de Flores (2010) sobre la práctica de valores en los docentes de Educación Básica de dos Instituciones Educativas Públicas de la DREC - Callao, corroboró la importancia de la práctica de valores ético-morales en las instituciones, sobre todo de nivel formativo. Esta tesis, además de ofrecernos fundamentos teóricos, sirvió como pauta para el diseño y análisis del cuestionario aplicado en la presente investigación.

Por tanto, la práctica de los valores constituye un elemento inherente a las organizaciones, el mismo que sirve para fortalecer la convivencia organizacional y, por ende, lograr mejores resultados en el desempeño de las personas que conforman una organización.

CONCLUSIONES

a) Se determinó que la percepción sobre el nivel de práctica de valores éticos morales en los colaboradores de las áreas administrativas de Admisión, Promoción y Pensiones de la Universidad de Piura tiene un nivel alto. Cabe agregar, que los valores que más destacaron fueron la responsabilidad, el respeto y la honestidad. Por lo tanto, se comprueba la eficacia de las mencionadas áreas, en la medida que gracias a la práctica ética a través de sus valores de puntualidad, responsabilidad, respeto, solidaridad, honestidad y eficiencia, generan confianza en los usuarios y/o beneficiarios de la institución y a la vez transmiten una buena imagen institucional.

   Se concluye así que el estudio realizado comprobó que dichas áreas administrativas se adecúan a la misión y al ideario de la UDEP, que sienta sus bases en los principios fundamentales que reflejan los valores que identifican a esta institución formativa, a través de sus relaciones con quienes la integran: profesores, estudiantes, ex alumnos y personas que trabajan en los diferentes centros.

b) Luego de medir y describir el valor de la puntualidad que practican los trabajadores de tres áreas administrativas de la UDEP, se concluye que si bien es cierto la percepción de la práctica de este valor está dentro de un rango alto en la escala de valoración, está en penúltimo lugar respecto a los demás valores, lo cual indica que los colaboradores encuestados aún no están muy concientizados con el tema de la puntualidad, sobre todo en la puntualidad al inicio de sus

labores. En contraposición los comportamientos que destacan son la asistencia puntual a reuniones, así como el cumplimiento puntual de tareas adicionales.

En suma, al estar la puntualidad dentro de un rango alto de valoración, se revela que los colaboradores encuestados realizan sus labores de modo organizado, ordenado, planifican sus actividades con antelación, asisten puntualmente a citas, lo cual demuestra respeto a los demás, así como formalidad, seriedad y confianza.

c) Respecto a la responsabilidad, después de medir y describir lo que aprecian los encuestados sobre la práctica de este valor, se observó que es uno de los valores que más predomina respecto al resto de valores. El comportamiento que más expresa la práctica de este valor es que los administrativos analizados, casi siempre solucionan los problemas de los clientes externos como son alumnos y padres de familia, así como de los clientes internos; y planifican y organizan su trabajo con responsabilidad y demuestran la práctica de este valor en los procesos y actividades inherentes a su función.

Por consiguiente, se ultima que los administrativos entrevistados asumen sus compromisos, deberes, obligaciones y promesas, con un compromiso moral férreo que a su vez genera la confianza de los usuarios y compañeros de trabajo con quienes interactúan.

d) Los resultados del cálculo del valor del respeto que practican los mencionados colaboradores arrojaron que también este valor tiene un alto nivel de percepción sobre su práctica respecto a los demás valores. Solo un pequeño porcentaje del promedio total observó que este valor se practica algunas veces, en contraposición de la mayoría que percibió lo efectúan casi siempre y siempre. La conducta que mejor desarrollan es que siempre actúan con respeto hacia los valores y principios de su institución y que siempre demuestran respeto por sí mismo y por los demás. Sin embargo, la conducta que refleja escasa práctica de este valor, es en propiciar un ambiente donde se dialoga.

Por lo tanto, se concluye que la conducta de los administrativos encuestados propicia un positivo clima laboral, porque reconocen a su autoridad en la medida que valoran los principios de su institución y respetan las normas elementales de convivencia, al saber interrelacionarse entre sí; dado que el respeto implica la base de toda convivencia en sociedad.

e) Los resultados de la medición de la solidaridad muestran también un gran nivel de práctica, ocupando el segundo lugar respecto al resto de valores. Respecto al promedio de práctica de este valor, un elevado porcentaje manifestó que lo practica casi siempre, en contraposición de un mínimo que percibió se practica solo algunas veces. En cuanto al promedio de los estadísticos descriptivos, ocupa el cuarto lugar.

Los actuaciones que prevalecen en la práctica de este valor son: Comparten sus experiencias, conocimientos e inquietudes con quienes están a su alrededor y están atentos a colaborar ante cualquier actividad que realizan sus demás compañeros de trabajo o directivos; sin embargo, un pequeño porcentaje percibe que solo algunas veces se identifican con los problemas y necesidades de los demás, comprendiéndolos y ayudándoles a superarlos.

Por consiguiente, existe a nivel global una considerable práctica de la solidaridad, valor que constituye un indicativo de que los colaboradores se despojan de su individualidad para apoyar a los demás con espíritu de servicio.

f) Después de medir el valor de la honestidad se observó que los trabajadores de tres áreas administrativas de la UDEP perciben un elevado nivel de su práctica, respecto a los demás valores.

Por otro lado, la mayoría de encuestados consideran que siempre lo practican; en contraposición de una minoría que percibe que casi nunca lo practican o algunas veces.

La conducta que predomina en este valor con un considerable porcentaje, es que no se aprovechan de su cargo para solicitar una retribución a cambio por el servicio que otorgan, y siempre devuelven lo que encuentran o lo que no les pertenece. Sin embargo, un reducido porcentaje observó que casi nunca cumplen

con no aprovecharse de su cargo para solicitar una retribución a cambio por el servicio que otorgan y la vez consideran que solo algunas veces actúan con la verdad frente al servicio que ofrecen a sus clientes externos e internos.

Por lo tanto, la honestidad es un valor característico de los colaboradores de las tres áreas analizadas; lo cual los configura como personas con calidad humana y rectitud de vida, con apego a la verdad y a la justicia. No solo se preocupan por sus propios intereses, sino de los demás, apuntando al bien común.

g) Los resultados de la evaluación de la práctica del valor de la eficiencia lo ubicaron en el último lugar en relación a los demás valores; pero se debe tener en cuenta que está dentro de un rango alto de valoración.

Por otro lado, la mayoría de colaboradores concuerda que casi siempre son eficientes; respecto a una minoría que considera que casi nunca lo practican o algunas veces.

Sobre los comportamientos que más prevalecen, es que un gran porcentaje observa que casi siempre encuentra soluciones ante problemas o dificultades que se le presentan. Asimismo, perciben que no conocen la pereza, ni la negligencia, ni las soluciones a medias; no obstante, un pequeño porcentaje opina que solo algunas veces no conocen la pereza, ni la negligencia, ni las soluciones a medias; y buscan la máxima calidad y la mayor efectividad en las tareas que ejecutan.

En suma, se comprueba que los colaboradores analizados son pieza fundamental en la institución donde laboran, porque al ser eficientes están demostrando su compromiso e involucramiento con los objetivos y la misión de su organización.

RECOMENDACIONES

a) Se recomienda a la Facultad de Ciencias de la Educación, promover la realización de estudios relacionados con la gestión universitaria, extendiendo esta experiencia a otras dependencias de la Universidad de Piura, con el fin de tener un conocimiento global de la práctica de valores éticos en la institución. Asimismo, se sugiere se realice con cierta frecuencia.

b) Se recomienda a las autoridades administrativas y académicas de la UDEP medir la práctica de valores ético-morales en diferentes grupos de encuestados, con diferentes cuestionarios para identificar fortalezas y debilidades que ayude a mejorar la gestión universitaria. Lo anterior implica que hay que medir la percepción de los valores no solo entre los compañeros de trabajo, sino también en los usuarios (alumnos y padres), así como también en el resto del personal administrativo, personal docente y de mantenimiento.

   Cabe indicar, que en la actual investigación se creyó conveniente encuestar solo al personal administrativo que integra las tres áreas, debido a que hay una cercana interrelación entre sus miembros, por ubicación y por sus funciones. Es decir, existe un buen grado de conocimiento de las conductas entre tales colaboradores. Esto con el fin de que los resultados sean lo más cercanos a la realidad. No se aplicó la encuesta a otro público objetivo, por obvias razones de tiempo, puesto que implicaría la elaboración de diferentes

cuestionarios. Los ítems del cuestionario trabajado, no los podrían responder un público distinto.

c) Se recomienda a las autoridades administrativas y académicas incluir en su planeamiento estratégico actividades relacionadas con la aplicación de un programa de estrategias que refuercen los valores ético-morales en todos los colaboradores. Por ejemplo, que incluya charlas a cargo de expertos en el tema de los valores ético-morales. Promover la participación del personal en campañas de solidaridad hacia la comunidad, etc.

d) La Universidad de Piura, en concordancia a su ideario institucional, debe promover la práctica permanente de valores ético-morales en sus colaboradores, así como en los docentes y en los estudiantes, ello reforzará su misión de formar "mejores personas, mejores profesionales", en la perspectiva de que se constituya en una marca que diferencie al profesional que egresa de sus aulas y que se integra en la vida productiva del país. Se podría aplicar un programa de estrategias formativas y atractivas, acordes con la edad de los jóvenes, que incluya por ejemplo actividades interpersonales, como teatro y charlas. Puesto que según la investigación de Balarezo (2006) sobre Propuesta de un Plan de Mercadeo Social para incrementar el conocimiento y práctica de valores éticos de los estudiantes secundarios del distrito de Miraflores Lima, dio como resultado que a los jóvenes les atraen estas actividades, más que la difusión de valores a través de los medios de comunicación masiva.

   En contrapartida, se contribuiría con la misión de la UDEP de brindar una formación integral, basada en valores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Balarezo, C. (2006). *Propuesta de un Plan de Mercadeo Social para Incrementar el Conocimiento y Práctica de Valores Eticos de los Estudiantes Secundarios del Distrito de Miraflores Lima,*. Lima: Tesis de Maestría. Escuela de Graduados, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Ballvé, A., & Debeljuh, P. (2000). *Misión y Valores La Empresa en Busca de su Sentido.* Barcelona: Gestion 2000.

Bayona, R., Pablo, P., & Patiño, R. (2001). Desafíos del Educador Social, Pobreza, Valores y Formación Ciudadana. Piura: Centro de Investigación y Desarrollo Educativo Ñari Walac.

Bollecker, N., & Martínez, M. (2004). *Incongruencia entre Valores Individuales y Organizacionales: Determinantes del Rendimiento Laboral,*. Caracas: Tesis profesional. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Católica Andrés Bello.

Brack, A. (2003). Ambiente y Potencialidades de la Región Piura. *Ponencia en Apertura Oficial del Año Académico 2003 de la Universidad de Piura*. Piura.

Bravo, O. (1990). *Hacia una Teoría de Administración en los Países en Vías de Desarrollo* . Lima: Admin.

Castillo, G. (2000). *Ética y Educación en Valores.* Piura: Universidad de Piura.

Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional La Dinámica del Éxito en las Organizaciones.* Buenos Aires: Thomson.

Cortina, A. (2000). *El Mundo de los Valores: Ética mínima y Educación.* Santa Fe de Bogotá.

Cruz, J. (s.f.). *Empresa y Humanismo*. Obtenido de Valores Éticos de la Empresa: www.unav.es/empresayhumanismo /.../docs/ Cuaderno050.pdf

Dextre, J., Pérez, P., & Prieto, F. (1999). *Ética del Desarrollo Personal y Social.* Lima: Realidades S.A.

Díaz, C. (2001). *Las Claves de los Valores.* Madrid: EIUNSA.

Escrivá, J. M. (s.f.). *Obras de San José María Esxrivá, fundador del Opus Dei*. Obtenido de La Universidad al Servicio de la SociedadActual: http://www.escrivaobras.org/book/ conversaciones-capitulo-6.htm

Estébanez, B. (2003). *Protocolo Social y Empresarial.* Madrid: London Diplomatic Academic SL.

Expansión. (2015). *Datosmacro.com*. Recuperado el 20 de setiembrede2015,de http://www.datosmacro.com/estado/indice-percepcion-corrupcion/peru

Ferreiro, P. (1996). *Ética y Empresa.* Piura: Universidad de Piura.

Flores, M. (2010). *Práctica de Valores en los Docentes de Educación Básica de dos Instituciones Educativas Públicas de la Drec - Callao.* Lima: Tesis de Maestría. Escuela de Postgrado, Universidad San Ignacio de Loyola.

Frías Fernández, P. (2001). *Desafíos de Modernización de las Relaciones Laborales.* Santiago de Chile: Editorial LOM.

Garrido, J. (2014). *Perú 21*. Recuperado el 20 de setiembre de 2015, de http://peru21.pe/opinion/ano-corrupcion-2207466

Hernández, R., Fernández-Collado, R., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Menacho, J. (2006). *Estudio Exploratorio sobre los Valores Organizacionales de una Organización no Gubernamental de Desarrollo Internacional.* Lima: Tesis de Maestría. Escuela de Graduados, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Mora, G. (1995.). *Valores Humanos y Actitudes Positivas.* Santafé de Bogotá : McGraw Hill.

Omar, A., & Florencia, A. (2008). Valores Personales y Compromiso Organizacional. *Redalyc.org*, 353-372.

Pérez, P. (2006). *Apuntes de Psicología* (tercera ed.). Piura: Universidad de Piura.

Planas, E. (2000). *Valores en la Empresa.* México: Trillas.

Quintero, B. (2010). *Incongruencia entre Valores Individuales y Organizacionales: Determinantes del Rendimiento Laboral,*. Querétaro: Tesis de Maestría. Facultad de Psicología, Universidad Autónoma de Querétaro.

Revilla. (2013). *Los Valores Organizacionales. El caso de un Instituto Pedagógico Público de Lima,*. Lima: Tesis de Maestría. Escuela de Graduados. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Rojas, E. (1992). *El Hombre Light.* Madrid: Ediciones Tema de Hoy.

Scheler, M. (1948). *Ética : nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético.* Buenos Aires: Revista de Occidente.

Seijo, C. (2009). Los valores desde las principales teorías axiológicas: Cualidades apriorísticas e independientes de las cosas y los actos humanos. *Economía*,8 160.

Soto, M., & Montaño, P. (2014). *El Método Cuadro de Valores.* Bloomington: Palibrio LLC.

Sprenger, R. (2005). *El Mito de la Motiación*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=HiREvS-VrrcC&pg=PA277&dq=colaboradores+eficientes&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=colaboradores%20eficientes&f=false.

Ugaz, J. (28 de mayo de 2015). *El Comercio*. Obtenido de http://elcomercio.pe/mundo/latinoamerica/videocorrupcion-america-latina-transparencia-internacional-noticia1814509?ref=flujo_tags_206771&ft=nota_1&e=tituo

Vigo, G. (2002). *Influencia de la Ética en la Eficacia Empresarial.* Lima: San Marcos.

ANEXOS
DE LA INVESTIGACIÓN

Anexo 1: Matriz General de Investigación "Matriz de Consistencia"

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
Problema General: ¿Cuál es el nivel de práctica de valores éticos en los trabajadores de tres áreas administrtivas de la Udep? **Problemas Específico:** ¿Cuál es el nivel de la práctica del valor **puntualidad** en los trabajadores de la Udep? ¿Cuál es el nivel de la práctica del valor **responsabilidad** en los trabajadores de la Udep? ¿Cuál es el nivel de la práctica del valor **respeto** en los trabajadores de la Udep? ¿Cuál es el nivel de la práctica del valor **solidaridad** en los trabajadores de la Udep? ¿Cuál es el nivel de la práctica del valor **honestidad** en los trabajadores de la Udep? ¿Cuál es el nivel de la práctica del valor **eficiencia** en los trabajadores de la Udep?	**Objetivo General:** Determinar el nivel de práctica de valores éticos en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.. **Objetivos Específicos:** Medir y describir el valor de la **puntualidad** que practican los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep. Medir y describir el valor de la **responsabilidad** que practicanlos trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep. Medir y describir el valor del **respeto** que practican los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep. Medir y describir el valor de la **solidaridad** que practican los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep. Medir y describir el valor de la **honestidad** que practican los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep. Medir y describir el valor de la **eficiencia** que practican los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.	Variable práctica de valores de los trabajadores.	• Tipo de Investigación: Cuantitativa, no experimental, descriptiva • Diseño de Investigación: Descriptivo simple **M:** Los colaboradores de tres áreas administrativas de la Udep. **O:** Indican las observaciones obtenidas en la variable práctica de valores de los trabajadores. • Población: Personal administrativo de la UDEP. Muestra: 19 Trabajadores. • Técnicas o instrumentos de recolección de datos: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de práctica de valores a un grupo de trabajadores del área administrativa de la Udep.

Anexo 2: Matriz del Problema de Investigación - "Matriz Operacional del Problema"

PROBLEMA	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN O ATRIBUTOS	INDICADORES
¿Cuál es el nivel de práctica de valores éticos en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep?	Práctica de valores en los trabajadores	Los valores son la demostración tangible de principios éticos que como una brújula direccionan la conducta del ser humano. Los valores que se consideran claves en el servicio administrativo son: la puntualidad, la responsabilidad, el respeto, la solidaridad, la honestidad y la eficacia.	Práctica del valor de la **puntualidad** en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.	• Es puntual en la hora de ingreso a su centro de labores. • Inician con puntualidad sus labores, evitando distracciones. • Realizan puntualmente las tareas encomendadas. • Acude a tiempo a las reuniones y/o citaciones. • Practican la puntualidad incluso con tareas adicionales.
			Práctica del valor de la **responsabilidad** en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.	• Planifican su trabajo. • Asume su rol de trabajador, acorde a sus funciones. • Demuestra su buen desempeño laboral. • Demuestra disponibilidad para dar solución a los problemas de sus área. • Cumple las normas y acuerdos de su institución.
			Práctica del valor del **respeto** en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.	• Practican el respeto hacia su persona y a los demás. • Promueven relaciones humanas positivas. • Fomentan el diálogo y el entendimiento. • Ponen atención a los requerimientos de sus clientes, con cordialidad. • Se identifican y practican el ideario de su institución.
			Práctica del valor de la **solidaridad** en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.	• Demuestra vocación de servicio. • Comparte sus conocimientos e inquietudes con sus compañeros de trabajo.

PROBLEMA	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN O ATRIBUTOS	INDICADORES
				• Toma conciencia de los problemas de su entorno y manifiesta la voluntad de ayudar a resolverlos. • Colabora desinteresadamente. • Disponibilidad para participar en actividades a cargo de otras personas de su entorno.
			Práctica del valor de la **honestidad** en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.	• Actúa con honestidad siempre. • Protegen recursos de su institución y solo se utilizan en pro de los intereses institucionales. • Otorgan un servicio con transparencia. • Respeta la propiedad privada. • No se parcializan ni aceptan sobornos al prestar sus servicios.
			Práctica del valor de la **eficiencia** en los trabajadores de tres áreas administrativas de la Udep.	• Son colaboradores competentes, evitan la mediocridad laboral. • Se organizan para cumplir las metas propuestas de su área y/o institución. • Se exigentes y perfeccionistas, a fin de lograr la eficacia. • Saben dar soluciones rápidas y coherentes. • Su desempeño laborar es eficaz y de máxima calidad.

Anexo 3: Cuestionario sobre práctica de valores ético-morales

Estimados colaboradores:

El presente cuestionario tiene como objetivo medir la práctica de valores ético-morales en el personal administrativo de tres áreas de la Universidad de Piura, con la finalidad de descubrir las fortalezas y debilidades, información que será de utilidad para emprender acciones de mejora.

1. Información general

Edad	:
Título profesional	:
Grado académico	:
Condición laboral	:
Años de experiencia laboral	:
Cargo o Función	:
Nombre de su área de trabajo	:

2. Información importante

Lea con atención cada uno de los enunciados, sea honesto (a) en sus respuestas, así ayudará a un diagnóstico objetivo sobre la práctica de valores ético-morales.

Le recordamos que toda respuesta es válida, no hay respuesta buena ni mala.

Marque con un aspa (X) su respuesta en los recuadros, indicando el grado en que realmente se siente identificado (a) con cada enunciado, según la escala que se indica:

1. Nunca
2. Casi nunca
3. Algunas veces
4. Casi siempre
5. Siempre

Por favor conteste todos los ítems.

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	Práctica del valor de la **Puntualidad**	N	CN	AV	CS	S
1.	¿Los administrativos asisten puntualmente a su centro de labores?					
2.	¿Los administrativos inician puntualmente sus labores, evitando distracciones?					
3.	¿Los administrativos culminan en el tiempo previsto las tareas encargadas por sus superiores?					
4.	¿Los administrativos son puntuales cuando asisten a reuniones?					
5.	¿Los administrativos son puntuales cuando se les encarga realizar alguna tarea adicional?					
	Práctica del valor de la **Responsabilidad**					
6.	¿Los administrativos planifican su trabajo y se organizan para realizarlo adecuadamente?					
7.	¿Los administrativos son responsables en los procesos y las actividades inherentes a su función?					
8.	¿Los administrativos cumplen con todas las funciones y tareas que se le encomiendan?					
9.	¿Los administrativos asumen con responsabilidad el compromiso de dar soluciones a los problemas de sus clientes externos (alumnos y padres de familia) e internos.					
10.	¿Los administrativos cumplen con las normas, compromisos y acuerdos adquiridos en su centro de labores?					
	Práctica del valor del **Respeto**					
11.	¿Los administrativos expresan respeto por sí mismo y por los demás?					
12.	¿Los administrativos establecen y mantienen relaciones interpersonales armónicas y de sana convivencia con los demás?					
13.	¿Los administrativos propician un ambiente de trabajo donde se dialoga, se toman acuerdo en un marco de entendimiento?					
14.	¿Los administrativos saben escuchar con respeto y atención de manera atenta y cordial a sus clientes externos (alumnos y padres de familia) e internos?					
15.	¿Los administrativos actúan con respeto hacia los valores y principios de su institución?					
	Práctica del valor de la **Solidaridad**					
16.	¿Los administrativos mantienen una actitud positiva de servicio a los demás?					
17.	¿Los administrativos comparten sus experiencias, conocimientos e inquietudes con quienes están a su alrededor?					

N°	Ítems	1	2	3	4	5
18.	¿Los administrativos se identifican con los problemas y necesidades de los demás, comprendiéndolos y ayudándoles a superarlos?					
19.	¿Los administrativos ayudan desinteresadamente a los demás en lo que necesiten, ya sea clientes internos y/o externos?					
20.	¿Los administrativos están atentos a colaborar ante cualquier actividad que realizan sus demás compañeros de trabajo o directivos?					
	Práctica del valor de la **Honestidad**	N	CN	AV	CS	S
21.	¿Los trabajadores administrativos de su institución siempre actúan de manera honesta?					
22.	¿Los administrativos cuidan los bienes y recursos de la institución, sin sacar provechos de ellos?					
23.	¿Los administrativos actúan con la verdad frente al servicio que ofrecen a sus clientes externos (alumnos y padres) e internos (personal de su institución)					
24.	¿Los administrativos cuando encuentran algo que no les pertenece, lo devuelven a su dueño (a)?					
25.	¿Los administrativos no se aprovechan de su cargo para solicitar una retribución a cambio, (como soborno) por el servicio que otorgan?					
	Práctica del valor de la **Eficiencia**	N	CN	AV	CS	S
26.	¿Los administrativos no conocen la pereza, ni la negligencia, ni las soluciones a medias?					
27.	¿Los trabajadores administrativos cumplen con los propósitos y resultados fijados por su dependencia?					
28.	¿Los administrativos dan un poco más de lo requerido para cumplir con sus tareas y cumplirlas bien?					
29.	¿Los administrativos encuentran soluciones ante problemas o dificultades que se le presentan?					
30.	¿Los administrativos buscan la máxima calidad y la mayor efectividad en las tareas que ejecutan?					

Gracias por su participación

Adaptado de:

Flores, M. R. (2010). Práctica de valores en los docentes de educación básica de dos instituciones educativas públicas de la DREC Callao. Lima: Tesis de Maestría, Universidad San Ignacio de Loyola, Escuela de Postgrado.

Anexo 4: Análisis para las dimensiones sobre la práctica de valores según variables sociodemográficas

Los siguientes análisis buscan determinar las percepciones de las dimensiones de acuerdo a las variables sociodemográficas.

La siguiente tabla nos detalla la percepción para las diferentes dimensiones según la edad del participante en la investigación:

Tabla 1 : Edad de los colaboradores

Valores	Edad				
	<= 25	26 - 35	36 - 45	46 - 55	56+
Puntualidad	4,05	3,88	4,06	4,58	4,00
Responsabilidad	4,36	4,50	4,25	4,80	4,20
Respeto	4,44	4,47	4,25	4,80	4,20
Solidaridad	4,25	4,42	4,00	4,75	4,25
Honestidad	4,53	4,50	4,50	4,78	4,67
Eficiencia	4,20	4,40	4,00	4,47	3,40

Fuente : Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

Los resultados nos muestran que son los participantes que tienen una edad comprendida entre 46 y 55 los que mejor perciben la práctica de valores en los administrativos, ya que obtienen los promedios más altos en todas las dimensiones.

Por otra parte, se tiene un participante, de acuerdo al resultado de 2.1, que percibe muy bajo la eficiencia en los administrativos esta dimensión alcanza un promedio de 3,40.

La siguiente tabla nos detalla la percepción para las diferentes dimensiones según la profesión del participante en la investigación:

Tabla 2 : Profesión de los colaboradores

Profesión	Valores					
	Puntualidad	Respons.	Respeto	Solidaridad	Honestidad	Eficiencia
Educación	4,00	4,20	4,20	4,25	4,67	3,40
Adm. Emp.	3,88	4,17	4,23	4,21	4,33	3,40
Comunicación	4,00	4,64	4,68	4,40	4,53	4,36
Contabilidad	4,00	4,40	4,00	4,00	4,33	4,40
Análisis Sist.	4,42	4,60	4,53	4,42	4,78	4,33
Economía	3,75	4,00	4,00	3,75	4,67	4,20
Secretariado	4,75	5,00	5,00	5,00	5,00	4,80
Ninguna	4,75	4,80	5,00	4,75	5,00	4,40

Fuente : Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

Tenemos un participante cuya profesión es Secretariado Ejecutivo que percibe de mejor forma la práctica de valores en los administrativos, pues alcanza los promedios más altos. Sin embargo, es importante mencionar que las carreras que predominan en los participantes de la investigación son Administración de Empresas y Comunicación. Estos participantes perciben con un promedio alrededor de cuatro las dimensiones para la práctica de los valores por parte de los administrativos. Asimismo, de los dos destaca Comunicación con promedios mayores a los de Administración de Empresas.

La siguiente tabla nos detalla la percepción para las diferentes dimensiones según la condición laboral del participante en la investigación:

Tabla 3 : Condición laboral de los colaboradores

Valores	Condición laboral	
	Estable	Contratado
Puntualidad	3,95	4,13
Responsabilidad	4,24	4,51
Respeto	4,28	4,39
Solidaridad	4,15	4,39
Honestidad	4,53	4,57
Eficiencia	4,00	4,30

Fuente : Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

Los resultados nos muestran que los participantes que tiene la condición laboral de contratado, son los que mejor perciben la práctica de valores en los administrativos, pues alcanzan los promedios más altos en todas las dimensiones.

La siguiente tabla y gráfico nos detalla la percepción para las diferentes dimensiones según el área de trabajo del participante en la investigación:

Tabla 4 : Edad de los colaboradores

Valores	Edad		
	Pensiones	Admisión	Promoción
Puntualidad	4,15	4,15	3,88
Responsabilidad	4,28	4,76	4,40
Respeto	4,25	4,80	4,43
Solidaridad	4,16	4,65	4,29
Honestidad	4,50	4,87	4,39
Eficiencia	4,00	4,40	4,37

Fuente : Cuestionario aplicado a colaboradores de tres áreas administrativas de la UDEP, 2015

Los resultados nos detallan que son los participantes que laboran en el área de Admisión los que mejor perciben la práctica de valores en los administrativos, ya que alcanzan los promedios más altos.

Por otra parte cabe destacar que son los participan que laboran en el área de promoción los que perciben con el menor promedio la dimensión Puntualidad en la práctica de valores por parte de los administrativos.

Anexo 5: Fichas de validación del instrumento

UNIVERSIDAD DE PIURA
Facultad de Ciencias de la Educación

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombres y apellidos del validador : **Mgtr. Juan Carlos Zapata Ancajima**
1.2 Cargo e institución donde labora : **Docente Universidad Nacional de Piura**
1.3 Nombre del instrumento evaluado : **Cuestionario sobre Práctica de valores éticos**
1.4 Autor del instrumento : **Laura María Benza Távara**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador).
2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador).
3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador).

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones
Criterios	Indicadores	D	R	B	Sugerencias
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	☐	☐	☑	
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	☐	☐	☑	
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	☐	☐	☑	
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	☐	☐	☑	
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	☐	☐	☑	
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	☐	☐	☑	
• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	☐	☐	☑	
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	☐	☑	☐	
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	☐	☐	☑	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	☐	☐	☑	
CONTEO TOTAL (Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	2 B	27 A	Total

Elaboración: Juan Carlos Zapata Ancajima

Coeficiente de validez : $\frac{A + B + C}{30} = 0{,}96$

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,49	• Validez nula
0,50 – 0,59	• Validez muy baja
0,60 – 0,69	• Validez baja
0,70 – 0,79	• Validez aceptable
0,80 – 0,89	• Validez buena
0,90 – 1,00	• Validez muy buena

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Piura, 30 de octubre de 2015.

Mgtr. Juan Carlos Zapata Ancajima
Experto Investigación Educativa

UNIVERSIDAD DE PIURA
Facultad de Ciencias de la Educación

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombres y apellidos del validador : LUIS ALVARADO PINTADO
1.2 Cargo e institución donde labora : DOCENTE - UDEP
1.3 Nombre del instrumento evaluado : CUESTIONARIO PRÁCTICA DE VALORES
1.4 Autor del instrumento : LAURA MARÍA BENZA TABRA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador).
2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador).
3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador).

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones
Criterios	Indicadores	D	R	B	Sugerencias
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	☐	☐	☒	
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	☐	☐	☒	
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	☐	☐	☒	
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	☐	☐	☒	
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	☐	☒	☐	
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	☐	☒	☐	
• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	☐	☐	☒	
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	☐	☐	☒	
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	☐	☐	☒	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	☐	☒	☐	
CONTEO TOTAL			3	7	
(Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	B	A	Total

Coeficiente de validez : $\frac{A+B+C}{30} = \frac{21+6}{30} = 27/30$

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,49	• Validez nula
0,50 – 0,59	• Validez muy baja
0,60 – 0,69	• Validez baja
0,70 – 0,79	• Validez aceptable
0,80 – 0,89	• Validez buena
0,90 – 1,00	• Validez muy buena

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena (0.9)

Piura, 07 de diciembre de 2015.

Luis Alvarado P.
Prof. Estadística

Elaboración: Juan Carlos Zapata Ancajima

UNIVERSIDAD DE PIURA
Facultad de Ciencias de la Educación

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombres y apellidos del validador : **Mg. Carlos Armando Vásquez Alvarez**
1.2 Cargo e institución donde labora : **Docente Universidad Nacional de Piura**
1.3 Nombre del instrumento evaluado : **Cuestionario sobre Práctica de valores éticos**
1.4 Autor del instrumento : **Laura María Benza Távara**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1. Deficiente (Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador).
2. Regular (Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador).
3. Buena (Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador).

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	D	R	B	
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	☐	☐	☑	
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	☐	☐	☑	
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	☐	☐	☑	
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	☐	☐	☑	
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	☐	☐	☑	
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	☐	☑	☐	
• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	☐	☐	☑	
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	☐	☑	☐	
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	☐	☐	☑	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	☐	☐	☑	
CONTEO TOTAL			4	24	
(Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	B	A	Total

Elaboración: Juan Carlos Zapata Ancajima

Coeficiente de validez : $\frac{A + B + C}{30} = 0{,}93$

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,49	• Validez nula
0,50 – 0,59	• Validez muy baja
0,60 – 0,69	• Validez baja
0,70 – 0,79	• Validez aceptable
0,80 – 0,89	• Validez buena
0,90 – 1,00	• Validez muy buena

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Piura, 30 de octubre de 2015.

Mg. Carlos Armando Vásquez Alvarez
Docente Dpto. Educación-UNP

Anexo 6: Ideario de la Universidad de Piura

Principios generales

a) El presente ideario enuncia de forma sumaria, aquellos principios fundamentales que, por reflejar los valores que identifican a la Universidad de Piura, deben presidir todas sus actuaciones, así sus relaciones con quienes la integran: profesores, estudiantes, ex alumnos graduados y personas que trabajan en los diferentes Centros.

b) La Universidad de Piura, cuya creación ha sido promovida y auspiciada por la Asociación para el Desarrollo de la Enseñanza Universitaria (ADEU), reconoce como fundador a su primer Gran Canciller San José María Escrivá de Balaguer, Fundador del Opus Dei quien alentó y orientó decisivamente, desde un comienzo, la iniciativa de los promotores. Su Gran Canciller es Prelado del Opus Dei.

c) La Universidad de Piura, mediante el ejercicio de sus funciones primordiales, se propone contribuir a la elaboración de una síntesis de la cultura que armonice la dispersión especializada del saber con la unidad de la verdad humana, iluminada por la fe cristiana. Por consiguiente, en toda su labor, la Universidad de Piura se guía por los principios derivados de una concepción cristiana del hombre, de la sociedad y del mundo; concepción que puede ser compartida por cuantos, con independencia de su credo religioso, reconocen la dimensión espiritual del ser humano.

   La Prelatura del Opus Dei institución de la Iglesia Católica, tiene a su cargo la actividad de formación espiritual y doctrinal-religiosa que, respetando siempre la libertad de las conciencias, imparte la Universidad de Piura.

d) Son funciones primordiales de la Universidad de Piura:

   - Proporcionar mediante la enseñanza universitaria, formación integral y preparación profesional a sus alumnos, de modo que puedan servir eficazmente a sus conciudadanos y a toda la sociedad promoviendo el bien común por medio de la propia profesión y actuación cívica, desempeñadas con competencia humana y técnica, responsabilidad, rectitud moral y espíritu solidario; y proporcionar a sus ex alumnos oportunidades suficientes para

mantener, actualizar y perfeccionar la formación adquirida durante su paso por las aulas.

- Impulsar y divulgar la investigación científica en todos los campos, comenzando por los vinculados más directamente con la promoción de la calidad de vida de la comunidad regional, nacional e internacional.

- Procurar en una auténtica igualdad de oportunidades, el acceso a los estudios universitarios de cuantos posean la necesaria capacidad académica y humana, con independencia de sus posibilidades económicas, su origen social, su raza o religión.

- Realizar una amplia labor de extensión universitaria que contribuya a la elevación moral, cultural y material de los diversos sectores sociales.

- Llevar a cabo otras tareas de servicio a la sociedad en los ámbitos propios de su actividad docente y científica: labores asistenciales, intercambios culturales, asesoramientos técnicos, absolución de consultas, etc.

e) La Universidad de Piura está abierta a cuantos respeten el presente Ideario, sean individuos o instituciones, del ámbito nacional o mundial. Con todos procurará mantener relaciones cada vez más intensas de colaboración, intercambio y mutua ayuda.