

# **LOS VALORES DE LOS VENDEDORES MINORISTAS DEL MERCADO PÚBLICO EL PAPAYO, SINCELEJO, SUCRE**

---

CARMEN YSABEL MARTÍNEZ DE MERIÑO

carmen\_martinez @corposucre.edu.co

Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – CORPOSUCRE

CLAUDIA MILENA PÉREZ PERALTA

claudia\_perez@corposucre.edu.co

Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – CORPOSUCRE

MERYENE CECILIA BARRIOS BARRETO

Auxiliar de Investigación<sup>1</sup>

meryene\_barrios@corposucre.edu.co

Corporación Universitaria Antonio José de Sucre – CORPOSUCRE

*1. Deivith Marcela Clemente Ciprian. Auxiliar de Investigación. Estudiante de Psicología. Corposucre.*

**RESUMEN:** En el presente estudio se han determinado los valores de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo de Sincelejo. Utilizando la teoría de los valores de Martí (2008). La investigación estuvo orientada bajo el paradigma cuantitativo, de tipo descriptiva. La muestra quedó conformada por 66 vendedores minoristas del mercado público El Papayo, donde se le desarrolló la escala de valores, conformada por 18 valores finales y 18 valores instrumentales. Para la validez se utilizó la técnica del panel de expertos y en la confiabilidad se aplicó la correlación ordinal de Spearman, arrojando 0,94 para los valores finales e instrumentales; indicando que el instrumento es confiable. Los resultados dan respuesta a una predominancia en los valores finales hacia la amistad sincera, respeto por sí mismo, felicidad, prosperidad, salvación y seguridad familiar y los menos importantes: amor maduro, reconocimiento social, belleza, seguridad nacional, autorrealización y una vida excitante, observándose una jerarquización en los valores autocentrados, buscando el bien personal. En cuanto a los valores instrumentales más importantes fueron responsable, trabajador, alegre, honesto, cariñoso y colaborador, evidenciándose una predominancia en los valores más interpersonales.

**Palabras clave:** Valores, Valores finales, Valores instrumentales, Vendedores.

**ABSTRACT:** In the present study, we have determined the values of the public market retailers the Papayo of Sincelejo. Using the theory of values Marti (2008). The investigation was designed under the quantitative paradigm, descriptive type. The sample was composed of 66 retailers Papayo public market, where he developed the scale of values, consisting of 18 terminal values and 18 instrumental values. Technical expert panel was used and reliability Spearman ordinal correlation was applied to the validity, throwing 0,94 for the final and instrumental values; indicating that the instrument is reliable. The results give response to a predominance in the final values to the sincere friendship, self-respect, happiness, prosperity, salvation and family security and less important: mature love, social recognition, beauty, national security, self-realization and an exciting life observed a hierarchy in the self-centered values, good looking staff. As for the most important instrumental values they were responsible, hardworking, cheerful, honest, loving and collaborator, showing a predominance in the interpersonal values.

**Keywords:** Values, Final values, Instrumental values, Retailers.

## INTRODUCCIÓN

La idea que una persona posee acerca del mundo y de sí mismo, es una expresión de su sistema de valores y de conocimientos que ha acumulado a través de sus prácticas de vida y de la educación, que se ven reflejadas en las decisiones que diariamente toma, evidenciadas en las relaciones con los otros y con la sociedad. Este conjunto de experiencias y habilidades se adquieren mediante el proceso de socialización el cual es el elemento humanizante por excelencia.

Es por ello que el sistema social genera sus propios valores a través de superestructuras que tiene como entes dinamizadores la política, la religión y la educación, entre otros. De esta forma, los valores se constituyen en creencias que orientan las relaciones individuales y grupales de una población.

Así, los valores que sustentan los individuos son aprehendidos también en el proceso de interacción, donde influye notablemente la sociedad y la cultura que ha predominado en situaciones y grupos. En consecuencia, las personas que forman parte del mercado público El Papayo de Sincelejo, son afectadas por una cultura general y también lo están por subculturas y por grupos (instituciones y clases, entre otros). De igual manera Viquer y Solé (2015), expresan que uno de los primeros procesos de socialización lo constituye el ambiente familiar, donde se generan los espacios de relación y convivencia entre padre e hijos que permite desarrollar procesos cognitivos, afectivos y conductuales. Siendo que al crecer y pasar tiempo en ambientes extrafamiliares, el individuo sigue considerando las opiniones de sus adultos, las cuales prevalecen al tomar decisiones de relevancia en su vida (Navas, Torregrosa & Mula, 2004, p.170).

Es este sentido, los vendedores minoritarios del mercado público El Papa-

yo de Sincelejo, han pasado por diferentes etapas de la vida, siendo ahora personas adultas con objetivos claros, que han definido su identidad, han establecido una relación de igual con sus padres, han escogido un oficio, han formado una relación de pareja y han determinado una jerarquía de valores.

Aspectos tan vitales de la vida no son abordados en las etapas de formación del ser humano, el sistema de educación formal desde sus primeros inicios se ha destacado por el afán en desarrollar contenidos programáticos y temas que deben ser aprehendidos, dando respuesta a la instrucción de un hombre académico, estudioso, que llegue a ser un profesional... y a la persona ¿quién se encarga de formarla? (Sirlin, 2008), cuando la realidad social y económica requiere que desde temprana edad se enfrente a situaciones propias de adultos, entre ellas, salir a trabajar.

Es así como, se podría afirmar que la educación no prepara para enfrentarse a las demandas humanas, pero si luego ha de exigirle a las mujeres y hombres ser competentes socialmente y no se les ha capacitado a tal efecto para ser hijo, esposo o padre.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, nos permitimos plantearnos el objetivo de determinar los valores de los trabajadores minoristas del mercado El Papayo de Sincelejo, Sucre. Para responder a los propósitos de la investigación, se hace necesario dar a conocer los conceptos y apreciaciones de valores y las clasificaciones existentes.

Los valores es un tema que ha despertado el interés de psicólogos, educadores y otros profesionales. Es un tema controversial en orientación y educación. Los autores no muestran acuerdo al respecto, algunos sostienen que debe prescindirse de ellos en el proceso de ayuda, otros que deben ser centro de toda relación.

Respecto a la definición de los valores, se evidencia multiplicidad en su conceptualización; en las últimas décadas estudiosos del comportamiento han brindado relevancia al estudio de los valores por considerarlos como los impulsores determinantes de la conducta de las personas. De tal manera, que lo que una persona decida respecto de su vida, en lo personal y profesional, estará respaldado por un conjunto de valores que le darán significado a todas aquellas conductas específicas emitidas en su interacción con el medio.

Es por esto que Sánchez (2015), conceptualiza los valores como las acciones que guían la conducta del individuo y son producto de su interrelación con la sociedad. En esta línea de pensamiento, Sandoval (2007) expresa que “los valores son guías que dan determinada orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social” (p.98). En este mismo orden de ideas, Valbuena, Morillo y Salas (2006), definen los valores como las creencias seleccionadas e incorporadas a la conducta, las cuales dan direccionalidad a la vida del hombre. Es así como se concluye, que los valores son los principios basados en las creencias del individuo que se reflejan en su comportamiento y suelen presentar características relativamente estables.

Asimismo, Martí y Palma (2010), definen los valores como:

“las representaciones cognitivas y transformacionales de las necesidades, siendo el hombre el único animal capaz de hacer dichas representaciones y transformaciones... Los valores no solo son la representación cognitiva de las necesidades individuales, sino también de las demandas sociales e institucionales... ya que la sociedad y sus instituciones socializan al individuo sobre el bien común, interiorizándole las concepciones compartidas sobre lo deseable”. (p.605)

De la anterior definición podemos inferir las siguientes implicaciones:

1. Durabilidad y permanencia del valor: una vez adquirido el valor, el mismo tiende a permanecer como característica del individuo, sin convertirse en algo estático o inamovible.
2. La concepción deseable implica en cualquier valor que sea referido a aquello que resulta preferible para la persona o deseable para los demás.
3. Referencia a un modo de comportamiento o a estados finales de existencia, lo cual plantea dos niveles valorativos: “valores instrumentales”, relacionados con modos de conducta y los cuales pueden ser “valores morales” cuando tiene foco interpersonal y puede producir problemas de “conciencia” al no ser cumplidos o “valores de suficiencia”: que tienen un foco individual y están orientados hacia un comportamiento autorreforzante; y los “valores terminales” referidos a estados deseables de la existencia, pueden ser a la vez “valores personales”; es decir, centrados en el yo, o “valores sociales” centrados en lo interpersonal.
4. Condición normativa de los valores, la cual permite que los mismos puedan servir como guías para la acción al iniciar direccionalidad y modos de conductas; para evaluar o emitir juicios sobre situaciones; para explicar creencias y/o conductas que de otro modo resultarían inaceptables y para estimular cambios en el individuo o servir para que la situación no cambie.
5. Asimismo, según este autor, los valores se acomodan conformando un sistema u organización jerárquica en términos de importancia. La importancia que un valor tiene para una persona se determina a partir de su posición respecto de los valores que conforman el sistema total.

En este orden de ideas, Schwartz (1999), define los valores como:

“las concepciones de lo deseable que guían la forma en que los autores sociales eligen sus acciones y evaluaciones. En esa perspectiva, los valores son metas transituacionales deseables que varían en importancia y que sirven como principios guías en la vida de las personas”. (pp.24-25)

Vistas las anteriores definiciones puede concluirse que:

1. Los valores ocupan una posición central en las personas determinando y dando significado a todas las conductas específicas (personales y/o profesionales) emitidas en su interacción con el medio.
2. Los valores resultan asociados a conceptos tales como: percepción, actitudes, rol, necesidades, intereses, motivación y otros.
3. Los valores están fuertemente determinados por la cultura.
4. Los valores que cada individuo posee conforman un sistema o jerarquía de valores. La aceptación de una jerarquización debe entenderse en términos de la integración de la persona a su medio social.
5. El conocimiento de la estructura de valores de los individuos o grupos permite la comparación entre subgrupos significativos de una misma sociedad para la mejor comprensión de los comportamientos políticos, religiosos, económicos, laborales, sociales, culturales.

Existe gran diversidad en la forma como el concepto de valor ha sido definido y utilizado. Sin embargo, para los fines de esta investigación se ha adoptado la definición de Martí (2008): “el valor es relativamente permanente de que un modo de conducta particular o que un estado de existencia es personal o socialmente deseable a modos alternativos de conducta o estados de existencia” (p.90).

Es por esto que, todos los seres humanos nacen en una sociedad organizada, este sistema social constituye una estructura con una disposición orde-

nada de partes en donde los miembros del grupo tienen un rol y funciones que cumplir, diferentes posiciones y estatus asignados, constituyéndose en marcos de referencias de comportamientos y expectativas más o menos fijas, con un orden pautado de valores y con una comunidad jerarquizada de metas.

Es así como en el transcurso de la dinámica social, los individuos interactúan con los otros miembros de su grupo, adquieren un conjunto de pautas y patrones de conductas que los identifican como pertenecientes a determinado grupo social; este conjunto de características va a representar conocimientos, creencias, valores, actitudes, en fin, ideologías, más o menos permanentes y existentes entre los miembros de su comunidad. Este aprendizaje continuo es lo que se conoce como proceso de socialización, y a través de él se mantiene la organización de los grupos.

En este sentido, Schaffer (2000) afirma, que la socialización es el proceso mediante el cual los hombres adquieren disposiciones para percibir el mundo de cierta forma particular, y para sentirse en armonía con algunas de las manifestaciones que brinda; es decir, los individuos de acuerdo al tipo de sociedad en el que se encuentran inmersos adquieren sistemas de valores adecuados a ese medio social.

Asimismo, Merma, Pieró y Gavilán (2013) sostienen que, desde la perspectiva de las Ciencias Sociales, los valores se conciben como las opciones entre las maneras de actuar el individuo de acuerdo a su jerarquía condicionada por la concepción del mundo y sostenida por una colectividad; siendo así, un sistema representativo de interpretación y valoración de las condiciones sociales.

De igual manera, Romero (1998), sostiene que desde la perspectiva socio-



lógica los valores se presentan en tres dimensiones: lo cognitivo, lo motivacional y lo ético; las dos primeras se encuentran vinculadas a las creencias; es decir, a la producción y norma de la conducta del individuo y la última da respuesta de la persona con el ambiente social en el que se desenvuelve.

Por esto, los valores y las actitudes se adquieren mediante el aprendizaje que coadyuva los procesos interpersonales, ya sea modelamiento para el aprendizaje social elemental; dado en la variedad de ámbitos que implican interacciones, desde la familia hasta organizaciones políticas, de trabajo, entre otros.

En consecuencia, mediante el proceso de socialización, se encuentra uniformidad de pensamientos, sentimientos y comportamientos. Esto se debe a la existencia de normas sobre las cuales se debe encausar y guiar sus acciones, para ser aceptado en la sociedad donde se nace y se vive.

Muchas son las contribuciones realizadas por diferentes autores en las distintas áreas del conocimiento al tema de los valores; entre ellos destacan Inkeles y Levinson (1969), quienes se han dado a la tarea de abordar sus definiciones y clasificaciones. Uno de los grandes precursores en el área es Rokeach (1973), que presenta los valores desde la tipología, representada en instrumentales y terminales, sin dejar de mencionar los aportes en los contenidos de la estructura dados por otros autores (Kohn, 1977; Braithwaite & Law, 1985; Schwartz, 1992). Es de importancia destacar las contribuciones realizadas por Ros y Gouveia (2006), desde la organización de valores individuales y culturales, considerados factores de primero y segundo orden.

Schwartz (1999), quien, a partir de la teoría estructural, complementa la clasificación de Rokeach y destaca una dimensión transcultural del valor

y su papel en la socialización durante el proceso de la adquisición individual de los valores, impulsando su papel motivacional y la incidencia de las personas en sus roles sociales y profesionales. Lo anteriormente planteado, muestra aportes para ser desarrollados y aplicados en la estructura de valores dentro de las relaciones de conflictos y compatibilidad en las organizaciones sociales, tal como lo plantea Cayón y Pérez (2008).

Dadas las teorías expuestas anteriormente, no son enfoques creados específicamente para explicar la socialización y el desarrollo de los valores y a los efectos del presente estudio, donde se han de describir las propiedades o jerárquicas valorativas que le dan los vendedores minoristas del mercado público El Papayo, se ha escogido los estudios de Martí (2008), Martí y Palma (2010) por estar adecuada a la teoría y práctica que se pretende desarrollar, a Martí corresponde una de las últimas adaptaciones realizadas al instrumento de medición de valores presentado por Rokeach.

### **La naturaleza de los valores humanos**

En lo referente a la naturaleza de los valores, Martí (2008), en su estudio parte de cinco suposiciones básicas, que utiliza como argumento para sustentar la importancia de los valores en las ciencias sociales, dichos supuestos son:

1. El número total de valores que una persona posee es relativamente pequeño;
2. Todos los hombres en todos los lugares del mundo poseen los mismos valores en diferentes grados de importancia;
3. Los valores están organizados dentro de una misma jerarquía;
4. Los antecedentes de los valores humanos pueden retraerse en la cultura, sociedad, instituciones y en particular en la personalidad del individuo;
5. Las consecuencias de los valores humanos se manifestarán en casi to-

dos los fenómenos que los científicos sociales pueden considerar de importancia investigar.

Ahora bien, al analizar las suposiciones elaboradas por Martí acerca de la naturaleza de los valores, se observa que en la suposición número uno (1), la cantidad de valores que una persona posee es probablemente más pequeño que las miles de cosas u objetos que poseen efectos reforzantes, como resultado de un aprendizaje previo, por lo que el área de identificarlos uno a uno es más fácil.

En cuanto a las suposiciones dos (2) y tres (3), se observa la importancia del estudio de valores de un individuo sociedad y cómo es su sistema de valores, ya que según lo planteado por Martí, todos los humanos poseen los mismos valores, lo que varía es la posición que ocupa en la jerarquización que cada individuo haga de los mismos de acuerdo a los intereses individuales, grupales y más específicamente a la influencia cultural a la que se vea sometido. Los cambios que sufre un sistema de valores se observan en el reordenamiento que el individuo realice a sus propias prioridades personales y sociales.

Las suposiciones cuatro (4) y cinco (5), hacen referencia a la relación de los valores con otros fenómenos individuales y sociales.

En sus planteamientos acerca de la naturaleza de los valores Martí (2008), señala su perdurabilidad y estabilidad, indicando que: “se puede sugerir que la cualidad duradera de los valores, estriba principalmente en el hecho de que los mismos son enseñados y aprendidos aisladamente con respecto a otros valores. Por lo tanto, un modo de comportamiento, fin o estado que es inculcado, es siempre deseable” (p.70).

A los individuos no se les enseña, por ejemplo, que deben ser honestos o lógicos, o que se esfuercen por un poco de paz o salvación. Tampoco se les dice que tales modos, fines o estados algunas veces son deseables y otras veces no.

Es el aislamiento y de allí el obsoleto aprendizaje de los valores lo que más o menos garantice su perdurabilidad y estabilidad. Sin embargo, existe una relativa cualidad de los valores que debe ser explícita en caso de que el individuo se enfrente con el problema de cambio de valores.

En este respecto Martí (2008), sugiere “cuando un individuo madura y comienza ser más complejo, los riesgos de encontrar situaciones en las que entren en escena varios valores, y no solamente uno de ellos en competencia con otro, son muy factibles de aparecer los cambios requiriéndose entonces una evaluación de un valor contra otro, con el objeto de obtener una decisión sobre estos más importantes” (p.10).

A medida que el individuo madura y vive su experiencia, comienza gradualmente a integrar lo aislado, y es capaz de jerarquizar los valores inculcados en su sistema social, en el cual cada valor es ordenado en prioridad e importancia de acuerdo a otros valores.

Esta concepción de que el individuo, a través de su proceso de maduración, hace una integración gradual de lo aislado, vislumbra la existencia de funciones motivacionales en los valores.

Algunas de las funciones motivacionales que Martí y Palma (2010), enuncia son:

1. La función de ajuste de los valores: el contenido de ciertos valores que conciernen directamente a los modos de conducta o estados finales de existencia, que son ajustados.

2. La función autodefensiva de los valores sugiere, que los valores al igual que las actitudes pueden servir a las necesidades autodefensivas, ya que para el resguardo de la integridad individual ciertos sentimientos y acciones que no podrían ser aceptados social ni personalmente, pueden ser transformados a través del proceso de racionalización.
3. La función de autorrealización: ciertos valores instrumentales y finales llevan implícito el conocimiento, ya que los individuos evalúan tales fines o estados para su mejor desenvolvimiento, por ejemplo, la sabiduría, el sentido de competencia y modos tales de comportamiento, como el actuar independientemente, racionalmente o competentemente.

Todas las personas poseen tales valores, elaborando en ellos ajustes y creando valores autodefensivos. Pero nuevamente difieren en la prioridad de colocación de los mismos, de acuerdo a su interés particular.

### **Valores y teoría de valores**

Para Martí (2008), los valores se organizan conformando un sistema; es decir, la importancia de uno de ellos para un individuo se determina midiendo su posición en dicho sistema, el cual es definido como: una organización de creencias relativamente permanentes, concernientes a modos de conducta o estados de existencia preferiblemente, a través de un continuo de importancia relativa (p.91).

Se afirma que existe una diferencia entre los que son valores y sistemas de valores, lo cual está relacionada con la función que ejercen. Así como estos funcionan como estándar que guían la conducta de las personas en una variedad de formas.

Entre estas funciones que tienen, por ejemplo, la predisposición del indivi-

duo en favor o en contra de una ideología en particular religiosa o política sobre cualquier otra, que lo lleva a tomar posiciones particulares en situaciones sociales. Son estándares empleados para persuadir o influir a otros.

Por otro lado, los sistemas de valores funcionan como planes generales empleados para resolver conflictos y encontrar apoyo en la toma de decisiones. Se destaca que un sistema de valores es como una organización aprendida de principios y reglas que ayudan y guían al individuo a solucionar conductas frente a una situación de conflicto y tomar decisiones.

### **Función de los valores**

En lo que se refiere a las funciones ejercidas por los valores, Martí (2008), les atribuyen las siguientes:

1. Son indicadores de la manera en que un individuo debe actuar y comportarse y de la dirección que debe llevar su conducta.
2. Son medios de evaluación de la conducta propia, de la conducta de los demás y de las situaciones.
3. Son justificadores de aquellas conductas que resultan ser inadecuadas, actuando a la defensa.

Martí (2008), considera que los valores, tal como las actividades, son diferentes posturas que la persona posee acerca de sí mismo, formando así un sistema de valores total de creencias en el que los componentes están funcionalmente interconectados. Dentro de este sistema el componente más central es el concepto de sí mismo, entendido como la concepción total de que la persona posee sobre sí, incluyendo las diferentes cogniciones positivas y negativas y las connotaciones afectivas de las mismas.

Aparte de las tres funciones anteriormente señaladas los valores cumplen la función máxima de ayudar a mantener y mejorar la concepción de sí mismo.

## **Clasificación de los valores**

### *Valores finales y valores instrumentales*

Al referirse Martí en su concepto de valores a normas de conducta o estados finales de existencia, se habla de dos niveles valorizando dos tipos de valores. Llamando al primer nivel de valores instrumentales, los cuales están relacionados con estados de existencia o valores finales.

Los valores instrumentales los clasificó en dos tipos: morales con orientación interpersonal y los de competencia, con orientación intrapersonal. Los valores morales tienen las características de ponerse en práctica en las relaciones con las personas, primordialmente son modos que conciernen a los fines o estados de existencia.

Los valores, morales siendo interpersonales, guían al individuo a comportarse honesto y responsablemente. Por otra parte, al comportarse lógicamente, inteligentemente o imaginativamente tienden a crear la disposición de un comportamiento competente, por ser estos valores de tipo interpersonal.

Es importante destacar que las personas en sus comportamientos pueden experimentar conflictos en la configuración de dos valores morales, de igual manera, este conflicto puede extenderse a la jerarquía que tenga que realizar entre dos valores de competencia y aún más, entre un valor moral y uno de competencia.

Martí y Palma (2010), definieron los valores finales en dos tipos personales, hacia el yo y sociales como foco interpersonal. Refiere el mismo autor que hay muchas formas de clasificar los valores finales. Una clasificación podría ser en “autocentrados”, formados por todos aquellos, fines a estados, como salvación, armonía interior y los “sociocentrados” serán aquellos fines o estados como rumbo de paz y la igualdad.

Las personas pueden realizar variaciones en una u otra dirección de los valores finales, dependiendo de la prioridad en que aquellos coloquen los valores sociales y personales.

Gómez y Juzgado (2008), señalan que valores terminales e instrumentales representan dos sistemas funcionalmente interconectados de manera que los valores relacionados a modos de conducta son instrumentales para el logro de los estados finales, lo que no implica necesariamente una correspondencia directa de uno u otro, un modo de conducta puede ser: instrumental para el logro de un valor final.

La implicación de preferencia se refiere no solo que determinados modos de conducta o estados finales sean deseables a otros modos de conducta o estados finales opuestos, sino también a que el individuo prefiere valores que se encuentran en el tope de la jerarquía de valores en relación a los que están en la base de la misma, se refiere también a que en los valores existen aspectos que son deseables al individuo a los demás que le rodean.

En este sentido, Martí (2008), señala en cuanto a la naturaleza los sistemas de valores, las personas cuando aprenden un valor, este mismo es integrado a una manera dentro de un sistema organizado de valores, en donde son ordenados en prioridad a otros valores.

Asimismo, afirma que una concepción de valores, en tal forma, permite definir un cambio, como un racionamiento de prioridad y al mismo tiempo vislumbre el sistema de valores como relativamente se establece en el mismo.

Esta estabilidad es suficiente para reflejar el hecho de igualdad y conti-



nidad de una única personalidad socializadora dentro de una cultura y sociedad; aun así, es en cierto grado, inestable para permitir en las prioridades de los valores como resultado de los cambios de la cultura, de la sociedad y de experiencias personales.

### Método

El estudio es de tipo descriptivo, dado que se consideró más ventajoso describir la jerarquización de los valores de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo de Sincelejo. La atención se dirige primordialmente a las propiedades del objeto o de la situación clasificada y precisar la naturaleza de una situación tal como existe en el momento del estudio.

### Población

La población a objeto de estudio estuvo conformada por el total de 204 vendedores minoristas del mercado público El Papayo de Sincelejo.

Tabla 1. *Mercado público El Papayo*

Distribución copropietarios	Grupos	%
Mayoristas	237	82,29
Minoristas	204	17,71
Total	288	100

Fuente: Martínez, Pérez & Barrios, 2016

### Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula que presenta Sierra Bravo (2003):

$$n = \frac{4 \times p \times q \times N}{\varepsilon^2 (N - 1) + 4 \times p \times q}$$

Donde:

N: Tamaño de la población

p: Varianza (50 % probabilidad de éxito)

q: Varianza (50 % probabilidad de fracaso)

$\varepsilon^\circ$ : Error= 10 %

La ejecución de la fórmula descrita determinó la muestra de minoristas en: minoristas

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50 \times 204}{(10)^2(204) + 4 \times 50 \times 50} = 66$$

### Instrumento

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el instrumento de evaluación, denominado inventario de valores de Martí (2008). Este instrumento es uno de los más utilizados para evaluar la jerarquía de valores en diferentes culturas (Hofstede & Bond, 1984, Braitwaite & Law, 1985, Bruna, 1986, Meriño, 1993, Martí, 2010). Para la validez se utilizó la técnica del panel de expertos en la evaluación de forma y contenido, la cual fue realizada por psicólogos, con nivel de doctorado y para la confiabilidad se utilizó la correlación ordinal de Spearman, arrojando 0,94 para los valores finales e instrumentales; indicando que el instrumento es confiable.

La escala de valores de Martí, está constituida por 36 valores, discriminados en 18 valores finales, presentados en 18 ítems y los 18 valores instrumentales, igualmente presentados en 18 ítems.

Tabla 2. *Valores finales e instrumentales*

Escala de valores			
Nro.	Valores finales	Nro.	Valores instrumentales
1	Amistad sincera	1	Alegre
2	Amor maduro	2	Aseado
3	Armonía interior	3	Capaz

4	Autorrealización	4	Cariñoso
5	Belleza	5	Colaborador
6	Felicidad	6	Controlado
7	Igualdad	7	Cortés
8	Libertad	8	Creativo
9	Placer	9	Curioso
10	Prosperidad	10	Flexible
11	Reconocimiento social	11	Generoso
12	Respeto por sí mismo	12	Honesto
13	Sabiduría	13	Independiente
14	Salvación	14	Obediente
15	Seguridad familiar	15	Racional
16	Seguridad nacional	16	Responsable
17	Un mundo de paz	17	Trabajador
18	Una vida excitante	18	Valiente

Fuente: Escala de valores, Martí (2008)

El sujeto debe valorar cada ítem otorgándole una puntuación que varía entre 1 y 18 para los valores finales y de igual manera para los valores instrumentales, donde el número 1 es el valor que tiene mucha importancia y el número 18 es el valor de menos importancia.

## RESULTADOS

Una vez expuesta la problemática, establecidos los objetivos y fundamentos teóricos que sustentan la investigación y especificada la metodología se expresan los resultados.

Para el análisis de los ítems, estos fueron agrupados según sus indicadores, tomando en cuenta la distribución presentada:

Características personales:

Tabla 2. *Sexo de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo*

Sexo	fi	%
Masculino	48	72,73
Femenino	18	7,27
Total	66	100

Fuente: Martínez, Pérez & Barrios, 2016

En la Tabla 2, se observó que de 66 vendedores minoristas del mercado público El Papayo, donde 48 (72,73 %) pertenecen al sexo masculino; mientras que los 18 (7,27 %) vendedores restantes son femeninos, reflejándose una superioridad del primer grupo laboral.

Tabla 3. *Edad de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo*

Edad	fi	%
40-50	30	45,46
51-61	18	27,27
62-72	18	27,27
Total	66	100

Fuente: Martínez, Pérez & Barrios, 2016

En referencia a esta característica, al observar la Tabla 3, notamos que 30 vendedores minoristas del mercado público El Papayo tiene edades comprendidas entre los 40 y 50; es decir el 45,46 %, 18 tienen edades entre 51 y 61, un 27,27 % y finalmente en el intervalo 62-72 años hay 18 personas que representa un 27,27 %, notándose que la mayoría de las edades de los vendedores minoritarios están entre 40 y 50 años.

Tabla 4. *Grado de instrucción de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo*

Grado de instrucción	fi	%
Sin estudios	6	9,09
Primaria	36	54,55
Bachillerato	24	36,36
Universitaria	0	0
Total	66	100,00

Fuente: Martínez, Pérez &amp; Barrios, 2016

En la Tabla 4 se observa que 6 vendedores minoristas no poseen grado de instrucción; es decir, 9,09 %, 36 (54,55 %) poseen estudios de primaria, 24 (36,36 %) culminaron su bachillerato y ninguno posee título universitario.

Tabla 5. *Valores finales de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo*

Valores finales			
Valores	Puntaje o fa	%	Rango
Amistad sincera	294	2,59	1
Amor maduro	816	7,19	13
Armonía interior	750	6,61	11
Autorrealización	900	7,93	17
Belleza	846	7,46	15
Felicidad	354	3,12	3
Igualdad	678	5,98	10
Libertad	510	4,49	7
Placer	810	7,14	12
Prosperidad	372	3,28	4
Reconocimiento social	822	7,24	14
Respeto por sí mismo	342	3,01	2
Sabiduría	582	5,13	8
Salvación	372	3,28	5
Seguridad familiar	384	3,38	6
Seguridad nacional	846	7,46	16
Un mundo de paz	606	5,34	9
Una vida excitante	1062	9,36	18
Total	11346	100,00	-

Fuente: Martínez, Pérez &amp; Barrios, 2016

La jerarquía para la población se estableció de la siguiente manera, para los valores terminales, tal como se muestra en la Tabla 5, en el tercio superior, se ubicaron respectivamente: amistad sincera, respeto por sí mismo, felicidad, prosperidad, salvación y seguridad familiar. Es así como, en el tercio medio, se encontraron los valores como: libertad, sabiduría, un mundo de paz, igualdad, armonía interior y placer. Para el tercio inferior, se tiene: amor maduro, reconocimiento social, belleza, seguridad nacional, autorrealización y una vida excitante.

De lo anterior se deduce, que el grupo como tal se orienta primordialmente hacia el logro de valores autocentrados en el individuo; es decir, hacia los valores personales y las ganancias en el orden económico y social; mientras que en menor grado se orientan para alcanzar conductas que impliquen imagen corporal atractiva y valores sociales.

Tabla 6. *Valores instrumentales de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo*

Valores instrumentales			
Valores	Puntaje o fa	%	Rango
Alegre	342	3,03	3
Aseado	438	3,89	7
Capaz	612	5,43	9
Cariñoso	432	3,83	5
Colaborador	432	3,83	6
Controlado	942	8,36	18
Cortés	654	5,80	11
Creativo	858	7,61	14
Curioso	870	7,72	15
Flexible	834	7,40	12
Generoso	558	4,95	8
Honesto	426	3,78	4
Independiente	618	5,48	10
Obediente	834	7,40	13
Racional	936	8,30	17
Responsable	294	2,61	1
Trabajador	306	2,71	2
Valiente	888	7,88	16
Total	11274	100,00	-

Fuente: Martínez, Pérez & Barrios, 2016

En cuanto a los valores instrumentales de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo, la jerarquía se estableció de la siguiente manera, como lo muestra la Tabla 6, en el tercio superior se ubicaron los valores de: responsable, trabajador, alegre, honesto, cariñoso y colaborador. Es así como en el tercio medio, se reflejan los siguientes valores instrumentales: aseado, generoso, capaz, independiente, cortés y flexible. Para el tercio inferior, se muestran los valores: obediente, creativo, curioso, valiente, racional y controlado.

De la clasificación presentada por los vendedores minoristas del mercado público El Papayo, se puede inferir que su comportamiento tiende a ser competente, al destacar entre los valores responsable y trabajador, pero llama la atención con respecto a la percepción que tiene de sí, dado que muestran ser honestos, mientras que se consideran poco obedientes.

Hecho por el cual se podría concluir, que dada la formación de las personas que conforman el grupo de vendedores minoristas del mercado público El Papayo, se han preocupado más por su sentido de responsabilidad y pertinencia ante el grupo familiar que por el bienestar colectivo.

## **DISCUSIÓN**

Las personas necesitan un sistema de valores que guíen su conducta y de significado a sus vidas; sin embargo, muchos individuos no conocen cuáles son sus valores o prestan confusión y conflictos valorales. Sucede esto con mucha frecuencia a todos los niveles, quizás por la etapa del desarrollo por las cuales pasaron, y las pocas oportunidades de asistir a programas de orientación ofrecidos por las instituciones educativas y otras entidades, donde debe propiciarse oportunidades para el esclarecimiento de valores, elaborando programas que serán adaptados luego de comprobar sus efectos, observándose posturas coincidentes con lo planteado por Navas, Torregrosa y Mula (2004).

Las instituciones gubernamentales, por su propia naturaleza tienen que ser garantes no solo del desarrollo social, cultural, humanístico y científico de las comunidades donde se encuentran ubicado, sino que en una forma más profunda deben estar enraizados con el propio destino del hombre y de la sociedad como tal desde esta perspectiva van a marcar la pauta con relación a los valores éticos y profesionales que son incorporados y reforzados en dicho contexto social, así ética constituirá el eje fundamental sobre el cual giran los componentes curriculares.

Una de las maneras para lograr dichos aportes lo pueden constituir las instituciones educativas, las cuales lamentablemente se ha dado énfasis preferentemente a la formación científica y tecnológica y en muchas ocasiones se consideran los aspectos humanísticos y éticos como pocos relevantes y secundarios o los parientes pobres del *curriculum*, y por la excesiva exposición en la que se encuentran los individuos a través de los medios de comunicación social que refuerzan valores foráneos y hasta poco éticos, como ha sucedido en los últimos años que la corrupción pareciera ser un modelo social deseable más que rechazable, tal como lo expresa Sirlin (2008).

Es este orden, los modelos educativos deben responder más a la formación de un hombre, un profesional crítico y competitivo con el cambio social y el bienestar colectivo.

Dado que el propósito de esta investigación fue indagar sobre la jerarquía de valores de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo de Sincelejo, se aprecia, que los valores finales más importantes para los vendedores fueron: amistad sincera, respeto por sí mismo, felicidad, prosperidad, salvación y seguridad familiar, observándose así un predominio de los valores personales dirigidos hacia el yo o autocentrados en el indi-



viduo, teniendo relación con lo plantado por Martí (2008) y Pérez y Martí (1997) donde se debe apostar por unos valores construidos bajo un planteamiento sistémico y que lleven a una autonomía y socialización entre los grupos.

En cuanto a los valores finales menos importantes coincidieron en dar los rangos más altos a amor maduro, reconocimiento social, belleza, seguridad nacional, autorrealización y una vida excitante, valores cuyos contenidos son personales y otros con focos interpersonales o sociocentros.

Los valores instrumentales más importantes en los que coincidieron fueron: responsable, trabajador, alegre, honesto, cariñoso y colaborador, observándose que los valores mostrados son de competencia, exceptuando la obediencia que es moral con foco interpersonal, resultados que coinciden a los presentados por Merma (2013) y Valbuena, Morillo y Salas (2006).

En cuanto a los valores instrumentales menos importantes fueron: obediente, creativo, curioso, valiente, racional y controlado, de los cuales en su mayoría son morales con foco interpersonal a excepción de valentía y racional que son de competencia.

## CONCLUSIONES

La investigación realizada permitió establecer las siguientes conclusiones:

Los vendedores minoristas del mercado público El Papayo establecieron dentro de la jerarquía de los valores finales más importantes la amistad sincera, respeto por sí mismo, felicidad, prosperidad, salvación y seguridad familiar y entre los de menor importancia libertad, sabiduría, un mundo de paz, igualdad, armonía interior y placer, destacando el interés por los valores centrados en el individuo, su desarrollo personal y familiar; encontrándose menos identificados con el reconocimiento social, una imagen corporal y el bienestar comunitario.

Para el sistema de valores instrumentales, los vendedores minoristas del mercado público El Papayo, definieron como principales: responsable, trabajador, alegre, honesto, cariñoso y colaborador y como menos importantes obediente, creativo, curioso, valiente, racional y controlado, evidenciándose un mayor logro en los valores que denotan la competitividad de los vendedores minoristas del mercado público El Papayo y para los valores de menor preponderancia se destacan los morales con foco interpersonal.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Braithwaite, V. & Law, H. (1985). The structure of human values: Testing the adequacy of the Rokeach Value Survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 250-263.
- Bruna, A. (1986). *Jerarquización de los valores en un grupo de participantes de la Universidad Rafael Urdaneta* (Tesis de grado). Venezuela.
- Cayón, A. & Pérez, E. (2008). Estructura de valores de Schwartz en el personal directivo universitario privado. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 10(3), 403-417.
- Gómez, A. & Juzgado, A. (2008). *Estudio descriptivo del sistema de valores según la escala de Rokeach en un grupo de reclusos de sexo masculino con diferentes periodos de con financiamiento carcelario* (Tesis de grado). Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela.
- Hofstede, G. & Bond, M. (1984). Hofstede's Culture demensions: An independent validation using Rokeach's value survey. *Journal of Cross - Cultura Psychology*, 15(4), 417-433.

- Inkeles, A. & Levinson, D. (1969). National Character: the study of modal personality and sociocultural systems. En G. Lindzey & E. Aronson (eds.), *The handbook of social psychology*, 105-133.
- Kohn, M. (1977). *Class and conformity: A study in values* (2ª ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- Martí, M. (2008). Las necesidades humanas desde la psicología moral. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 102, 89-101.
- Martí, M. & Palma, J. (2010). Jerarquización y preferencia de valores en los estudiantes de secundaria. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 21(3), 603-616.
- Meriño, V. (1993). *Sistema axiológico y prosecución académica de los participantes de postgrado de la Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt* (Tesis de grado), Venezuela.
- Merma, G., Pieró, S. & Gavilán, D. (2013). Perspectivas sobre educación en valores en tiempo de crisis. *Barataria, Revista Castellano - Manchega de Ciencias Sociales*, 15, 151-166.
- Navas, L., Torregrosa, G. & Mula, A. (2004). Algunas variables predictoras de las actitudes del alumnado en la integración escolar. *Revista de Psicología Social*, 19(2), 159-171.
- Pérez, E. & Martí, M. (1997). Interiorización de valores y desarrollo moral. *Cognición y afecto en el desarrollo moral. Evaluación de programas de intervención*, 131-162. Valencia: Promolibro.

- Romero, O. (1998). Valores en la transición organizacional. *Centro de Investigaciones Psicológicas*. Venezuela: Universidad de los Andes.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Fress Press.
- Ros, M. & Gouveia, V. (Eds.) (2006). *Psicología social de los valores humanos: Desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados*. São Paulo, SP: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.
- Sánchez, A. (2015). Nuevos valores en la práctica psicosocial y comunitaria: Autonomía compartida, autocuidado, desarrollo humano, empoderamiento y justicia social. *Universitas Psychologica*, 14(4), 1235-1244.
- Sandoval, M. (2007). Sociología de los valores y juventud. *Última Década*, 27, 95-118.
- Schaffer, R. (2000). *Desarrollo social*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Schwartz, S. (1992). Universal in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries. En P.M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65. New York: Academic Press.
- Schwartz, S. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied psychology*, 48(1), 23-25.
- Sierra, R. (2003). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Thomson.

- Sirlin, C. (2008). Los adultos mayores como agentes de socialización. Importancia de los programas intergeneracionales como estrategia de intervención social. *Asesoría General de Seguridad Social*, 18.
- Valbuena, M., Morillo, R. & Salas, D. (2006). Valores y sistemas en las organizaciones. *Omnia*, 12(3), 60-78.
- Viguer, P. & Solé, N. (2015). La participación de las familias en el análisis y la transformación de su realidad mediante un debate sobre valores y convivencia. *Universitas Psychologica*, 14(1), 355-366.

