



**DISEÑO DE UNA ESCALA MULTIFACTORIAL  
BASADA EN LA TEORÍA DE SCHWARTZ PARA  
MEDIR LOS VALORES PERSONALES EN LAS  
ORGANIZACIONES PERUANAS**

PRESENTADO POR

**ESTHER MEDINA SUSANIBAR**

DIRIGIDA POR LOS PROFESORES:

**DR. JULIO GARCÍA DEL JUNCO  
DR. FRANCISCO JAVIER RONDÁN CATALUÑA**

**SEVILLA**

**2015**

# CONTENIDO

CONTENIDO .....	2
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS .....	5
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
Objetivos de investigación .....	13
Estructura de la tesis.....	17
CAPÍTULO I.....	20
MARCO TEÓRICO: LOS VALORES PERSONALES Y EL MODELO DE SCHWARTZ .....	20
1.1. Los valores personales.....	20
1.1.1. Definición de valor .....	20
1.1.2. Desarrollo histórico del estudio de los valores y modelos previos .....	26
1.1.2.1. Modelo de Inglehart .....	28
1.1.2.2. Modelo de England .....	29
1.1.2.3. Modelo de Rokeach .....	32
1.1.2.4. El modelo de los modos de vida de Morris .....	36
1.1.2.5. Test de entendimiento de Kilmann.....	38
1.1.2.6. Modelo de McClelland.....	40
1.1.2.7. Lista de Valores de Kahle .....	41
1.1.2.8. Otros instrumentos sin modelos particulares .....	43
1.2. El modelo de valores personales de Schwartz.....	46
1.2.1. Definición de valor según Schwartz.....	46
1.2.2. Tipología de valores de Schwartz.....	53
1.2.2.1. Primer momento de la tipología de valores de Schwartz .....	54
1.2.2.2. Segundo momento de la tipología de valores de Schwartz .....	55
1.2.2.3. Tercer momento de la tipología de valores de Schwartz .....	60
1.2.3. Relaciones entre los tipos de valor.....	62
1.2.4. Medición de la jerarquía y estructura de los tipos de valores.....	66
1.2.4.1. Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS).....	66
1.2.4.2. El Perfil de Valores de Schwartz - PVQ .....	67
1.2.4.3. La Escala de Valores basada en pinturas PBVS-C.....	72
1.2.5. Comprobación empírica del modelo de Schwartz .....	73
1.2.5.1. La universalidad de los valores .....	73
1.2.5.2. La relación circular de los valores .....	75
1.2.5.3. En cuanto a la fiabilidad .....	77
1.2.5.4. Confirmación empírica de la estructura circunpleja de los valores.....	77
CAPÍTULO II.....	84
MARCO METODOLÓGICO.....	84

2.1. Hipótesis .....	84
2.2. Variables .....	86
2.3. Método .....	87
2.4. Muestra .....	87
2.5. Recolección y organización de datos .....	89
2.6. Análisis de datos .....	90
Escalamiento Multidimensional (EMD) .....	91
Análisis Factorial .....	93
Fiabilidad por consistencia interna .....	95
CAPÍTULO III .....	96
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	96
3.1. La medición de los valores personales en el Perú: formulación y estudio piloto .....	96
3.1.1. Estructura propuesta: Dimensiones e indicadores .....	96
3.1.2. Sistema de calificación .....	100
3.1.3. Formato .....	100
3.1.4. Estudio piloto .....	102
3.1.4.1. Fiabilidad .....	102
3.1.4.2. Validez de constructo: Análisis exploratorio .....	105
Valores desde los deseado .....	105
Valores desde los deseable .....	107
Análisis espacial: deseado versus deseable .....	109
3.1.4.3. Conclusiones y limitaciones del estudio piloto .....	114
3.2. La medición de los valores personales en el Perú: estudio confirmatorio 1 .....	115
3.2.1. Análisis de fiabilidad .....	116
3.2.2. Validez concurrente .....	121
3.3. La medición de los valores personales en el Perú: Estudio confirmatorio 2 .....	129
3.3.1. Fiabilidad .....	130
3.3.2. Escalamiento multidimensional confirmatorio .....	131
3.3.3. Análisis Factorial Confirmatorio .....	135
Capitulo IV .....	140
DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	140
4.1. Introducción .....	140
4.2. Comparación de resultados .....	143
4.3. Contraste de hipótesis .....	149
4.4. Limitaciones e investigaciones futuras .....	151
REFERENCIAS .....	154
ANEXOS .....	175

Anexo 1. Lista de valores, descripciones y dominio de la escala SVS de valores de Schwartz.....	175
SVS usada para la validez concurrente .....	177
Anexo 2. Instrumento diseñado por E.Medina para medir valores personales en el Perú.....	181
Estudio piloto .....	181
Estudios confirmatorios .....	187
Anexo 3. Coordenadas teóricas para EMD confirmatorio débil .....	190
Anexo 4. Coordenadas teóricas para EMD confirmatorio fuerte.....	191
Anexo 5. Matriz de referencia teórica del AFC y matriz de covarianza empleada en el análisis.....	192
Anexo 6. Algoritmos para la limpieza de datos y cálculos del MRAT .....	194
Anexo 7. Algoritmos para la estimación de Escalamiento Multidimensional Confirmatorio usando PROXCAL.....	196

# ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

## Tablas

Tabla 1: Definiciones de valor según diversos autores .....	23
Tabla 2. Escala de valores Materialistas y Postmaterialistas de Inglehart.....	29
Tabla 3. Conceptos utilizados para medir los valores de gerentes .....	30
Tabla 4. Escala de valores personales de Rokeach .....	34
Tabla 5. Clasificación de jerarquías de valores de Morris (1956) “ <i>Ways to live</i> ”, especificados por Dempsey & Dukes (1966), de acuerdo a las dimensiones de los valores básicos de Schwartz (1992).....	38
Tabla 6. Clasificación de la jerarquía de valores de Kilmann (1975). Constructos interpersonales de acuerdo a las dimensiones de los valores básicos de Schwartz (1992) .....	39
Tabla 7. Clasificación de jerarquía del Personal Values Questionnaire de McClelland (1991) en comparación con las dimensiones de los valores básicos de Schwartz (1992) .....	41
Tabla 8. Lista de valores Personales (LOV).....	42
Tabla 9. Estructura de los valores humanos según Schwartz.....	52
Tabla 10. Definición de los 7 valores originales de Schwartz & Bilsky .....	54
Tabla 11. Definiciones de los tipos de valor en términos de sus metas y los valores individuales que los representan, según la segunda tópica de Schwartz .....	56
Tabla 12. Definiciones de los tipos de valor en términos de componentes – Modelo de 19 valores.....	61
Tabla 13. Definiciones de los tipos de valor y los ítems de medición en el PVQ .....	70
Tabla 14. Modelos probados por Schwartz y Boehnke utilizando el AFC.....	82
Tabla 15. Variables de investigación .....	86
Tabla 16. Distribución muestral según etapas de construcción y validación.....	88
Tabla 17. Índices de ajuste de Análisis Factorial Confirmatorio y sus criterios de aceptabilidad .....	94
Tabla 18. Definición de los valores personales según el modelo de Schwartz.	96
Tabla 19. Dimensiones e ítems de la escala de valores personales (versión piloto y modificada) .....	98
Tabla 20. Coeficiente Alfa de Cronbach de las escalas de valores personales .....	103

Tabla 21. Matriz de Componentes Principales con Rotación Varimax de las escalas de valores (deseado) .....	106
Tabla 22. Matriz de Componentes Principales con Rotación Varimax de las escalas de valores (deseable).....	108
Tabla 23. Correlación entre los valores de autotranscendencia y los demás valores .....	112
Tabla 24. Correlación entre los valores de conservación y los valores de apertura al cambio.....	113
Tabla 25. Correlación entre los valores y la edad .....	114
Tabla 26. Fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach) por valor y por eje de las escalas de valores EM basadas en la teoría de Schwartz. ....	116
Tabla 27. Fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach) por valor y por eje de las escalas de valores de Schwartz - SVS.....	118
Tabla 28. Estadísticos total-ítem de la escala de valores personales EM (versión abreviada).....	120
Tabla 29. Estadísticos total-ítem de la escala SVS original (versión abreviada) .....	121
Tabla 30. Matriz de componentes rotados de la escala EM (versión abreviada) .....	125
Tabla 31. Matriz de componentes rotados de los valores del SVS (versión abreviada).....	126
Tabla 32. Medidas de ajuste y stress de Proxscal de la escalas de valores personales, en su formato original y breve de 10 ítems .....	128
Tabla 33. Descomposición de stress bruto normalizado de las escalas de valores personales, en su formato original y breve de 10 ítems .....	129
Tabla 34. Fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach) por valor y por eje de las escalas de valores EM basadas en la teoría de Schwartz .....	130
Tabla 35. Medidas de ajuste y stress de Proxscal de la escalas de valores personales, para el EMD confirmatorio débil y EMD confirmatorio fuerte. ....	134
Tabla 36. Descomposición de stress bruto normalizado de las escalas de valores personales para el EMD débil y EMD fuerte.....	134
Tabla 37. Análisis de validez discriminante utilizando los promedios de varianza extraída (AVE) y los criterios de Fornell-Larcker.....	137
Tabla 38. Análisis Factorial Confirmatorio de los cuatro valores de orden superior y los 10 valores universales de la Teoría de Schwartz .....	139
Tabla 39. Coordenadas teóricas de los valores universales: Matriz diseñada según la teoría de Schwartz .....	190

Tabla 40. Clasificación de los 10 valores universales (Schwartz, 1992) de acuerdo con sus facetas Enfoque y Objetivo .....	191
Tabla 41. Coordenadas teóricas de los valores universales: Matriz diseñada según la teoría de Schwartz usando Estructuplos.....	191
Tabla 42. Matriz de referencia de las inter-correlaciones de los factores esperados para el análisis factorial confirmatorio: modelo cuasi-circumplejo de 10 factores (modelo 2) por debajo de la diagonal y modelo cuasi-circumplejo modificado de la teoría básica (modelo 3) por encima de la diagonal.....	192

## Figuras

Figura 1. Modelo teórico de la relación entre los diez valores de tipo motivacional .....	63
Figura 2. Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la Teoría Universal de Schwartz (1992).....	65
Figura 3. Representación bidimensional de las escalas de valores personales (deseado) .....	110
Figura 4. Representación bidimensional de las escalas de valores personales (deseable) .....	111
Figura 5. Escalamiento multidimensional no métrico de los valores (escalas) y ejes superiores de la escala EM, creada siguiendo el modelo de Schwartz (versión completa).....	122
Figura 6. Escalamiento multidimensional no métrico de los valores (escalas) y ejes superiores de la escala SVS de Schwartz (versión completa). .....	123
Figura 7. Escalamiento multidimensional no métrico de los ítems más fiables de la escala EM creada siguiendo el modelo de Schwartz (versión completa).....	124
Figura 8. Análisis factorial exploratorio de los ítems de la versión abreviada EM de valores usando la teoría de Schwartz .....	125
Figura 9. Escalamiento multidimensional de proximidades (Proxscal) de las dos escalas EM y SVS, con restricciones en función de las coordenadas fijas del modelo teórico de Schwartz .....	127
Figura 10. Escalamiento multidimensional de proximidades (Proxscal) de las escalas EM, con restricciones en función de las coordenadas fijas del modelo teórico de Schwartz (EMD Confirmatorio débil) .....	132
Figura 11. Escalamiento multidimensional de proximidades (Proxscal) de las escalas EM, con restricciones en función de los estructuplos del modelo teórico de Schwartz (EMD Confirmatorio fuerte).....	133
Figura 12. Relaciones entre variables observables y latentes de los valores personales y sus valores de orden superior.....	136

Figura 13. Relaciones entre variables observables y latentes de los valores personales y sus valores de orden superior, modificando la posición del hedonismo. ....	137
Figura 14. Análisis Factorial Confirmatorio de los cuatro valores de orden superior y los 10 valores universales de la Teoría de Schwartz .....	138



## RESUMEN

Se diseñó una escala multifactorial basada en la teoría de Schwartz para medir, de forma más ágil y con un instrumento más sencillo, los valores personales en las organizaciones peruanas. La investigación se realizó en tres etapas. En la etapa exploratoria se diseñaron las versiones preliminares del instrumento, analizando la conveniencia de usar una escala que mida valores desde lo deseado frente a lo deseable. Se analizaron la fiabilidad y validez exploratoria en una muestra de 106 profesionales estudiantes de postgrado. Luego procedieron dos etapas confirmatorias. En la primera se analizó, en una muestra de 360 profesionales estudiantes de postgrado, la validez concurrente de la nueva escala, comparando sus valores con los de la escala SVS original de Schwartz. En la segunda se analizó, en una muestra de 1,010 trabajadores de una empresa farmacéutica, la validez de constructo siguiendo los parámetros metodológicos de la teoría original.

Se ha confirmado la validez concurrente de la escala diseñada a comparación con la escala SVS. Utilizando el Escalamiento Multidimensional Confirmatorio, se compararon los valores de ajuste de cada instrumento con las coordenadas originales de la teoría de Schwartz. Se ha encontrado que los valores de ajuste son equivalentes para ambas pruebas; sin embargo, en términos absolutos, tienen un ajuste aceptable pero no bueno ( $S\text{-Stress}=0.25236$ ,  $DAF=0.89594$ ,  $CC\ Tucker = 0.946$ ).

Utilizando el Análisis Factorial Confirmatorio, se encontró que las escalas diseñadas ajustan tan bien a la teoría como las escalas originales de Schwartz ( $SRMR=0.057$ ;  $RMSEA=0.098$ ;  $GFI=0.945$ ). Evaluando los promedios de varianza extraída (AVE), todos son superiores a 0.5, indicando validez de convergencia en los resultados; y todos los AVE de varianza compartida fueron mayores a cada valor, siguiendo los criterios de Fornell & Larcker, demostrando evidencia de validez discriminante.

**Palabras clave:** Valores, Lima, Schwartz, validez, fiabilidad, escalas.

# INTRODUCCIÓN

La importancia en la formación y promoción de los recursos humanos en las organizaciones ha llevado a los principales estudiosos de las ciencias administrativas a considerar que lo que realmente mueve a las personas, es algo más complejo que el dinero: los valores. Dadas las características de un escenario competitivo caracterizado por las constantes revoluciones tecnológicas y la ingente difusión del conocimiento, se ha llegado a comprobar que el principal medio que tienen las empresas para su éxito está en el estado y desarrollo de sus recursos humanos. En efecto, la evolución del capital, de un sistema rígido a un sistema sensible, ha colocado al recurso humano en una posición estratégica de crecimiento organizacional (Vosburgh, 2007; García, Soler & Falcón, 2000; Ali, 2013).

Cada vez más organizaciones invierten en una política ética para desarrollar los valores personales de sus recursos humanos, como un medio estratégico de crecimiento (Ferrell, Fraedrich & Ferrell, 2010). El reto se vislumbra, en todo caso, en determinar la medición de tales valores y así, medir los efectos de la gestión de los mismos y su repercusión en el crecimiento organizacional. Sin embargo, este interés creciente se ve limitado por diversas deficiencias en el tema, principalmente en la forma cómo se miden los valores.

En el ámbito académico no existe aún una definición clara, precisa y totalmente objetiva de lo que es el valor. Los investigadores tienden a definirlo basándose en otros conceptos como moral, motivaciones, metas, cogniciones,

entre otros. Al respecto, la definición más plausible de valor personal es aquel que lo entiende como *“creencias precederas acerca de qué tipo de comportamientos o condiciones son preferidas o más importantes en comparación a otras. Son metas trans-situacionales deseables, variables en importancia, y que sirven como principios-guía para la vida de las personas”* (Rokeach, 1973). Se ubica, así, al valor personal como una categoría cognoscitiva –pero no por ello desligado de las motivaciones- que impulsan el comportamiento.

La definición esbozada no resuelve el problema de la ambigüedad conceptual, todo lo contrario, mantiene la posibilidad de discriminar entre otros conceptos relacionados (Harding, Phillips & Fogarty, 1986). La discusión – hasta ahora vigente- más preponderante en el estudio de los valores personales es el referido a la diferencia entre los valores personales entendidos como valores “deseados” (ligados a las motivaciones) y los valores personales entendidos como valores “deseables” (ligados a la moral). Hasta la fecha no se ha agotado la discusión de estas diferencias, pues existe un grupo de investigadores que entienden a los valores como creencias prescriptivas o experiencias deseables (Ej. Rokeach o Kluckhohn), mientras que otro grupo los entiende como valoraciones motivadas por los deseos y más ligados a la predicción conductual, así como de la falta de distinción entre valores que se refieren a lo que es “deseado” y valores referidos a lo que sería “deseable”. La falta de separación entre lo que las personas desean y lo que piensan que debería ser deseado contribuye a que muchos estudios psicológicos y sociológicos sobre valores realicen un análisis erróneo de sus datos al confundir la realidad con lo que es socialmente deseable (Hofstede, 1984). Si se continúa con esta limitación, la aplicación de la teoría de los valores personales a la administración acarreará limitaciones y confusiones significativas.

Por lo que respecta a la estructura de los instrumentos desarrollados para medir los valores personales en las organizaciones, éstas se caracterizan por estar integrados por un conjunto de ítems, con un grado muy alto de discrecionalidad en función de cada autor, es decir, los constructos tienen

diversas dimensiones o facetas no del todo fundamentadas y sin relaciones descritas entre ellas (Bilsky, 2009; Borg, 2011; Smith, Dugan & Trompenaars, 1996; Hofstede, 1994), y en otras simplemente son fruto de análisis factoriales exploratorios (Meyer, Irving, & Allen, 1998).

Desde la psicología social, por el contrario, se han aportado importantes desarrollos conceptuales e instrumentos de medida como el cuestionario de valores de Rokeach (1973) que, a pesar de ser ampliamente criticado por la selección arbitraria y nacionalista de sus 36 valores y de su escala, así como por no cubrir la totalidad del dominio de los valores (Braithwaite & Law, 1985; Hofstede y Bond, 1980), ha sido ampliamente utilizado y también ha servido de base para el desarrollo de otros instrumentos como el *Schwartz Value Survey – SVS* (Schwartz, 1992) o el *Goal, Mode and Social Values Inventory* (Braithwaite & Law, 1985). En este sentido, uno de los planteamientos más recientes e interesantes hechos desde la psicología social al estudio de los valores lo ha constituido la teoría de estructura universal del contenido motivacional de los valores que goza de una aparente validez transcultural (Schwartz, 1992; 1994; Schwartz, Lehmann & Roccas, 1999).

La Escala de Valores de Schwartz (SVS) es, actualmente, el inventario más ampliamente usado alrededor del mundo para medir los valores personales y demuestra tener validez de constructo en más de ochenta países en donde se ha aplicado (Schwartz et al, 2012; Schwartz, 2012; Steinmetz, Isidor & Baeuerle, 2012). Sin embargo, el SVS de Schwartz tiene diversas críticas (Gouveia et al, 2009; Gouveia, 1998; Perrinjaquet et al, 2007). La principal crítica se circunscribe a aspectos metodológicos, específicamente al procedimiento estadístico empleado para corroborar su modelo, el Análisis de Menor Espacio (Smallest Space Analysis, SSA), basado en el Escalamiento Multidimensional. En efecto, cuando se emplea el Análisis Factorial se encuentra, generalmente, mayores dimensiones que las reportadas por Schwartz, identificándose estructuras más complejas (Gendre & Dupont, 1992; Karp, 1996, Tamayo, 1998).

De lo dicho, la presente tesis tendrá un fuerte impacto en la absolución de estas contradicciones y limitaciones, por cuanto someterá a prueba

empírica la teoría más popular sobre los valores personales, se construya una versión breve del modelo de los valores universales y se establecerá los valores de fiabilidad y validez en un país nunca antes aplicado en el ámbito empresarial.

La teoría de valores personales de Schwartz ha dado origen a dos instrumentos de medición: el Schwartz Values Survey (SVS) y el Portrait Values Questionnaire (PVQ). Aunque otros autores han diseñado cinco instrumentos alternativos basados en la teoría (Schwartz et al, 2012), el SVS y el PVQ han sido ampliamente utilizados en países de altos ingresos, pero no en países de bajos ingresos, como son los países andinos de Sudamérica. En efecto, en el Perú, la investigación sobre los valores personales en las organizaciones es casi inexistente. Y esa parece ser una constante en Sudamérica – salvo Brasil (Ribeiro & Azevedo, 2009) -, motivada quizá por la carencia de instrumentos ágiles para su aplicación organizacional y, considerando además, que las adaptaciones métricas de los valores personales a la realidad sudamericana es un tema pendiente (Ferreira et al, 2009).

## **Objetivos de investigación**

Durante las últimas décadas, muchos teóricos han estado resaltando la importancia de los valores en las organizaciones de las economías avanzadas e industriales (Ej. Pasquini & Mendes, 2009; Kanter, Stein & Jick, 1992; Fritzsche & Oz, 2007). Los valores constituyen el elemento medular de la identidad personal y de la cultura organizacional, por eso forman parte del marco de referencia utilizado en la toma de decisiones. Así, los valores son ahora un imperativo para la supervivencia de las organizaciones (Gouveia et al, 2009; Blanchard & O'Connor, 1997; Ferrell, Fraedrich & Ferrell, 2010; Pedraja et al, 2008).

No obstante el creciente interés en los valores personales, su estudio en las organizaciones aún está en sus inicios. Si bien existe bibliografía narrativa que pretende orientar el desarrollo de estrategias de gestión organizacional de

los valores (Ej. O'Donnell, 2007), debe advertirse que tales estrategias son supuestos planteados por sus autores y que no evidencian fundamentación empírica. En efecto, está surgiendo una corriente teórica en las ciencias administrativas que plantea que la gestión empresarial debe basarse en evidencias empíricas y no tanto en supuestos (Rousseau, 2006; Rousseau & McCarthy, 2007). A decir de García Del Junco, Calvo de Mora & Lieberman (2010), una gestión administrativa debe basarse en postulados verificados, y para ello se debe contar con las mejores evidencias posibles.

Así, a pesar que el estudio de los valores y su operacionalización ha cobrado una importancia significativa, aún subsisten varios problemas en su investigación. En primer lugar, la falta de acuerdo en las definiciones es uno de los problemas más relevantes, y va unida a las controversias sobre las dimensiones o áreas que integran el concepto, y que con frecuencia dependen de la tradición investigadora desde la que se plantean. Por último, y no menos importante, las investigaciones sobre valores se caracterizan por la existencia de diversos tipos de escalas para evaluarlos y, a pesar que unas derivan de otras, tienen pocas posibilidades de comparación entre ellas, debido a que no existe preocupación por el análisis de su validez teórica (Bilsky, 2009).

En efecto, en la literatura científica existe un acuerdo parcial sobre cómo definir y medir valores, por tanto, es difícil comparar los resultados de diferentes investigaciones, pues no sabe en qué momento se puede generalizar los resultados. Existen más de una decena de modelos propuestos para estudiar y medir los valores personales. Con tantas aproximaciones, resulta problemático hacer que los resultados de diversas investigaciones sean comparables. Así, existe la necesidad de obtener un enfoque teóricamente sólido y empíricamente probado que sirva como marco de referencia para la comparación e integración de los resultados de investigación. Al respecto, siguiendo a Bilsky (2009) y Steinmetz et al (2012), se asume que la teoría de Schwartz, sobre el contenido y la estructura de valores, sirven en este propósito.

Con la presente tesis doctoral **se revisa**, en primer lugar, **la bibliografía científica que documenta las características, adaptaciones y**

**modificaciones métricas de las escalas de valores personales; para luego desarrollar y validar un instrumento que mida los valores personales en la organización, adaptada para el contexto peruano.** Un instrumento es solo una medida que se basa en una teoría, por eso, independiente del instrumento que se use, la teoría debería validarse. Acorde a Nunnally & Bernstein (1995), los instrumentos son solo indicadores de constructos teóricos, donde la validez de los mismos reflejan las propiedades y características del modelo teórico en la que se basan. Por eso el instrumento que se desarrolla en la presente investigación se basa en la teoría con mayor soporte empírico y desarrollo conceptual en el campo. Este nuevo instrumento, fundamentado en la teoría universal del contenido motivacional de valores de Schwartz (1992; 1994; 2012), está compuesto por un número reducido de ítems para facilitar su uso en las organizaciones y su empleo conjunto con otros instrumentos en investigaciones multivariadas (Sagie & Elizur, 1996; Ros, Schwartz, & Surkiss, 1999). El reto consiste en diseñar un instrumento ágil y efectivo, pero que mantenga los niveles esperados de fiabilidad y validez, acorde a los supuestos teóricos en los que se basa (Perrinjaquet et al, 2007).

En segundo lugar, en la investigación **se analiza la validez de la propuesta de medición de los valores, siguiendo una serie de etapas de construcción y validación, acorde a la metodología internacional.** En una primera aproximación, exploratoria y de diseño, se analiza la validez de contenido teórico y validez de constructo interno inicial, obtenida mediante el Análisis Factorial Exploratorio y el análisis por consistencia interna. En esta etapa se compara la idoneidad de dos instrumentos de valores desde el enfoque de lo deseado versus lo deseable. Posteriormente, en dos muestras representativas, se realizan los estudios confirmatorios de las dimensiones de los valores personales, así como la confirmación del modelo circunplejo de la teoría y sus propiedades usando el Escalamiento Multidimensional Confirmatorio y el Análisis Factorial Confirmatorio. Adicionalmente, se analiza también la validez concurrente, mediante la correlación entre la versión original del cuestionario de Schwartz y la versión original propuesta en la presente investigación. Finalmente, se analiza la fiabilidad del instrumento, en su

dimensión de consistencia interna (valores Alfa de Cronbach). Así, los objetivos de la presente investigación son:

1. **Desarrollar una escala paralela para medir los valores personales usando la teoría de Schwartz, adaptado al contexto peruano.** Las investigaciones sobre la validez de las escalas de valores personales se han limitado al análisis del constructo interno, pero no se las ha correlacionado con constructos externos paralelos; al respecto, en la tesis doctoral se analiza la validez de constructo externa, en la medida que se predice la relación concurrente entre la escala original de los valores personales y la versión peruana.
2. **Realizar un estudio comparativo de ambas versiones para determinar cuál reproduce con mayor fidelidad el esquema teórico de los valores universales.** No se tiene conocimiento hasta la fecha de alguna investigación que compare, mediante pruebas paralelas, la validez teórica-empírica de los valores personales, desde el ámbito de lo deseado y de lo deseable. Mientras estas investigaciones no se realicen no se sabrá con precisión cuál de los dos ámbitos son los que más se corresponden con la teoría.
3. **Elaborar un instrumento de medición de valores personales que sea ágil, sencillo, breve y de calificación intuitiva para el encuestado, conservando niveles de fiabilidad aceptables.** En las organizaciones, se requiere de investigación multivariada para obtener buenas predicciones de la realidad. Sin embargo, la investigación multivariada se verá limitada si aún se siguen empleando instrumentos muy largos y tediosos que pueden afectar la validez de las respuestas (Bouckenooghe, Buelens, Fontaine, & Vanderheyden, 2005; Van den Broeck et al, 2003; Perrinjaquet et al, 2007; Burroughs & RindXeisch, 2002). Lamentablemente, las escalas de valores personales son muy largas y tienen sistemas de calificación bastante complejos que no compensan los niveles de fiabilidad que reportan.



4. **Analizar la validez concurrente y de constructo para confirmar la validez de los planteamientos teóricos de los valores personales de Schwartz.** Las escalas SVS y PVQ de Schwartz han sido aplicadas en decenas de países anglosajones y en algunos países de Sudamérica como Brasil, en todos ellos se han obtenido resultados comparables pero con ajustes diversos y hasta contradictorios. Se supone que un instrumento solo refleja la teoría en la cual se basa. Una forma de probar la robustez de la teoría es mediante la prueba de la teoría con instrumentos equivalentes y en nuevos escenarios de aplicación (Fontaine et al, 2008).

## **Estructura de la tesis**

La presente investigación se estructura en cuatro capítulos. El capítulo 1 está dedicado al Marco teórico de la tesis, el capítulo 2 al Marco metodológico, en el capítulo 3 se presentan los Resultados de la investigación y en el capítulo 4 se realiza la Discusión de los resultados.

En el capítulo 1 se desarrolla el **Marco Teórico**, determinando el estado del conocimiento científico sobre la definición y modelos de medición de los valores personales en el ámbito de las organizaciones, identificando la teoría de los valores personales con mayor respaldo empírico y mayor sustento teórico. Existe más de una decena de modelos que definen y evalúan los valores personales. Aunque la mayoría tiene ahora un papel histórico, estos han contribuido en el desarrollo de la teoría de valores personales con mayor aceptación académica: la teoría de valores motivaciones universales de Schwartz.

En este capítulo se analiza la definición de valor, realizando una revisión histórica de los modelos y teorías de los valores personales, tales como los modelos de Inglehart, England, Rokeach, Morris, Kilmann y McClelland. Luego se presenta, en detalle, los postulados de la teoría de valores de Schwartz, así como su tipología de valores, los cuales han atravesado tres momentos de desarrollo crítico. Dentro del capítulo se describe y analiza los dos

instrumentos de medición más importantes desarrollados por Schwartz y colaboradores: el *Schwartz Values Survey* (SVS) y el *Portraite Values Questionnaire* (PVQ). Finalmente, se resume y discute las estrategias de comprobación empírica que se han utilizado para validar el modelo de valores personales.

En el Capítulo 2 se presenta el Marco metodológico de la tesis. Se formulan las hipótesis de investigación, así como la descripción de la muestra y procedimiento de trabajo de campo y análisis para diseñar un instrumento de medición de valores personales para la población laboral peruana, sobre la base de la teoría de Schwartz. En este capítulo, cuatro hipótesis cobran relevancia: a) que se puede construir una escala de valores personales sobre la base de la teoría de los valores motivaciones de Schwartz, b) que los valores de fiabilidad y validez variarán según la escala de valores personales sea diseñada bajo el enfoque de lo deseado o de lo deseable, c) que el diseño de un instrumento de medición de valores personales sobre la base de la Teoría de Schwartz, con un formato más sencillo y breve, no afectará significativamente sus propiedades de fiabilidad y validez y d) que la teoría de los valores personales de Schwartz soporta el diseño de un instrumento paralelo para medir los valores personales en Perú, pero importa también sus limitaciones métricas originales, como una fiabilidad baja o multicolinealidad. Todas estas hipótesis son puestas a prueba en el capítulo siguiente, mediante la realización de tres estudios consecutivos.

En el Capítulo 3 se presentan los Resultados de la investigación. Este capítulo se divide en tres partes, uno para cada estudio realizado. En el primer estudio, a nivel exploratorio, se describe el proceso de creación del instrumento, así como los análisis iniciales de fiabilidad y validez de constructo. En el segundo estudio, ya con fines confirmatorios, se analizan los niveles de fiabilidad por consistencia interna de las escalas de valores personales propuestas y se comparan los resultados de la validez de constructo y concurrente de las escalas de valores personales propuestas y las originales de Schwartz, en una muestra de 360 estudiantes de postgrado. En el tercer estudio, también confirmatorio, se analiza la validez de constructo de las

escalas diseñadas, utilizando el Escalamiento Multidimensional Confirmatorio y el Análisis Factorial Confirmatorio, en una muestra de 1,010 trabajadores de una empresa manufacturera de productos farmacéuticos.

En el Capítulo 4 se desarrolla la discusión de los resultados, donde se analiza la pertinencia académica y práctica de la investigación, la comparación de los resultados con la literatura previa y el contraste de hipótesis. Además, las limitaciones e investigaciones futuras son comentadas. Finalmente, las referencias y anexos son presentados.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO: LOS VALORES PERSONALES Y EL MODELO DE SCHWARTZ

#### 1.1. Los valores personales

##### 1.1.1. Definición de valor

Lograr una definición satisfactoria de los valores es un objetivo muy complejo. Según Abassi & Hollman (1987) los valores no son fáciles de definir porque tienen diferentes significados e insinuaciones para las personas, según el tiempo y procedencia cultural. De hecho, los valores conforman una gran parte de la personalidad, comportamiento y vida, por lo que es difícil pensar en ellos objetivamente. En efecto, la inconsistencia presentada en la definición del término valor ha sido epidémica en la teoría e investigación, pues el término “valores” está expuesto al abuso y sobreuso (Rohan, 2000).

El problema de la definición del término valores no es nuevo. Hace ya sesenta años, Adler (1956) mencionó que como resultado de la confusión terminológica, el *“énfasis en los valores ha limitado el avance de las ciencias sociales más que favorecerlo”* (P. 279). Kluckhohn (1951), considerado uno de

los que mejor ha analizado el constructo valores, denunciaba esta polisemia conceptual: *“Leyendo la voluminosa, y frecuentemente vaga y difusa, literatura sobre la materia en diversos campos del saber, uno encuentra a los valores considerados como actitudes, motivaciones, objetos, cantidades medibles, áreas fundamentales del comportamiento, costumbres cargadas de afecto o tradiciones, y relaciones tales como aquellas entre las personas, grupos, objetos, eventos”* (Kluckhohn, 1951, P.390). En ese sentido, Campbell (1963) brindó una lista de 76 conceptos que incluyen los términos valor, actitud, y motivo para ilustrar que *“superficialmente muchas de las terminologías distintas podrían describir esencialmente los mismos hechos y procesos”* (p. 100-101).

En efecto, existe una discordancia en cuanto la definición única del término valor, pero se puede destacar algunos elementos comunes que aparecen en la mayoría de las definiciones (Arciénaga & Gonzáles, 2002):

- 1) Los valores hacen referencia a conceptos o creencias sobre estados o comportamientos deseados.
- 2) Estos conceptos o creencias trascienden situaciones específicas, son generalizables. Según Gouveia (2003; 2009) es común encontrar interpretaciones equivocadas respecto al contenido de los valores o sus concepciones. En esta perspectiva, familia, dinero, casa, trabajo, democracia y patriotismo, por ejemplo, son considerados como valores, como se comprueba algunas veces en la literatura (Chinese Culture Connection, 1987; Lee, 1991). Sin embargo, desde la perspectiva personal de los valores, estos no están vinculados a objetos específicos; sino más bien sobrepasa las situaciones, ideas o instituciones (Rokeach, 1973).
- 3) Los valores guían o evalúan la selección de comportamientos y eventos. Los valores suelen ser socialmente deseables (Kluckhohn, 1951), sirviendo de guía para los comportamientos de las personas, por lo que no son cualidades inherentes a los objetos.
- 4) Los valores se ordenan por importancia relativa. Para Rohan (2000) los “valores” se organizan en jerarquías y sistemas personales. Así, aunque las personas difieren en sus jerarquías de valores, la

estructura de su sistema de valores sería universal (Schwartz, 1992, 1994, 1996). Esto es, las personas difieren sólo en términos de la relativa importancia que brindan a un conjunto de valores universalmente importantes.

- 5) Los valores se desarrollan a través de la influencia social, cultural y de la personalidad misma del individuo.

Además de estas coincidencias en los conceptos de valor, Schwartz (2005a) propone que los valores tienen un vínculo inextricable con las emociones y las motivaciones. De igual forma, para Coombs-Richardson & Tolson (2005) los “valores personales” son un constructo relativamente permanente que da forma a la personalidad del individuo. Así, estos valores son considerados como componentes arraigados en la constitución de una persona y son determinantes de las actitudes y comportamientos. En opinión de Coombs-Richardson & Tolson (2005) los valores podrían ser perdurables, pero no son completamente estables y pueden cambiar para adecuarse a los cambios de una sociedad en desarrollo. Así, los valores personales y sociales son influenciados en gran medida por la edad, género, educación y cambios culturales de la sociedad (Di Dio Saragovi & Koestner 1996; Castro & Nader, 2006; Cileli, 2000; Zhao, He & Lovrich; 1999). No obstante, los cambios que experimentan los valores son más lentos que los económicos y sociales, debido a que son adquiridos a través de la socialización, que es un proceso activo, complejo, gradual y prolongado, que dura toda la vida (Salazar, 1984). En la Tabla 1 se presenta una síntesis conceptual sobre los valores.

**Tabla 1: Definiciones de valor según diversos autores**

<b>Autores</b>	<b>Definición de valor</b>
Thomas & Znaniecki (1915) (Citado por Pérez, M)	Es cualquier dato que tenga un contenido empírico accesible a los miembros de un grupo social y un significado en relación con el cual es o puede ser objeto de actividad.
Kluckhohn (1951)	Concepción, explícita o implícita, propia de un individuo o característica de un grupo, acerca de lo deseable, lo que influye sobre la selección de los modos, medios y fines de la acción accesibles.
Heider (1958)	Podríamos utilizar el término valor para referirnos a la propiedad de una entidad o para referirse a la clase de entidades con la connotación de ser objetivamente positiva en algún modo.
Allport (1961)	Una creencia a partir de la cual el hombre actúa por preferencia.
Smith (1964)	Concepciones de lo deseable y relevante para escoger el comportamiento.
England (1967)	Marco perceptual relativamente permanente que determina e influye en la naturaleza general del comportamiento de una persona.
Rokeach (1973)	Una creencia duradera de que un modo de conducta o estado de existencia específico es personal o socialmente preferible a un modo de conducta o estado de existencia opuesto o alterno.
Bengtson & Lovejoy (1973)	Definimos a los valores como concepciones de los fines autosuficientes deseables que pueden ser ordenados y servir como guías para la acción.
Bem (1973)	El valor es una preferencia primitiva o una actitud positiva hacia ciertos estados finales (igualdad, salvación, libertad), o para determinados modos amplios de conducta (coraje, honestidad, amistad).
Kilmann (1975)	Categorías mentales por medio de las cuales un individuo percibe e interpreta las características deseables y no deseables del comportamiento interpersonal.
Kahle (1983)	Los valores son un tipo de cognición social que funciona para facilitar la adaptación del individuo al medio. Los valores no sólo explican el comportamiento humano sino también lo predicen.
Nystrom (1990)	Creencias normativas acerca de los estándares apropiados de la conducta y de resultados preferidos y deseados.
Schwartz & Bilsky (1990)	El concepto de un individuo sobre una meta transituacional (terminal o instrumental) que expresa intereses (individualistas, colectivistas o ambos) relacionados con un dominio motivacional (disfrute... poder) y evaluado en rangos de importancia (de muy importante a sin importancia) como principio guía en su vida.

Fischer (2011)	Aprendizajes estratégicos, convicciones estables en el tiempo con relación a que un determinado modo de conducta es preferible a su opuesto.
Hofstede (1994)	Una tendencia general a preferir ciertos estados de cosas sobre otros.
Etkin (1994)	Concepciones, explícitas o implícitas, propias del individuo o características de un grupo social, acerca de lo deseable y que influye en la selección de los modos, medios y fines de las acciones disponibles.
Montero (1994)	Es un elemento o proceso mediador que relaciona las evaluaciones (componente afectivo) con la cognición (componente cognoscitivo) y produce alguna forma de comportamiento (elemento conativo), pero además, como una persona puede tener muchos valores, que están ligados a la cultura, estos se organizan en sistemas.
Feather (1996)	Son creencias acerca de los modos deseables o no deseables de comportarse o acerca de la deseabilidad o no de los objetivos generales.
Durgee y Veryzer (1996)	El valor es una concepción, explícita o implícita, diferente en un individuo y otro, o característica de un grupo sobre los que es deseable y que influye en los modos, medios y fines de las acciones.
García (1997)	Son estructuras del pensamiento que se mantienen preconfiguradas en el cerebro de cara a nuestra supervivencia como especie humana.
Arciniega y González, (2000)	Representaciones cognitivas de necesidades universales expresadas por medio de metas transituacionales que se organizan de forma jerárquica y que se manifiestan en distintos contextos de la vida de las personas.

Elaboración propia basada en diversos autores.

**Valores personales versus valores sociales.** Rohan (2000) señala que las personas no sólo tienen su propio sistema de valores personales, sino también las percepciones de los sistemas de valores de los otros (sociales). Según Schwartz (1999) y Schwartz & Sagiv (1995) los sistemas de valores personales –así como las sociales- estarían estructurados universalmente (aunque la jerarquía de valores difiera, la estructura subyacente es la misma para todas las personas). Además, las personas tendrían un solo sistema de valores personales (Rohan, 2000) y un limitado número de sistemas de valores sociales, para facilitar la conciliación entre ambos sistemas (Moretti & Higgins,



1999; Deci & Ryan, 1995; Emler, Ohana, & Dickinson, 1990; Goodnow, 1990; Rohan, 1998).

**Valores versus actitudes.** Conceptualmente se suele confundir a los valores con las creencias y con las actitudes. Para Schiffman & Kanuk (1997), las creencias y los valores son conceptos integrados, haciendo referencia a la cantidad de sentimientos y prioridades que las personas tienen sobre las cosas y pertenencias. Sostienen que tanto los valores como las creencias son imágenes mentales que determinan una amplia gama de actitudes específicas que influyen en el modo de responder a una situación específica. Por otro lado, Marandi Little & Sekhon (2006) diferencian entre valor y creencia, planteando que las creencias consisten en numerosos juicios mentales o verbales que reflejan el particular conocimiento y evaluación de una persona sobre algo, mientras que los valores también son creencias, pero no son numerosas, sirven como guía para un comportamiento culturalmente apropiado, son perdurables o difíciles de cambiar, no están vinculados a una situación específica y son ampliamente aceptados por los miembros de una sociedad.

Campbell (1963) considera que valor y actitud son términos fundamentalmente similares. En cambio Allport (1961) en "*Pattern and growth in personality*" tiene una percepción distinta y escribe que "*las actitudes mismas dependen de valores sociales preexistentes*" (p.802-803). En la misma línea, Allen & Wilson (2002) sostienen que los valores humanos permiten la formación de actitudes. Según estos autores, las personas que valoran una vida cómoda –por ejemplo- tendrán actitudes positivas hacia los objetos que brindan una vida confortable. Rokeach (1973) encuentra hasta siete diferencias entre los valores y las actitudes:

- Un valor está siempre referido a una sola creencia mientras que una actitud está referida a una organización de varias creencias que están centradas en un objeto o situación dada.
- Un valor trasciende a los objetos y situaciones mientras que una actitud se centra en un objeto o situación concreta.
- Un valor es un estándar, una actitud no.

- Valores hay docenas, actitudes hay miles. Ello es debido a que nos manejamos con menos creencia, que con situaciones u objetos.
- Los valores ocupan una posición central más importante que las actitudes dentro de la personalidad y del sistema cognitivo.
- El valor es un concepto más dinámico que las actitudes, teniendo una más inmediata conexión con la motivación. Si una actitud tiene un componente motivacional, lo tiene debido a que la situación u objeto conectado a la actitud es percibida positiva o negativamente de acuerdo con un valor.
- El contenido sustantivo de un valor concierne directamente a su función de defensa del yo, el ajuste de una persona a su sociedad y el conocimiento o autoactualización de la realidad.

Los valores pueden ser conceptuados, entonces, como creencias globales (acerca de estados finales deseables o estilos de comportamiento) que subyacen los procesos actitudinales. Las actitudes, por su parte son orientaciones cognitivas y afectivas hacia objetos y situaciones específicas. El comportamiento, finalmente, es la manifestación de los valores fundamentales y de sus actitudes correspondientes (Ajzen & Fischbein, 1980). Así, el comportamiento es la variable más fácilmente observable, con las actitudes y valores inferidos sucesivamente (Connor & Becker, 2003; Homer & Kahle, 1988).

### **1.1.2. Desarrollo histórico del estudio de los valores y modelos previos**

En opinión de Tamayo (1998), la investigación de los valores en una perspectiva tipológica se inició en Alemania, con Spranger en 1928, cuando realizó la distinción de los tipos de persona en función del predominio de uno u otro valor de globalidad en la conducta de los individuos, a saber: teórico, económico, estético, social, político y religioso. Fue a partir de la traducción de sus estudios que se suscitó el interés por la investigación de los tipos de valores existentes en la sociedad y en los grupos organizacionales.

Allport, Vernon y Lindzey, en el libro “*A Study of Values*” (1960), buscaron medir la importancia relativa que los individuos atribuyen a seis orientaciones axiológicas. Basada en las distintas orientaciones de formas de vida o personalidad, esta escala tuvo su origen en la escala de valores de Spranger (1935-1961), estructurada en seis valores: 1) teórica, 2) económica, 3) estética, 4) social, 5) política, 6) religiosa y, 7) la vida como valor esencia (valor que añadió luego).

Morris (1956) también propuso que el sistema de valores contiene un finito número de valores universalmente relevantes sobre los cuáles las personas brindan relativa importancia. De este modo realizó un estudio en donde presentó a las personas 13 estilos de vida (*ways to live*) y les pidió que evaluarán cada uno de los párrafos descriptivos para mostrar su agrado o desagrado hacia ellos. A partir de estas experiencias, Morris (1956) encontró que cinco tipos de valores generales estarían contenidos en las descripciones de los estilos de vida: limitación social y autocontrol, disfrute y avance en la acción, retraimiento y autosuficiencia, receptividad y amabilidad, autosatisfacción (o sentido del disfrute).

Otro aporte importante al estudio de los valores corresponde al trabajo realizado por Brogden (1952, citado en Pérez, 1993) quien con la ayuda del análisis factorial llegó a sintetizar el test de Allport-Vernon en un solo factor con dos elementos polares: Idealismo versus Pragmatismo. En 1964, Eysenck, apoyándose en estos estudios, consigue hacer operativos los factores de su modelo R-T (Radicalismo y Dureza mental) (Pérez Velasco, 1993). Sin embargo, fueron los trabajos de Rokeach (1973, 1979) los que dieron el basamento de la teoría moderna de los valores personales, las cuales fueron verificadas por Schwartz (1992, 1994 y 1996). A partir de allí, existen diversos modelos de medición de los valores en las organizaciones empresariales, aún vigentes, siendo el modelo de valores universales de Schwartz, el más extendido.

### **1.1.2.1. Modelo de Inglehart**

Para Ronald Inglehart (1994) los valores son indicadores de cambios socioculturales. Los cambios ocurridos en las sociedades occidentales post modernas se relacionan con las modificaciones que ocurren en la jerarquía de los valores de esas sociedades. Según este autor, las condiciones de producción del inicio del capitalismo viabilizaron la aparición de los valores materialistas y la prioridad dada a esos valores favoreció el desarrollo del capitalismo. Del mismo modo, con la estabilidad socio-económica de algunas sociedades post industriales, se ha verificado, en las últimas décadas, la emergencia de metas post materialistas, cuya valoración favorece el desarrollo económico de esas sociedades.

Según Inglehart (1994), las sociedades con problemas sociales básicos y de estabilidad económica, priorizan los valores materialistas, mientras que las sociedades que solucionaron esos problemas valorizan metas post materialistas. Para probar esa hipótesis, Inglehart (1994) presenta un instrumento para medir los valores materialistas y post materialistas. Los indicadores materialistas evalúan la importancia de la seguridad física y económica, en cuanto los indicadores post materialistas evalúan la importancia de la realización profesional, de la política y del bienestar individual. Basado en el conjunto de investigaciones realizadas con ese instrumento, Inglehart (1994) muestra que las sociedades pueden ser clasificadas en una dimensión bipolar en función de la importancia que ellas atribuyen a los valores post materialistas y materialistas. No obstante la validez de estas dimensiones ha sido objetada (Brechim & Kempton, 1994), pues diversos estudios comparando culturas (Flanagan, 1987; Vala, 1993, 1994) e individuos (Bean & Papadakis, 1994; Braithwaite, Makkai & Pittelkow, 1996) revelaron la existencia de valores materialistas y post materialistas, organizados tanto en una dimensión (Kidd & Lee, 1997) como en dos dimensiones correlacionadas positivamente (Marks, 1997; Van Deth, 1983).

**Tabla 2. Escala de valores Materialistas y Postmaterialistas de Inglehart**

<i>Ítems</i>	<b>Tipos de valores</b>
Mantener el orden en el país Luchar contra la subida de precios Mantener una economía estable Luchar contra la delincuencia Mantener una alta tasa de crecimiento económico Procurar que el país tenga unas fuerza armadas más poderosas Dar a la gente más oportunidades de participar en las decisiones que concierne a su trabajo y a su comunidad Dar a la gente más oportunidades de participar en las decisiones políticas importantes Proteger la libertad de expresión Procurar que nuestra ciudad y el campo sean más bonitos Lograr una sociedad menos impersonal y más humana Progresar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero.	Materialistas           Post materialistas

Basado en Inglehart (1994)

Schwartz (2003) señala que el instrumento de evaluación de valores materialistas y post materialistas de Inglehart adolece de numerosas limitaciones. En efecto, algunos de los ítems de Inglehart son altamente sensibles a las condiciones económicas y políticas prevalecientes. Además, esta escala mide los valores individuales sólo indirectamente, pues pregunta sobre las preferencias entre las metas posibles para el país, pero no sobre las metas personales. Finalmente, la escala de Inglehart sólo evalúa una dimensión, siendo demasiado restrictiva.

### **1.1.2.2. Modelo de England**

George England (1967) ha descrito a los valores como creencias sobre las situaciones deseadas que subyacen los procesos actitudinales y del comportamiento. Las respectivas conclusiones y planteamientos propuestos por England fueron generados a partir del estudio sobre el sistema de valores personales de 1,072 gerentes norteamericanos. England adaptó la metodología de la diferencia semántica de Charles Osgood para la elaboración de su teoría e instrumento de evaluación. En su forma final, el instrumento

*Personal Values Questionnaire* consiste en 66 conceptos respecto a metas y asuntos organizacionales, así como las ideas asociadas con las personas y temas en general.

**Tabla 3. Conceptos utilizados para medir los valores de gerentes**

<i>Metas de las organizaciones de negocios</i>	<i>Metas personales de los individuos</i>	<b>Grupos de personas</b>
Alta productividad	Ocio	Empleados
Liderazgo industrial	Dignidad	Clientes
Bienestar del empleado	Logro	Mis colegas
Estabilidad organizacional	Autonomía	Artesanos
Maximización del beneficio	Dinero	Mi jefe
Eficiencia organizacional	Individualidad	Los gerentes
Bienestar social	Satisfacción laboral	Los dueños
Crecimiento organizacional	Influencia	Mis subordinados
	Seguridad	Obreros
	Poder	Mi compañía
	Creatividad	Trabajadores
	Éxito	El gobierno
	Prestigio	Los accionistas
		Empleados técnicos
		Yo
		Los sindicatos de trabajadores
		Los oficinistas
Ideas relacionadas con las personas	Ideas acerca de los temas Generales	
Ambición	Autoridad	
Habilidad	Cuidado	
Obediencia	Cambio	
Confianza	Competencia	
Agresividad	Compromiso	
Lealtad	Conflicto	
Prejuicio	Conservadurismo	
Compasión	Emociones	
Destreza	Igualdad	
Cooperación	Fuerza	
Tolerancia	Liberalismo	
Acuerdo	Propiedad	
Honor	Racional	
	Religión	
	Riesgo	

Fuente: (England, 1967)

En su estudio, England (1967) pidió a los encuestados que estimen el concepto en dos escalas. La primera medida en el instrumento consistió de

una escala “importante – no importante”. Supuestamente, los conceptos estimados como importantes sirven para canalizar el comportamiento personal, mientras esto no ocurre en el caso de los conceptos no importantes. La segunda medida estuvo relacionada a la orientación hacia el concepto, jerarquizando en términos de exitoso, correcto y agradable.

Según England (1967) la combinación de las dos escalas predice mejor el comportamiento en comparación al uso exclusivo de una u otra escala. Sugiere que un gerente orientado pragmáticamente tendería a calificar como “exitoso” más que como bueno o agradable aquellos conceptos que estimara importantes. Por otro lado, un gerente moralmente orientado tendería a calificar “correcto” los conceptos que considera importantes; mientras que un gerente afectivamente orientado enfatizaría en lo “agradable”.

En opinión de England, los valores permiten definir prioridades, siendo más similares a una ideología o filosofía que a las actitudes, porque están arraigados y son inmodificables. Para este modelo teórico, los valores más que las actitudes son un componente permanente de la estructura perceptual que permite configurar, influir y gobernar el comportamiento hacia los otros y a la sociedad humana como un todo. En resumen, los valores conformarían un sistema de guía personal utilizado para ayudar a seleccionar entre acciones alternativas.

La principal contribución de England ha sido la integración del concepto de valores en modelos teóricos y predictivos del comportamiento gerencial. Así por ejemplo, conceptualizó que todos los valores potenciales –el exhaustivo conjunto de valores posibles en el espacio valores de la persona o grupo– podría ser condensado en una de dos clases.

1. Valores irrelevantes (débiles): Aquellos que indican únicamente expresión leve u ocasional de las preferencias de una acción o elección sobre otra y que tiene poco o ningún impacto en el comportamiento.
2. Valores formados: Aquellos que tienen mayor probabilidad de influir en el comportamiento y de manifestarse a sí mismos en la acción. Los valores formados están constituidos de los valores

operativos, adoptados y previstos. Los valores operativos tienen una alta intencionalidad, pues predicen más el comportamiento. Los valores adoptados son una parte menor de la estructura de la personalidad del individuo, pero podrían afectar el comportamiento debido a factores situacionales. Los valores previstos son, por otra parte, vistos como importantes pero con relativamente baja probabilidad predictiva.

Así mismo, el modelo de England sugiere que el impacto de los valores en el comportamiento, más específicamente el laboral, debería ser considerado en relación a otras influencias ambientales y condicionamientos sociales. Así, los valores serían únicamente uno de los muchos determinantes en un complejo contexto moral, social y cultural que influye en el comportamiento en una situación dada.

Entre algunas de las limitaciones que se reconocerían en el modelo de England (Abbasi y Hollman, 1987) compete al estudio a partir del cual confirmó sus hipótesis planteadas. Dicho estudio tendría las siguientes carencias: Primero, el esquema conceptual utilizado se basa en la autodescripción de los encuestados a las preguntas en un cuestionario enviado por correo. De este modo se basa en valores propuestos, los cuales podrían diferir de aquellos inferidos de otro comportamiento. Segundo, el estudio se centra en las personas de una población muy específica y ambientes culturales particulares. La información brindada por algún grupo que representa un único "grupo cultural" podría diferir de aquella ofrecida por las personas de otra procedencia cultural y socioeconómica. Estos factores limitarían la generalización de los hallazgos a un nivel significativo.

### **1.1.2.3. Modelo de Rokeach**

Los conceptos teóricos fundamentales de Allport, Vernon y Lindzey (1960) y Kluckhohn (1951) permitieron a Milton Rokeach (1973) desarrollar una definición operacional sobre valores. Al considerar a los valores como representaciones cognitivas de necesidades universales, pudo operativizarlos



a través de un instrumento de autoaplicación, el cual ha servido para vincular los valores con diversos fenómenos sociales y psicológicos; aunque hay que mencionar que esta propuesta ha sido ampliamente criticado por la selección de los valores utilizados y por la naturaleza de la escala empleada (Braithwaite y Law, 1985).

Rokeach (1973) diseñó una escala compuesta por dos tipos de valores: los medulares, terminales o morales (con 18 ítems) y los instrumentales (con 18 ítems). Los primeros, se refieren a las convicciones o concepciones que constituyen misiones de la vida o propósitos superiores de la existencia humana. Son valores a los cuales los individuos, son capaces de dedicarle todo su esfuerzo a lo largo de la vida y hasta sacrificarla por ellos.

Rokeach ha distinguido valores como “estados finales de existencia” o valores terminales, y los “modelos de conducta” o valores instrumentales. Los valores terminales son clasificados como personales (centrados en uno mismo, intrapersonales) y sociales (orientados a la sociedad, interpersonales). Los valores instrumentales son clasificados como valores morales y valores de competencia. Mientras que los valores morales tienen un enfoque interpersonal, la competencia o valores de auto-actualización tienen un enfoque personal.

**Tabla 4. Escala de valores personales de Rokeach**

<b>Valores terminales</b>	<b>Valores instrumentales</b>
Una vida confortable	Ambicioso
Una vida excitante	De mente amplia
Un sentido de logro	Capaz
Un mundo de paz	Vivaz
Un mundo de belleza	Limpio
Igualdad	Valiente
Seguridad familiar	Perdonador
Libertad	Servicial
Felicidad	Honesto
Armonía interior	Imaginativo
Amor maduro	Independiente
Seguridad nacional	Intelectual
Placer	Lógico
Salvación	Amoroso
Respeto de sí mismo	Obediente
Reconocimiento social	Cortés
Amistad verdadera	Responsable
Sabiduría	Se controla a sí mismo

Fuente: Rokeach, 1973.

Tal como se muestra en la Tabla 4, la escala de Rokeach (1973) consta de dos listados que la persona debe jerarquizar de acuerdo al grado de importancia que tienen los valores como principios orientadores en su vida: un listado de 18 valores terminales y un listado de 18 valores instrumentales. Los valores terminales fueron seleccionados por Rokeach de una lista de varios cientos de valores obtenidos de una revisión bibliográfica y de entrevistas, mediante la eliminación de sinónimos, de valores excesivamente específicos y de valores que no reflejaran estados de existencia. Los valores instrumentales fueron seleccionados de la lista de Anderson de 555 rasgos de personalidad. Los criterios de selección fueron la eliminación de sinónimos, el poder de discriminación entre grupos poblacionales y la significación en todas las culturas. Rokeach plantea que estas dos listas de valores cubren adecuadamente el universo de valores posibles de una persona, aunque

acepta que el procedimiento empleado en la selección de valores es un procedimiento intuitivo, que podría haber producido una lista diferente (Domínguez, 2001).

Para medir la importancia de los valores, Rokeach utiliza una escala a través de la jerarquización u ordenamiento de éstos de mayor a menor importancia. La Escala de Valores de Rokeach ha sido uno de los instrumentos más utilizados en el mundo, a través de numerosos estudios. Los valores de fiabilidad por consistencia interna de la escala han oscilado entre 0.88 hasta 0.51 para los valores terminales; y entre 0.70 hasta 0.45 para los valores instrumentales. Asimismo, ha mostrado indicadores robustos de validez concurrente, cuando ha sido comparado con otras escalas similares (Braithwaite & Law, 1985).

Aunque muchos fueron los investigadores que siguieron los estudios de Rokeach, siendo los más importantes Braithwaite & Law (1985), Feather (1996) y Schwartz & Bilsky (1987), lo cierto es que se encontraron aspectos problemáticos de su abordaje (Gouveia, 1998; Tamayo, 1998). Estos problemas se pueden resumir en los siguientes:

1. En cuanto al contenido de los valores, Gibbins & Walker (1995, citados por Domínguez, 2001) han evaluado si los valores utilizados tienen el mismo significado para todos los respondientes, concluyendo que la escala de Rokeach no es una buena medida de la deseabilidad relativa de los diferentes valores.
2. Otro elemento analizado frecuentemente es la separación entre valores terminales y valores instrumentales. Se han hecho estudios factoriales (Rokeach, 1973; Braithwaite & Law, 1985) que, en general, han tendido a validar empíricamente esta separación. Schwartz & Bilsky (1990), por su parte, plantean que estos resultados se deben a la organización dentro del instrumento de recolección, más que a una separación real entre ambos tipos de valores.
3. La restricción de las muestras de sus estudios, realizados principalmente con estudiantes universitarios norteamericanos.

4. Con respecto al listado de valores utilizado, se ha criticado su representatividad y exhaustividad. Algunos han modificado o ampliado la lista de valores (Braithwaite & Law, 1985; Schwartz & Bilsky, 1990), pero en general han encontrado que es aceptable como lista representativa.
5. El aspecto más discutido de la escala de valores de Rokeach es el uso de ordenamiento o jerarquías, al cual se le contrapone el uso de escalas de evaluación en las cuales cada valor es ubicado en un continuo de mayor a menor importancia. Si bien desde el punto de vista conceptual está ampliamente justificado el uso de las jerarquías, metodológicamente se discute por varias razones: (a) la jerarquización es una tarea compleja para muchos de los respondientes, especialmente si la lista de valores es larga, mientras que el uso de la escala de evaluación es mucho más sencilla y no es afectado por el número de estímulos utilizados. (b) Estadísticamente hay limitaciones, ya que la naturaleza ipsativa de las jerarquizaciones genera una dependencia lineal entre las respuestas, por lo cual no siempre es posible aplicar estadísticas convencionales para el análisis de estructuras latentes (Domínguez, 2001). Las bondades de las jerarquizaciones versus las escalas han sido ampliamente analizadas (Braithwaite & Law, 1985; Feather, 1996; Schwartz, 1995; Schwartz & Bilsky, 1990) pero sin resultados significativos.

#### **1.1.2.4. El modelo de los modos de vida de Morris**

Charles Morris (1956) distingue tres tipos de valores: *operacionales*, *concebidos* y *de objeto*. Los “valores operacionales” dirigen el comportamiento individual, de esta manera refleja lo que la respectiva persona desea (sentido disposicional). Los “valores concebidos” representan las concepciones culturalmente compartidas del comportamiento deseable (sentido normativo). Finalmente, los “valores de objeto” describen la atribución del significado o

importancia hacia un objeto y evento, independientemente de las preferencias individuales o estándares normativos (sentido económico).

Con el objetivo de medir un tipo especial de los valores concebidos, denominado “concepciones de la buena vida (*conceptions of the good life*)”, Morris (1956) desarrolló un instrumento especial denominado “Modos de Vivir (*Ways to Live*)”. Empezando de la concepción de tres componentes básicos de la personalidad humana –un componente dionisiaco, uno prometino y otro budista- determina siete perfiles de valor. Sin embargo, los estudios empíricos revelaron que las múltiples formas de vida no podrían ser cubiertas por estas alternativas. De esta manera, la versión final de su instrumento fue extendida de tal modo que comprenda 13 concepciones de vida diferentes. Cada una de ellas fue descrita por un escenario relativamente detallado. Se solicitó a los evaluados jerarquizar estos escenarios según el tipo de vida que personalmente les gustaría vivir (Morris, 1956, p.15).

A pesar de algunos problemas conceptuales relacionados a la distinción de lo “deseado” y lo “deseable”, el trabajo intercultural de Morris fue evaluado muy positivamente (Kilby, 1993). Sin embargo, debido a la complejidad de los diferentes escenarios, la aplicación de “*Ways to Live*” de Morris probó ser agotadora y prolongada. Asimismo, las descripciones elaboradas ocultaron los aspectos principales de muchos escenarios. Para resolver estas limitaciones, Dempsey & Dukes (1966) desarrollaron una versión breve de este instrumento. Aparte de recortar y simplificar el instrumento, estos autores también intentaron depurar las viñetas de información contradictoria y confusa, evitando cambiar sus sentidos centrales.

**Tabla 5. Clasificación de jerarquías de valores de Morris (1956) “Ways to live”, especificados por Dempsey & Dukes (1966), de acuerdo a las dimensiones de los valores básicos de Shwartz (1992)**

	<i>Modos de Vida (Morris, 1956; Dempsey &amp; Dukes, 1966)</i>	<b>Dimensiones de los valores básicos (Schwartz, 1992)</b>
Estilo 6	Manejar las fuerzas amenazantes a través del constante trabajo práctico	Auto – mejora
Estilo 3	Mostrar atención amable a los otros	Auto – trascendencia
Estilo 5	Vivir y disfrutar de la vida a través de la participación en grupos	
Estilo 13	Permitirse ser útil para un propósito universal	
Estilo 1	Apreciar y preservar lo que el mejor hombre ha logrado	Conservación
Estilo 9	Esperar en paciente sensibilidad por la alegría y la paz	
Estilo 10	Controlar el sí mismo y mantenerse firme en altos ideales	
Estilo 2	Cultivar la independencia y el auto conocimiento	Apertura al cambio
Estilo 4	Experimentar festividad y sentido del humor	
Estilo 7	Admitir la diversidad y aceptar algo de todos los estilos de vida	
Estilo 11	Meditar sobre la vida interior	
Estilo 12	Utilizar la energía de cuerpo en hazañas y actos de aventura	
Estilo 8	Disfrutar de los placeres simples, fácilmente obtenidos	Hedonismo

Fuente: Dempsey & Dukes (1966). Elaboración propia.

#### **1.1.2.5. Test de entendimiento de Kilmann**

El estudio de Ralph Kilmann (1972, 1975), se relaciona a los “constructos de valores interpersonales” (CVI). Estos constructos son categorías mentales “*por medio de los cuales un individuo percibe e interpreta las características deseables y no deseables del comportamiento interpersonal*” (1975, p.35). En este contexto, los valores pueden ser concebidos “*como obediencias generales que trascienden algún contexto*” (Kilmann, 1981, p.941). Para medir los “constructos de valor interpersonal”, Kilmann construyó un instrumento semi-proyectivo denominado “*Kilmann Insight Test*” (KIT, Test de

entendimiento de Kilmann). Al aplicar el KIT, se pide a los evaluados que respondan hacia seis dibujos moderadamente ambiguos probablemente relacionados a actividades de gestión. Estas figuras se parecen bastante al material utilizado el Test de Apercepción Temática de Murray (TAT), pero el tipo de respuestas difieren. De hecho, a las personas que desarrollan el KIT se les pide examinar cada uno de los dibujos respecto a 18 valores diferentes. Sus juicios son registrados en escalas de siete-puntos, yendo desde no relevante hasta extremadamente relevante.

Los ítems del KIT utilizados para evaluar los seis dibujos fueron tomados de los 18 valores instrumentales de la *Rokeach Values Survey* (RVS). Sin embargo, los ítems de la RVS son reformulados de modo tal que incluyan únicamente sustantivos en la lista de valores finales del KIT. Al igual que la “*Ways to live*” de Morris, los ítems del KIT fueron clasificados según las dimensiones de los valores básicos de Schwartz (Ver Tabla 6). En este caso, el emparejamiento fue logrado al hacer referencia a un último estudio en el cual los valores de Rokeach habían sido analizados (Bilsky & Schwartz, 1994).

**Tabla 6. Clasificación de la jerarquía de valores de Kilmann (1975). Constructos interpersonales de acuerdo a las dimensiones de los valores básicos de Schwartz (1992)**

<i>Constructos interpersonales (Kilman, 1975)</i>	Dimensiones de los valores básicos (Schwartz, 1992)
Ambición Habilidad Intelecto Lógica	Auto-mejora
Afecto Apertura mental Perdón Solidaridad Honestidad Responsabilidad	Auto-trascendencia
Obediencia Orden Cortesía Auto-control	Conservación

Coraje Imaginación Independencia	Apertura al cambio
Alegría	Hedonismo

Fuente: Kilman (1975). Elaboración propia.

### 1.1.2.6. Modelo de McClelland

En su trabajo sobre la motivación humana, David McClelland (1987; McClelland & Weinberger, 1990; McClelland, Koestner & Weinberger, 1989) distingue dos tipos de motivos: Los *motivos implícitos* se basan en un número limitado de necesidades biológicas. Los *motivos explícitos*, en contraste, son necesidades auto-atribuidas que son normalmente activadas por incentivos explícitos, frecuentemente sociales, tales como recompensas, avisos, expectativas, o demandas. (McClelland, Koestner & Weinberger, 1989, p. 693). Según McClelland, los primeros motivos son accesibles sólo por medios indirectos y proyectivos. Los motivos explícitos, por otro lado, son cognitivamente elaborados y pueden ser adecuadamente evaluados a través de cuestionarios y auto-reportes.

Un instrumento para medir los motivos explícitos es el “*Personal Values Questionnaire*” (PVQ), desarrollado por McClelland y sus colaboradores. Siguiendo la distinción conceptual de McClelland, los motivos explícitos están muy relacionados al concepto de valores tan utilizado por otros investigadores. De hecho, los valores son directamente mencionados en la instrucción y otros comentarios sobre este instrumento: “*los valores son aquellos factores – actividades, comportamientos, cualidades, creencias, metas- que tu consideras importantes para hacer, continuar, o hacia qué luchar. Mientras no siempre podrías pensar sobre tus valores, tú estás pendiente de ellos y puedes identificarlos conscientemente*” (McClelland, 1991, p.4).

A parte de los instrumentos frecuentemente empleados en el estudio de valores, el PVQ no está diseñado para cubrir el campo de todos los valores. Más bien sirve para medir tres motivos explícitos: logro, afiliación y poder. Estos motivos reflejan únicamente una de las dos dimensiones básicas del



modelo de Schwartz, por ejemplo: “auto-trascendencia versus auto-crecimiento” (ver Tabla 7). Cada uno de estos motivos es medido por 10 ítems que pide a los sujetos estimar su importancia subjetiva en una escala de seis puntos yendo desde los “no importante para mí” hasta “extremadamente importante para mí”.

**Tabla 7. Clasificación de jerarquía del Personal Values Questionnaire de McClelland (1991) en comparación con las dimensiones de los valores básicos de Schwartz (1992)**

	<i>Ítems de McClelland (1991)</i>	<b>Dimensiones de los valores básicos Schwartz</b>
Logro	2,5,7,10,13,18,22,27,32,34	Auto-mejora
Poder	3,8,14,16,17,21,24,28,30,36	
Afiliación	1,6,9,12,19,23,26,31,33,35	Auto-trascendencia

Fuente: McClelland (1991). Elaboración propia.

### **1.1.2.7. Lista de Valores de Kahle**

La Lista de Valores (*List of values, LOV*) fue desarrollada por la Universidad de Michigan, basada en las contribuciones teóricas de Maslow (1954), Rokeach (1973) y Feather (1996) (citas de Kahle, 1983). Iniciado por el trabajo de Weroff y colaboradores, fue posteriormente desarrollada por Lynn Kahle (1983), para superar las limitaciones de la Escala de Valores de Rokeach y proporcionar una medida más parsimoniosa. El LOV fue inicialmente usado en Norteamérica con 2,264 adultos. Subsecuentes investigaciones han confirmado la fiabilidad y validez del LOV y ha sido aplicada a muchos contextos (Beatty, Kahle, Homer & Misra, 1985). La escala LOV ha mostrado un nivel de validez comparable con la Escala de Valores de Rokeach (RVS), aunque ofreciendo mayor parsimonia (Beatty, Kahle, Utsey & Keown, 1993). El LOV también ha sido elaborado para proporcionar un mayor porcentaje de ítems que los respondientes aplican cotidianamente en sus vidas. Esto ofrece una gran ventaja, por cuanto facilita la administración y complejidad. El LOV tiene nueve ítems.

**Tabla 8. Lista de valores Personales (LOV)**

Ítems
<i>Sentimiento de pertenencia</i> – (Ser aceptado y necesario para su familia, amigos y comunidad)
<i>Diversión y alegría de vivir</i> – (Llevar una vida divertida y feliz)
<i>Relaciones amigables con los demás</i> – (Tener amigos cercanos e íntimos)
<i>Auto realización</i> – (Tener éxito en lo que se hace, en lo que quiere hacer)
<i>Ser respetado</i> – (Estar contento con sí mismo y confiar en lo que se es)
<i>Necesidad de estímulo</i> – (Buscar una vida excitante y estimulante)
<i>Sentimiento de realización</i> – (Encontrar tranquilidad de espíritu y utilizar sus talentos de la mejor manera posible)
<i>Seguridad</i> – (Estar seguro y protegido de infortunios y ataques)
<i>Auto respeto</i> – (Ser admirado por los demás y recibir el reconocimiento)

Fuente: Traducción de Oliveira (2004)

Para Beatty et al (1985), la LOV tiene preferencia sobre otros métodos, primeramente por su parsimonia y mayor grado de relevancia e influencia en la vida cotidiana; seguidamente, por estar más próxima a la metodología de Rokeach en comparación con otras técnicas de medición.

Por otro lado, los estudios de validez de constructo del LOV han encontrado, generalmente, una estructura factorial de cuatro dimensiones (factor externo, entusiasmo/diversión, logro y egocentrismo). Sin embargo, estos han sido estudios exploratorios y sin poder confirmar la estructura inicialmente propuesta. En su modelo original, Kahle sugiere diversas dimensiones teóricas, incluyendo la dimensión externa (o colectiva) y la interna (individualista) contenidas en el LOV. Sin embargo, los análisis factoriales exploratorios indican que la estructura propuesta de la escala difiere significativamente de la encontrada por otros autores. Kahle sugiere que las dimensiones pueden deberse a los contextos específicos. Sin embargo, la estructura factorial tampoco puede ser replicada en el contexto turístico por Madrigal & Kahle (1994), a pesar que se usa la misma metodología de extracción (componentes principales con rotación Varimax).

### 1.1.2.8. Otros instrumentos sin modelos particulares

Existen instrumentos de medición de valores que no definen con claridad el modelo en el cual se inspiran o sobre el cual se sustentan. Estos instrumentos no han trascendido en la comunidad científica, pero deben ser mencionados por cuanto son intentos de medición y sistematización del estudio de los valores personales. Aunque estos modelos no se muestran completos ni tienen la complejidad de England, Inglehart, Rokeach o Schawrtz, son indicadores de la necesidad de instrumentos de medida breves y con una estructura factorial más asequible:

- (1) Leonard Gordon (1967) elaboró un instrumento para medir valores: Las escalas de valores personales e interpersonales. La subescala de valores personales distingue seis áreas: a) preocupación práctica, b) logro, c) variedad, d) decisión, e) sentido de orden y f) orientación a metas. La subescala de valores interpersonales distingue seis áreas: a) apoyo, b) conformidad, c) reconocimiento, d) independencia, e) benevolencia y g) liderazgo.
- (2) Gorrondona (1991, citado por García, 1995), presenta una escala de seis valores y seis obstáculos para frenarlos. Los valores según esta tendencia sirven de fundamento para el desarrollo del individuo, estos son: la fe en el individuo, el fomento de la competencia, el valor de las convicciones, la concepción de la moral misma, la percepción del tiempo y la actitud ante la vida. Los siete obstáculos para frenar el desarrollo del individuo son: la política simbólica y sin principios, el placer sin conciencia, el bienestar sin trabajo, comercio e industria sin moralidad, ciencia y tecnología sin moralidad y, por último, la riqueza sin satisfacción.
- (3) Martínez (1989) hace mención de la escala de Partolomé et al (1975), entre cuyos valores están: los éticos, aquellos que responden a la trascendencia: amor, libertad, justicia, verdad, dignidad, felicidad, bondad y respeto; los estéticos, aquellos que tienden hacia la perfección y apreciación de la belleza: belleza, sensibilidad, arte; personales, los que residen en el interior del individuo: amor a sí

mismo, respeto a sí mismo, capacidad de amar, de admirar, de crecer, honestidad, prosperidad; y, los sociales que van dirigidos al bien del grupo social en el cual se vive.

- (4) De igual forma, Roger (1991, citado por Humble, 1994), presenta una escala de valores: valores operativos, tendencia de los seres humanos a preferir en sus actuaciones determinados objetos y objetivos; valores concebidos, indica la preferencia del individuo por el objeto simbólico (la persona se siente complacida en comunicarlos a otros; y los valores objetivos, lo que es objetivamente preferible para el individuo en su concepción.
- (5) Geert Hofstede (1980) propuso cuatro dimensiones de valor al comparar las culturas; así, describió los perfiles de valor de 53 naciones o regiones culturales, utilizando información de los empleados de la empresa IBM. Las dimensiones básicas halladas por Hofstede comprenden: (1) Distancia de poder, definida como el grado en que los miembros de una sociedad aceptan las desigualdades en riqueza y poder como legítimas, (2) evitación de incertidumbre, referida al grado en que los miembros de una sociedad aceptan la incertidumbre hacia los eventos del futuro. Ese sentimiento se expresa entre otras cosas, mediante el estrés y la necesidad de previsión, es decir, la utilización imprescindible de normas, (3) individualismo-colectivismo, relacionado con el énfasis en metas individuales o en metas colectivas y (4) masculinidad-feminidad, entendida como la prevalencia de valores típicamente asociados a hombres o la prevalencia de valores asociados típicamente a las mujeres.
- (6) Un monto significativo de investigación ha sido elaborado a partir de los hallazgos de Hofstede (*ver*, Kagitcibasi, 1997). Su escala, sin embargo, no se ajusta al modelo de valores de Schwartz. Esto debido a que no tiene como propósito ser utilizado en relacionar las orientaciones de valores de las personas a sus opiniones o comportamiento. Las dimensiones que mide (Ej. Individualismo,

distancia de poder) discrimina entre culturas nacionales pero no discrimina entre personas individuales. Además, la mayoría de los ítems de Hofstede están referidos a los valores de trabajo. Estos no miden la gama de valores humanos relevantes en muchos dominios de la vida.

## **1.2. El modelo de valores personales de Schwartz**

Realizando una búsqueda bibliográfica para identificar las investigaciones empíricas que emplean escalas de valores personales, se ha encontrado usando la base de datos EBSCOHOST y PROQUEST, más de 110 artículos científicos que hacen referencia a la Teoría Universal de los Valores Humanos, de Shalom Schwartz. Las principales referencias datan desde 1987 hasta el 2015, por eso los instrumentos y teoría de los valores de Schwartz son ampliamente usados en más de 83 países (Beierlein, Davidov, Schmidt, Schwartz, & Rammstedt, 2012).

El modelo de Shalom Schwartz ha reunido datos bastante consistentes que, en gran medida, se corroboran transculturalmente (Schwartz & Sagiv, 1995; Schwartz, 2012). Sus estudios han sido corroborados en más de 344 muestras de 83 países (Schwartz, 2012), incluyendo a países de habla hispana o portuguesa tales como Brasil (Ribeiro & Azevedo, 2009; Tamayo, 1994; Tamayo & Schwartz, 1993), España (Paez & De-Juanas, 2014; Ros & Grad, 1991; Vera & Martínez, 1994), México (Bilsky & Peters, 1999) y Portugal (Menezes & Campos, 1997). No obstante, hay quienes consideran que si bien la tipología de valores básicos de Schwartz ha sido observada en diferentes culturas (Schwartz y Bardi, 2001), su universalidad no ha sido verificada del todo (Pereira, Camino & Da Costa, 2005).

### **1.2.1. Definición de valor según Schwartz**

A finales de los años ochenta, Schwartz & Bilsky (1987) propusieron una teoría sobre la estructura psicológica universal de los valores humanos. Esta teoría fue elaborada para probar empíricamente en qué medida los aspectos, dimensiones contenidas, valores típicos y relaciones estructurales representan el uso que hacen las personas de los valores.

Schwartz & Bilsky (1987) señalan su coincidencia con Kluckhohn (1951) al referirse a los valores como aquellas concepciones de lo deseable que influyen en el modo como las personas seleccionan sus acciones y evalúan los

eventos. Asimismo, reconocen la existencia de una estructura de valores humanos, que se constituye en una organización conceptual de los valores basados en sus similitudes y diferencias, dando origen a determinadas dimensiones. Por ejemplo, el placer y la vida confortables son ambas parte de la dimensión placer, y la equidad y servicio son parte del área pro-social.

Como justificación a su tipología de los valores, Schwartz & Bilsky (1987, 1990) conciben a los valores como representaciones cognitivas de tres tipos de requerimientos humanos universales y básicos: las necesidades de los individuos como organismos biológicos, requerimientos de interacción social, y la necesidad de supervivencia y bienestar de los grupos (citan a Becker, 1950; Kluckhohn, 1951; Rokeach, 1973). De acuerdo con Shalom Schwartz (1996), la jerarquía de los valores son respuestas a dichos requerimientos básicos.

Según Schwartz, estos requerimientos son aprendidos y representados por los individuos como metas y valores conscientes gracias a los procesos de socialización y aprendizaje. Del mismo modo, los individuos aprenden a utilizar términos culturalmente compartidos para comunicar dichas metas y valores, así como a atribuirles diversos grados de importancia. Por ejemplo, las necesidades sexuales podrían ser transformadas en valores de intimidad o amor, los requerimientos para coordinar el intercambio de recursos en valores para la equidad y honestidad, y las demandas para la supervivencia de grupo en valores por la seguridad nacional o la paz mundial. Estos tres requerimientos universales preexisten al individuo; para enfrentarse con la realidad, los individuos deben reconocer, pensar al respecto, y planificar sus respuestas hacia los tres requerimientos.

La propuesta teórica inicial de Schwartz & Bilsky (1987) se generó a partir de una definición conceptual de los valores que incorpora cinco aspectos formales a los que se recurre en la literatura. Los valores (a) son conceptos o creencias, (b) referidas a los estados o comportamientos finales deseables, (c) trascienden las situaciones específicas, (d) guían la selección o evaluación del comportamiento o eventos, y (e) están ordenados según su relativa importancia.

En opinión de Rohan (2000) estos cinco aspectos planteados por Schwartz & Bilsky (1987, 1990) son todos consistentes con la sugerencia de que el sistema de valor es una estructura cognitiva superior que posee sentido, utilidad y es estable.

Posteriormente, estos cinco aspectos fueron extendidos a seis por el mismo autor (Schwartz, 2003, 2006), al considerarse a los valores como estándares o criterios de vida. Así, los valores tienen las siguientes características:

- a. **Son creencias:** Son estructuras cognitivas que están muy vinculadas al afecto. Cuando los valores son activados, se confunden con el sentimiento. Las personas para quienes la independencia es un valor importante lo discuten apasionadamente, llegando a exaltarse si su independencia es amenazada, desesperándose cuando son incapaces de protegerla, y son felices cuando pueden expresarla.
- b. **Se refieren a estados o comportamientos finales y deseables:** Es decir, los valores se refieren a aquellas metas mayores o trascendentales. (Ej. equidad social, justicia y solidaridad).
- c. **Trascienden las acciones y situaciones específicas:** Así por ejemplo, la obediencia y honestidad son valores que podrían ser relevantes en el trabajo, en la escuela, en los deportes, negocios y política, con la familia, amigos o extraños. Estas características distinguen a los valores de conceptos más limitados como son las normas y actitudes, conceptos que usualmente hacen referencia a acciones, objetos o situaciones específicas.
- d. **Los valores sirven como estándares o criterios:** Los valores guían la selección o evaluación de las acciones, políticas, personas, y eventos. Las personas deciden si las acciones, políticas, personas o eventos son buenos o malos, justificados o ilegítimos, aportes valiosos o desechables; asimismo, evalúan si estas acciones facilitan o limitan el logro de los valores mantenidos.



- e. **Están ordenados según la importancia respecto a otros:** El conjunto ordenado de valores forma un sistema de jerarquía de valores. Las culturas e individuos pueden ser calificados por las jerarquías de sus sistemas de valores. ¿Brindan las personas más importancia al logro o a la justicia, a la novedad o a la tradición, a la riqueza o a la espiritualidad? ¿Cuál de estos valores son más o menos importantes como guías y justificaciones para las decisiones tomadas por los actores en las instituciones sociales (legales, políticas, económicas, educativas, familiares, religiosas, etc.)?
- f. **Importancia del conjunto de valores relevantes guía la acción:** Algunas actitudes o comportamientos tienen implicaciones para múltiples valores. Por ejemplo, asistir a la iglesia podría expresar y promover los valores de tradición, conformidad, seguridad y benevolencia en una persona, pero a costo de los valores de hedonismo, auto-dirección y estimulación. Consecuentemente, es el conflicto entre la competencia de los valores que están implicados simultáneamente en la actitud o comportamiento lo que los guía (Schwartz, 1992, 1996; Tetlock, 1986). Cada valor contribuye a la acción en función tanto de su relevancia para la acción – y de ahí la probabilidad de su activación- y de su importancia para el actor.

Por otro lado, Schwartz & Bilsky (1987) consideran al segundo aspecto formal de su definición, estados o comportamientos finales, como equivalente a las metas terminales versus las instrumentales:

- a. **Tipo de meta:** Es el primer aspecto en la definición de valores especificado por la teoría de Schwartz (1990) en su clasificación como representantes ya sea de metas terminales (*terminal goals*: estados finales tales como equidad, sabiduría, etc.) o metas instrumentales (*instrumental goals*: modos de comportamiento tales como capacidad, obediencia, etc.). Esta clasificación es muy común de las definiciones de valor (Ej. Lovejoy, 1950; Rescher, 1969; Rokeach, 1973) y de las escalas que operacionalizan los valores (Ej.

Braithwaite & Law, 1985; Levy, 1985; Rokeach, 1973). Este aspecto recibió apoyo empírico en los análisis de estimación de la importancia de los valores comprendidos en la lista de valores de Rokeach que realizaron Schwartz & Bilsky (1987), observando que los valores instrumentales se distinguen fácilmente de los terminales. A pesar de este apoyo empírico, Schwartz (1990) cuestionó la necesidad de un aspecto terminal/instrumental en una teoría refinada. Conceptualmente, la distinción entre fines y metas no es clara; un fin puede fácilmente llegar a ser un medio y viceversa. Los valores terminales (Ej. el placer) algunas veces sirven como instrumentales para fomentar otros valores terminales (Ej. Felicidad), y los valores instrumentales (Ej. amabilidad) pueden llegar a ser finales para ser promovidos por otros valores instrumentales (Ej. Autocontrol; Rokeach, 1973). Además, las personas que dieron una distinción conceptual de terminal/instrumental y se les pidió clasificar los valores en estas dos categorías no lograron una distinción clara (Heath y Fogel, 1978).

- b. Interés atendido:** En la definición de valores de Schwartz & Bilsky (1987), el segundo aspecto (el cual se basa en la idea de que los valores son metas) es la designación de a quién sirve el logro de cada valor. Los valores podrían servir intereses individualistas (Ej. placer, independencia), intereses colectivos (Ej. igualdad, responsabilidad), o ambos tipos de intereses (Ej. la sabiduría). Individualismo/Colectivismo es una importante dimensión de la diferenciación del valor tanto en niveles sociales (Hofstede, 1980) como en niveles individuales (Schwartz, 1990). La idea de que los valores sirven sistemáticamente a ciertos intereses, y que éstos últimos ejercen influencia en los primeros, recibió gran apoyo en el análisis de los estudios desarrollados por Schwartz & Bilsky (1987) en las muestras de Alemania e Israel. Una proyección bi-dimensional que representó las correlaciones entre todos los valores podría ser repartida en áreas colectivas, individualistas y combinadas en ambas

muestras de estudio. Además, 34 de los 36 valores se ubicaron en las áreas de interés vaticinadas por los autores. Las sociedades varían substancialmente en el énfasis que sus miembros brindan al individualismo versus el colectivismo (Hofstede, 1980). Esto podría afectar a la creencia que tienen los individuos acerca de los intereses a los cuales están siendo dirigidos sus valores particulares, así como la noción de que los intereses son una característica específica de los valores. Por esto, es importante investigar estos aspectos en las sociedades que varían en una amplia oscilación de individualismo y colectivismo. Así por ejemplo, según los datos hallados por Hofstede (1980), Alemania e Israel son bastante similares en esta dimensión; de esta manera, de las 40 naciones jerarquizadas por su énfasis en el individualismo, Alemania ocupó el décimo sexto lugar e Israel el vigésimo.

- c. Dimensiones motivacionales (contenido):** El tercer aspecto en la definición de los valores, considerado como el más importante por sus autores (Schwartz, 1990), es su dimensión motivacional: los tipos universales de preocupación motivacional que expresan los valores. En un inicio, Schwartz & Bilsky (1987) determinaron siete dimensiones motivacionales distintas a partir de los tres requerimientos humanos universales. La dimensión motivacional de *seguridad (security)* fue obtenida, por ejemplo, a partir de las necesidades básicas de los organismos y grupos para protegerse a sí mismos frente a las amenazas a su integridad. La *conformidad restrictiva (restrictive conformity)* fue obtenida de los prerrequisitos para la interacción afable y la supervivencia grupal de los individuos, dominación de impulsos e inhibición de acciones que podría dañar a los otros. Más adelante se brindará mayor detalle sobre las tipologías de valores propuestas por los Schwartz y colaboradores (1987, 1990, 1992 y 1994).
- d. Dimensiones motivacionales (estructura):** El conjunto final de hipótesis generadas de las teoría de valores propuesta por Schwartz

(1987, 1990, 1992, 1994) define relaciones dinámicas entre las dimensiones motivacionales de los valores. Así, las consecuencias psicológicas, prácticas y sociales de perseguir o expresar valores de las diferentes dimensiones organizan las preferencias de las personas (Schwartz, 1990). Por ejemplo, las acciones dirigidas a fomentar la igualdad (un valor prosocial) estarán probablemente en conflicto con acciones dirigidas a buscar la vida confortable (placer). De otro lado, las acciones que expresan sabiduría (madurez) son compatibles con las acciones que expresan independencia (auto-dirección).

**Tabla 9. Estructura de los valores humanos según Schwartz**

<i>Definición</i>	Aspectos
Un valor es el concepto que tiene una persona sobre una <b>meta</b> transituacional	<b>Meta</b> Terminal Instrumental
que expresa <b>intereses</b> vinculados a una	<b>Intereses</b> Individualistas Colectivistas o Ambos
<b>dimensión motivacional</b>	<b>Dimensión motivacional</b> Placer ...poder
y es evaluado en un <b>rango</b> de importancia como un principio guía en su vida	<b>Rango</b> De muy importante a Sin importancia

Fuente: Adaptado de Schwartz y Bilsky, 1987.

De lo dicho, entonces, la definición de valores que ofrece Schwartz, tiene tanto una definición formal como informal. **Formal:** Los valores son metas transituacionales (terminales o instrumentales) que expresan intereses (individuales, colectivos, o ambos) relativos a un tipo motivacional (de los 10 que se especifican después) y que son evaluados de acuerdo a su importancia como principios-guía en la vida de una persona. **Informal:** Los valores son metas generales deseables que sirven como principios-guía de diversa importancia en la vida de las personas. Esta conceptualización parte del supuesto de que los valores son representaciones cognitivas de tres grandes

tipos de exigencias universales (y que ellos condensan a partir de los trabajos anteriores de Becker, 1950; Kluckhohn, 1951; Rokeach, 1973): a) Las necesidades del individuo como organismo biológico, b) los requisitos de la interacción social coordinada y de la armonía interpersonal, y c) las demandas sociales para el bienestar y supervivencia del grupo; (Schwartz y Bilsky, 1987, 1990).

### **1.2.2. Tipología de valores de Schwartz**

En opinión de Rohan (2000), al desarrollar Schwartz & Bilsky (1987, 1990) su teoría acerca de la estructura del sistema de valor, centrándose en el aspecto motivacional implícito en cada valor, se revivió el supuesto de que las personas difieren únicamente en la importancia que ellos asignan a un conjunto de valores universalmente importantes. Arciniega y González (2000) se refieren a este planteamiento motivacional de los valores como *"...uno de los planteamientos más recientes e interesantes hechos desde de la psicología social al estudio de los valores..., que goza de una aparente validez transcultural"*.

Un supuesto implícito en la discusión de los vínculos afectivos para el sistema de valores es que las personas estarán motivadas a dedicarse a situaciones que les son parecidas a otras situaciones que brindan afectos positivos (o una ausencia de afectos negativos), para estar con las personas quienes favorecen el afecto positivo (o minimizan el afecto negativo) y comportarse de modo que se produzca afecto positivo (o reduzca el afecto negativo). Estas motivaciones podrían entonces producir lo que Schwartz & Bilsky (1987, 1990) describieron como las metas motivacionales subyacentes a las jerarquías de valor (las personas podrían tener preferencias por tipos particulares de emociones).

La tipología de los valores universales planteadas por Schwartz se caracteriza por ser desarrollada en tres momentos distintos. En el primero, se empleó de la Lista de Valores de Rokeach (Schwartz & Bilsky, 1987, 1990), mientras que en el segundo momento Schwartz (1992 y 1994) desarrolla y

utiliza su propia escala de valores, en una propuesta de 10 valores universales. En un tercer momento (Schwartz et al, 2012), se propone un modelo más desagregado de 19 valores universales.

### 1.2.2.1. Primer momento de la tipología de valores de Schwartz

Schwartz & Bilsky (1987, 1990) proponen la existencia teórica de diversos tipos de valores básicos: prosocial, conformidad restrictiva, placer, logro, madurez, auto-dirección, seguridad y poder. Sin embargo, para la evaluación empírica de su teoría sólo incluye a siete de los mencionados. El poder no pudo ser evaluado por Schwartz & Bilsky (1987, 1990) debido a que el instrumento de investigación utilizado para tal fin, la Lista de Valores de Rokeach (1973), carecía de los indicadores apropiados para su medición.

El estudio intercultural realizado por Schwartz & Bilsky (1987 y 1990) en países tales como Alemania, Israel, Australia, Finlandia, Japón, España y Estados Unidos, permitieron dar evidencia empírica sobre la existencia universal de los siete tipos de valores humanos propuestos. La siguiente Tabla muestra las definiciones breves de los siete tipos motivacionales propuestos y confirmados empíricamente por Schwartz & Bilsky (1987, 1990), donde se especifica la meta que persigue cada tipo motivacional.

**Tabla 10. Definición de los 7 valores originales de Schwartz & Bilsky**

<i>Valor</i>	<i>Definición</i>
<i>Prosocial</i>	Protección activa o mejora del bienestar de los otros.
<i>Conformidad restrictiva</i>	Moderación de las acciones e impulsos probables de dañar a los otros y de violar.
<i>Placer</i>	Placer, gratificación sensorial y emocional.
<i>Logro</i>	Éxito personal a través de la competencia demostrada.
<i>Madurez</i>	Apreciación, entendimiento y aceptación de uno mismo, de los otros, y del mundo que le rodea.
<i>Auto-dirección</i>	Independencia de pensamiento y acción – al elegir, crear o explorar.
<i>Seguridad</i>	Seguridad, armonía, y estabilidad de la sociedad, de los grupos con los cuáles se identifica, de sus relaciones sociales, y de uno mismo.

Fuente: Schwartz & Bilsky (1987, 1990)

Además del poder, Schwartz & Bilsky (1990) llegaron a considerar la existencia de otros dos tipos valores como frutos de sus estudios: tradición y estimulación. La meta del primero estaría relacionada con el respeto y compromiso hacia las buenas costumbres e ideas promulgadas por el grupo religioso o cultural al que uno pertenece (este valor surgiría de las necesidades de supervivencia de los grupos). Por otro lado, la meta motivacional del tipo de valor estimulación es la excitación, novedad y desafío (este valor surgiría de una necesidad orgánica por la variedad y estimulación para mantener un óptimo nivel de activación).

#### **1.2.2.2. Segundo momento de la tipología de valores de Schwartz**

El modelo teórico de Schwartz (1992), en la revisión de su teoría original, continua siendo una extensión del modelo propuesto por Rokeach, sin embargo tiene tres diferencias sustanciales que son expresados en la construcción de su cuestionario de valores (SVS):

- Propone una medida que combina intervalos con categorías (generalmente dos valores, uno evaluado como de máxima importancia y otro que es identificado como contrario a los demás valores del entrevistado).
- Se enfatiza en la base motivacional como explicación para la estructura de los valores.
- Sugiere la universalidad de la estructura y del contenido de los tipos motivacionales de los valores.

Según Schwartz (2005<sup>a</sup>), los diez tipos motivacionales de valores propuestos por su teoría corresponden a la gama de valores reconocidos en todas las culturas. Estudios interculturales en 44 países han verificado que las personas discriminan implícitamente entre estos tipos de valores y su importancia (Schwartz, 1992, 1994). En la Tabla 11 se observa las definiciones de cada tipo motivacional de los valores en términos de su meta central y se

enumeran los valores específicos que expresan a las metas de manera primordial.

**Tabla 11. Definiciones de los tipos de valor en términos de sus metas y los valores individuales que los representan, según la segunda tipología de Schwartz**

<i>Tipo</i>	<i>Definición</i>	<b>Valores representativos</b>
Autodirección	Pensamiento y acción independiente (eligiendo, creando, explorando).	Creatividad, libertad, independencia, curiosidad, elección de las propias metas.
Estimulación	Excitación, novedad y desafío en la vida.	Osadía, una vida variada, una vida excitante.
Hedonismo	Placer y gratificación sensorial para uno mismo.	Placer, vida placentera.
Logro	Éxito personal al demostrar competencia de acuerdo a los estándares sociales.	Triunfador, competente, ambicioso, influyente.
Poder	Estatus social y prestigio, control o dominio de las personas o recursos.	Poder social, autoridad, riqueza.
Seguridad	Seguridad, armonía, y estabilidad de la sociedad, de las relaciones sociales y de uno mismo.	Seguridad familia, seguridad nacional, orden social, decencia, reciprocidad en los favores.
Conformidad	Moderación de las acciones, inclinaciones e impulsos probables de disgustar o dañar a otros y de transgredir las expectativas o normas sociales.	Auto-disciplina, obediencia, amabilidad, respeto a los padres y personas mayores.
Tradicición	Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura tradicional o religión brindan.	Aceptar ser parte de la vida, humildad, devoción respeto por la tradición, moderación.
Benevolencia	Preservación y bienestar del bienestar de la gente con quien uno está en frecuente contacto personal.	Amabilidad, honestidad, perdón, lealtad, responsabilidad.
Universalismo	Entendimiento, apreciación, tolerancia, y protección del bienestar de todas personas y del a naturaleza.	Tolerancia, sabiduría, justicia social, equidad, un mundo en paz, un mundo de belleza, unidad con la naturaleza, protección del ambiente.

Fuente: (Schwartz & Sagie, 2000)

Los 10 valores básicos son Seguridad, Conformidad, Tradición, Benevolencia, Universalismo, Autodirección, Estimulación, Hedonismo, Logro y Poder. A continuación se describirá cada uno:

1. **Seguridad:** Según Schwartz (1992), este valor deriva de la necesidad grupal de tener seguridad en el entorno. Algunos valores



de seguridad sirven primordialmente al individuo, otros a los intereses colectivos. Las metas motivacionales para la seguridad son la armonía, la paz y la estabilidad social, de las relaciones y de uno mismo. La serie de ítems que describen este valor son el orden social, la seguridad familiar, la seguridad nacional, la reciprocidad de favores, la transparencia, el sentido de pertenencia y la buena salud.

2. **Conformidad:** Este valor deriva de la necesidad individual de mantener controlados los comportamientos que pueden afectar la interacción social armoniosa y el funcionamiento del grupo. La meta motivacional se basa en las acciones, inclinaciones e impulsos que mantienen el cumplimiento de las normas o expectativas sociales (Schwartz, 1992). La Conformidad incluye la obediencia, la auto-disciplina, el respeto a los padres y las personas mayores.
3. **Tradición:** La meta motivacional de la Tradición es el respeto, el compromiso y la aceptación de las costumbres e ideas culturales y religiosas impuestas. Este valor es descrito como respeto a las tradiciones, humildad, devoción, aceptación del estilo de vida y moderación (Schwartz, 1992).
4. **Benevolencia:** Este valor deriva de la necesidad de mantener relaciones positivas que promuevan el bienestar de los grupos así como la necesidad de afiliación humana. La Benevolencia satisface la meta motivacional de la preservación y el fortalecimiento del bienestar de las personas con quien se frecuenta contacto social. Este valor es normalmente descrito como amistad verdadera, amor maduro, ayuda, lealtad, perdón, honestidad y responsabilidad (Schwartz, 1992).
5. **Universalismo:** La meta motivacional para el Universalismo es la comprensión, la apreciación, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza. Este valor deriva de la necesidad de supervivencia grupal y de la conservación de los recursos naturales. Originalmente, Schwartz & Bilsky (1990) llamaron a este valor "Madurez" y no fue pensado a priori, sino a raíz de su

aparición en siete estudios primarios. Este valor es descrito como apertura mental, justicia social, equidad, paz mundial, unidad con la naturaleza, sabiduría y protección del ambiente.

6. **Autodirección:** La meta motivacional de este valor es la independencia de acción y pensamiento. La autodirección deriva de la necesidad de control y dominio de sí mismo, requisitos esenciales para la autonomía y la independencia. Este valor es descrito como libertad, creatividad, independencia, elección de propias metas, curiosidad y autorespeto.
7. **Estimulación:** Este valor deriva de la necesidad humana por la variedad y la actividad emocional (Schwartz, 1994). Es representado mediante la excitación, la novedad, variedad y cambios en la vida.
8. **Hedonismo:** Este valor deriva de la necesidad del organismo de placer y satisfacción. La meta motivacional es el placer o sentido de auto-gratificación. Antes de 1992, Schwartz llamaba a este valor "Diversión" y es descrito como placer y diversión en la vida.
9. **Logro:** El rendimiento competitivo es un requerimiento para obtener recursos y éxito en la interacción social. Este valor deriva de la necesidad de coordinar la interacción social y la supervivencia del grupo. El Logro incluye la ambición, el éxito, la capacidad y la influencia (Schwartz, 1992).
10. **Poder:** Este valor nace de la necesidad individual por el dominio y control. La meta motivacional del Poder es el apego al estatus social y el prestigio y control o dominio de las demás personas y recursos. Tanto el Poder como el Logro se enfocan en la autoestima, pero el Logro enfatiza en la demostración de competencias en interacciones concretas, mientras que el poder enfatiza en la preservación de posiciones de dominio. Los ítems que describen este valor son la autoridad, la riqueza, el poder social, la preservación de la imagen pública y el reconocimiento social (Schwartz, 1992).

Además de estos 10 valores, Schwartz (1992) también propuso a la Espiritualidad, centrado en la armonía a través de la trascendencia en las actividades diarias. Sin embargo, no encontró evidencia empírica de la universalidad de este concepto.

De acuerdo con Schwartz (2005a), los diez valores básicos tenderían a incluir todos los valores medulares reconocidos en las culturas de todo el mundo. Sin embargo, aunque el modelo de Schwartz es comprensivo, estos indicadores no cubren toda la gama de valores (Koivula, 2008). Estos diez valores abarcarían las distintas categorías encontradas en las primeras teorías de valores, en los cuestionarios de valores de diferentes culturas, y en las discusiones religiosas y filosóficas acerca de los valores. Por lo tanto, es posible clasificar virtualmente todos estos ítems encontrados en las listas de valores específicos de las diferentes culturas, en uno de estos diez valores básicos (Schwartz, 2006).

Aunque la teoría discrimina entre diez valores, esta postula –en un nivel básico- que los valores se organizan en un continuum motivacional (Schwartz, 2012). Este continuum da origen a una estructura circular, donde la cercanía de los valores enfatizan contenidos motivacionales compartidos. Así:

1. El poder y logro: estima y superioridad social.
2. Logro y hedonismo: satisfacción centrada en el yo.
3. Hedonismo y estimulación: Deseo por los placeres y diversidad.
4. Estimulación y autodirección: Interés intrínseco por la novedad y el dominio personal.
5. Autodirección y Universalismo: Empoderamiento de otros y trascendencia de intereses egoístas.
6. Benevolencia y tradición: Devoción a cada integrante del grupo.
7. Benevolencia y conformidad: comportamiento prosocial que promueve relaciones sociales cercanas.
8. Conformidad y tradición: Subordinación del yo a favor de las expectativas sociales impuestas.
9. Tradición y seguridad: Preservación de las normas sociales existentes que dan estabilidad a la vida.

10. Conformidad y seguridad: Protección del orden y la armonía en las relaciones.

11. Seguridad y poder: Evitando las amenazas mediante el control de las relaciones y los recursos.

### **1.2.2.3. Tercer momento de la tipología de valores de Schwartz**

La teoría revisada de los valores individuales elaborado por Schwartz y sus colegas (Schwartz et al, 2012) presenta diecinueve valores que difieren de la teoría original. Distingue entre tres tipos de Universalismo (preocupación, naturaleza, tolerancia), dos tipos de Benevolencia (cuidado, fiabilidad), dos de Auto-dirección (pensamiento, acción), dos de Conformidad (reglas, interpersonales), dos de Poder (dominancia, recursos), y dos de Seguridad (Personal, social). Además, introduce dos nuevos valores básicos, Humildad y Apariencia (Face). Estos valores, más específicos, están encaminados a mejorar el poder predictivo y explicativo de los valores. Sin embargo, hasta ahora sólo se han realizado algunos estudios confirmatorios (Schwartz et al, 2012; Butenko & Schwartz, 2013, Cieciuch, Schwartz & Vecchione, 2013; Cieciuch, Davidof, Vecchione & Schwartz, 2014; Saris, Knoppen & Schwartz, 2013), confirmando el poder explicativo y predictivo de los 19 valores.

Butenko & Schwartz (2013) han encontrado evidencia de la validez discriminante y predictiva de los 19 valores en una muestra de 133 compañeros de habitación universitaria en Rusia. Utilizando el PVQ-R (Portraite Value Questionnaire de 57 ítems, tres por cada valor) encontraron que el Análisis Factorial Confirmatorio para cada uno de los cuatro valores superiores de segundo orden, tuvieron ajustes aceptables (CFI superiores a 0.9, SRMR inferiores a 0.066 y RMSEA inferiores a 0.089), sin embargo tuvieron que eliminar del modelo a cinco ítems. En cuanto a la validez predictiva, encontraron correlaciones significativas entre los 19 valores y los comportamientos correspondientes a cada uno de ellos (El rango de correlaciones iba desde 0.24 para Auto-dirección de pensamiento y Universalismo de pensamiento, hasta 0.66 para Apariencia).

Cabe resaltar que esta nueva propuesta no se basa en data obtenida con nuevos instrumentos. Es la misma data, solo reanalizada agregando nuevos valores y descomponiendo otros. Los 19 valores cubren los componentes sustantivos de los 10 valores originales y mantiene la misma hipótesis del continuum circular.

Schwartz et al (2012) prueba su modelo de 19 valores utilizando el SVS de 57 ítems en 15 muestras de pobladores (2,150) y estudiantes universitarios (3,909) provenientes de 10 países europeos. Mediante el Análisis Factorial Confirmatorio, encuentran un ajuste bueno de los datos para 19 factores, pero después de eliminar 9 ítems ( $X^2=5,527.24$ ,  $gl=908$ ;  $CFI=0.915$ ,  $SRMR=0.036$ ;  $RMSEA=0.04$ ), comparado con el ajuste para 10 factores ( $X^2=7,195.7$ ,  $gl=1019$ ;  $CFI=0.886$ ,  $SRMR=0.046$ ;  $RMSEA=0.043$ ). Mediante el Escalamiento Multidimensional confirma el continuum circular de los valores y obtiene ahora coeficientes de fiabilidad más altos.

**Tabla 12. Definiciones de los tipos de valor en términos de componentes – Modelo de 19 valores**

<b>Valor</b>	<b>Definición</b>	<b>Componentes (nuevos valores)</b>
Autodirección	Pensamiento y acción independiente (eligiendo, creando, explorando)	Autonomía de pensamiento Autonomía de acción
Estimulación	Excitación, novedad y desafío en la vida	Excitación Novedad
Hedonismo	Placer y gratificación sensorial para uno mismo	Placer
Logro	Éxito personal al demostrar competencia de acuerdo a los estándares sociales	Éxito personal Demostrando competencia
Poder	Estatus social y prestigio, control o dominios de las personas o recursos	Dominio sobre los demás Control de recursos materiales Face: Estatus y prestigio
Seguridad	Seguridad, armonía, y estabilidad de la sociedad, de las relaciones sociales y de uno mismo.	Seguridad social Seguridad personal
Conformidad	Moderación de las acciones, inclinaciones e impulsos probables de disgustar o dañar a otros y de transgredir las expectativas o normas sociales	Interpersonal (evitando molestar a los demás) Social (aceptación de normas sociales)
Tradición	Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la	Tradición

	cultura tradicional o religión brindan	
Benevolencia	Preservación y bienestar de la gente con quien uno está en frecuente contacto personal.	Cuidado y preservación de los miembros del grupo
Universalismo	Entendimiento, apreciación, tolerancia, y protección del bienestar de todas personas y del a naturaleza.	Tolerancia Preocupación social Protegiendo la naturaleza

Fuente: (Schwartz et al, 2012)

La motivación para descomponer los valores de 10 a 19 es metodológica. Diversos investigadores han encontrado problemas de medición, en particular, multicolinealidad entre valores adyacentes, baja consistencia interna de algunos ítems, cargas cruzadas de ítems sobre múltiples factores (Ej. Davidov et al., 2008; Knoppen & Saris, 2009). La teoría refinada de los 19 valores es un intento por reducir o eliminar esos problemas. En efecto, los problemas de medición de la teoría de Schwartz derivan de la misma fuente: la suposición de que los valores forman un continuo motivacional circular (Schwartz et al, 2012). Este enfoque multifacético y de valores relacionados hace que los ítems no tengan límites precisos entre los valores, y carguen de forma compartida en más de un valor, produciendo multicolinealidad. Además, al medir diversos aspectos, cada valor es multidimensional, disminuyendo los coeficientes de consistencia interna.

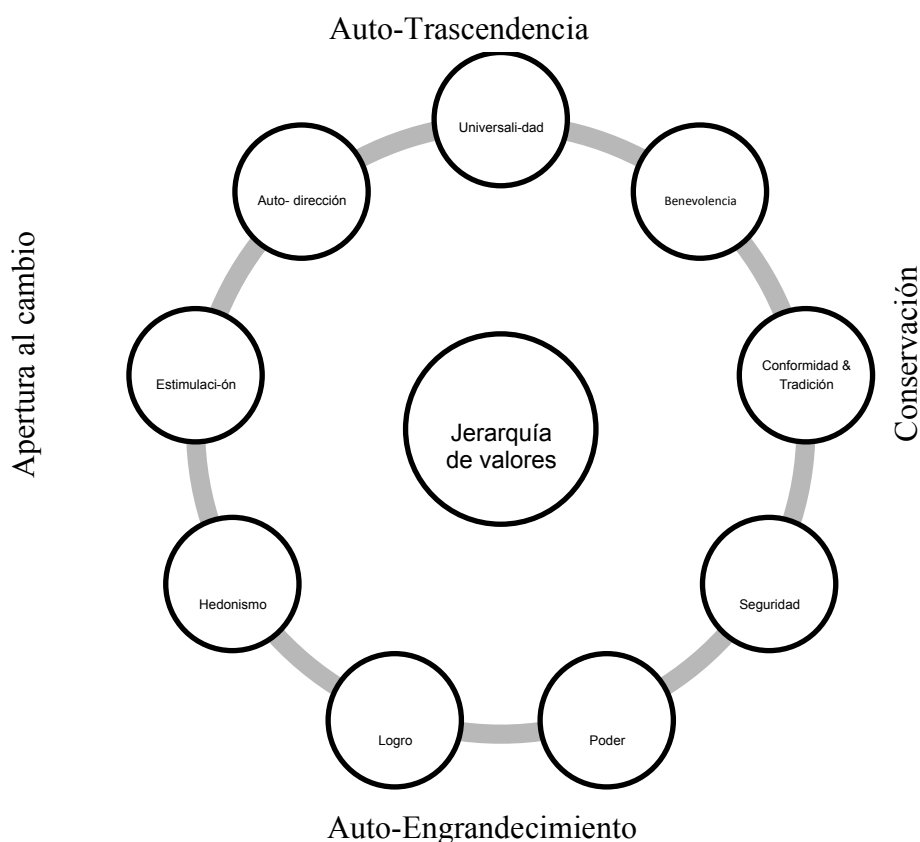
Así, al incrementar el número de valores, se puede definir con más precisión cada dimensión del valor, teniendo ítems más homogéneos, incrementando las correlaciones entre ellos y aumentando la consistencia interna y reduciendo la carga factorial compartida y la multicolinealidad (Schwartz et al, 2012).

### 1.2.3. Relaciones entre los tipos de valor

El planteamiento de la estructura de relaciones entre los valores es un aspecto clave de la teoría de valores de Schwartz (Bardi & Schwartz, 2003). De acuerdo al modelo de Schwartz (2005a), las acciones a las cuáles están dirigidos los valores tienen consecuencias psicológicas, prácticas y sociales

que podrían crear conflicto o podrían ser congruentes con otros valores. Por ejemplo, los valores de logro podrían ir contra los valores de benevolencia; mientras que los valores de logro podrían ser compatibles con los valores de poder. En otro ejemplo, la búsqueda de novedad y cambio (valores de estimulación) probablemente menoscaben la preservación de las buenas costumbres vigentes (valores de tradición). En contraste, los valores de tradición son congruentes con los valores de conformidad, pues ambos motivan las acciones de sumisión hacia las expectativas externas.

Schwartz (2005<sup>a</sup>, 2012) propone un esquema circular concéntrico (que se muestra en la Figura 1) el cual representa las posibles relaciones de los conflictos y congruencias entre los valores. El diseño circular de los valores representa un continuo motivacional. Entre más cercanos se encuentren dos valores alrededor del círculo, más similares son sus motivaciones subyacentes. Mientras que entre más distantes se encuentren dos valores, es mayor el antagonismo entre sus motivaciones subyacentes.

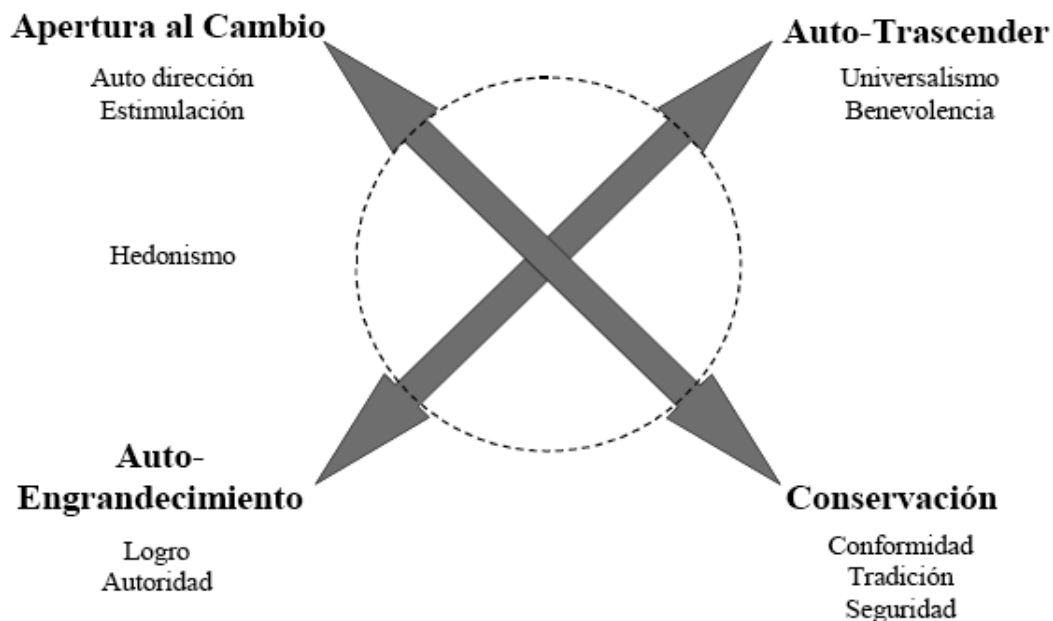


**Figura 1. Modelo teórico de la relación entre los diez valores de tipo motivacional**  
 Fuente: Schwartz, 2005<sup>a</sup>, 2012.

La estructura no es sólo una clasificación en diez tipos, es también una propuesta teórica que establece que los diez valores descritos se agrupan teniendo a los lados a valores que son compatibles y en posición opuesta a valores que son incompatibles o contrarios, es decir aquellos que representan una contradicción de objetivos y que por tanto generarían un conflicto en el individuo.

Schwartz (1992, 2005a) sugiere que dos dimensiones motivacionales estructuran el sistema de valores. Estos son señalados en términos de conflictos, y las dos dimensiones pueden ser entendidas en términos de dos problemas humanos fundamentales que necesitan ser resueltos (Rohan, 1998). Una primera de estas dimensiones, denominada Apertura al cambio – Conservación (*openness to change - conservation*), se relaciona a los conflictos entre estar motivado “a seguir sus propios intereses intelectuales y emocionales en direcciones impredecibles e inciertas” o “preservar el estatus quo y la seguridad que brinda en la relación con las personas cercanas, las instituciones, y las tradiciones” (Schwartz, 1992, p.43). La segunda dimensión, denominada Auto-desarrollo – Auto-trascendencia (*Self-enhancement versus Self-transcendence*), se relaciona a los conflictos entre preocuparse por las consecuencias que tendrían las acciones de uno mismo y de los otros en la situación de uno mismo y preocuparse por las consecuencias de uno mismo o de los otros pero para el contexto social. Un apoyo indirecto para esta postura fue brindada por De St.Aubin (1996), quien halló que las personas que eran altamente humanistas tuvieron más probabilidad de informar jerarquías altas en los valores de Benevolencia y Universalidad (Rohan, 2000).





**Figura 2. Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la Teoría Universal de Schwartz (1992)**

Fuente: Schwartz (1992). Elaboración propia.

La evidencia para este esquema teórico señala que todas las motivaciones subyacentes podrían constituir un principio universal que organiza los sistemas de valores. Además, las personas podrían diferir sustancialmente según la importancia que brindan a los valores comprendidos en los diez valores básicos propuestos por Schwartz (1992,1994). Este esquema motivacional integrado de las relaciones entre los valores hace posible el estudio de cómo todos los sistemas de valores, más que los valores particulares, se relacionan con otras variables.

La idea crítica del modelo es que los diez valores propuestos por Schwartz (2005a) forman una estructura circular de valores motivacionalmente opuestos y compatibles. Este esquema proviene de la experiencia de conflictos de las personas cuando actúan conforme a sus valores.

El esquema de valores de Schwartz tiene dos consecuencias para la relación de valores: 1) Los valores que son adyacentes en el esquema (por ejemplo, el poder y logro) deberían tener igual asociación con otras variables. 2) La asociación de valores con otras variables debería disminuir

monotónicamente en ambas direcciones alrededor del círculo desde el valor más positivamente asociado hacia el más negativamente asociado.

De esta manera, el orden de asociación para todo el conjunto de los diez valores sigue un patrón predecible. Específicamente, si un rasgo, actitud o comportamiento se relaciona más positivamente con uno de los valores y más negativamente con otro, el patrón esperado de asociación con todos los otros valores sigue el esquema circular del valor. Esta visión de los sistemas de valores como estructuras integradas lo hace más fácil para generación de hipótesis sistemáticas y coherentes que relacionan todo el esquema de la jerarquía de valores con otras variables. También hace más fácil interpretar la relación observada de las agrupaciones valores y otras variables.

#### **1.2.4. Medición de la jerarquía y estructura de los tipos de valores**

##### **1.2.4.1. Cuestionario de Valores de Schwartz (SVS)**

Shwartz & Bilsky (1990) diseñaron un instrumento de investigación que muestra sistemáticamente los diferentes tipos de valores contenidos en su definición. Este instrumento, a diferencia de la Lista de Valores de Rokeach que implica dar jerarquía a los valores, requiere que los evaluados estimen la importancia atribuida a determinados valores. Esta modificación permite que los evaluados expresen su oposición a los valores. Asimismo, este nuevo instrumento permitió que otros investigadores puedan agregar al cuestionario otros valores en los cuáles se desea estudiar su unidad cultural o su relación con otros tipos de valores. La adición de tales valores por los investigadores con diferentes perspectivas incrementaría la posibilidad de obtener tipos de valores culturales específicos o universales.

El Cuestionario de Valores desarrollado por Schwartz (*Schwartz Value Survey*, SVS, 1990, 1992, 2006a) consta de 56 o 57 ítems divididos en dos dimensiones generales: 30 ítems terminales, presentados en forma de sustantivos, y 26 o 27 ítems instrumentales, en la forma de adjetivos. Cada

ítem expresa un aspecto de las metas motivacionales de un valor así como una frase explicativa en paréntesis que permite especificar su significado (ver Anexo 1).

Existe una versión castellana del cuestionario de valores de Schwartz, con valores de fiabilidad y validez demostradas en varias investigaciones (Gouveia, Clemente y Vidal, 1998; Ros y Grad, 1991; Schwartz, 1992). La versión española del SVS, contiene 57 ítems en los que al individuo se le pide que pondere en una escala de -1 (opuesto a mis valores) a 7 (de suprema importancia), la importancia que asigna a cada uno de estos valores como principios guía en su vida. Los 57 ítems operacionalizan las diez tipologías de valor propuestas por la teoría de Schwartz. Este cuestionario es actualmente el más ampliamente utilizado por los psicólogos sociales y transculturales en su estudio de las diferencias de valores (Schwartz, 2012).

Por otro lado, existe considerable evidencia que la organización de los valores evaluados por el SVS también fue encontrada con otros instrumentos de evaluación de valores desarrollados bajo la misma teoría (Bilsky & Koch, 2000). Así recientemente, el “*Portraits Value Questionnaire*” - PVQ, brindó mayor apoyo a la estructura de valores propuesta por Schwartz (Schwartz, Lehmann, Melech, Burgess, Harris & Owens, 1998). Asimismo, existe una evidencia indirecta de que aún la información obtenida por el estudio de valores de Allport & Vernon (1931) tiene gran semejanza a lo postulado por esta teoría (Bilsky & Schwartz, 1994). Sin embargo, para validar mucho más la propuesta de la estructura de los valores universales, es deseable estudios adicionales utilizando una mayor variedad de instrumentos y en contextos nunca antes estudiados, principalmente de países de bajos ingresos (Schwartz et al, 2012).

#### **1.2.4.2. El Perfil de Valores de Schwartz - PVQ**

En la búsqueda del criterio de validación del SVS, Schwartz et al (1997) perseguían dos objetivos: llegar a un método diferente de medir valores en cuanto al formato y a la forma de emisión de un juicio independiente y aportar

una estructura teórica en línea con la estructura de las relaciones entre los valores del SVS. Por otra parte, también buscaban un instrumento más concreto y menos complejo desde el punto de vista cognitivo, esto condujo al diseño del Perfil de Valores de Schwartz – PVQ (*Portrait Values Questionnaire*, Schwartz et al, 2001, 2003).

El Perfil de Valores de Schwartz (PVQ) es un cuestionario desarrollado para medir los 10 valores básicos en muestras de niños de 11-14 años, de los ancianos, y de las personas sin instrucción en las escuelas occidentales que enfatizan la abstracción, el pensar libre de contexto. Igualmente importante, para medir si la teoría de valores es un instrumento válido independiente de los métodos requeridos del SVS.

El PVQ consta de una versión masculina y femenina, actualmente disponible en hebreo, inglés, portugués y español, contiene 40 ítems con 6 opciones de respuesta tipo Likert que evalúan el juicio de similitud del encuestado con otras personas, por eso es más concreta y requiere menos nivel de instrucción que el SVS (Peiró & Palencia, 2009).

En efecto, el PVQ comprende retratos verbales cortos de 40 personajes diferentes, emparejado en género con el respondiente (Schwartz, 2005b, 2012; Schwartz, et al. 2001). Cada retrato describe las metas, aspiraciones, o deseos de una persona que señala implícitamente la importancia de un valor. Por ejemplo, *“Alguien para quien es importante ser rico. Que desea tener mucho dinero y cosas caras”* describe una persona para la que son importantes los valores relacionados con el poder. Quedan así descritos valores a través de los objetivos que persigue en lugar de hablar de rasgos o conductas. Asimismo, en este cuestionario se pide a las personas que muestren el nivel de agrado o identificación con cada uno de los perfiles, comparando el personaje consigo mismo en lugar de compararse ellos con el perfil. Así se consigue que los sujetos se centren en los valores definidos de forma más general (Schwartz, 2012).

El número de retratos para cada valor de tres (estimulación, hedonismo, y poder) hasta seis (universalismo), reflejándose la amplitud de los valores. La puntuación para la importancia de cada valor es la estimación promedio

brindada a estos ítems, todos los cuales fueron designados *a priori* como indicadores de un valor. Todos estos ítems han demostrado equivalencia cercana de significado a través de las culturas en los análisis de escalamiento multidimensional (Schwartz, 2005b).

Las principales diferencias entre el PVQ y la SVS respecto a la medición de las diferentes prioridades de Valores son: a) El PVQ evalúa indirectamente. B) El PVQ provoca juicios de semejanza entre otros y uno mismo. C) En el caso del PVQ los estímulos son personas, sus objetivos, sus deseos. Dichos estímulos son más concretos que en el SVS. D) El PVQ pide directamente un juicio de valor en lugar de obligar a traducir el juicio en cifra. E) El tiempo medio de respuesta es de diez minutos.

La versión original presenta confiabilidad por consistencia interna bajos: Poder (0,50), Seguridad (0,64), Conformidad (0,48), Tradición (0,37), Benevolencia (0,61), Universalismo (0,57), Autodirección (0,53), Hedonismo (0,78), Estimulación (0,76) y Logro (0,52). La baja fiabilidad de Tradición usando el PVQ se ha reproducido en otros estudios (Schwartz et al, 2001), llegando a valores Alfa de Cronbach de 0.39 en seis países europeos. En Suecia, el valor Alfa era de 0.23, en Finlandia era de 0.33 y en Reino Unido era de 0.31 (Schwartz, 2003)

Respecto a la confirmación empírica del modelo circunplejo de los tipos de valores que también sería propuesto para el PVQ, Linz, Brähler, Schmidt & Albani (2005) examinaron su estructura dimensional utilizando una muestra representativa de la población alemana (N= 1,896). Para ello se valió de tres procedimientos de análisis: escalamiento multidimensional, análisis factorial con rotación Varimax, y el análisis factorial con valores ipsativos (valores de puntuaciones forzadas, eliminando el punto medio). Además, se calculó las correlaciones categóricas entre las distancias circulares teóricamente asumidas y la información empírica. Estos análisis confirmaron que las diez dimensiones del PVQ pueden ser representadas en un plano bidimensional. Sin embargo, las técnicas estadísticas elegidas generaron diferentes arreglos de los 10 valores en el plano. Asimismo, todos los métodos estadísticos fracasaron en confirmar la estructura circunpleja propuesta por Schwartz. Sin

embargo, dimensiones de alta jerarquía que condensan las 10 dimensiones pudieron ser obtenidas de la aplicación del PVQ.

En cuanto a la actual importancia del PVQ, los diseñadores del Cuestionario Social Europeo - CSE (*European Social Survey*) eligieron el PVQ como base para desarrollar una escala de valores para incluir en su cuestionario. La versión del CSE incluye 21 ítems del PVQ, unos cuantos fueron revisados para permitir cubrir los contenidos de los diez diferentes tipos de valores básicos. Aunque la confiabilidad de la medida se ha visto comprometida por la reducción de la cantidad de ítems, el PVQ-21 ha demostrado razonables coeficientes de fiabilidad y validez predictiva, equivalentes entre diversas culturas (Davidov, Schmidt, & Schwartz, 2008; Schwartz, 2006, Schwartz, 2012). Aunque otros autores (Verkasalo et al, 2009) encuentran valores bajos de Alfa de Cronbach para los diez valores, variando entre 0.20 a 0.41, a pesar de encontrar soporte empírico para las dos dimensiones de segundo orden.

En Brasil, el PVQ fue adaptado por Pasquali & Alves (2004), Tamayo & Porto (2009), Almeida & Sobral (2009), reportando que valores de fiabilidad y validez aceptables, aunque con el solapamiento de algunos valores, con una estructura distinta a la teórica.

**Tabla 13. Definiciones de los tipos de valor y los ítems de medición en el PVQ**

<i>Valor y objetivo central</i>	<i>Ítems que mide cada valor</i>
AUTODIRECCIÓN Pensamiento y acción independiente (eligiendo, creando, explorando).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pensar nuevas ideas y ser creativo es muy importante para él. A él le gusta hacer las cosas a su manera.</li> <li>- Es importante para él tomar sus propias decisiones sobre qué hacer. Le gusta ser libre y no depender de otros.</li> </ul>
ESTIMULACIÓN Excitación, novedad y desafío en la vida.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A él le gustan las sorpresas y siempre está buscando cosas nuevas para hacer. Piensa que es importante hacer diferentes cosas en la vida.</li> <li>- Él busca aventuras y le gusta tomar riesgos en la vida. Él desea tener una vida excitante.</li> </ul>
HEDONISMO Placer y gratificación sensorial para uno mismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Él busca aprovechar cada oportunidad para divertirse. Es importante para él hacer las cosas que le dan placer.</li> <li>- Pasar un buen rato es importante para él. A él le gusta engreirse a sí mismo.</li> </ul>
LOGRO Éxito personal al demostrar competencia de acuerdo a los estándares sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante para él mostrar sus habilidades. Él busca que la gente lo admire por lo que hace.</li> <li>- Ser muy exitoso es importante para él. Él espera que la gente reconozca sus logros.</li> </ul>

<p><b>PODER</b> Estatus social y prestigio, control o dominios de las personas o recursos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es muy importante para él ser rico. Él busca tener mucho dinero y cosas caras.</li> <li>- Es importante para él ganar el respeto de los otros. Él desea que la gente haga lo que él dice.</li> </ul>
<p><b>SEGURIDAD</b> Seguridad, armonía, y estabilidad de la sociedad, de las relaciones sociales y de uno mismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante para él vivir en un vecindario seguro. Él evita cualquier cosa que pueda poner en peligro su seguridad.</li> <li>- Es importante para él que el gobierno garantice su seguridad contra toda amenaza. Él desea que el Estado sea fuerte para defender a sus ciudadanos.</li> </ul>
<p><b>CONFORMIDAD</b> Moderación de las acciones, inclinaciones e impulsos probables de disgustar o dañar a otros y de transgredir las expectativas o normas sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante para él siempre actuar correctamente. Él busca evitar hacer cosas que la gente le diga que está mal.</li> <li>- Él cree que la gente debería hacer lo que les ordenan. Él piensa que la gente debería seguir las reglas todo el tiempo, incluso cuando no es observada.</li> </ul>
<p><b>TRADICIÓN</b> Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura tradicional o religión brindan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante para él ser humilde y modesto. Él trata de no llamar la atención.</li> <li>- Las tradiciones son importantes para él. Trata de seguir las normas establecidas por su religión o su familia.</li> </ul>
<p><b>BENEVOLENCIA</b> Preservación y bienestar del bienestar de la gente con quien uno está en frecuente contacto personal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es muy importante para él ayudar a las personas de su alrededor. Él desea cuidar del bienestar ajeno.</li> <li>- Es importante para él ser leal a sus compañeros. Desea dedicarse a las personas cercanas a él.</li> </ul>
<p><b>UNIVERSALISMO</b> Entendimiento, apreciación, tolerancia, y protección del bienestar de todas personas y del a naturaleza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Él piensa que es importante que cada persona en el mundo debe ser tratado con justicia e igualdad. Él cree que cada persona debería tener iguales oportunidades en la vida.</li> <li>- Es importante para él escuchar a las personas diferentes. Incluso cuando está en desacuerdo con ellos, trata de entenderlos.</li> <li>- Él cree fuertemente que la gente debe cuidar de la naturaleza. Cuidar del medio ambiente es importante para él.</li> </ul>

Fuente: Operacionalización de los 10 valores básicos en la Encuesta Social Europea

Los estudios que han usado el Análisis Factorial Confirmatorio sobre los datos de la Encuesta Social Europea obtenidos con el PVQ, no han corroborado del todo la teoría de los valores de Schwartz (Davidov et al, 2008). Se ha encontrado correlaciones muy altas entre tres pares de valores (universalismo y benevolencia, conformidad y tradición, y poder con logro), llegando a proponerse la unión entre esos valores en vez de medirlos por separado (Beierlein, Davidov, Schmidt, Schwartz, & Rammstedt, 2012).

Knoppen & Saris (2009) utilizando Ecuaciones Estructurales investigan las características del PVQ en dos muestras de estudiantes alemanes. Encuentran que algunos ítems no discriminan entre valores, teniendo pesos factoriales compartidos con otros valores (Ej. Poder con logro). Por otro lado,

Beirlein et al (2012) encontraron los mismos problemas de ajuste en la estructura teórica del PVQ en muestras alemanas poblacionales, llegando a proponer –al igual que Knoppen & Saris- que cada valor debería medirse en sub-dimensiones cada uno. Posteriormente, Lilleoja & Saris (2012), confirman los resultados en dos muestras de Estonia (n=776) y Rusia (n=464), encontrando mejores ajustes para una solución de 19 factores que de 10. Es de resaltar que estos estudios sirvieron de evidencia para que Schwartz y colaboradores (2012) refinan su teoría ampliando a 19 valores personales, que no es más que el desgloce de cada valor en sus subdimensiones (ver 1.2.2.3).

Debido a que el SVS y el PVQ miden virtualmente lo mismo, se han realizado algunos estudios para confirmar la validez convergente. Utilizando un diseño multimétodo-multirasgo en una muestra israelí, Schwartz analizó la validez convergente y discriminante de ambos instrumentos, encontrando que las correlaciones entre los valores son significativas y altas en todos los valores (Schwartz, Gila, Lehmann, Burgess, Harris & Owen, 2001).

#### **1.2.4.3. La Escala de Valores basada en pinturas PBVS-C**

El Picture-Based Value Survey for Children (PBVS-C) fue desarrollado sobre la base de la teoría de los valores universales de Schwartz, por Doring et al (2010). Esta escala se basa en 20 ítems gráficos (stickers) de una situación que está complementada por una breve descripción. Las descripciones han sido planteadas por niños en sus propias palabras. Cada valor básico está representado en dos ítems gráficos. Los niños responden la prueba pegando cada sticker en una hoja de respuestas ordenadas según un ranking de cinco alternativas que va desde “muy importante” hasta “nada importante” en mi vida.

El PBVS-C fue validado en diferentes muestras de niños alemanes (Doring et al, 2010) y adaptado a otros países como Brasil (Bilsky et al, 2013) o Polonia (Cieciuch et al, 2012). Utilizando el Escalamiento Multidimensional en dos muestras de niños alemanes de 8 a 12 años (n=267 y n=421), Doring et al (2010) confirma la estructura circunpleja de los valores según la teoría de Schwartz. En Polonia, Cieciuch et al (2012) en una muestra de 910 niños de 8



a 12 años, encuentran resultados semejantes utilizando el EMD Confirmatorio débil. Para explorar diferencias en el desarrollo, los autores realizaron análisis comparativos en tres grupos de edad (de 6 a 9, de 10 a 11 y de 12 a 14). En cada grupo encontraron la estructura base circular de la teoría de los valores.

En Brasil, Bilsky et al (2013) analizó la validez del PBVS-C utilizando el EMD confirmatorio débil y EMD confirmatorio fuerte, en 182 niños entre 6 y 12 años. Encontraron que la estructura circular del instrumento se corresponde con la teoría, pero con ajustes solo aceptables (Stress 1 = 0.254 para el EMD débil y Stress 1 = 0.282 para el EMD fuerte).

### **1.2.5. Comprobación empírica del modelo de Schwartz**

En grandes rasgos, la teoría de los valores de Schwartz, tiene algunas características: a) universalidad, b) circularidad, c) multidimensionalidad.

1. La universalidad de los valores. Schwartz asume que son 10 valores los que predominan en todas las culturas, y que estos valores se relacionan de la misma forma interculturalmente.
2. Las relaciones entre los 10 valores universales. Los 10 valores de Schwartz se agrupan en un espacio circular donde los polos opuestos son antagónicos y, los anexos, semejantes. Estos 10 valores se agrupan en 4 grandes áreas.
3. La teoría propuesta por Schwartz ha sido confirmada en más de 83 países, donde se ha utilizado el EMDs no métrico o el Análisis Factorial Confirmatorio para determinar la composición de las escalas. En cuanto a la fiabilidad, se ha detectado bajos niveles de consistencia interna.

#### **1.2.5.1. La universalidad de los valores**

En cuanto a la universalidad de los valores, este es un supuesto fundamental de la teoría de Schwartz, quien asume que la teoría de los valores se aplica a todas las poblaciones del mundo (Schwartz, 2012). En estudios

transnacionales y transculturales, es esencial que la medición del constructo sea invariante, significando que los puntajes deben tener una interpretación independiente de la cultura y el lenguaje. Si la invarianza del constructo entre diversos países no es probada, las comparaciones serían problemáticas (Davidov, Schmidt & Schwartz, 2008). Existen 3 niveles de invarianza (Huisman & Schuur, 2009):

- El nivel más bajo de invarianza, denominado “varianza configural”, donde el constructo debe tener el mismo significado en diferentes grupos. La configuración multidimensional de los constructos deben ser la misma en diferentes grupos.
- El siguiente nivel, la invarianza métrica, requiere que se demuestre que la localización de los constructos sea exactamente la misma en todos los grupos.
- La invarianza escalar requiere que la interpretación de los números sea idéntica en diferentes grupos. Las diferencias de promedios entre países no son comparables si la invarianza escalar no está probada.

En sus investigaciones, Schwartz muestra con el SSA que la invarianza configural (nivel 1) para su estructura de valores se reproduce en al menos 67 países. Pero la invarianza métrica (nivel 2), donde las configuraciones deben ser exactamente las mismas, es problemática. La estructura varía en cierto grado en diferentes muestras.

Davidov et al (2008), usando modelos estructurales lineales, concluyen que la invarianza métrica puede ser asumida pero que un modelo que no la asume es más económico y eficiente. La invarianza escalar para los valores (nivel 3) es extremadamente problemática. No es posible calcular índices comparables directamente de los datos. Según Schwartz (2007) los datos deben ser corregidos para realizar recién comparaciones entre grupos. Davidov, Schmidt & Schwartz (2008) sostienen que a pesar que la invarianza escalar pueda ser asumida, no debería usarse puntajes de escala directamente de las variables observadas, porque entonces sería imposible controlar los errores. Sus consejos conducen a cálculos para puntuaciones individuales (ver

Anexo 6 para el cálculo del MRAT). Aunque hay aproximaciones recientes que intentan probar la invarianza escalar (Huismans & Schuur, 2009).

### **1.2.5.2. La relación circular de los valores**

El modelo circumplex fue introducido por Guttman (1954) quién lo describe como un sistema de varianza que tiene una ley de orden circular. Según Guttman, en un sistema circumplex, las variables deberían ser igualmente complejas (en rango o medida) pero diferentes entre sí según el tipo de contenido que los define. Este modelo debe cumplir tres supuestos:

1. Diferencias entre variables pueden ser reducidas a diferencias en dos dimensiones (el círculo como mínima representación).
2. Todas las variables tienen iguales proyecciones (propiedad de radio constante).
3. Las variables discretas son uniformemente distribuidas a lo largo de la circunferencia del círculo (propiedad de espacio equivalente).

Los tres supuestos deben ser confirmados en una estructura circumplex. Cuando las variables están uniformemente distribuidas a lo largo de la circunferencia del círculo, el modelo es conocido como circulante; y cuando no tiene distribución uniforme es conocido como cuasi-circumplex (Guttman, 1954). Schwartz y Boehnke (2004) mencionan que la Escala de Valores de Schwartz (SVS) no asume que los valores están espaciados equitativamente en un modelo circulante o inequitativamente en un modelo cuasi-circumplex. Schwartz (1994) explica que el número de ítems usados para operacionalizar cada tipo de valor depende de la dispersión de cada motivo y el valor expresado en ese motivo (Ej. 8 ítems para universalismo, pero solo 2 ítems para hedonismo), lo cual implica espaciado no equivalente.

Casi todas las pruebas de la estructura circumplex del SVS están basados en el escalamiento multidimensional (MDS), salvo el mismo Schwartz & Boehnke (2004), quienes han usado algunos métodos derivados.

El modelo circumplex de los valores nace con el estudio de Schwartz & Bilsky (1987, 1990) cuando analizaron 36 ítems basados en la escala de

Rokeach (1973). Posteriormente, para incrementar la fiabilidad de las escalas, se aumentó la cantidad de ítem a 56 o 57. El SVS es también probado usando el *Portrait Value Questionnaire* (PVQ) que es cognitivamente menos complejo que el SVS y tiene menos ítems (Schwartz et al, 2001). Aparte del PVQ existe una versión breve del SVS propuesta y evaluada por Lindeman & Verkasalo (2005).

En una serie de estudios multinacionales usando MDS exploratorio, Schwartz y colegas establecen la validez de contenido de los diez valores y su naturaleza circular (Bilsky & Schwartz, 1994; Prince-Gibson & Schwartz, 1998; Ros, Schwartz, & Surkiss, 1999; Schwartz, 1992, 1994; Schwartz & Bilsky, 1987, 1990; Schwartz & Sagiv, 1995; Schwartz et al., 2001; Smith & Schwartz, 1997; Struch, Schwartz, & van der Kloot, 2002). Otros autores también han encontrado evidencia que apoya la propuesta de Schwartz, usando el MDS (Aavik & Allik, 2002; Bilsky & Koch, 2002; Burroughs & Rindfleisch, 2002; Grunert & Beckmann, 1999; Grunert & Juhl, 1995; Kozan & Ergin, 1999; Lindeman & Verkasalo, 2005).

En efecto, diversos estudios han evaluado la teoría con data proveniente de cientos de muestras de 82 países alrededor del mundo, usando tanto el SVS como el PVQ. Estas muestras han incluido diversas áreas geográficas, culturales, lingüísticas, religiosas, grupos de edad, sexo y grupos ocupacionales, así como muestras representativas de 37 países (Bilsky, Janik & Schwartz, 2011; Davidov et al, 2008; Schwartz, 2006). En estos análisis, la relación opuesta entre la Auto-trascendencia y el Auto-engrandecimiento, así como la relación opuesta entre los valores de Conservación con los de Apertura al cambio, están universalmente presentes. Sin embargo, la discriminación entre los 10 valores personales solamente ocurre en el 90% de las muestras. En el 10% restante, los valores no identificados tienden a correlacionarse con los valores adyacentes al continuum circular que plantea la teoría (Schwartz, 2012).

### **1.2.5.3. En cuanto a la fiabilidad**

Schwartz (2001, 2012) advierte que difícilmente las dimensiones podrán tener valores Alfa elevado, dado que las escalas buscan cubrir el espectro total de significados y dimensiones de los valores. Además, dado el número reducido de ítems de cada valor, los valores Alfa suelen ser bajos. Por eso Schwartz (2001, 2003) recomienda que el Alfa no sea considerado una medida fiel de la fiabilidad de la escala para cada valor, sino que el análisis debe ser considerando las 4 dimensiones valorativas que componen los dos ejes superiores.

Schwartz (2005b, p.62) ha indicado que, sobre la base de análisis empíricos de la escala, tanto en el SVS como en PVQ, los valores de tradición y autodeterminación tienen baja confiabilidad. El autor justifica el hecho que esos valores incluyen, cada uno, componentes muy diversos. En efecto, en América del Sur, Delfino & Muratori (2011) para Argentina y Peiró & Palencia (2009) en Venezuela encuentran bajos niveles de fiabilidad para la escala de Tradición (0.48 y 0.56 respectivamente).

### **1.2.5.4. Confirmación empírica de la estructura circunpleja de los valores**

Según Fabrigar et al (1997) y Tracey (2000), las últimas décadas han sido de un flujo constante de estudios que proponen a la estructura circular como el mejor modo de representar la personalidad y los afectos. Así, las variables de la personalidad y los afectos se ubicarían sobre el contorno de un círculo, y el grado de asociación entre las variables disminuye cuando la distancia entre las variables sobre el círculo se incrementa. Esta misma estructura circunpleja ha sido propuesta para los tipos de valores personales (Rohan, 2000; Schwartz, 1992, 2012).

Para la confirmación del modelo circunplejo de los 10 tipos motivacionales de valores reconocidos por su teoría, Schwartz (1992) empleó el Análisis del Espacio Menor (*Weighted Smallest Space Análisis*, un módulo

del HUDAP – Hebrew University Data Analysis Package). Esta técnica permite mapear simultáneamente las relaciones entre todos los ítems de valores en un espacio bidimensional. Mientras más positiva es la correlación, mayor cercanía de los valores en el mapa. Si el modelo teórico es correcto, la estructura circular debería evidenciarse en dicho mapa. Al respecto, esta estructura circular fue culturalmente replicada en diversas muestras de varios países. Schwartz reporta análisis independientes llevados a cabo en más de 60 culturas, donde se replican y confirman la discriminación de los 10 valores postulados y su estructura (Schwartz, 1992, 1994; Schwartz y Sagiv, 1995).

No obstante las evidencias empíricas obtenidas por este modelo circunplejo de los tipos de valores, también han sido objeto de críticas (Gouveia, 1998). Una de las principales limitaciones atribuidas a dicha evidencia ha sido el procedimiento estadístico empleado para la corroboración del modelo, el Análisis del Espacio Menor, fundamentado en el escalamiento multidimensional. Así, tal como lo señalan Gouveia, Martínez, Maja & Lemos (2001), cuando se utiliza el método de análisis factorial para el análisis de datos, se obtiene una estructura más compleja (Ej. Gendre & Dupont, 1992; Karp, 1996) que la referida por Schwartz. Tamayo reconoce esta probabilidad y propone utilizar análisis estadísticos alternativos para disminuir las dudas al respecto.

Por otro lado, Gouveia et al (2001) sostienen que si bien el Análisis del Espacio Menor sitúa a los valores en el espacio multidimensional, no brinda indicadores estadísticos significativos sobre la orientación y localización precisa de los ejes que ordenan los diversos grupos de valores (tipos de valores). De esta forma, en el momento de trazar los ejes el investigador puede seguir el camino, dentro de los límites ya definidos por el Análisis de Espacios Mínimos, más favorables para la verificación de su teoría.

Este riesgo de indeterminación estadística del Análisis del Espacio Menor también fue considerado por Tamayo (1997). Para este autor, los indicadores más comunes de bondad de ajuste de esta técnica estadística, la correlación cuadrática (**RSQ**) y el **S-Stress**, se refieren a la dimensionalidad del espacio donde serán representadas las distancias (correlaciones) entre los

ítems y los valores. En este sentido, definida la representación espacial, el investigador puede trazar una línea o diseñar una figura que reúna los ítems que supuestamente pertenecen al factor teorizado, existiendo por tanto poca probabilidad de que su modelo sea refutado. Ante esta desventaja del Análisis del Espacio Menor, Gouveia et al (2001) proponen el uso del Análisis factorial Confirmatorio, el cual se basa en los modelos de ecuaciones estructurales.

En respuesta a tales críticas orientadas al uso del Análisis del Espacio Menor para la confirmación empírica del modelo estructural circunplejo de los valores propuesto por Schwartz, posteriores estudios han sido desarrollados para utilizar técnicas de análisis alternativas para dicha confirmación, siendo el Análisis Factorial Confirmatoria la más usada (Schwartz & Boehnke, 2004; Gouveia et al, 2001; Spini, 2003; Steinmetz, Isidor & Baeuerle, 2012).

Otro de los estudios que permitió confirmar, a través del empleo del Análisis Factorial, los diez tipos motivacionales de valor y su estructura circunpleja fue el desarrollado por Gouveia et al (2001). En este estudio participaron 477 estudiantes universitarios, la mayoría de ellos mujeres (77%), de una edad promedio de 21 años, que respondieron al Cuestionario de Valores de Schwartz.

Por su parte, Spini (2003) intentó verificar la equivalencia de los diez tipos de valores propuestos por Schwartz en 21 países. Para ello utilizó el Análisis de Factores Confirmatorio de Multigrupos Anidados. Sus resultados indican que es posible que la mayoría de los tipos de valor alcancen niveles aceptables de equivalencia configuracional y métrica, sólo el tipo hedonismo es excluido en estos dos niveles de equivalencia. Cuatro de los tipos de valores (Benevolencia, Conformidad, Auto-dirección y Universalismo) también muestran equivalencia de variancia del factor. Asimismo, las hipótesis de equivalencia escalar y de confiabilidad son rechazadas para todos los tipos de valores.

Recientes adaptaciones del Escalamiento Multidimensional han convertido a este método en un método confirmatorio (Bilksby et al, 2013, Bilsky et al, 2011) para corroborar la estructura circunpleja de los valores y sus valores de orden superior.

Los estudios que han usado técnicas confirmatorias para investigar la estructura del SVS han obtenido resultados mixtos. Odin et al (1996) prueban la validez del SVS usando el Análisis Factorial Confirmatorio - AFC (n=2,522 franceses), encontrando que el modelo tiene un pobre ajuste estructural y necesita ser re-especificado. Después de eliminar varios ítems y dividir algunos valores en sub-valores, los autores obtienen un modelo más parsimonioso con mejor ajuste. Tanto el modelo original como el modificado tienen un pequeño pero significativo poder predictivo. Resultados similares obtuvieron Ben Slimane et al (2002) usando el AFC para probar la estructura del SVS en Tunisia. El modelo original de 10 valores ajustó pobremente incluso después de borrar 16 ítems con bajas cargas factoriales.

Tsai & Bockenholt (2002) probaron la estructura circunpleja del SVS, pero no pudieron probar la estructura factorial de los 56 ítems del SVS. Schwartz & Boehnke (2004) usaron el AFC para probar la estructura circunpleja del SVS. Sin embargo este estudio tiene algunas limitaciones:

1. Cuando el AFC confirma la existencia de los diez valores, algunos índices de bondad de ajuste muestran que la data se ajusta pobremente al modelo ( $\chi^2/df > 21.33$ , RMSEA  $> 0.061$ ).
2. Importantes índices de ajuste de AFC tales como el CFI, GFI o AGFI no fueron proporcionados, dificultando la evaluación conclusiva del modelo.
3. La carga factorial de los ítems está por debajo de los valores recomendados de 0.6, indicando posible falta de validez convergente.
4. Mientras que algunos ítems con inadecuada carga factorial fueron eliminados, algunos ítems con significativa carga factorial cruzada no fueron agregados.
5. La prueba de validez discriminante no fue proporcionada, a pesar de existir altas correlaciones reportadas entre valores adyacentes. Esta multicolinealidad puede generar coeficientes no significativos, coeficientes con signos negativos y parámetros estimados inestables



(Grewal, Cote & Baumgartner, 2004; Jagpal, 1982; Marsch et al, 2004).

Schwartz & Boehnke (2004) evaluaron la estructura de los valores personales con el Análisis Factorial Confirmatorio. Utilizaron el AFC, a través de la técnica del análisis de ecuaciones estructurales, para probar su modelo (n = 10,857). Este análisis fue realizado en dos grupos de 23 muestras de 27 países; asimismo, se emplearon solo 46 de los 57 ítems del SVS que habían demostrado estabilidad en los estudios previos respecto a sus significados entre las culturas.

Los resultados del estudio condujeron a concluir la validez del modelo teórico: La repartición del espacio total en cuatro valores de mayor jerarquía y el orden teorizado de los 10 tipos de valores que se encuentra en un continuo motivacional circular. En la siguiente tabla se resume los modelos probados y sus principales resultados.

**Tabla 14. Modelos probados por Schwartz y Boehnke utilizando el AFC**

<b>Modelos a confirmación empírica</b>	<b>Planteamientos</b>	<b>Resultados obtenidos</b>
<b>Modelo 1.</b> Diez factores ortogonales	Modelo que trata a cada valor como independiente.	Se halló un índice RMSEA mayor que 0.6 y un índice SRMR mayor a 0.11, lo cual indica que este modelo tiene un ajuste pobre con los datos empíricos. Se rechaza.
<b>Modelo 2.</b> Un cuasi-circumplejo de los diez factores	Según la teoría propuesta por Schwartz, los valores están distribuidos de manera circumpleja, sin embargo esta distribución no seguiría un patrón de intervalos iguales.	El índice RMSEA es moderadamente mayor que el criterio límite recomendado en la muestra I y al mismo nivel en la muestra II. El criterio SRMR es coincidente en ambos grupos de muestras. De esta manera, el modelo cuasi-circumplejo de los diez factores muestra un moderado ajuste a los datos.
<b>Modelo 3</b> La teoría de 1992 – Un modelo cuasi-circumplejo modificado	La Tradición se ubica fuera de la Conformidad, pero en el mismo ángulo polar del círculo, esto implica la existencia de una meta motivacional compartida. Asimismo, la distancia de estos valores hacia el centro del círculo señala su aspecto personal (menor distancia) o social (mayor distancia).	El índice RMSEA es moderadamente mayor que el criterio límite recomendado en la muestra I y al mismo nivel en la muestra II. El criterio SRMR es coincidente en ambos grupos de muestras. El modelo cuasi-circumplejo modificado se ajusta a la información empírica mucho mejor que el anterior modelo.
<b>Modelo 4</b> Combinando la tradición y la conformidad para generar nueve valores	Este modelo plantea considerar la tradición y la conformidad como un solo valor. Es un modelo de un cuasi-circumplejo de nueve valores.	El incremento del valor AIC en la muestra I (176.5) sugiere que el modelo 3 es mejor, pero la disminución del valor AIC en la muestra II (67.1) favorece el modelo 4. De esta manera, tratar la tradición y la conformidad como un único valor disminuye en un poco la bondad de ajuste en la muestra I y la incrementa aún menos en la muestra II.
<b>Modelo 5</b> El valor poder es periférico al valor logro	Schwartz consideró la posibilidad de que los valores poder y logro se encontrarían localizados en el mismo ángulo polar de la distribución circumpleja, con el poder periférico al logro.	En comparación con el modelo 3 los índices RMSEA y SRMR muestran un ajuste pobre en ambos conjuntos de muestras.  Los valores AIC son significativamente más altos en ambas muestras indicando que el modelo 5 describe los datos mucho menos que el modelo 3. De esta manera, se rechaza este modelo y se mantiene el modelo 3.
<b>Modelos 6</b> Combinar el poder y el logro para generar nueve valores	Se evalúa la posibilidad de que el poder y el logro sean considerados como un único valor.	Este modelo se ajusta mucho menos a los datos observados que el modelo 3 en ambas muestras al considerar todos los índices. Por esto, se rechaza este modelo como un desarrollo del modelo cuasi-circumplejo modificado.
<b>Modelo 7</b> Tipos de valores de mayor jerarquía	La relación entre los valores puede ser resumida en términos de una estructura bi-dimensional compuesta por cuatro tipos de valores de mayor jerarquía: apertura al cambio, conservación, auto-crecimiento y auto-trascendencia.	Los valores AIC son mayores para el modelo 7 que para el modelo 3 en ambas muestras. Esto implica que el modelo 3 se ajusta mucho mejor a los datos observados. La mayor simplicidad y elegancia conceptual del modelo 3, junto con la estadística, apoyan el mantenimiento de la teoría de los valores como un continuo que ello representa más que aceptar este refinamiento.

<p><b>Modelo 8</b> Correlaciones del hedonismo libremente estimadas</p>	<p>El hedonismo podría estar más cercano a la apertura o al auto-engrandecimiento, o igualmente a ambos.</p>	<p>Las correlaciones libremente estimadas en las muestras I y II, respectivamente, fueron 0.39 y 0.42 con el logro y 0.63 y 0.64 con la estimulación. Eso indica que el hedonismo está más cercano a la apertura, aunque también se correlaciona con el auto-engrandecimiento. Dado el significativo incremento del ajuste, compararon los modelos restantes con el modelo 8.</p>
<p><b>Modelo 9</b> Naturaleza y orientación social dentro del universalismo</p>	<p>Se han propuesto dos subtipos potencialmente útiles del universalismo: la preocupación social (<i>social concern</i>) y naturaleza (<i>nature</i>).</p>	<p>Según las estadísticas de ajuste para este modelo, se halló que en comparación con el modelo 8, RMSEA se ha incrementado en la muestra I. Sin embargo, los valores <math>X^2</math> son significativamente menores en ambas muestras. Esta prueba apoya la existencia de los subtipos preocupación social y naturaleza dentro de los valores de universalismo.</p>
<p><b>Modelo 10</b> Subtipo personal o de grupo dentro de seguridad.</p>	<p>Posibilidad de subdividir la seguridad en dos subtipos: seguridad personal y seguridad de grupos amplios.</p>	<p>En comparación al modelo 9, RMSEA está inmodificable en ambos conjuntos de muestras, mientras que el SRMR se incrementa moderadamente sólo en la muestra I. Sin embargo, los valores <math>X^2</math> son significativamente menores en ambas muestras, señalando un incremento en el ajuste. Estos hallazgos apoyan, aunque débilmente, la diferenciación de los subtipos personal y de grupo dentro de los valores de seguridad.</p>

Fuente: Elaboración propia basada en Schwartz & Boenke, 2004

En cuanto a la prueba empírica de la tipología de los 19 valores, Schwartz et al (2012) utilizaron data proveniente de 10 países de 2,150 adultos y de 3,909 estudiantes universitarios, utilizando el PVQ. Encuentran que el modelo de 19 valores ajusta mejor que el modelo de 10 valores ( $X^2=5,527.24$ ,  $gl=908$ ,  $CFI=0.915$ ,  $SRMR=0.036$ ,  $RMSEA=0.040$ ).

## CAPÍTULO II

# MARCO METODOLÓGICO

### 2.1. Hipótesis

De la revisión bibliográfica se puede afirmar que existen importantes aspectos que aún no han sido resueltos en el ámbito científico de los valores personales. Se considera que mientras esas limitaciones no sean superadas, el avance de la investigación de los valores personales en las organizaciones se verá ralentizada. Así, existen cuatro hipótesis fundamentales que son sometidas a prueba en la presente investigación:

1. Las investigaciones sobre la validez de las escalas de valores personales se han limitado al análisis del constructo interno, pero salvo algunos estudios (Souza, 2012), no se las ha correlacionado con constructos externos paralelos. En la presente investigación se pretende desarrollar una escala paralela para medir los valores personales con el mismo nivel de validez que la escala original de Schwartz, y adaptado al contexto peruano. Al respecto, en la tesis doctoral propuesta se analiza la validez de constructo externa, en la medida que se predice la relación concurrente entre la escala original de los valores personales y la versión peruana. Así la primera hipótesis sería: ***“Los valores de fiabilidad y validez de las escalas***

***de valores personales construida sobre la base de teoría de los valores motivaciones de Schwartz son equivalentes a los de las escalas originales”.***

2. No se tiene conocimiento hasta la fecha de alguna investigación que compare, mediante pruebas paralelas, la validez teórica-empírica de los valores personales, desde el ámbito de lo deseado y de lo deseable (García Del Junco et al, 2010). Mientras estas investigaciones no se realicen no se sabrá con precisión cuál de los dos ámbitos son los que más se corresponden con la teoría. Al respecto, en la presente investigación se realizará un estudio comparativo de ambas versiones para determinar cuál reproduce con mayor fidelidad el esquema teórico de los valores universales. Así, la segunda hipótesis será ***“Los valores de fiabilidad y validez variarán según la escala de valores personales sea diseñada bajo el enfoque de lo deseado o de lo deseable”.***
3. En las organizaciones, se requiere de investigación multivariada para obtener buenas predicciones de la realidad. Sin embargo, la investigación multivariada se verá limitada si aún se siguen empleando instrumentos muy largos y tediosos que pueden afectar la validez de las respuestas (Bouckenooghe, Buelens, Fontaine, & Vanderheyden, 2005; Van den Broeck et al, 2003; Perrinjaquet et al, 2007; Burroughs & RindXeisch, 2002). Lamentablemente, las escalas de valores personales son muy largas y tienen sistemas de calificación bastante complejos que no compensan los niveles de fiabilidad que reportan. Al respecto, en la tesis propuesta se elabora un instrumento de medición de valores personales que sea ágil, sencillo, breve y de calificación intuitiva para el encuestado, para determinar cómo varía el nivel de fiabilidad. ***“El diseño de un instrumento de medición de valores personales sobre la base de la Teoría de Schwartz, con un formato más sencillo y breve, no afectará significativamente sus propiedades de fiabilidad y validez”.***

4. Las escalas SVS y PVQ de Schwartz han sido aplicadas en decenas de países anglosajones y en algunos países de Sudamérica como Brasil, en todos ellos se han obtenido resultados comparables pero con ajustes diversos y hasta contradictorios. Se supone que un instrumento solo refleja la teoría en la cual se basa. Una forma de probar la teoría es mediante la prueba con instrumentos equivalentes y en nuevos escenarios de aplicación (Fontaine et al, 2008). En la presente investigación se analizará la validez concurrente y de constructo para confirmar la validez de los planteamientos teóricos de los valores personales de Schwartz. Así, la cuarta hipótesis será: **“La teoría de los valores personales de Schwartz soporta el diseño de un instrumento paralelo para medir los valores personales en Perú, pero importa también sus limitaciones métricas originales, como una fiabilidad baja”**.

## 2.2. Variables

Las variables de investigación son tres. La escala de valores personales propuesta, la cual se basa en la teoría de los valores personales de Schwartz; la escala original de valores personales de Schwartz; y las variables demográficas que identifican a los entrevistados.

**Tabla 15. Variables de investigación**

<i>Variable</i>	<i>Dimensiones</i>		<i>Medición</i>
Valores personales (escalas propuestas)	10	valores personales universales	Escala de Likert con cinco opciones de respuesta.
Escala de valores personales de Schwartz	10	valores personales universales	Escala de Likert con siete opciones de respuesta
Variables demográficas	Sexo, edad, estado civil, nivel educativo, cargo laboral.		Indicadores dicotómicos y de rangos numéricos.

Elaboración propia.

### **2.3. Método**

Se utiliza un método correlacional, con diseño métrico, por cuanto se analiza las dimensiones de la validez de constructo y concurrente, así como la fiabilidad del instrumento, en su consistencia interna.

### **2.4. Muestra**

El diseño y validación del instrumento ha seguido diversas etapas de desarrollo. En cada etapa se ha utilizado diferentes muestras de participantes, todas intencionales.

En una primera etapa de estudio piloto, la población de estudio está constituida por profesionales estudiantes de postgrado (maestría) de diversas universidades de Lima-Perú. De ésta población se obtuvo una muestra inicial de 106 participantes. En una segunda etapa, ya con la versión mejorada del instrumento, se obtiene una muestra de 360 profesionales estudiantes de postgrado (maestría), para los análisis de validez concurrente, de constructo y fiabilidad por consistencia interna. Se les administra la escala de valores personales propuesta y la escala original de valores personales de Schwartz. En una tercera etapa, con una muestra representativa de empleados de una empresa manufacturera de la industria farmacéutica (n=1,010), se analiza la validez de constructo, fiabilidad por consistencia interna de la escala diseñada, mediante el Análisis Factorial Confirmatorio y Escalamiento Multidimensional Confirmatorio.

En la Tabla 16 se presenta la distribución muestral según los objetivos de análisis.

**Tabla 16. Distribución muestral según etapas de construcción y validación**

<i>Población</i>	<i>Objetivos de análisis</i>	<b>Tamaño de la muestra</b>
Etapa exploratoria: Profesionales estudiantes de postgrado de Lima-Perú	Analizar la fiabilidad por consistencia interna y validez inicial de constructo (Análisis Factorial Exploratorio) de la escala de valores personales.	106
Etapa de validez concurrente y de constructo: Profesionales estudiantes de post-grado de Lima-Perú	Analizar la validez concurrente y fiabilidad por consistencia interna, tanto de la escala original de Schwartz (SVS) y la escala diseñada basada en su teoría.	360
Etapa de validez confirmatoria: Empleados de una empresa manufacturera peruana.	Analizar la validez de constructo, fiabilidad por consistencia interna de la escala diseñada, mediante el Análisis Factorial Confirmatorio y Escalamiento Multidimensional Confirmatorio.	1,010

Fuente: Trabajo de campo. Elaboración propia.

En la primera fase del estudio, la muestra de participantes estuvo conformada por 106 profesionales con estudios actuales de postgrado en maestría, residentes en Lima. Esta muestra fue seleccionada intencionalmente, considerando que tienen niveles de estudios semejantes y provienen de diferentes profesiones y orígenes laborales. De acuerdo al sexo de los encuestados, 25.5% son varones y 74.5% son mujeres. Sus edades oscilan desde 28 hasta 58 años. En cuanto al estado civil, 36.8% son solteros, 41.5% son casados o convivientes y 21.7% son divorciados. En cuanto a la profesión, 36% son obstetras, 15.1% son docentes, 4% son médicos, 16% son psicólogos, 4% economistas, 3.8% antropólogos, 3.8% químico-farmacéuticos, 3.8% contador, 3.8% administrador, 3.8% sociólogo y 3.8% trabajadora social. La mayoría (65.1%) trabaja en empresas o instituciones del sector público, 29.2% trabaja en empresas privadas y 5.7% son independientes.

En la segunda fase del estudio, validez concurrente, la muestra de participantes estuvo conformada por 360 estudiantes de postgrado en Lima. Esta muestra fue seleccionada intencionalmente, considerando que tienen niveles de estudios semejantes y provienen de diferentes profesiones y orígenes laborales. Previa autorización de los docentes y autoridades, se



aplicaron los cuestionarios en 12 aulas de estudios. De acuerdo al sexo de los encuestados, 83.1% son varones y 16.9% son mujeres. Sus edades oscilan desde 25 hasta 62 años. El 65% son administradores, el 20.3% son docentes y el 14.7% de otras profesiones (relaciones industriales, contadores, ingenieros, agrónomos, profesionales de la salud) .

En la tercera fase del estudio, validez de constructo, la muestra de participantes estuvo conformada por 1,010 trabajadores de una empresa farmacéutica grande en Lima. No se utilizó muestreo y se trató de encuestar a todos los trabajadores (N=1,240). Para este último estudio se pidió permiso a las autoridades de la empresa y se aplicó el cuestionario en tres días, bajo el formato de papel. Se contrató a personal de apoyo para que aplicase y recogiese las encuestas en el mismo lugar de trabajo y se asegurase la calidad de las mismas. De acuerdo al sexo de los encuestados, 41% son varones y 59% son mujeres. Sus edades oscilan desde 29 hasta 56 años. El 54.8% tiene formación técnica y el 41.3% formación profesional. El 3.9% no respondió.

## **2.5. Recolección y organización de datos**

En cada etapa del estudio, una vez elaborados los formatos del instrumento, se realiza la recolección de los datos, siguiendo el mismo protocolo. Elegida la muestra, e identificada, se le entrega una copia del cuestionario con las instrucciones respectivas, enfatizando en el carácter confidencial de la misma y en la necesidad de ser sinceros.

En el estudio exploratorio y confirmatorio 1, los cuestionarios fueron completados en aula, con todas las comodidades para su llenado. En el estudio exploratorio se encuestaron 4 aulas y en el segundo estudio se encuestó a 12 aulas. No se utilizó muestreo aleatorio ni probabilístico. Fue un muestreo intencional en ambos casos y se centró en obtener la mayor cantidad de encuestas posible, que estén bien llenadas. En el primer estudio se eliminaron 13 encuestas y en el segundo 21. Así quedó con 106 y 360.

En el estudio confirmatorio 2 se recogió data de una empresa farmacéutica grande, durante tres días, aplicando el cuestionario en el mismo

lugar de trabajo. Todos los ambientes de la empresa disponían de espacios con escritorios u oficinas para cumplimentar la data de forma cómoda.

La cumplimentación (el tiempo total de administración) de cada escala dura entre diez a quince minutos. En el caso de la validez concurrente (segunda etapa), llenada la primera encuesta, se entrega, posteriormente, la segunda versión del instrumento, explicando las instrucciones respectivas y solicitando su cumplimentación.

Se elabora tres matrices de datos mediante el SPSS (versión 21), utilizando un modelo de matriz "R" y en dónde cada variable representa una columna y cada sujeto representa una fila. Se realiza control de calidad de cada prueba, verificando la coherencia entre el cuestionario físico y los datos ingresados en la matriz digital. Se procede al análisis estadístico, empleando los paquetes estadísticos y módulos insertos en el SPSS. Para el análisis factorial confirmatorio se han utilizado el programa Lisrel 9.2 y el programa SmartPLS 3.0.

## **2.6. Análisis de datos**

Los valores personales dentro del modelo de Schwartz son representados en la solución multidimensional (SSA) como sectores independientes con centro común dentro de un modelo circular. Los tipos situados en sectores opuestos se suponen en conflicto. Los valores compatibles se situarán unos cerca de otros dentro de tales regiones. Adicionalmente, la teoría predice una serie de relaciones dinámicas entre los tipos motivacionales en forma de hipótesis de compatibilidad entre los grupos de valores que pueden ser buscados y realizados de forma conjunta, o bien de hipótesis de conflicto cuando los valores contenidos en dichos tipos se oponen unos a otros para su realización.

Existen diversas hipótesis que fundamentan la validez del modelo de Schwartz, por lo que se requiere emplear un método similar al que emplea el autor. De lo dicho, las respuestas al cuestionario de valores serán analizadas

normalmente dentro de este enfoque teórico mediante el procedimiento del Escalamiento Multidimensional no métrico denominado *Smallest Space Analysis*.

### ***Escalamiento Multidimensional (EMD)***

El objetivo fundamental de este procedimiento es representar un conjunto de conceptos en un espacio multidimensional de tal manera que la distancia euclidiana entre dos objetos en ese espacio se corresponda lo más fielmente posible a los datos originales. Este tipo de análisis está estrechamente ligado a las teorías de representación dimensionales, y ofrece una forma de obtener una representación empírica de las dimensiones que relacionan los distintos conceptos de un área de conocimiento determinada (Schiffman et al, 1981).

El EMD trata de encontrar la estructura existente en un conjunto de medidas de proximidades entre objetos. Este proceso se logra asignando las observaciones a posiciones específicas en un espacio conceptual de pocas dimensiones, de modo que las distancias entre los puntos en el espacio concuerden al máximo con las similitudes (o disimilitudes) dadas. El resultado es una representación de mínimos cuadrados de los objetos en dicho espacio de pocas dimensiones.

En el proceso de escalamiento de los ítems de cada dimensión, se tomó como entrada una matriz  $X$  ( $n \times p$ ), donde  $n$  era el número de sujetos y  $p$  el número de ítems (valores). Luego, la matriz  $X$  correspondiente a cada valor se convirtió en una matriz de proximidades  $\Delta$  ( $p \times p$ ), en la que un elemento  $\delta_{ij}$  representaba la proximidad entre el ítem  $i$  y el ítem  $j$ .

El Stress y las medidas de ajuste indican la eficacia con la que se aproximan las distancias de la solución a las distancias originales. Cada uno de los cuatro estadísticos stress mide el desajuste de los datos, mientras que la Dispersión Explicada (D.A.F.) y el coeficiente de congruencia de Tucker miden el ajuste. Las medidas de Stress inferior (hasta un mínimo de 0) y las mayores medidas de ajuste (hasta un máximo de 1) indican las mejores soluciones posibles.

Se usa también el EMD Confirmatorio, bajo el programa PROXSCAL del SPSS. En este caso se usan las coordenadas originales del modelo de Schwartz para probar el nivel de ajuste y correspondencia con las escalas creadas (ver Anexos 3 y 4). Según la revisión de la literatura, existen dos formas de hacerlo (Bilsky, Borg, Janik, Groenen, 2013; Bilsky, Janik & Schwartz, 2011). La primera, llamada EMD Confirmatorio débil, compara las coordenadas de los datos con los parámetros originales de los 10 valores de Schwartz (ver Anexo 3). La segunda, llamada EMD Confirmatorio fuerte, compara las coordenadas de los datos con los parámetros de los ejes superiores de la teoría de valores obtenidos mediante Estructuplos (ver Anexo 4).

En el caso del EMD Confirmatorio débil, la configuración inicial de la teoría de Schwartz sirve como parámetro de restricción. Aunque esta aproximación no es estrictamente confirmatoria, pues no fuerza la hipótesis a una solución regional, sí es más precisa que un MDS exploratorio, porque especifica hipótesis de ubicación basados en la teoría, antes del análisis, por eso es llamado "EMDC débil" (Borg et al., 2011). Por otro lado, el EMD Confirmatorio fuerte, restringe las zonas regionales de la teoría sobre los resultados el EMD. Estas restricciones parten de las facetas de los ejes superiores de los valores, en una tabla 2x2 (ver Anexo 4), donde los valores son caracterizados en Estructuplos, que es la combinación de los elementos de las facetas.

El valor Stress-1 es usado como un índice general que informa sobre la discrepancia entre las correlaciones y las distancias correspondientes en la soluciones EMD. Sin embargo, este índice debe interpretarse en conjunto con otros indicadores como el Stress bruto normalizado, el valor D.A.F. y el Coeficiente de Congruencia de Tucker. El promedio de los errores al cuadrado entre cada valor particular y el resto de valores resulta útil. Esto indica qué tan mal ajusta el el valor a la solución. Este indicador es llamado Stress por punto (SPP).

## ***Análisis Factorial***

Asimismo, se utiliza el Análisis de Componentes Principales con Rotación Varimax para determinar la estructura factorial inicial de los ítems por sobre los valores propuestos, así como para determinar la unicidad y comunalidad de cada uno de ellos. El Análisis de Componentes Principales (ACP) es una técnica estadística de síntesis de la información, o reducción de la dimensión (número de variables). Es decir, ante un banco de datos con muchas variables, el objetivo será reducirlas a un menor número perdiendo la menor cantidad de información posible. Los nuevos componentes principales o factores serán una combinación lineal de las variables originales, y además serán independientes entre sí.

Se utiliza también el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) usando el paquete estadístico LISREL 9.2 y el programa SmartPLS. Ambos programas sirven para estimar la estructura factorial de un conjunto de variables, pero utilizan métodos distintos. Mientras que el Lisrel utiliza cálculos basados en Máxima Verosimilitud, el SmartPLS utiliza Mínimos Cuadrados Parciales. En efecto, el Partial Least Square (PLS) tiene como objetivo la predicción de las variables latentes y no se basa en la covarianza (mediante Máxima Verosimilitud) sino que se apoya en la estimación de mínimos cuadrados ordinarios (OLS) y en el análisis de componentes principales (ACP) (Carrión & Roldán, 2004). La ventaja principal del PLS es la mayor robustez de los cálculos ante muestras más pequeñas y en el incumplimiento de supuestos estadísticos de las variables (distribución no normal, diferentes niveles de medida, etc.).

La evaluación del modelo de medida con el PLS implica el análisis de la fiabilidad individual de cada ítem, la consistencia interna o fiabilidad de una escala, la validez convergente y la validez discriminante (Céspedes & Roldán, 2004). En un modelo PLS, la fiabilidad individual del ítem es valorada examinando las cargas de las medidas o indicadores con su respectivo constructo. La regla empírica más aceptada y difundida señala que para aceptar un indicador como integrante de un constructo, aquel ha de poseer una

carga igual o superior a 0.707. Esto implica que la varianza compartida entre el constructo y sus indicadores es mayor que la varianza del error.

La validez convergente se refiere a si los diferentes ítems destinados a medir un constructo miden realmente lo mismo. La valoración de la validez convergente se lleva a cabo por medio de la medida desarrollada por Fornell y Larcker denominada varianza extraída media (AVE). Esta proporciona la cantidad de varianza que un constructo obtiene de sus indicadores con relación a la cantidad de varianza debida al error de medida. Se recomienda que la varianza extraída media sea superior a 0.50, con lo que se establece que más del 50% de la varianza del constructo es debida a sus indicadores (Céspedes & Roldan, 2004).

La validez discriminante indica en qué medida un constructo dado es diferente de otros constructos. En un análisis PLS, un criterio para una adecuada validez discriminante es que un constructo debería compartir más varianza con sus medidas o indicadores que con otros constructos en un modelo determinado. El uso de la varianza extraída media (AVE), es decir, la varianza media compartida entre un constructo y sus medidas, debería ser mayor que la varianza compartida entre el constructo con los otros constructos del modelo (Céspedes & Roldan, 2004).

Para la interpretación de los resultados del AFC, se suelen utilizar índices de ajuste. Estos índices determinan qué tan bien un modelo a priori ajusta con los datos muestrales, y demuestra que el modelo propuesto tiene el mejor ajuste (Hooper et al, 2008). Entre los principales índices están:

**Tabla 17. Índices de ajuste de Análisis Factorial Confirmatorio y sus criterios de aceptabilidad**

<i>Índices</i>	<i>Criterios de aceptabilidad</i>
Test Chi-cuadrado	No debe ser significativo.
RMSEA	Superior a 0.10 (mal ajuste) Menor a 0.08 (buen ajuste) Menor a 0.03 (excelente)
GFI	Superior a 0.9 (aceptable). Superior a 0.95 (buen ajuste).

AGFI	Superior a 0.9 (aceptable) Superior a 0.95 (buen ajuste)
RMR - (SRMR)	Menores a 0.08 (buen ajuste)
NFI - NNFI	Mayores que 0.9 (aceptable). Mayores que 0.95 (buen ajuste)
CFI	Mayores que 0.9 (aceptable). Mayores que 0.95 (buen ajuste)
PGFI - PNFI	Mayores a 0.5 (buen ajuste)
AIC	Mientras más pequeño, mejor

Fuente: Hooper et al, 2008. Elaboración propia.

### ***Fiabilidad por consistencia interna***

Previamente, para el análisis de fiabilidad por consistencia interna, se utiliza el **Análisis Alfa de Cronbach**, determinando la correlación con corrección de la atenuación entre cada ítem con su respectivo valor y su contribución mediante el coeficiente de determinación. EL Alfa de Cronbach es un indicador indirecto de la fiabilidad del test que indica el grado en que la gente que tiende acertar unos ítems tiende a acertar también los demás ítems. Es decir, el grado en que los ítems ordenan a las personas de la misma manera. Oscila generalmente entre 0 y 1. Por su parte, el Coeficiente de determinación es la correlación entre la puntuación en el ítem y la puntuación en el resto del test e indica el grado de relación entre sacar una puntuación alta en el test y acertar el ítem. Muestra la contribución individual de homogeneidad de cada ítem con la totalidad del test.

Se utilizan también las estadísticas descriptivas y de asociación para describir las características de la muestra y algunos indicadores de interés. Se correlaciona, empleando el método de Pearson, la versión original de la escala de valores personales de Schwartz y la escala de valores propuesta.

Todas estas estadísticas son empleadas paralelamente para cada formato propuesto de la escala, tanto para la escala de valores “deseados” como para la escala de valores “deseables” (Estudio piloto). Estos análisis se realizaron con el Paquete Estadístico SPSS versión 21.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. La medición de los valores personales en el Perú: formulación y estudio piloto

##### 3.1.1. Estructura propuesta: Dimensiones e indicadores

Tal como se mencionó en el Capítulo 1.2.5, el modelo teórico de valores personales de Schwartz es utilizado como marco base para la elaboración de los ítems que conforman la escala. De acuerdo al modelo de Schwartz, 10 son los valores universales. Estos valores, son definidos de la siguiente manera:

Tabla 18. Definición de los valores personales según el modelo de Schwartz

<i>Valor personal</i>	<i>Definición</i>
Benevolencia	Preservación y mejora del bienestar de aquellas personas con quienes se está en frecuente contacto personal.
Universalismo	Comprensión, entendimiento, aprecio, tolerancia y protección para el bienestar de todas las personas y de la naturaleza.
Auto-dirección	Independencia en el pensamiento y en la toma de decisiones, creación y exploración, sin las restricciones de límites impuestos externamente.
Entusiasmo/estimulación Hedonismo	Emoción, riesgo y novedad en la vida. Variedad y cambio. Placer y satisfacción/gratificación sensual para la propia persona.
Logro	Éxito personal mediante la demostración de competencia de acuerdo a los estándares sociales.
Poder	Estatus social y prestigio, control o dominio sobre las personas y recursos.
Seguridad	Protección y estabilidad de la sociedad, de las relaciones, y de



Conformidad	uno mismo. Restricción de las acciones, inclinaciones e impulsos que pueden molestar o herir a otros y violar las normas o expectativas sociales.
Tradición	Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura tradicional y la religión imponen al yo.

Fuente: Schwartz (2006). Elaboración propia.

La obtención de los ítems constituyentes de cada valor ha seguido un procedimiento bastante sencillo:

1. Originalmente, todos los ítems de la escala de valores personales fueron obtenidos de otras escalas de valores personales, entre ellos los inventarios de Schwartz, Rokeach y Kahle. Estos ítems fueron revisados para mejorar el fraseo y comprensión lingüística, logrando una mejor adecuación al contexto de aplicación. De esta manera se consiguió una adaptación lingüística donde los ítems son fácilmente entendidos por cualquier persona mayor de 10 años de edad. Este proceso sirvió para la delimitación sintáctica de los ítems.
2. Sin embargo, como se requería que los ítems estuvieran adaptados al lenguaje y comprensión del poblador peruano (semántica), se realizaron entrevistas no estructuradas iniciales con diversas personas (n=12), parte de la muestra. Se les preguntó cómo se imaginan a una persona con poder, benevolente, autodirigido, seguro, conforme, etc. Se les explicaba el concepto de cada valor (presente en la Tabla 18) y luego se les pedía que describieran los comportamientos o valores de las personas en cada uno de ellos. Estas entrevistas sirvieron para identificar los ítems necesarios para la conformación final de los diez valores.
3. Obtenidos los ítems, se utilizó un criterio de determinación de la cantidad necesaria de ítems requeridos para cada valor. Se incluyeron más ítems en las escalas de valores con mayor dispersión de respuestas, es decir, con mayor amplitud de situaciones; mientras que los valores con más homogeneidad solamente requerían tres ítems. Por ejemplo, la escala de universalidad es bastante amplia,

por cuanto los entrevistados iniciales reportaban situaciones muy diversas, que van desde la justicia hasta la protección ambiental. Esta dispersión exigía que se consideraran más ítems en la escala para representar los valores de la mayor cantidad de personas. En cambio, las escalas de poder, hedonismo y entusiasmo son bastante uniformes, por cuanto las situaciones que las definen son más restringidas y homogéneas.

4. Los ítems que se proponen, como constituyentes de cada valor, ascienden a un total de 42.

En la Tabla 19, se presenta los ítems del inventario propuesto y su ajuste posterior al análisis.

**Tabla 19. Dimensiones e ítems de la escala de valores personales (versión piloto y modificada)**

<i>Dimensión</i>	<i>Ítems piloto</i>	<i>Ítems post-piloto</i>
Benevolencia	12. Ayudar a las personas que me rodean. 18. Ser leal con mis compañeros/amigos. 27. Responder a las necesidades de los otros. 33. Perdonar a las personas que me ofenden.	12. Ayudar a las personas que me rodean. 18. Ser leal con mis compañeros/amigos. 27. Apoyar en las necesidades de los otros. 33. Perdonar a las personas que me ofenden.
Universalidad	3. Que cada persona en el mundo sea tratada por igual y con justicia. 8. Escuchar e intentar comprender a las personas que son diferentes a mí. 19. Cuidar del medio ambiente y la naturaleza. 23. Promover la paz para que las personas del mundo vivan en armonía. 29. Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozca. 40. Proteger la naturaleza y evitar dañarla con contaminación.	3. Que cada persona en el mundo sea tratada por igual y con justicia. 8. Escuchar e intentar comprender a las personas que son diferentes a mí. 19. Cuidar del medio ambiente y la naturaleza. 23. Promover la paz para que las personas del mundo vivan en armonía. 29. Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozca. 40. Proteger la naturaleza y evitar dañarla con contaminación.

Auto-dirección	<p>1. Hacer las cosas a mi manera.  11. Planear y hacer mis actividades por mí mismo.  22. Ser curioso e intentar comprender las cosas por mí mismo.  34. Ser independiente.</p>	<p>1. Hacer las cosas a mi manera.  11. Planear y hacer mis actividades por mí mismo.  22. Ser curioso e intentar comprender las cosas por mí mismo.  34. Ser independiente.</p>
Entusiasmo/estimulación	<p>6. Hacer muchas cosas diferentes en la vida.  15. Buscar siempre aventuras.  30. Hacer cosas nuevas y sorprendentes.</p>	<p>6. Hacer diferentes actividades.  15. Buscar siempre aventuras.  30. Hacer cosas nuevas y sorprendentes.  41. Asumir riesgos en la vida.</p>
Hedonismo	<p>10. Divertirme cada vez que puedo.  26. Gozar de los placeres de la vida.  37. Buscar diversión en la vida.</p>	<p>10. Divertirme cada vez que puedo.  26. Gozar de los placeres de la vida.  37. Buscar diversión en la vida.</p>
Logro	<p>4. Demostrar mis habilidades y capacidades.  13. Ser muy exitoso.  24. Ser ambicioso.  32. Ser mejor que otros.</p>	<p>4. Demostrar mis habilidades y capacidades.  13. Ser muy exitoso.  24. Tener ambición.  32. Ser mejor que otros.</p>
Poder	<p>2. Tener mucho dinero.  17. Estar al mando y decir a las otras personas qué hacer.  39. Ser el que siempre toma las decisiones.</p>	<p>2. Tener mucho dinero.  17. Estar al mando y decir a las otras personas qué hacer.  39. Ser el que siempre toma las decisiones.  42. Tener mucho poder.</p>
Seguridad	<p>5. Vivir en lugares seguros.  14. Que el país sea seguro y libre de amenazas internas o externas.  21. Que las cosas estén siempre organizadas y limpias.  31. Mantenerme sano y con buena salud.  35. Tener un gobierno estable.</p>	<p>5. Vivir en lugares seguros.  14. Que el país sea seguro y libre de amenazas internas o externas.  21. Que las cosas/actividades estén siempre organizadas.  31. Mantenerme sano y con buena salud.  35. Tener un gobierno estable.</p>
Conformidad	<p>7. Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa.  16. Actuar apropiadamente.  28. Ser obediente y respetar siempre a los parientes y personas mayores.  36. No irritar o molestar a las otras personas.</p>	<p>7. Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa.  16. Actuar apropiadamente.  28. Ser obediente / respetar siempre a los parientes y personas mayores.  36. No contrariar a las autoridades.</p>
Tradicción	<p>9. Estar satisfecho con lo que tengo.  20. Las creencias religiosas.</p>	<p>9. Estar satisfecho con lo que tengo.  20. Las creencias religiosas.  25. Seguir las costumbres y</p>

	25. Seguir las costumbres y tradiciones. 38. Ser humilde y no tratar de llamar la atención.	tradiciones. 38. Ser humilde y sencillo.
--	--	---

Fuente: Elaboración propia, basado en estudio piloto.

### 3.1.2. Sistema de calificación

Se utiliza un sistema de calificación jerárquico, por cuanto se desea las mayores propiedades estadísticas posibles y la mayor variabilidad de la posibilidad de respuesta de los participantes. La jerarquía de respuesta tiene esquema Likert, asociado a la importancia atribuible a los valores individuales. La jerarquía de valores tiene la siguiente secuencia: (1) Muy importante, (2) Importante, (3) Poco importante, (4) Nada importante y (5) contrario a mis valores.

Esta jerarquía no tiene punto medio, por cuanto la tendencia de respuesta al punto medio es un factor métrico muy frecuente, por lo que se recomienda eliminar el punto medio para evitar que la variabilidad disminuya artificialmente. Adicionalmente, se eligió eliminar el punto medio, por cuanto así se fuerza al individuo a elegir entre dos posiciones de respuesta (importante-no importante), por lo que su respuesta será más fidedigna a sus creencias y sentir. Finalmente, se considera necesario este tipo de calificación, por cuanto se pretende construir un instrumento de medida versátil, sencillo y abreviado, para ser utilizado en la investigación administrativa y en conjunto con otros instrumentos de medición. Al ser la investigación de naturaleza multivariada, se requiere de instrumentos breves, pero confiables y válidos.

### 3.1.3. Formato

Todos los ítems de la escala de valores personales fueron obtenidos de otras escalas de valores personales en su idioma original. Estos fueron traducidos y revisados con el fin de mejorar el fraseo y comprensión lingüística. Otros fueron reemplazados por nuevos ítems que se adecuaron mejor al contexto de aplicación. Con todos estos procedimientos, se ha conseguido una

adaptación lingüística donde los ítems son fácilmente entendidos por cualquier persona mayor de 10 años de edad.

Para obtener una escala adecuada a la población estudiada, se necesitaba elaborar un formato que agilizará los patrones de respuesta de las personas. Estos patrones deberían permitir, principalmente, reducir la aquiescencia en el sujeto: el problema de la aquiescencia (responder de acuerdo a lo socialmente deseable, no según la propia experiencia o juicio por temor a la crítica) queda resuelto al mantener el anonimato del informante – tanto en su nombre como en sus respuestas- ya que no lo ve impreso en un papel y al eliminar el punto medio de calificación.

En cuanto al orden de los ítems, estos se han presentado aleatoriamente.

El formato que se emplea en la elaboración del protocolo de escala tiene la siguiente estructura:

1. Título: “Escala de valores personales”
2. Consigna e instrucciones:
  - a. Formato 2: “Estimado Sr.: A continuación se presenta una serie de afirmaciones. Por favor indique (marcando con una X) qué tan importante **es para Ud.** cada una de esas afirmaciones. Recuerde que no hay respuestas buenas ni malas. Responda de acuerdo a sus creencias e ideas. Este es un cuestionario anónimo y confidencial, por tanto sus respuestas tendrán calidad de secreto”.
3. Distribución de ítems de la escala de valores: 42 ítems distribuidos aleatoriamente. Se tiene un orden correlativo en la primera columna, la serie de ítems en la segunda columna, y las alternativas de respuesta desde la tercera hasta la séptima columna. (Véase el Anexo 2)
4. Información general: sexo, edad, estado civil, profesión, trabajo actual, nivel educativo.

### **3.1.4. Estudio piloto**

Mediante un estudio piloto, se han desarrollado los aspectos métricos preliminares para la elaboración de la escala, así como la contrastación de algunas hipótesis básicas asociadas a la teoría que la sustenta. Los resultados preliminares del estudio se han obtenido con una muestra de participantes conformada por 106 profesionales con estudios actuales de postgrado en maestría, residentes en Lima.

El estudio métrico piloto tuvo como fin balancear dos objetivos contrapuestos: por un lado, tener una escala lo suficientemente breve para que sea fácil de usar en las investigaciones habituales y en los ambientes organizacionales y, por otro lado, una escala lo suficientemente extensa como para ofrecer un adecuado nivel de confiabilidad y validez. El estudio piloto tuvo como fin, también, determinar cuál de las formas de medición de los valores personales, ya sea desde el enfoque de los valores como “lo deseado” o el enfoque de los valores como “lo deseable” predice mejor el comportamiento.

Las investigaciones previas de fiabilidad demuestran que sí es posible tener escalas breves con altos niveles de fiabilidad. Asimismo, el análisis de los ítems considerando la diferencia entre lo deseado y lo deseable muestra que los niveles de fiabilidad no sólo dependen de las características métricas de los instrumentos, sino del constructo que se pretende medir. Este dato se ha visto corroborado por la validez de constructo, el cual indica una diferencia sustancial entre la medición de los valores personales cuando se aplica un formato desde lo “deseado” o desde lo “deseable”.

A continuación se resumen los resultados del estudio piloto.

#### **3.1.4.1. Fiabilidad**

Los reportes de investigación sobre el uso de la escala original de Schwartz han mostrado niveles bajos en los índices de fiabilidad (Stewart, Bond, Deeds y Chung, 1999; Schwartz, Lehman y Roccas, 1997). En el presente estudio piloto, los valores de fiabilidad tampoco son muy altos.

**Tabla 20. Coeficiente Alfa de Cronbach de las escalas de valores personales**

<b>Escalas de valores personales</b>	<b>Formato “deseado”</b>	<b>Formato “deseable”</b>
Benevolencia	0.6101	0.7410
Universalidad	0.7980	0.8115
Autodirección	0.6070	0.3846
Estimulación	0.5325	0.1703
Hedonismo	0.8652	0.8101
Logro	0.5736	0.3637
Poder	0.6158	0.5058
Seguridad	0.5313	0.4129
Conformidad	0.5170	0.4221
Tradicición	0.4364	0.4590

Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

En la escala benevolencia, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.6101$  (deseado) y  $\alpha=0.7410$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, “*responder a las necesidades de los otros*” es el que menos aporta a la fiabilidad de la escala, siendo el aporte menor en el ámbito de lo deseado (si se elimina, el valor alfa aumenta a casi 0.68).

En la escala Universalidad, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.7980$  (deseado) y  $\alpha=0.8115$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, todos aportan significativamente a la consistencia interna de la escala.

En la escala Autodirección, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.6070$  (deseado) y  $\alpha=0.3846$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, “*hacer las cosas a su manera*” es el que menos aporta a la fiabilidad de la escala en el ámbito de lo deseable (si se elimina, el valor alfa aumenta a más de 0.60).

En la escala Estimulación, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.5325$  (deseado) y  $\alpha=0.1703$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, “*hacer muchas cosas diferentes en la vida*” es el que menos aporta a la fiabilidad de la escala, siendo el aporte menor en el ámbito de lo deseado (si se elimina, el valor alfa aumenta a 0.6112). En el

ámbito de lo deseable, el ítem menos fiable es “*buscar siempre aventuras*” (si se elimina, el valor alfa aumenta a 0.5885).

En la escala Hedonismo, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.8652$  (deseado) y  $\alpha=0.8101$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, todos aportan significativamente a la consistencia interna de la escala.

En la escala de Logro, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.5736$  (deseado) y  $\alpha=0.3637$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, “*ser ambicioso*” es el que menos aporta a la fiabilidad de la escala, siendo el aporte menor en el ámbito de lo deseable (si se elimina, el valor alfa aumenta a casi 0.53).

En la escala Poder, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.6158$  (deseado) y  $\alpha=0.5085$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, todos aportan a la consistencia interna de la escala.

En la escala Seguridad, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.5313$  (deseado) y  $\alpha=0.4129$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, “*que las cosas estén siempre organizadas y limpias*” es el que menos aporta a la consistencia interna de la escala, tanto para el ámbito de lo deseado (si se elimina, el valor alfa aumenta a 0.7028) como de lo deseable (si se elimina, el valor alfa aumenta a 0.4876).

En la escala Conformidad, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.5170$  (deseado) y  $\alpha=0.4221$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, “*no irritar o molestar a otras personas*” es el que menos aporta a la consistencia interna de la escala, exclusivamente en ámbito de lo deseado (si se elimina, el valor alfa aumenta a 0.7157).

En la escala Tradición, los niveles de fiabilidad por consistencia interna son de  $\alpha=0.4364$  (deseado) y  $\alpha=0.4590$  (deseable). De acuerdo al análisis individual de los ítems, “*ser humildes y no tratar de llamar la atención*” es el que menos aporta a la consistencia interna de la escala, exclusivamente para el ámbito de lo deseable (si se elimina, el valor alfa aumenta a 0.6391).

En conclusión, estos resultados demuestran que la fiabilidad de las escalas de valores personales está afectada por la naturaleza de la medida; es



decir, los coeficientes varían dependiendo si es una escala de valores que mide lo “deseado” o si mide lo “deseable”. Así, las escalas de valores más fiables son hedonismo, universalidad y benevolencia. Los valores personales medidos desde lo “deseado” tienen niveles de fiabilidad más altos que los valores medidos desde lo “deseable”. En el primer caso, el valor de consistencia interna oscila desde 0.4364 hasta 0.8652. En el segundo caso, el valor de consistencia interna oscila desde 0.1703 hasta 0.8115.

### **3.1.4.2. Validez de constructo: Análisis exploratorio**

Existen diversas hipótesis que fundamentan la validez del modelo de Schwartz, por lo que se requiere emplear un método similar al que emplea el autor. De lo dicho, las respuestas al cuestionario de valores son analizadas, también, dentro de este enfoque teórico mediante el procedimiento del Escalamiento Multidimensional no métrico denominado *Smallest Space Analysis*.

#### **Valores desde los deseado**

En primer lugar, se analiza la distribución de las escalas de valores “deseado” a través del Análisis de Componentes Principales, utilizando la Rotación Varimax. El examen de las condiciones de aplicación del Análisis de Componentes se basó en el cálculo del determinante de la matriz de correlaciones, la comprobación de esfericidad y la comparación de las magnitudes de los coeficientes observados de correlación total con las magnitudes de los coeficientes de correlación parcial. El determinante de la matriz de correlaciones alcanzó un valor (0.000139) que puso de manifiesto la no singularidad de la matriz. Adicionalmente, las correlaciones entre los ítems fueron lo suficientemente altas como para que la matriz no fuera idéntica; el test de Bartlett alcanzó un valor de 400.962, significativo con  $p < 0.000001$ .

Por otro lado, la comparación de las magnitudes de los coeficientes de correlación observados con las magnitudes de los coeficientes de correlación parcial, mediante la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin, ofreció un valor  $KMO=0.641$ , lo suficientemente alto como para considerar que la diferencia

entre la comunalidad (*communality*) y la unicidad se inclinaba en favor de la comunalidad. Todas estas pruebas diagnósticas ofrecieron evidencia suficiente para realizar la factorización de las escalas.

La extracción de componentes se detuvo cuando el valor del eigenvalue no alcanzó la unidad. Este criterio permitió obtener un total de tres factores que fueron rotados usando el método ortogonal Varimax. Los tres factores explicaron las variabilidades de cada escala en cantidades razonablemente altas (24.19%, 22.69% y 21.83% respectivamente). El porcentaje de varianza acumulada de los tres componentes fue de 68.721%. La distribución de los pesos factoriales y las comunalidades se presenta en la Tabla 21.

**Tabla 21. Matriz de Componentes Principales con Rotación Varimax de las escalas de valores (deseado)**

	<i>Componentes</i>			<i>Comunalidad</i>
	1	2	3	
Seguridad	<b>.809</b>		.355	.780
Universalismo	<b>.797</b>	.212	-.291	.765
Benevolencia	<b>.747</b>		-.203	.637
Tradicición	.331	<b>.767</b>		.697
Estimulación		<b>.741</b>	.243	.636
Hedonismo		<b>.726</b>		.566
Conformidad	.494	<b>.556</b>		.555
Autodirección	.251		<b>.851</b>	.820
Poder			<b>.798</b>	.676
Logro	-.293	.422	<b>.690</b>	.741

Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

La interpretación de los factores resultantes, en función de los pesos factoriales de las escalas, indica que la seguridad, el universalismo y la benevolencia son valores que se agrupan bajo un dominio similar. Los valores de tradición y conformidad también tienen un peso factorial, aunque no tan significativo. Estos datos son coherentes con el modelo teórico planteado por Schwartz, donde el universalismo y la benevolencia son dos valores del autotranscender y la seguridad, conformidad y tradición son valores de

conservación. Ambas direcciones deben tener correlaciones positivas y así ocurre en los resultados. Se encuentra una correlación negativa con el logro, dando más evidencia que apoya el modelo.

El segundo componente está conformado por los valores de tradición, estimulación, hedonismo y conformidad, valores del dominio de conservación y apertura al cambio. Este componente sí contradice la teoría de Schwartz, por cuanto los valores de conservación y apertura al cambio deberían ser opuestos y por tanto tener una correlación negativa. En este caso, tales correlaciones no se observan.

El tercer componente está constituido por la autodirección, el poder y el logro, valores del dominio de auto-engrandecimiento. Este componente también verifica la teoría de Schwartz, por cuanto guarda relaciones inversas con los valores de auto-trascender.

### ***Valores desde los deseable***

Con ánimo de comparación, se analizó la distribución de las escalas de valores “**deseables**” a través del Análisis de Componentes Principales, utilizando la Rotación Varimax. El determinante de la matriz de correlaciones alcanzó un valor (0.0002563); el test de Bartlett alcanzó un valor de 541.957, significativo con  $p < 0.000001$  y la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin, ofreció un valor  $KMO = 0.687$ ; ofreciendo evidencia suficiente para realizar la factorización de las escalas.

La extracción de componentes se detuvo cuando el valor del eigenvalue no alcanzó la unidad. Este criterio permitió obtener un total de tres factores que fueron rotados usando el método ortogonal Varimax. Los tres factores explicaron las variabilidades de cada escala en cantidades razonablemente altas (31.554%, 22.456% y 19.442% respectivamente). El porcentaje de varianza acumulada de los tres componentes fue de 73.452. La distribución de los pesos factoriales y las comunalidades se presenta en la Tabla 22.

**Tabla 22. Matriz de Componentes Principales con Rotación Varimax de las escalas de valores (deseable)**

	<i>Componentes</i>			<i>Comunalidad</i>
	1	2	3	
Universalidad	<b>.858</b>			.767
Conformidad	<b>.845</b>	.224	.287	.846
Seguridad	<b>.796</b>			.666
Benevolencia	<b>.792</b>	.267		.698
Hedonismo		<b>.922</b>		.870
Tradicición	.352	<b>.729</b>	.302	.746
Estimulación	.474	<b>.628</b>	.267	.690
Poder			<b>.902</b>	.849
Logro		.394	<b>.822</b>	.846
Autodirección	.203	.349	.451	.366

Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

La interpretación de los factores resultantes, en función de los pesos factoriales de las escalas, nos indica que la universalidad, conformidad, seguridad y la benevolencia son valores que se agrupan bajo un dominio similar. Los valores de tradición, estimulación y autodirección también tienen un peso factorial, aunque no tan significativo. Estos datos son parcialmente coincidentes con el modelo teórico planteado por Schwartz, donde el universalismo y la benevolencia son dos valores del autotrascender y la seguridad, conformidad y tradición son valores de conservación. Ambas direcciones deben tener correlaciones positivas y así ocurre en los resultados.

El segundo componente está conformado por los valores de hedonismo, tradición y estimulación, valores del dominio de conservación y apertura al cambio. Este componente, al igual que en ámbito de lo deseado, también contradice la teoría de Schwartz, por cuanto los valores de conservación y apertura al cambio deberían ser opuestos y por tanto tener una correlación negativa. En este caso, tales correlaciones son positivas.

El tercer componente está constituido por el poder y el logro, valores del dominio de auto-engrandecimiento. Este componente también verifica, en parte, la teoría de Schwartz, sin embargo no guarda relaciones inversas con

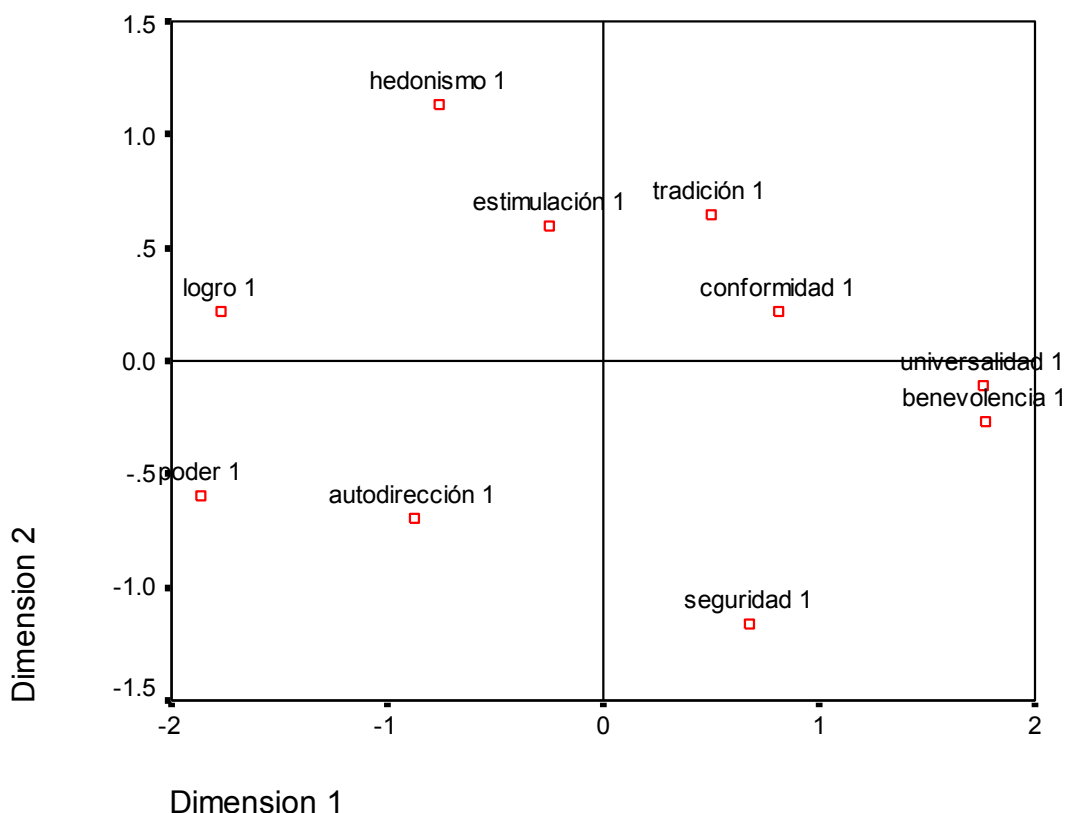
los valores de auto-trascender. Los valores de autodirección tienen una comunalidad muy baja, por lo que su peso factorial es reducido también.

En conclusión, se observa, nuevamente, variaciones importantes en la estructura factorial de las escalas de valores personales dependiendo si pertenecen al ámbito de lo deseado o de lo deseable.

### ***Análisis espacial: deseado versus deseable***

De modo complementario se utilizó el Escalamiento Multidimensional no métrico (ordinal y de similitud) para obtener valores espaciales con mayor información que la proporcionada por el Análisis de Componentes Principales y reproducir el método empleado por Schwartz a través del *Smallest Space Analysis*.

Después de transformar las diez escalas (del ámbito “deseado”) en una matriz simétrica de distancias euclidianas, y previa estandarización en puntuaciones z, se obtuvo una representación geométrica bidimensional con ajustes óptimos (30 parámetros, 6 iteraciones, S-stress=0.05537, Stress=0.05197, RSQ=0.97377). En la Figura 3 se presenta la solución bi-dimensional:



**Figura 3. Representación bidimensional de las escalas de valores personales (deseado)**  
Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

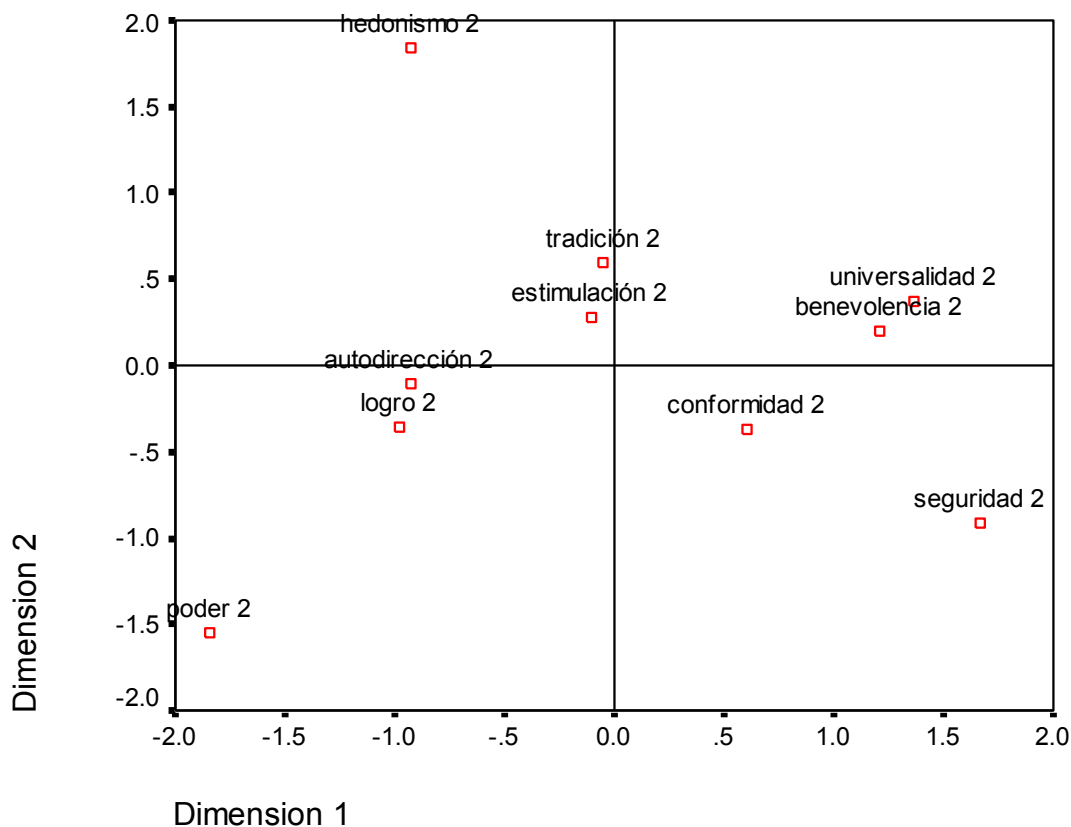
Al observar la Figura 3 se puede apreciar el agrupamiento de las variables estudiadas, de acuerdo al modelo teórico planteado. Es importante señalar que una de las ventajas del Escalamiento Multidimensional es mostrar las relaciones ocultas, no observables directamente a través de los análisis lineales. Así, se observa la relación circular entre las variables, acorde con el modelo de Schwartz; sin embargo, existen algunas discrepancias puntuales.

Se puede observar que la dimensión 1 divide, de forma clara, los valores de logro y poder (los números negativos de D1) y los valores de universalidad y benevolencia (los números positivos de D1). En ese sentido, la dimensión 1 diferencia, de forma muy precisa, los valores de auto-trascendencia de los valores de auto-engrandecimiento. Esta distribución guarda perfecta relación con la teoría propuesta por Schwartz.

De otro lado, la dimensión 2 divide los valores hedonistas y de estimulación (los números positivos de D2) de los valores de seguridad (los

números negativos de D2). Esta relación también es coherente con la teoría de Schwartz, pero no se confirma la posición de los valores de tradición y conformidad, quienes deberían asociarse a los valores de seguridad y con los de estimulación.

Por otro lado, después de transformar las diez escalas del ámbito “deseable”, en una matriz simétrica de distancias euclidianas, y previa estandarización en puntuaciones z, se obtuvo una representación geométrica bidimensional con ajustes óptimos (30 parámetros, 6 iteraciones, S-stress=0.03917, Stress= 0.04984, RSQ=0.97896). En la Figura 4 se presenta la solución bi-dimensional.



**Figura 4. Representación bidimensional de las escalas de valores personales (deseable)**  
Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

Al observar la Figura 4 se puede apreciar que el agrupamiento de las variables estudiadas ya no sigue el modelo teórico planteado. En efecto, ya no

se observa la relación circular entre las variables, acorde con el modelo de Schwartz; sino muchas discrepancias puntuales.

Se puede observar que la dimensión 1 divide, de forma clara, los valores de poder (los números negativos de D1) y los valores de seguridad, universalidad y benevolencia (los números positivos de D1). En ese sentido, la dimensión 1 diferencia, de forma ya no tan precisa, los valores de auto-trascendencia y conservación de los valores de auto-engrandecimiento. De otro lado, la dimensión 2 divide los valores hedonistas (los números positivos de D2) de los valores de poder y seguridad (los números negativos de D2). Esta relación tampoco es coherente con la teoría de Schwartz, pues no se confirma la posición de los valores acorde a la circularidad planteada.

De lo dicho, entonces, solamente los ítems elaborados en el formato de valores “deseados” guardan una relación empírica estrecha con el modelo teórico planteado por Schwartz. Así, sólo la medición de los valores desde el ámbito de lo “deseado” puede verificar empíricamente el modelo de valores personales propuesto por Schwartz.

Por otro lado, la teoría de los valores personales de Schwartz tiene una serie de supuestos y postulados. Si se quiere demostrar la validez teórica del instrumento de medición, se requiere poner a prueba cada postulado y supuesto. Según el modelo teórico de los valores, la benevolencia y la universalidad forman la autotrascendencia y, por tanto, tienen correlaciones negativas con los valores de logro y poder. Tal como se observa en la Tabla 23, tanto la universalidad como la benevolencia están relacionadas, negativamente, con los valores de poder y logro. Asimismo, se encuentra una relación positiva con los valores de conformidad, seguridad y tradición y ninguna relación con los valores de hedonismo, autodirección y estimulación.

**Tabla 23. Correlación entre los valores de autotrascendencia y los demás valores**

	<i>Benevolencia</i>	<i>Universalidad</i>
Autodirección	-.017	.015
Estimulación	.143	.225*
Hedonismo	-.169	.064



Logro	-.169	-.267*
Poder	-.202*	-.220*
Seguridad	.384**	.540**
Conformidad	.364**	.388**
Tradición	.293*	.387**

\* p<0.05; \*\* p<0.01

Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

Según el modelo de Schwartz, en uno de los polos dimensionales se ubican las tipologías apertura al cambio y autodirección, denominándose a este valor de orden superior como apertura al cambio, mientras que en el polo opuesto de esta dimensión se encontraría el valor de orden superior conservación, integrado por las tipologías tradición, conformidad y seguridad. Por tanto, al ser bipolares, deberían estar correlacionados negativamente. Sin embargo, no se verifica el supuesto teórico, por cuanto sí se encuentra correlación significativa entre ambos valores, pero estas relaciones son directas, no negativas.

**Tabla 24. Correlación entre los valores de conservación y los valores de apertura al cambio**

	<i>Seguridad 1</i>	<i>Conformidad 1</i>	<i>Tradición 1</i>
Autodirección 1	.456**	.321**	.228*
Estimulación 1	.256**	.448**	.448**
Hedonismo 1	.059	.199*	.413**

\* p<0.05; \*\* p<0.01

Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

Existen también algunas relaciones teóricas posibles que indiquen validez del constructo, como las relaciones entre las escalas de valores personales y la edad. Teóricamente, se espera que los más jóvenes valoren más la apertura al cambio, la autodirección, el poder, el logro y menos la tradición, la seguridad y la conformidad.

Tal como se muestra en la Tabla 25, si existe una correlación lineal inversa entre la edad y los valores “deseados” de estimulación, logro y autodirección. En sentido inverso, no se ha encontrado relación entre la edad y

la seguridad, tradición. Contrario a la hipótesis, se ha encontrado una relación negativa entre el valor de conformidad y edad.

**Tabla 25. Correlación entre los valores y la edad**

	<i>Edad (deseado)</i>	<i>Edad (deseable)</i>
Benevolencia	-.084	-.160
Universalidad	.007	-.110
Autodirección	-.224*	-.002
Estimulación	-.322**	-.211*
Hedonismo	.051	-.118
Logro	-.221*	-.179
Poder	-.011	.113
Seguridad	.012	.031
Conformidad	-.280**	-.216*
Tradicón	.055	-.270**

\*  $p < 0.05$ ; \*\*  $p < 0.01$

Fuente: Estudio piloto (n= 106). Elaboración propia.

Se encuentran también diferencias en la importancia de los valores personales según el sexo. Los varones atribuyen mayor importancia a los valores de poder ( $F=21.86$ ,  $p < 0.01$ ) y logro ( $F=4.01$ ,  $p < 0.05$ ), mientras que las mujeres le atribuyen más importancia a los valores de benevolencia ( $F=16.11$ ,  $p < 0.01$ ), universalidad ( $F=10.931$ ,  $p < 0.01$ ), seguridad ( $F=11.39$ ,  $p < 0.01$ ), conformidad ( $F=16.49$ ,  $p < 0.01$ ) y tradición ( $F=16.60$ ,  $p < 0.01$ ). No se encontró diferencias significativas según sexo en los valores de autodirección, estimulación y hedonismo. En cuanto a los valores deseables, también se encuentran diferencias significativas según sexo. En este caso, las mujeres tienden a atribuir mayor importancia a los valores de logro ( $F=16.67$ ,  $p < 0.01$ ), autodirección ( $F=10.70$ ,  $p < 0.01$ ) y hedonismo ( $F=5.79$ ,  $p < 0.05$ ).

### **3.1.4.3. Conclusiones y limitaciones del estudio piloto**

A modo de síntesis, se encuentra una diferencia significativa entre los formatos de investigación de los valores “deseados” y “deseables”. En efecto, los niveles de fiabilidad son mayores en las escalas presentadas en formato “deseado” e indican la conveniencia del primero. Además, la validez de constructo da muestras de una diferencia sustancial entre la medición de los

valores personales cuando se aplica un formato desde lo “deseado” o desde lo “deseable”. Así, por tanto, los resultados de la investigación permiten afirmar que el inventario de valores personales con un formato desde lo “deseado” reproduce mejor el modelo teórico original de los valores personales propuesto por Schwartz.

Asimismo, los resultados preliminares dan indicios para afirmar que el inventario de valores personales con un formato desde lo “deseado” reproduce mejor el modelo teórico original de los valores personales propuesto por Schwartz. En otro aspecto, existen diversas limitaciones que es conveniente mencionar. En primer lugar, la investigación empírica inicial se ha realizado sólo sobre la muestra de 106 profesionales. Un estudio de validez confirmatorio requiere una muestra de más de 300 profesionales. Otra limitación importante es la referida a las características de la muestra. Los participantes son estudiantes de postgrado y, por su idiosincrasia, analizan con mayor detalle su escala de valores personales. Es probable, que la escala de tradición y conformidad se hayan visto afectadas por esta variable, por lo que resulta necesario contar con diferentes y diversas muestras para el estudio confirmatorio.

### **3.2. La medición de los valores personales en el Perú: estudio confirmatorio 1**

Tomando en consideración las premisas del Capítulo 1.2.5, el instrumento desarrollado en el estudio piloto fue sometido a dos estudios confirmatorios.

En el primer estudio confirmatorio se trabajó con muestras de estudiantes de postgrado, tres veces mayor al estudio piloto (n=360). De la revisión de los estudios confirmatorios de la teoría de Schwartz se encuentra que la población usualmente empleada son universitarios, gerentes o estudiantes de postgrado; es decir, personas con altos niveles educativos. Era necesario confirmar los supuestos de la teoría en una muestra semejante.

Sin embargo, debido a que son muy pocos los estudios donde se ha sometido a prueba de validez el modelo, donde la muestra tenga bajos niveles educativos o provenga de oficios laborales poco remunerados, se requiere otra muestra con esas características (Estudio confirmatorio 2). En teoría, un instrumento válido no debe ser sensible al nivel educativo de la muestra, por cuanto está midiendo constructos que son universales. Por eso, en este capítulo se presenta –en una tercera parte- los resultados de validez obtenidos con una muestra de empleados (n=1,010) de una gran empresa manufacturera peruana, dedicado al sector farmacéutico.

En el estudio confirmatorio 1, se aplicó a una muestra de 360 profesionales estudiantes de postgrado, la versión mejorada de la escala de valores diseñada en el estudio piloto, así también se aplicó la versión original SVS de valores de Schwartz de 57 ítems. En esta segunda etapa, se busca probar la fiabilidad y validez concurrente y de constructo de ambas escalas. Además, se somete a prueba las versiones abreviadas paralelas de ambas escalas, donde la extensión máxima es de 10 ítems por cada una, los de mayor peso factorial y fiabilidad por valor.

### 3.2.1. Análisis de fiabilidad

En la Tabla 26 se observa los valores de fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach) de las escalas de valores personales diseñada por la autora (EM), basados en la teoría de Schwartz, según ítems, escala (dimensión) y componente.

**Tabla 26. Fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach) por valor y por eje de las escalas de valores EM basadas en la teoría de Schwartz.**

<i>Ítems</i> <i>Alfa escala total = 0.868</i>	<i>Alfa de Cronbach</i> <i>si se elimina el</i> <i>ítem</i>	<i>Alfa de Cronbach</i> <i>por Dimensión:</i>	<i>Alfa de Cronbach</i> <i>por Componente:</i>
Hacer las cosas a mi manera	.359	Auto-Dirección 0.394	Apertura al Cambio 0.528
Planear y hacer mis actividades por mí mismo	.272		
Ser curioso e intentar comprender las cosas por mí mismo	.275		
Ser independiente	.397		

Hacer diferentes actividades en la vida	.334	Estimulación 0.462	
Buscar siempre aventuras	.517		
Hacer cosas nuevas y sorprendentes	.373		
Asumir riesgos en la vida	.324		
Divertirme cada vez que puedo	.556	Hedonismo 0.668	Auto- Engrandecimiento 0.584
Gozar de los placeres de la vida	.520		
Buscar diversión en la vida	.638		
Mostrar mis habilidades y capacidades	.470	Logro 0.504	
Ser exitoso / triunfador	.375		
Tener ambición	.468		
Ser mejor que otros	.410		
Tener mucho dinero	.474	Poder 0.564	
Estar al mando y decir a las otras personas qué hacer	.529		
Ser el que siempre toma las decisiones	.498		
Tener mucho poder	.464		
Que cada persona en el mundo sea tratada con igualdad y justicia.	.678	Universalidad 0.682	Auto-Trascender 0.752
Escuchar e intentar comprender a las personas que son diferentes a mí.	.707		
Cuidar del medio ambiente y de la naturaleza	.587		
Promover la paz para que las personas vivan en armonía.	.624		
Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozca.	.612		
Proteger la naturaleza y evitar contaminarla	.622		
Ayudar a las personas que me rodean	.295	Benevolencia 0.418	
Ser leal con mis compañeros y amigos	.356		
Apoyar en las necesidades de los otros	.321		
Perdonar a las personas que me ofenden	.423		
Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa	.074	Conformidad 0.338	Conservación 0.679
Actuar apropiadamente.	.393		
Ser obediente / respetar a los parientes y/o personas mayores.	.283		
No contrariar a las autoridades	.309		
Vivir en lugares seguros	.453	Seguridad 0.506	
Que el país sea seguro y libre de amenazas	.406		
Que las cosas/actividades estén siempre organizadas.	.476		
Mantenerme sano y con buena salud	.491		
Tener un gobierno estable	.418		

Estar satisfecho con lo que tengo	.441	Tradición: 0.437
Las creencias religiosas	.363	
Seguir las costumbres y tradiciones	.191	
Ser humildes y sencillo	.443	

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

En general, se observa que los valores de fiabilidad son bajos, semejantes a los reportados en la literatura. Los coeficientes Alfa oscilan entre  $\alpha = 0.338$  y  $\alpha = 0.682$ . Son significativamente bajos en los valores de autodirección y conformidad. En cuanto a la fiabilidad de los ejes superiores, los coeficientes Alfa de Cronbach oscilan entre  $\alpha = 0.528$  y  $\alpha = 0.752$ . El coeficiente Alfa de toda la escala EM es de  $\alpha = 0.868$ .

En el caso del SVS original de Schwartz, de 56 ítems, los coeficientes Alfa de Cronbach son significativamente más altos. Los coeficientes oscilan entre  $\alpha = 0.566$  y  $\alpha = 0.855$ . En cuanto a la fiabilidad de los ejes superiores, los coeficientes oscilan entre  $\alpha = 0.744$  y  $\alpha = 0.815$ . El coeficiente Alfa de toda la escala SVS es de  $\alpha = 0.943$ .

**Tabla 27. Fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach) por valor y por eje de las escalas de valores de Schwartz - SVS.**

<i>Ítem</i> <i>Alfa = 0.943</i>	<i>Alfa de Cronbach si se elimina ítem</i>	<i>Alfa de Cronbach por Dimensión</i>	<i>Alfa de Cronbach por Componente</i>
LIBERTAD (Libertad de acción y pensamiento).	.742	Auto-Dirección 0.790	Apertura al Cambio 0.744
AUTO-RESPECTO (Creer en mi propia valía)	.744		
CREATIVIDAD (Originalidad, imaginación)	.759		
AUTODISCIPLINA (Autocontrol, resistencia a las tentaciones).	.769		
INDEPENDIENTE (No depender de los demás, autosuficiente)	.755		
ELIGIENDO MIS PROPIAS METAS (Seleccionar mis propios objetivos)	.793		
CURIOSO (Interesado por todo).	.779		
UNA VIDA EXCITANTE (Tener experiencias estimulantes)	.306	Estimulo 0.644	
UNA VIDA VARIADA (Llena de retos, novedad y cambios).	.727		
ATREVIDO (En busca de aventuras y riesgo)	.511		
PLACER (Gratificación de deseos).	.a	Hedonismo	Auto-

GOZAR DE LA VIDA (Goza de la comida, el sexo, el ocio, etc.)	.a	0.566	Engrandecimiento
AMBICIOSO (Trabajador infatigable, con aspiraciones)	.690	Logro 0.723	0.807
INFLUYENTE (Tener impacto en las personas, en los demás)	.691		
CAPAZ (Competente, efectivo, eficiente).	.683		
INTELIGENTE (Lógico, pensador, analítico).	.658		
EXITOSO (Conseguir metas).	.661		
PODER SOCIAL (Control sobre los demás).	.685	Poder 0.710	
RIQUEZA (Posesiones materiales, dinero).	.637		
RECONOCIMIENTO SOCIAL (Respeto, aprobación de los demás).	.700		
AUTORIDAD (El derecho a liderar o mandar).	.603		
CONSERVANDO MI IMAGEN PÚBLICA (Protegiendo mi imagen).	.677		
IGUALDAD (Igualdad de oportunidades para todos).	.842	Universalismo 0.858	Auto- Trascender 0.762
ARMONÍA INTERNA (En paz conmigo mismo).	.845		
DAR SIGNIFICADO A MI VIDA (Una meta en la vida).	.840		
UN MUNDO EN PAZ (Libre de guerras y conflictos)	.850		
UNIÓN CON LA NATURALEZA (Integrarse con la naturaleza)	.846		
SABIDURÍA (Comprensión madura de la vida).	.848		
UN MUNDO DE BELLEZA (Belleza en la naturaleza y en las artes)	.843		
JUSTICIA SOCIAL (Corregir injusticias, cuidar a los débiles)	.837		
MENTE ABIERTA (Tolerante con diferentes ideas y creencias)	.842		
PROTECTOR DEL MEDIO AMBIENTE (Defensor de la naturaleza)	.850		
SENTIMIENTO DE PERTENENCIA (Sentimiento de ser parte de algo o de pertenecer a alguien).	.770	Benevolencia 0.759	
AMOR MADURO (Relación profunda íntima, emocional y espiritual).	.716		
AMISTAD VERDADERA (Amigos cercanos que me apoyen)	.740		
LEAL (Fiel a mis amigos, a mi grupo)	.712		
HONESTO (Genuino, sincero).	.712		
QUE AYUDA (Trabajando por el bienestar de los demás)	.730		
CONFIABLE (En el que se puede confiar, fiable).	.716		
NO RENCOROSO (Dispuesto a perdonar a los demás)	.765		
ORDEN SOCIAL (Estabilidad en la sociedad)	.652	Conformidad 0.697	Conservación 0.815
BUENOS MODALES (Cortesía, buenas maneras).	.583		
HONRAR A LOS PADRES Y MAYORES (Mostrándoles respeto)	.639		
RESPONSABLE (Cumplir mis deberes, obligaciones).	.655		
SEGURIDAD NACIONAL (Protección de mi nación contra sus enemigos).	.632	Seguridad 0.695	
RECIPROCIDAD DE FAVORES (Evitar deber favores a los demás)	.715		
SEGURIDAD FAMILIAR (Seguridad para los seres queridos).	.612		

SANO (No estar enfermo física o mentalmente).	.620	
LIMPIO (Ordenado, aseado).	.646	
UNA VIDA ESPIRITUAL (Énfasis en aspectos espirituales, no materiales).	.679	Tradición 0.718
RESPECTO POR LA TRADICIÓN (Mantener las costumbres a lo largo del tiempo).	.672	
DESPREOCUPACIÓN (De lo mundano).	.717	
MODERADO (Evitar los sentimientos y acciones extremas)	.663	
HUMILDE (Modesto, pasar inadvertido)	.697	
ACEPTANDO MI ROL EN LA VIDA (Someterse a las circunstancias de la vida)	.699	
DEVOTO (Manteniendo creencias y fe religiosas).	.669	

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

Para la versión abreviada de la escala EM, fueron seleccionados los 10 ítems más fiables, uno por valor. En el caso de la escala original SVS se hizo lo mismo, seleccionando los 10 ítems más fiables (ver Tabla 28).

Así, en la escala EM breve, el coeficiente Alfa es de 0.606, mientras que el coeficiente Alfa de la escala EM completa, es de 0.868. Es importante resaltar que la reducción de 36 ítems menos ha impactado en la disminución de solo Alfa=0.262.

Tabla 28. Estadísticos total-ítem de la escala de valores personales EM (versión abreviada)

<i>Alfa = 0.606</i>	<i>Correlación ítem-total corregida</i>	<i>Alfa de Cronbach si se elimina ítem</i>
Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa (Conformidad)	.247	.588
Planear y hacer mis actividades por mí mismo (Autodirección)	.294	.577
Ayudar a las personas que me rodean (Benevolencia)	.318	.571
Ser exitoso / triunfador (Logro)	.303	.575
Que el país sea seguro y libre de amenazas (Seguridad)	.296	.577
Seguir las costumbres y tradiciones (Tradición)	.374	.558
Gozar de los placeres de la vida (Hedonismo)	.216	.596
Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozca. (Universalidad)	.320	.571
Asumir riesgos en la vida (Estimulación)	.307	.575
Tener mucho poder (Poder)	.123	.617

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.



En el caso de la escala SVS breve, el coeficiente Alfa es de 0.704. El coeficiente Alfa de la escala SVS completa, es de 0.943 puntos. En este caso, la reducción de 46 ítems ha impactado en la disminución del coeficiente en solo 0.239 puntos.

Tabla 29. Estadísticos total-ítem de la escala SVS original (versión abreviada)

<i>Alfa = 0.704</i>	<i>Correlación elemento-total corregida</i>	<i>Alfa de Cronbach si se elimina el elemento</i>
EXITOSO (Conseguir metas).	.307	.691
GOZAR DE LA VIDA (Goza de la comida, el sexo, el ocio, etc.)	.295	.699
DEVOTO (Manteniendo creencias y fe religiosas).	.266	.699
HONESTO (Genuino, sincero).	.497	.660
JUSTICIA SOCIAL (Corregir injusticias, cuidar a los débiles)	.347	.684
AUTORIDAD (El derecho a liderar o mandar).	.282	.695
SEGURIDAD FAMILIAR (Seguridad para los seres queridos).	.447	.668
BUENOS MODALES (Cortesía, buenas maneras).	.452	.669
UNA VIDA EXCITANTE (Tener experiencias estimulantes)	.356	.683
LIBERTAD (Libertad de acción y pensamiento).	.440	.669

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

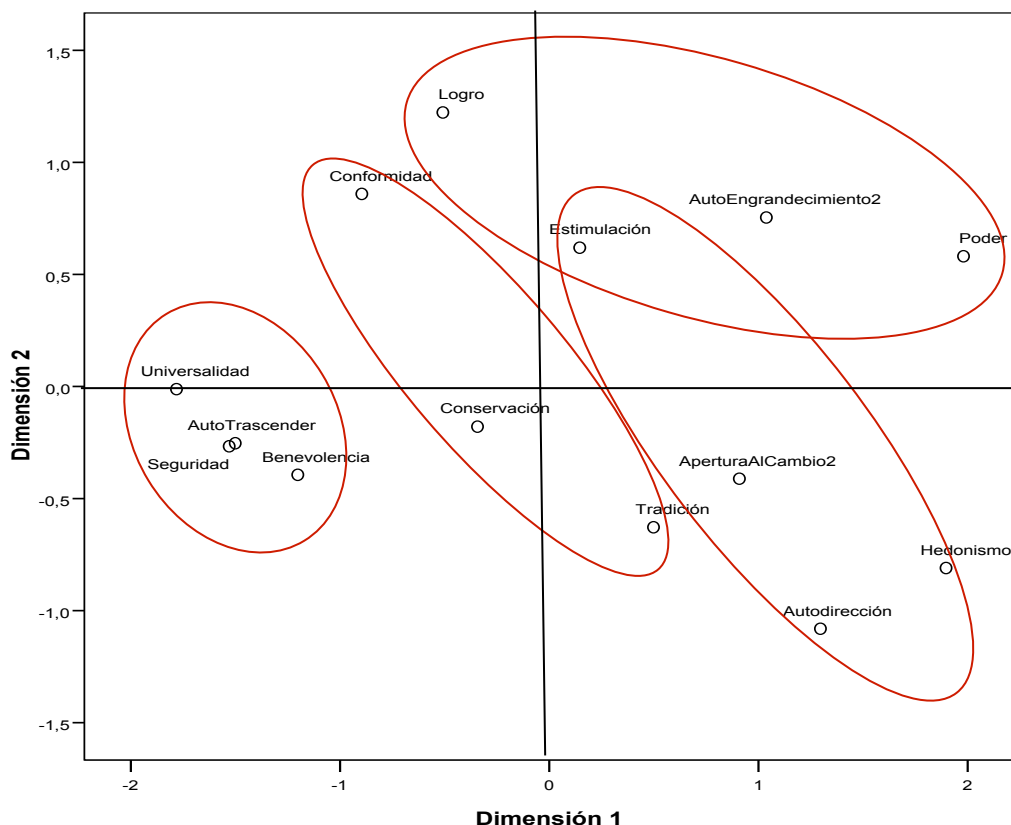
Esta reducción del coeficiente de fiabilidad –en ambos casos- es predecible, por la simplificación de la escala en frases únicas y la reducción del número de ítems asociados a cada valor, provocando una excesiva heterogeneidad de significados subyacentes a cada valor.

Es de esperar que en la reducción de casi cuatro quintos de ítems, los niveles de fiabilidad disminuyan. Sin embargo, no debería ocurrir lo mismo con la validez.

### **3.2.2. Validez concurrente**

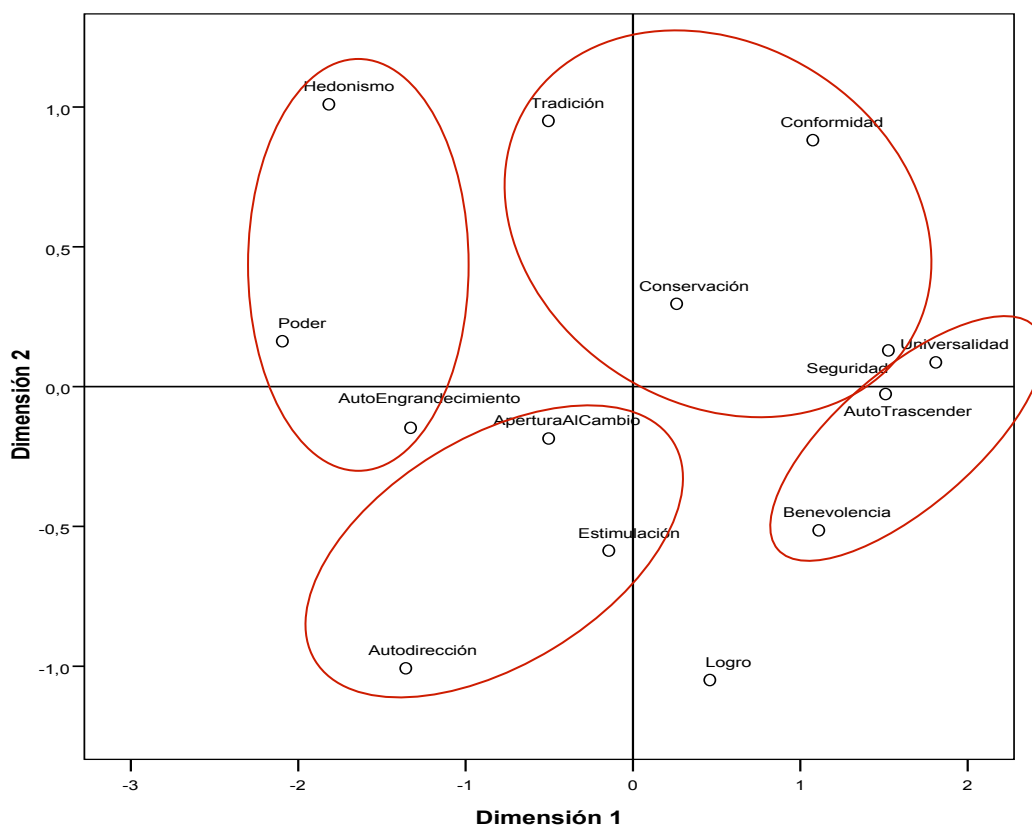
Para analizar la validez de la escala de valores personales basada en Schwartz, primero se describe el comportamiento de los 10 valores, tanto en la versión EM como en la versión original SVS. Desde un enfoque exploratorio, se analiza la relación entre valores usando el EMD no métrico.

En el caso de las escalas EM, una representación de dos dimensiones de los 10 valores y sus ejes superiores, demuestra una solución estable de cuatro clústers. El valor seguridad, se ubica en el clúster Autotrascendencia y no en el de Conservación. Todos los demás valores coinciden con sus ejes superiores, pero en la ubicación propuesta por Schwartz (Figura 5).



**Figura 5. Escalamiento multidimensional no métrico de los valores (escalas) y ejes superiores de la escala EM, creada siguiendo el modelo de Schwartz (versión completa)**  
Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

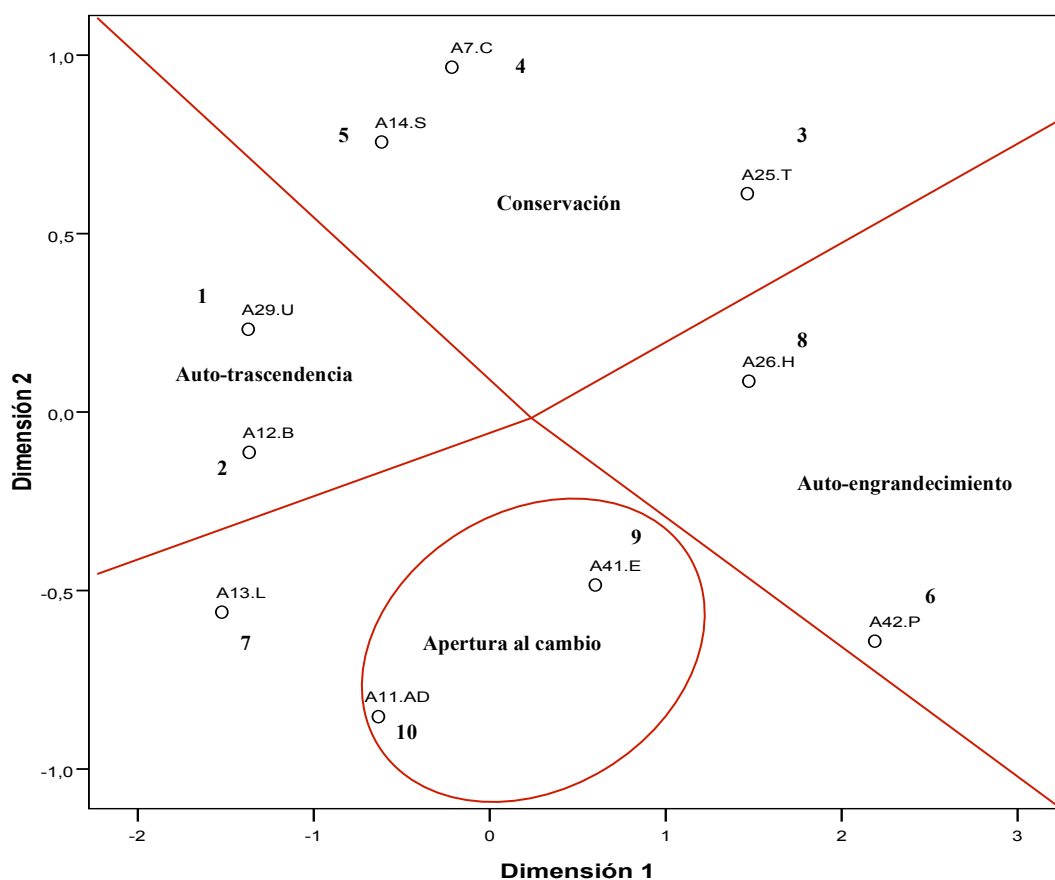
En el caso de las escalas SVS de Schwartz, una representación de dos dimensiones de los 10 valores y sus ejes superiores, también demuestra una solución estable de cuatro clústers. En este caso, el valor seguridad también es limítrofe de la Conservación y la Auto-trascendencia, y el valor Logro no se ubica dentro del clúster Auto-engrandecimiento. Está más ligado a la apertura al cambio y a la Auto-trascendencia (Figura 6).



**Figura 6. Escalamiento multidimensional no métrico de los valores (escalas) y ejes superiores de la escala SVS de Schwartz (versión completa).**

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

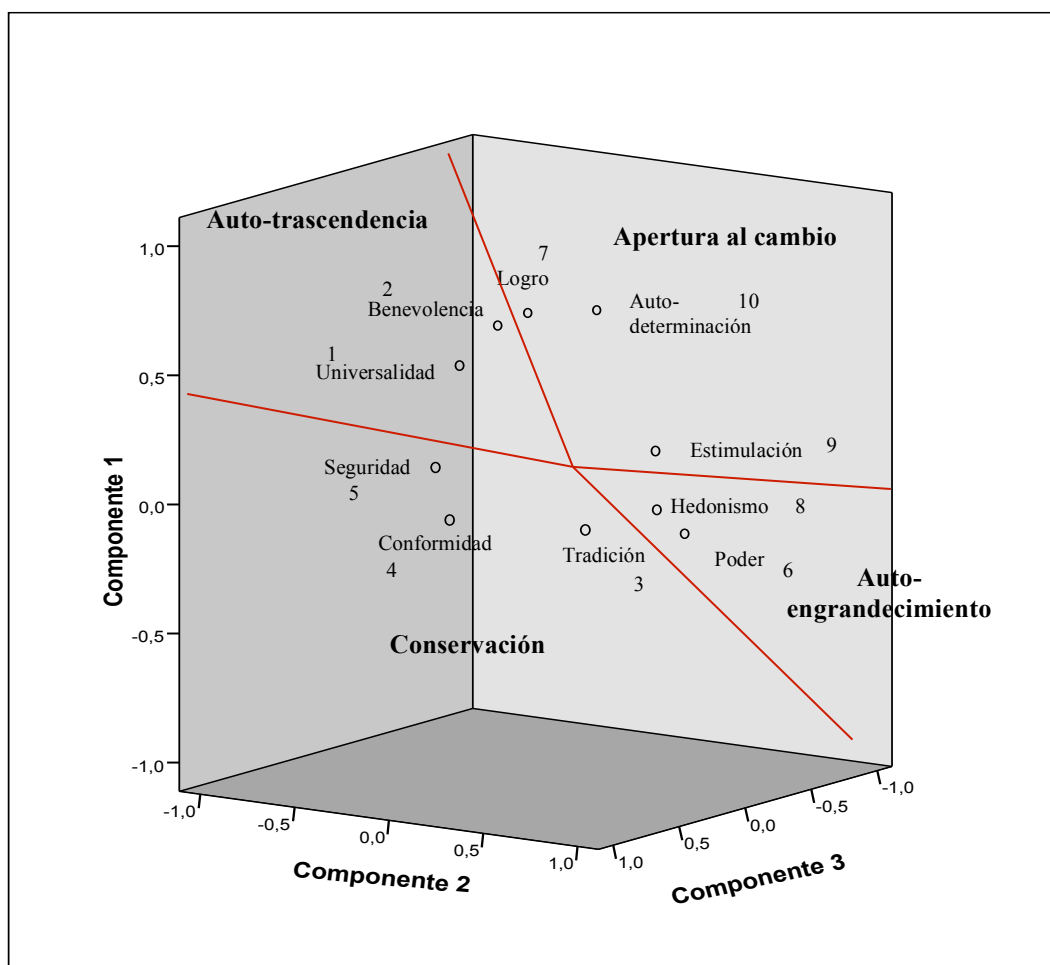
En el caso de la versión breve de 10 ítems de la escala de valores EM, la relación de los valores con los ejes superiores es más semejante a la reportada por Schwartz, salvo el valor “Logro” (7), más limítrofe con la apertura al cambio y la auto-trascendencia. A diferencia de las soluciones de escalamiento anteriores, en la versión breve la relación y ubicación de los ejes superiores son idénticas a la teoría de Schwartz.



**Figura 7. Escalamiento multidimensional no métrico de los ítems más fiables de la escala EM creada siguiendo el modelo de Schwartz (versión completa).**

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

Con un análisis factorial exploratorio de los ítems de la escala breve EM, los resultados confirman también la estructura circular de los valores, así como su distribución en las cuatro grandes áreas de valores.



**Figura 8. Análisis factorial exploratorio de los ítems de la versión abreviada EM de valores usando la teoría de Schwartz**

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

**Tabla 30. Matriz de componentes rotados de la escala EM (versión abreviada)**

	Componente		
	1	2	3
Ser exitoso / triunfador (logro)	<b>.707</b>		
Planear y hacer mis actividades por mí mismo (auto-dirección)	<b>.703</b>	.213	-.158
Ayudar a las personas que me rodean (benevolencia)	<b>.670</b>		.216
Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozca. (universalidad)	<b>.543</b>		<b>.437</b>
Tener mucho poder (poder)	-.106	<b>.714</b>	-.109
Gozar de los placeres de la vida (hedonismo)		<b>.679</b>	
Asumir riesgos en la vida (estimulación)	.220	<b>.628</b>	
Seguir las costumbres y tradiciones (tradicón)		.596	<b>.475</b>
Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa (conformidad)			<b>.736</b>
Que el país sea seguro y libre de amenazas (seguridad)	.196		<b>.717</b>
Eigenvalues	1.835	1.782	1.566

Porcentaje de varianza explicada 18.354 17.818 15.659

Nota: Análisis de componentes principales con rotación Varimax con Kaiser. Determinante = 0.271; KMO=0.626,  $X^2$  de Bartlett = 463.184, gl=45, p<0.001.

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

Por otro lado, con el análisis factorial exploratorio de los ítems de la escala breve SVS, los resultados confirman también la estructura circular de los valores, así como su distribución en las cuatro grandes áreas de valores.

**Tabla 31. Matriz de componentes rotados de los valores del SVS (versión abreviada)**

	<i>Componentes</i>		
	1	2	3
<b>Seguridad:</b> SEGURIDAD FAMILIAR (Seguridad para los seres queridos).	<b>.848</b>		-.218
<b>Autodeterminación:</b> LIBERTAD (Libertad de acción y pensamiento).	<b>.664</b>	.395	-.348
<b>Conformidad:</b> BUENOS MODALES (Cortesía, buenas maneras).	<b>.655</b>		.208
<b>Benevolencia:</b> HONESTO (Genuino, sincero).	<b>.650</b>	.217	.105
<b>Logro:</b> EXITOSO (Conseguir metas).	<b>.585</b>	-.310	.373
<b>Universalidad:</b> JUSTICIA SOCIAL (Corregir injusticias, cuidar a los débiles)	<b>.516</b>		.223
<b>Hedonismo:</b> GOZAR DE LA VIDA (Goza de la comida, el sexo, el ocio, etc.)		<b>.809</b>	.121
<b>Estimulación:</b> UNA VIDA EXCITANTE (Tener experiencias estimulantes)	.132	<b>.687</b>	.220
<b>Tradicición:</b> DEVOTO (Manteniendo creencias y fe religiosas).	.106	.146	<b>.729</b>
<b>Poder:</b> AUTORIDAD (El derecho a liderar o mandar).		.382	<b>.588</b>
Eigenvalues	2.655	1.597	1.352
Porcentaje de varianza explicada	26.548	15.967	13.525

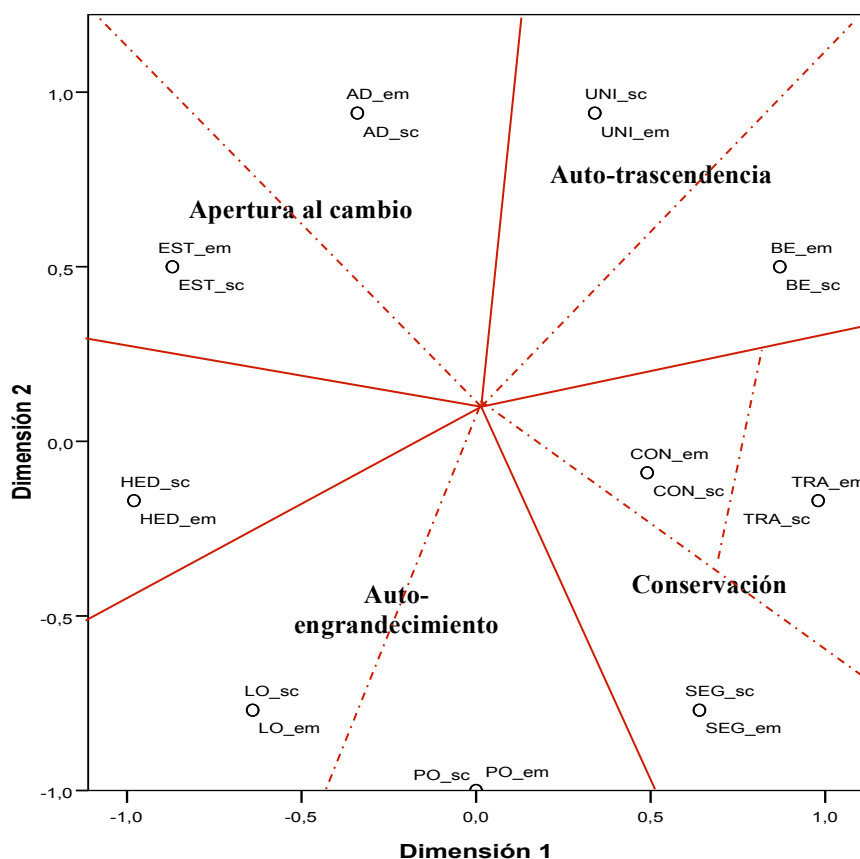
Análisis de componentes principales con rotación Varimax con Kaiser. Determinante = 0.143; KMO=0.722,  $X^2$  de Bartlett = 555.206, gl=45, p<0.001.

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

En cuando al uso del Escalamiento Multidimensional Exploratorio (EMD), autores como Hair et al (2004) recomiendan cierta precaución en cuanto a la interpretación de las dimensiones, pues consideran que este proceso es más un arte que una ciencia. El investigador debe resistir la tentación de permitir que su percepción personal afecte a la dimensionalidad cualitativa de las dimensiones percibidas. Dado el nivel de la opinión del investigador, se deben tomar todas las precauciones con el fin de ser lo más objetivo posible en esta área. Por eso, se usó también el EMD confirmatorio.

Para el escalamiento multidimensional confirmatorio se han usado las coordenadas teóricas planteadas por Schwartz (ver Anexo 3), encontrando que para las dos versiones de los instrumentos, los ajustes son equivalentes.

En efecto, usando el procedimiento PROXSCAL, implementado en el paquete estadístico SPSS (versión 21), se confirma la validez concurrente de las escalas diseñadas para el Perú. En la Figura 9 se observa la representación espacial de las escalas tanto de la versión SVS de Schwartz (SC) como la diseñada para el estudio (EM).



**Figura 9. Escalamiento multidimensional de proximidades (Proxscal) de las dos escalas EM y SVS, y con restricciones en función de las coordenadas fijas del modelo teórico de Schwartz**

Nota: Medidas de ajuste y stress (Stress bruto normalizado=0.15889; Stress-I=0.39861(a); Stress-II=0.99178(a); S-Stress=0.30938(b); Dispersión explicada D.A.F.=0.84111; Coeficiente de congruencia de Tucker=0.91712) a. Factor para escalamiento óptimo = 1.189; b. Factor para escalamiento óptimo = .91712.

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

En la Tabla 32 se compara las medidas de ajuste u Stress mediante el uso del modelo Proxscal de EMD confirmatorio, de las cuatro versiones de las escalas de valores personales. Las dos versiones extendidas (SVS y EM) y las dos versiones breves de 10 ítems.

**Tabla 32. Medidas de ajuste y stress de Proxscal de la escalas de valores personales, en su formato original y breve de 10 ítems**

	<i>Escala EM</i>	<i>Escala SVS Schwartz</i>	<i>Escala EM breve (10 ítems)</i>	<i>Escala SVS Schwartz breve (10 ítems)</i>
Stress bruto normalizado	.10406	.11008	.11177	.11077
Stress-I	.32258(a)	.33179(c)	.33432(e)	.33282(g)
Stress-II	.95141(a)	.97858(c)	.98604(e)	.98164(g)
S-Stress	.25236(b)	.26766(d)	.27001(f)	.26607(h)
Dispersión explicada (D.A.F.)	.89594	.88992	.88823	.88923
Coeficiente de congruencia de Tucker	.94654	.94335	.94246	.94299

Transformaciones ordinales. Método Simplex de optimización.

a Factor para escalamiento óptimo = 1.116. b Factor para escalamiento óptimo = .919. c Factor para escalamiento óptimo = 1.124. d Factor para escalamiento óptimo = .910. e Factor para escalamiento óptimo = 1.126. f Factor para escalamiento óptimo = .908. g Factor para escalamiento óptimo = 1.125. h Factor para escalamiento óptimo = .909.

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

Dado que el stress y las medidas de ajuste indican la eficacia con la que se aproximan las distancias de la solución a las distancias originales, es posible afirmar que la escala que mejor se ajusta al modelo teórico de Schwartz es la versión breve desarrollada por la autora (EM). Aunque todos los ajustes son significativos, con Coeficientes de congruencia de Tucker superior a 0.9.

En la Tabla 33 se observa que los valores de Tradición y Conformidad son los que menos se ajustan al modelos teórico de Schwartz, en todas las versiones de instrumentos.



**Tabla 33. Decomposición de stress bruto normalizado de las escalas de valores personales, en su formato original y breve de 10 ítems**

		<i>EM</i>	<i>SVS</i>	<i>EM_breve</i>	<i>SVS_breve</i>
Objeto	Universalismo UN	.0936	.0936	.0921	.0942
	Benevolencia BE	.1080	<b>.1264</b>	.1188	.1054
	Tradición TR	<b>.1239</b>	<b>.1367</b>	<b>.1438</b>	<b>.1558</b>
	Conformidad CO	.0917	<b>.1209</b>	<b>.1275</b>	<b>.1120</b>
	Seguridad SE	<b>.1173</b>	<b>.1212</b>	.1166	<b>.1283</b>
	Poder PO	.0973	.1064	.1179	.1067
	Logro LO	<b>.1106</b>	.1053	<b>.1324</b>	<b>.1163</b>
	Hedonismo HE	.0999	.0968	.0975	.1004
	Estimulación ES	.0992	.0924	.0888	.0912
	Autodeterminación AD	.0990	.1012	.0823	.0973
Media		.1041	.1101	.1118	.1108

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

En suma, se ha encontrado evidencia de la validez concurrente de las escalas diseñadas, comparándolas con la escala original SVS de Schwartz.

### **3.3. La medición de los valores personales en el Perú: Estudio confirmatorio 2**

En la presente investigación se obtuvo una muestra de 1,010 trabajadores de una empresa farmacéutica grande. Los datos de esta muestra fueron depurados previamente utilizando los algoritmos desarrollados por Schwartz para controlar la aquiescencia. En una primera etapa se obtienen los valores de fiabilidad por consistencia interna. En una segunda etapa se realiza escalamientos multidimensionales confirmatorios débiles y fuertes para probar el ajuste de los valores a las coordenadas teóricas planteadas por Schwartz. Finalmente, se analiza la validez de constructo usando el Análisis Factorial Confirmatorio.

### 3.3.1. Fiabilidad

A continuación se presenta el análisis de fiabilidad de los 42 ítems de la escala diseñada. En la Tabla 34 se observa que los valores de fiabilidad son bajos, semejantes a los reportados en la literatura y a los obtenidos en el estudio Confirmatorio 1 (ver Tabla 26). Los coeficientes Alfa oscilan entre  $\alpha=0.318$  y  $\alpha=0.678$ . Son significativamente bajos en los valores de Autodirección ( $\alpha=0.32$ ) y Tradición ( $\alpha=0.318$ ). En cuanto a la fiabilidad de los ejes superiores, los coeficientes Alfa de Cronbach oscilan entre  $\alpha=0.549$  y  $\alpha=0.759$ . El coeficiente Alfa de toda la escala EM es de  $\alpha=0.832$ .

**Tabla 34. Fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach) por valor y por eje de las escalas de valores EM basadas en la teoría de Schwartz**

Ítems <i>Alfa escala total = 0.832</i>	$R^2$ valor	$R^2$ Eje	Alfa de Cronbach por Dimensión:	Alfa de Cronbach por Eje
Hacer las cosas a mi manera	.069	.079	Auto- Dirección 0.32	Apertura al Cambio 0.549
Planear y hacer mis actividades por mí mismo	.102	.135		
Ser curioso e intentar comprender las cosas por mí mismo	.091	.228		
Ser independiente	.056	.067		
Hacer diferentes actividades en la vida	.071	.118	Estimulación 0.460	
Buscar siempre aventuras	.089	.123		
Hacer cosas nuevas y sorprendentes	.115	.173		
Asumir riesgos en la vida	.051	.071		
Divertirme cada vez que puedo	.138	.218	Hedonismo 0.528	Auto- Engrandecimiento 0.617
Gozar de los placeres de la vida	.083	.268		
Buscar diversión en la vida	.148	.258		
Demstrar mis habilidades y capacidades	.109	.171	Logro 0.457	
Ser exitoso / triunfador	.085	.167		
Tener ambición	.079	.211		
Ser mejor que otros	.078	.212		
Tener mucho dinero	0.013	.133	Poder 0.454	
Estar al mando y decir a las otras personas qué hacer	.091	.145		
Ser el que siempre toma las decisiones	.139	.191		
Tener mucho poder	.146	.217		
Que cada persona en el mundo sea tratada con igualdad y justicia.	.134	.221	Universalidad 0.676	Auto-Trascender 0.759
Escuchar e intentar comprender a las personas que son diferentes a mí.	.217	.315		
Cuidar del medio ambiente y de la naturaleza	.252	.280		
Promover la paz para que las personas vivan en armonía.	.298	.343		
Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente	.201	.258		

que no conozca.				
Proteger la naturaleza y evitar contaminarla	.347	.350		
Ayudar a las personas que me rodean	.168	.292	Benevolencia	
Ser leal con mis compañeros y amigos	.091	.259	0.517	
Apoyar en las necesidades de los otros	.144	.224		
Perdonar a las personas que me ofenden	.094	.131		
Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa	.157	.239	Conformidad	Conservación
Actuar apropiadamente.	.058	.137	0.424	0.660
Ser obediente / respetar a los parientes y/o personas mayores.	.197	.290		
No contrariar a las autoridades	.102	.290		
Vivir en lugares seguros	.167	.229	Seguridad	
Que el país sea seguro y libre de amenazas	.145	.201	0.572	
Que las cosas/actividades estén siempre organizadas.	.048	.229		
Mantenerme sano y con buena salud	.167	.246		
Tener un gobierno estable	.150	.326		
Estar satisfecho con lo que tengo	.014	.086	Tradición	
Las creencias religiosas	.050	.140	0.318	
Seguir las costumbres y tradiciones	.018	.090		
Ser humildes y sencillo	.030	.182		

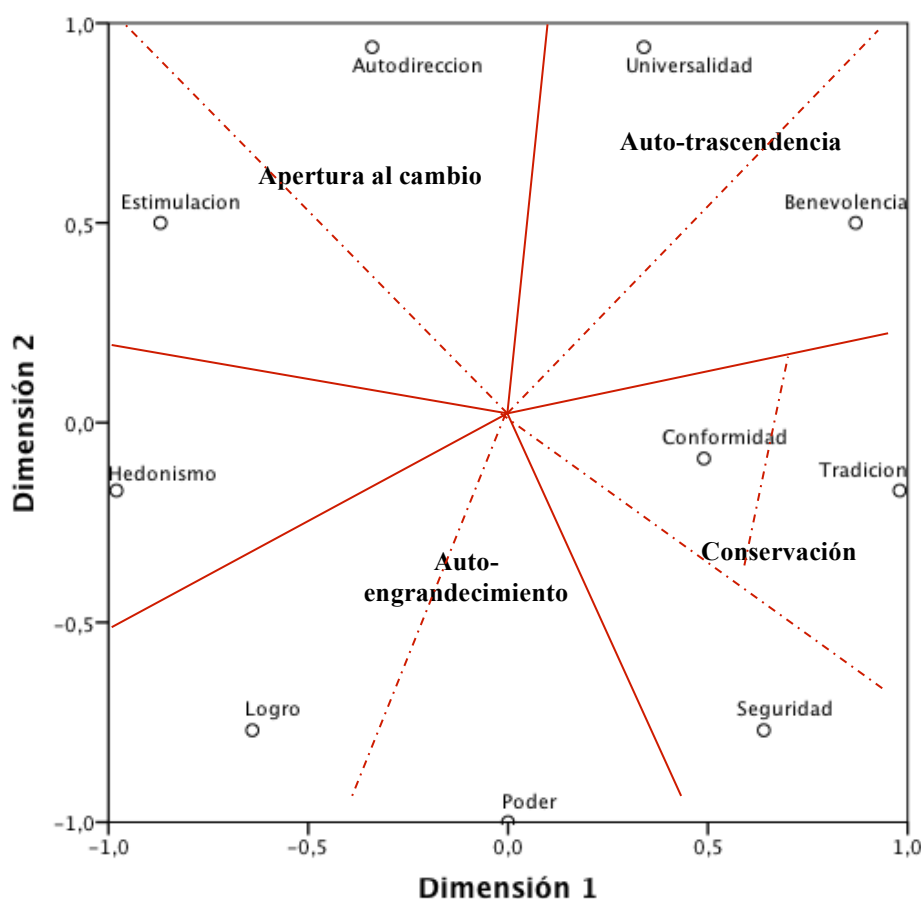
Fuente: Estudio confirmatorio 2 (n=1,010).

### 3.3.2. Escalamiento multidimensional confirmatorio

Usando el procedimiento PROXSCAL, implementado en el paquete estadístico SPSS (versión 21), se analiza la validez del modelo circumplex de la teoría de Schwartz. de las escalas diseñadas para el Perú. Según la revisión de la literatura, existen dos formas de hacerlo (Bilsky, Borg, Janik, Groenen, 2013; Bilsky, Janik & Schwartz, 2011). La primera, llamada EMD Confirmatorio débil, compara las coordenadas de los datos con los parámetros originales de los 10 valores de Schwartz. La segunda, llamada EMD Confirmatorio fuerte, compara las coordenadas de los datos con los parámetros de los ejes superiores de la teoría de valores obtenidos mediante Estructuplos (ver Anexo 4).

En el caso del EMD Confirmatorio débil, la configuración inicial de la teoría de Schwartz sirve como parámetro de restricción. Aunque esta aproximación no es estrictamente confirmatoria, pues no fuerza la hipótesis a una solución regional, sí es más precisa que un MDS exploratorio, porque

especifica hipótesis de ubicación basados en la teoría, antes del análisis, por eso es llamado “EMDC débil” (Borg et al., 2013). En la Figura 10 se observa la representación espacial de las escalas diseñadas para el estudio (EM), según el EMD Confirmatorio débil.



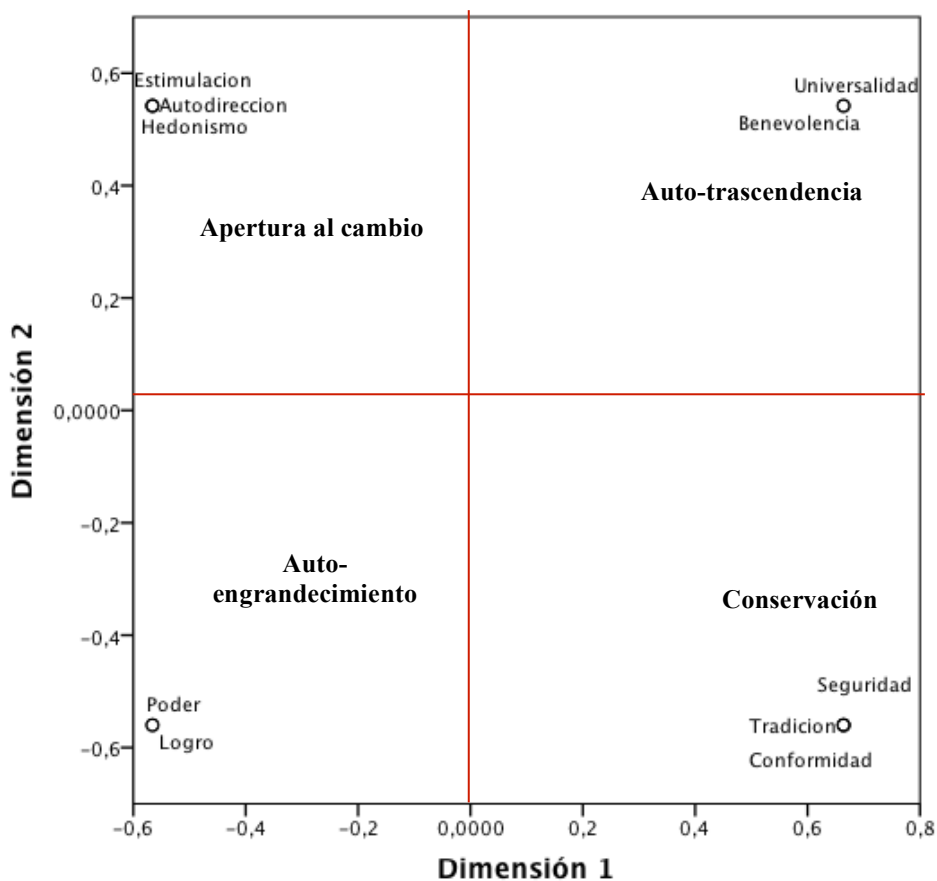
**Figura 10. Escalamiento multidimensional de proximidades (Proxscal) de las escalas EM, con restricciones en función de las coordenadas fijas del modelo teórico de Schwartz (EMD Confirmatorio débil)**

Nota: Medidas de ajuste y stress (Stress bruto normalizado=0.09726; Stress-I=0.31187(a); Stress-II=0.91983(a); S-Stress=0.23676(b); Dispersión explicada D.A.F.=0.90274; Coeficiente de congruencia de Tucker=0.95013) a. Factor para escalamiento óptimo = 1.108; b. Factor para escalamiento óptimo = .925.

Fuente: Estudio confirmatorio 2 (n= 1,010). Elaboración propia.

Por otro lado, el EMD Confirmatorio fuerte, restringe las zonas regionales de la teoría sobre los resultados el EMD. Estas restricciones parten de las facetas de los ejes superiores de los valores, en una tabla 2x2 (ver Anexo 4), donde los valores son caracterizados en Estructuplos, que es la

combinación de los elementos de las facetas. En la Figura 11 se observa la representación espacial de las escalas diseñadas para el estudio (EM), según el EMD Confirmatorio fuerte.



**Figura 11. Escalamiento multidimensional de proximidades (Proxscal) de las escalas EM, con restricciones en función de los estructuplos del modelo teórico de Schwartz (EMD Confirmatorio fuerte)**

Nota: Medidas de ajuste y stress (Stress bruto normalizado=0.17427; Stress-I=0.41746(a); Stress-II=0.92671(a); S-Stress=0.24654(b); Dispersión explicada D.A.F.=0.82573; Coeficiente de congruencia de Tucker=0.90869) a. Factor para escalamiento óptimo = 1.211; b. Factor para escalamiento óptimo = .976.

Fuente: Estudio confirmatorio 2 (n= 1,010). Elaboración propia.

En la Tabla 35 se compara las medidas de ajuste u Stress mediante el uso del modelo Proxscal de EMD confirmatorio, de las dos versiones confirmatorias: la débil y la fuerte. Dado que el stress y las medidas de ajuste indican la eficacia con la que se aproximan las distancias de la solución a las

distancias originales, las medidas de ajuste son peores para cuando se usa la configuración fuerte (S-Stress=0.2465 versus S-Stress=0.2367). Sin embargo, en ambos casos los ajustes son significativos, con Coeficientes de congruencia de Tucker altos (0.908 y 0.9501).

**Tabla 35. Medidas de ajuste y stress de Proxscal de la escalas de valores personales, para el EMD confirmatorio débil y EMD confirmatorio fuerte.**

<i>Medidas de Estrés y de ajuste</i>	<i>Escala EM MDSC débil</i>	<i>Escala EM MDSC fuerte</i>
Stress bruto normalizado	.09726	.17427
Stress-I	.31187(a)	.41746(c)
Stress-II	.91983(a)	.92671(c)
S-Stress	.23676(b)	.24654(d)
Dispersión explicada (D.A.F.)	.90247	.82573
Coeficiente de congruencia de Tucker	.95013	.90869

Transformaciones ordinales. Método Simplex de optimización.

a Factor para escalamiento óptimo = 1.108. b Factor para escalamiento óptimo = .925. c Factor para escalamiento óptimo = 1.211. d Factor para escalamiento óptimo = .976.

Fuente: Estudio confirmatorio 2 (n= 1,010). Elaboración propia.

En la Tabla 36 se presenta la descomposición del Stress bruto normalizado de las escalas de valores personales según la comprobación EMD fuerte o débil. En el caso del EMDC débil los valores de Tradición, Seguridad y Poder son los que menos se ajustan al modelo teórico. En el caso del EMDC fuerte, el Hedonismo, la Seguridad, la Tradición, Autodeterminación y la Estimulación son los que menos se ajustan al modelos teórico de Schwartz.

**Tabla 36. Descomposición de stress bruto normalizado de las escalas de valores personale para el EMD débil y EMD fuerte**

<i>Valores</i>	<i>EMDC débil</i>	<i>EMDC fuerte</i>
Objeto		
Universalismo UN	.0572	.0684
Benevolencia BE	.0604	.0537
Tradición TR	<b>.1061</b>	<b>.2021</b>
Conformidad CO	.0800	.1398
Seguridad SE	<b>.1724</b>	<b>.2530</b>
Poder PO	<b>.1260</b>	.1608
Logro LO	.1064	.1464

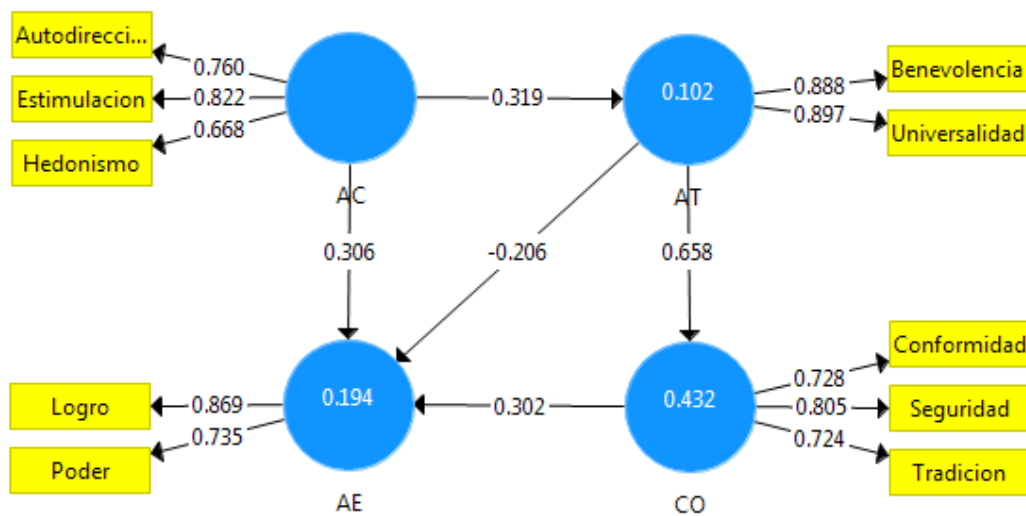
Hedonismo HE	.0999	<b>.2634</b>
Estimulación ES	.0975	<b>.2265</b>
Autodeterminación AD	.0667	<b>.2288</b>
Media	.0973	.1743

Fuente: Estudio confirmatorio 1 (n= 360). Elaboración propia.

### 3.3.3. Análisis Factorial Confirmatorio

Debido a que el modelo circunplejo de la teoría de los valores de Schwartz ha sido probado con el EMD confirmatorio, es necesario ahora probar la relación entre los 10 valores y los 4 valores de orden superior. Para el análisis se utilizó, en primer lugar, el programa SmartPLS, utilizando el procedimiento FACTOR para probar la teoría. Antes del análisis, se depuraron los datos con valores perdidos y extremadamente aquiescentes (ver Anexo 6 para detalles), quedando con una muestra de 953 personas.

En la Figura 12 se observa el diagrama de la solución factorial. En primer lugar, se observa que los pesos factoriales de los valores con cada valor de orden superior, son altos. En segundo lugar, las relaciones entre los valores de orden superior son congruentes con la teoría: relaciones positivas entre los valores adyacentes, y relaciones negativas entre los valores opuestos (Ej. La relación entre Autotrascendencia y Autoengrandecimiento es negativa, tal como predice la teoría). Sin embargo el índice de ajuste SRMR es casi cercano al límite del punto de corte recomendado (SRMR=0.079 versus SRMR<0.08), demostrando que el modelo podría ajustarse más.

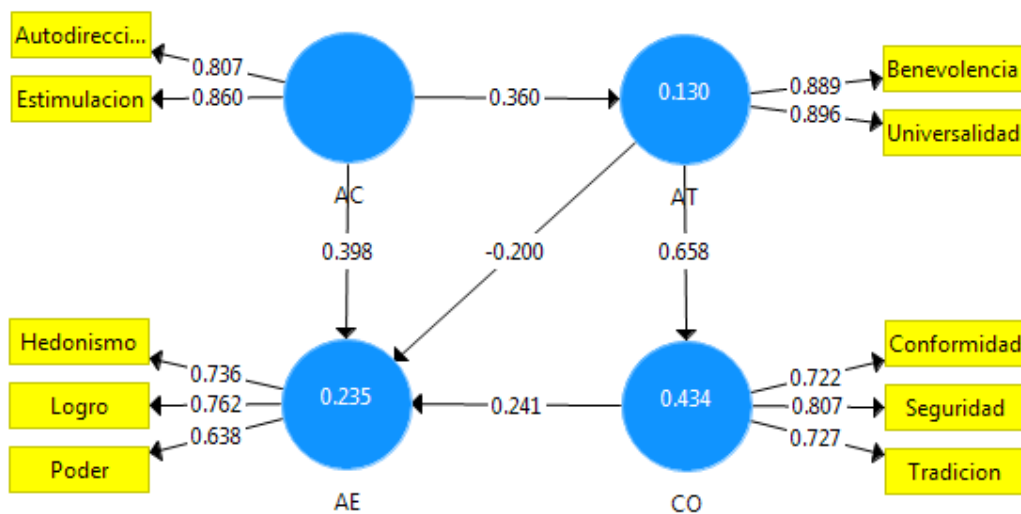


**Figura 12. Relaciones entre variables observables y latentes de los valores personales y sus valores de orden superior.**

AE=Auto-engrandecimiento, CO=Conservación, AT=Auto-trascendencia, AC=Apertura al Cambio. SRMR= 0.079; Sistema de ponderación=Factor. Alfa de Cronbach: AC=.62, AE=.467, AT=.744; CO=.627). Promedio de Varianza Extraída (AVE): AC= 0.567, AE=0.650; AT=0.796; CO=0.568. Fuente: Estudio confirmatorio 2 (n=953)

De acuerdo con la teoría de los valores de Schwartz, el hedonismo puede compartir elementos tanto con la Apertura al cambio como con el Autoengrandecimiento. Se prueba, entonces, un nuevo modelo donde el hedonismo satura con el Autoengrandecimiento. En la Figura 13 se observa efectivamente que el Hedonismo satura con un peso factorial alto con el Autoengrandecimiento, manteniéndose todas las demás relaciones iguales. A diferencia del modelo anterior, esta solución tiene un mejor ajuste con los datos (SRMR=0.066), demostrando efectivamente que el hedonismo ajusta mejor en Autoengrandecimiento.





**Figura 13. Relaciones entre variables observables y latentes de los valores personales y sus valores de orden superior, modificando la posición del hedonismo.**

AE=Auto-engrandecimiento, CO=Conservación, AT=Auto-trascendencia, AC=Apertura al Cambio. SRMR= 0.066; Sistema de ponderación=Factor. Alfa de Cronbach: AC=.565, AE=.521, AT=.744; CO=.627. Promedio de Varianza Extraída (AVE): AC= 0.696, AE=0.509; AT=0.796; CO=0.567. Fuente: Estudio confirmatorio 2 (n=953)

Además, los promedios de varianza extraída (AVE) son todos superiores a 0.5, tal como recomiendan los expertos, demostrando validez de convergencia. En cuanto a la validez discriminante, en la Tabla 37 se observa que el AVE es superior en cada valor de segundo orden.

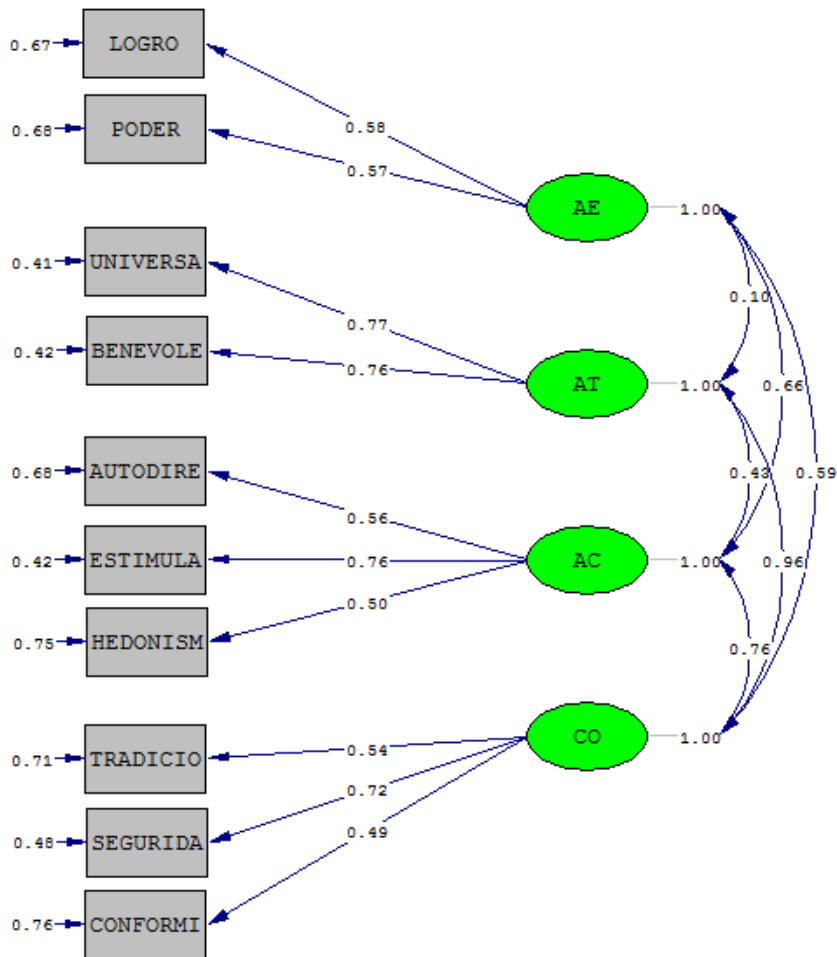
**Tabla 37. Análisis de validez discriminante utilizando los promedios de varianza extraída (AVE) y los criterios de Fornell-Larcker**

	AC	AE	AT	CO
Apertura al cambio - AC	(0.834)			
Auto-engrandecimiento - AE	0.453	(0.713)		
Auto-Trascendencia - AT	0.360	0.086	(0.892)	
Conservación - CO	0.514	0.305	0.658	(0.753)

Fuente: Estudio confirmatorio 2 (n=953)

Schwartz & Boehnke (2004) utilizaron procedimientos de Máxima Verosimilitud para realizar sus cálculos. Para tener una comparación tomando en consideración los parámetros originales de confirmación, se usará el Lisrel 9.2 para probar las dos soluciones anteriormente presentadas.

En la primera solución (ver Figura 14) se encuentran resultados equivalentes a los obtenidos con los métodos PLS, pero los índices de bondad de ajuste ( $X^2=297.99$ ,  $gl=29$ ,  $p<0.001$ ;  $RMSEA= 0.099$ ;  $SRMR=0.0606$ ;  $AIC=34074.5$ ;  $GFI=0.943$ ;  $AGFI=0.891$ ;  $CFI=0.891$ ) indican que el modelo tiene un ajuste pobre.



**Figura 14. Análisis Factorial Confirmatorio de los cuatro valores de orden superior y los 10 valores universales de la Teoría de Schwartz**

Nota: AE=Auto-engrandecimiento, CO=Conservación, AT=Auto-trascendencia, AC=Apertura al Cambio. Bondad de ajuste:  $X^2=297.99$ ,  $gl=29$ ,  $p<0.001$ ;  $RMSEA= 0.099$ ;  $SRMR=0.0606$ ;  $AIC=34074.5$ ;  $GFI=0.943$ ;  $AGFI=0.891$ ;  $CFI=0.891$

N= 953 (se eliminaron datos de personas que tuvieron respuestas aquiescentes).

Se prueba dos modelos adicionales, tomando en consideración las relaciones entre valores según la teoría de Schwartz y los resultados previamente obtenidos con el PLS. Estos resultados se muestran en la Tabla 37.

**Tabla 38. Análisis Factorial Confirmatorio de los cuatro valores de orden superior y los 10 valores universales de la Teoría de Schwartz**

<i>índices de ajuste</i>	<i>El modelo teórico en su versión original (M1)</i>	<i>El hedonismo ubicado en Autoengrandecimiento (M2)</i>	<i>El hedonismo compartiendo peso factorial con el Autoengrandecimiento y la Apertura al Cambio (M3)</i>
$X^2$ ; gl ; p<	297.99 ; 29 ; 0.001	305.47; 29; 0.001	286.043; 29; 0.001
RMSEA (90% IC)	0.099 (0.8 - .10)	0.1000 (.09 – .11)	0.098 (.08 - .10)
SRMR	0.0606	0.0550	0.0570
AIC	34074.5	34081.9	34064.5
GFI	0.943	0.940	0.945
AGFI	0.891	0.886	0.891
CFI	0.891	0.888	0.896

Fuente: Estudio confirmatorio 2. N=953 (se eliminaron datos de personas que tuvieron respuestas aquiescentes). IC=Intervalo de confianza. Elaboración propia.

A diferencia de los resultados que se obtuvieron con el PLS, el ajuste del modelo resultó ser más pobre. En cambio, asumiendo un peso factorial compartido del hedonismo con el Autoengrandecimiento y la Apertura al Cambio, los índices de ajuste han mejorado.

Comparando los resultados con los índices obtenidos por Schwartz y Boehnke (2004), el SRMR es mejor en nuestro caso (Schwartz = 0.08 y 0.074 versus EMedina=0.057). Sin embargo, sucede lo contrario con el RMSEA, donde los ajustes son mejores en las pruebas de los autores (Schwartz = 0.064 y 0.059 versus EMedina=0.098).

## **Capítulo IV**

# **DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

En la presente investigación se ha diseñado una versión breve y alternativa de la escala de valores personales de Schwartz, sobre la base de la teoría de los valores universales. Para ello se han realizado tres estudios consecutivos, desde una vía exploratoria hasta dos confirmatorias.

### **4.1. Introducción**

Internacionalmente, la propuesta de Schwartz ha recibido la atención científica debido a su conceptualización e instrumentación. Más de 100 estudios empíricos utilizados con muestras grandes procedentes de diversos países han confirmado sus bases teóricas. Sin embargo, a pesar que el Inventario de Valores de Schwartz es un instrumento de medición muy popular y con amplia aceptación académica, emergen también estudios preocupados por la generación de nuevos instrumentos de medición de valores, con un formato más breve y con una estructura factorial más simple (Ej. Arciniega & González, 2000; Watkins & Gnoth, 2005; Arciniega et al, 2009; Lee, Soutar & Louviere, 2008). Esta emergencia de estudios con instrumentos alternativos es un indicador de la necesidad de contar con instrumentos más versátiles y con un formato más ligero. El EVAT-30, por ejemplo, es un instrumento diseñado en México de 16 de ítems que se basa en la teoría de Schwartz, pero mucho más ligero, ahora disponible también en portugués e Italiano. La lista de valores LOV de Kahle es una escala de 9 ítems muy utilizada en investigaciones de marketing, y basada en la teoría de Rokeach (Kopanidis, 2009). La situación contraria ocurre con la nueva tipología de valores de

Schwartz, la cual refiere un modelo de 19 valores, subdivisiones del modelo inicial de 10 valores (Schwartz, 2012). En esa línea ha retrocedido el PVQ de Schwartz, que originalmente tenía 40 ítems y luego fue reducido a 21. Actualmente el PVQ-5 es una versión que tiene 57 ítems (igual que el SVS) donde 3 ítems representan cada uno de los 19 valores. Ambas escalas, de 57 ítems pueden resultar demasiado largas en situaciones de investigaciones multivariadas. A diferencia de lo que ocurre en otros contextos, acceder al personal de las empresas es muy complicado y, cuando ocurre, el tiempo previsto es muy reducido. Originalmente Schwartz y su equipo diseñaron las escalas para probar sus teoría, y no lo hicieron pensando en fines aplicados o usos profesionales para las ciencias empresariales. Eso explica por qué en el refinamiento de su teoría (ahora de 19 valores), la longitud de las escalas sigue siendo de 57 (Schwartz et al, 2012).

Otro problema adicional es que la escala demasiado larga del SVS puede traer problemas de fiabilidad (Bouckennooghe, Buelens, Fontaine, & Vanderheyden, 2005; Van den Broeck et al, 2003; Perrinjaquet et al, 2007). Cuando esta escala es tomada con otros instrumentos, el número de ítems puede sobrepasar la centena, aumentando la fatiga de los encuestados (Burroughs & RindXeisch, 2002). El mismo Schwartz et al (2001) reconoce que el SVS puede ser muy demandante y agotador, trayendo problemas de fiabilidad.

En la presente investigación se ha diseñado una versión alternativa al SVS y PVQ, sin embargo, este instrumento se basa en la teoría de los valores universales y sobre esa base se ha analizado su fiabilidad y validez. El desarrollo de este instrumento ha acontecido en un país de bajos ingresos de Sudamérica. Schwartz y sus colegas han trabajado en conjunto con investigadores brasileños para probar sus escalas, pero fuera de escena han quedado otros países andinos de habla hispana, recomendando e incentivando –recientemente- la necesidad de estudiar los valores en países de bajos ingresos (Schwartz, 2012).

En el Perú, existen pocos estudios que han utilizado las escalas de valores de Schwartz (Ej. Ecurra, 2003; Herrera & Lens, 2005; Grimaldo & Merino, 2009; García-Naranjo, 2005). De estos, solo dos han analizados su propiedades métricas, pero lo han hecho en un formato exploratorio. Herrera & Lens (2005) y García-Naranjo (2005) aplicaron el PVQ en adolescentes de colegios y universidades estatales y particulares de Lima, pero sin analizar la fiabilidad o validez del instrumento. Ecurra (2003), por otro lado, aplicó el SVS a 1,197 estudiantes de quinto año de secundaria (14-18 años) de Lima Metropolitana pertenecientes a diferentes estratos socio-económicos, encontrando que el instrumento “cuenta” con confiabilidad y validez. Para la confiabilidad utilizó el coeficiente alpha de Cronbach, obteniendo los siguientes resultados: Conformidad (0.70), Tradición (0.75), Benevolencia (0.77), Universalismo (0.85), Autodirección (0.77), Estimulación (0.72), Hedonismo (0.74), Logro (0.79), Poder (0.75) y Seguridad (0.78). Para la validez de constructo se utilizó el análisis factorial exploratorio. Los resultados indicaron dos factores que permitieron explicar el 76.10% de la varianza total.

Grimaldo y Merino (2009) encuestaron a 254 estudiantes universitarios usando el PVQ de 40 ítems. Al aplicar el análisis factorial se confirmó que existían dos factores que explicaban el 51.98% de la varianza de los ítems, lo cual significa que estos factores alcanzan a explicar, con algún grado de significación conceptual las correlaciones entre los ítems. Se identificaron dos factores extraídos; en un primer factor se incluyeron los valores de conformidad, tradición, seguridad (Dimensión de Conservación) benevolencia y universalismo (Dimensión de Trascendencia). En el siguiente factor se ubicaron los valores de autodirección, estimulación (Dimensión Apertura al cambio), hedonismo, logro y poder (Dimensión de Autopromoción o Autoengrandecimiento). En cuanto a la confiabilidad, encontraron que el instrumento obtiene un coeficiente de Alfa=0.731 para la muestra total y los siguientes coeficientes para cada una de las dimensiones: Autodirección (,59), Benevolencia (,57), Estimulación (,65), Hedonismo (,78), Poder (,57),

Seguridad (,65), Conformidad (,69), Universalismo (,69), Logro (,69) y Tradición (,53).

Los estudios previamente mencionados, no fueron investigaciones diseñadas para probar la fiabilidad y validez de las escalas. Fueron estudios para comparar grupos o describir variables. Los cálculos que realizaron fueron de rutina, y no siguieron las recomendaciones metodológicas ni los procedimientos empleados por la literatura internacional para probar teorías de valores, tales como el EMD Confirmatorio o el Análisis Factorial Confirmatorio.

## **4.2. Comparación de resultados**

Ya en el plano específico de la validez, los resultados obtenidos en la presente investigación se equiparan a los obtenidos por la literatura internacional.

Algunos autores han cuestionado las propiedades métricas del SVS, reportando problemas de medición y multicolinealidad (Ej. Perrinjaquet et al, 2007; Ben Slimane, El Akremi y Touzani, 2002; Burroughs & Rindfleisch, 2002; Cable & Edeards, 2004; Odin, Vinais & Valette-Florence, 1996; Olver & Mooradian, 2003; Thogersen & Olander, 2002). Cuando usan el SVS, varios autores encuentran que muchos constructos de alto orden correlacionan con ítems relacionados con valores particulares. En consecuencia, hay alta medición de error, disminuyendo la fiabilidad del constructo y ocultando problemas de validez discriminante y multicolinealidad (Perrinjaquet et al, 2007; Edwards, 2001; Fischer & Smith, 2004; Peter, Churchill & Brown, 1993; Davidov et al., 2008; Knoppen & Saris, 2009). En la presente investigación se ha encontrado errores de medición que oscilan entre 0.41 y 0.76, siendo los valores de Conformidad, Tradición y Hedonismo los que reportan mayores errores.

Existe la posibilidad de que los errores de medición asociados a los valores de Conformidad, Tradición y Hedonismo estén relacionados a patrones culturales más que al error de medida aleatorio. El mismo Schwartz (2006) señala que en comparación con otras regiones culturales, América Latina es una región donde priman valores colectivistas, a excepción de Bolivia y Perú, dado que -según su opinión- estos países han sido menos influidos por la matriz cultural europea y son económicamente menos desarrollados, teniendo mayores niveles de jerarquía y arraigo cultural (orden social, obediencia, respeto por la tradición) que los países vecinos (Chile, Argentina, México). En efecto, Perú, Bolivia y también Ecuador son países con culturas muy semejantes y donde se resaltan y recompensan socialmente los valores de Tradición y Conformidad, pero estos valores no suelen ser opuestos a los valores de Hedonismo, por cuanto comparten espacios y tiempos compatibles (Ej. Fiestas patronales, donde la tradición y la festividad son uno solo). Es probable, entonces, que estos aspectos culturales pueden estar afectando el supuesto universal de la posición de los valores y que no sea tanto error de medida. El estudio transcultural de Peiró & Palencia (2009) aporta evidencia para este planteamiento. Al comparar los niveles de fiabilidad del PVQ entre una muestra venezolana y española, la consistencia interna de los valores de Tradición (0.56), Conformidad (0.55) y Hedonismo (0.55) son significativamente más bajas en la muestra venezolana que en la muestra española (0.68; 0.78; 0.93 respectivamente).

Otro aspecto significativo es el bajo nivel de fiabilidad de las escalas de valores. La fiabilidad de los valores han oscilado entre  $\alpha = 0.338$  y  $\alpha = 0.682$  en el primer estudio confirmatorio y  $\alpha = 0.318$  y  $\alpha = 0.678$ , en el segundo estudio confirmatorio, siendo –en ambos casos- muy bajos. Ribeiro & Azevedo (2009), validando el PVQ con 632 estudiantes de postgrado en administración en Brasil, encontraron también bajos niveles de fiabilidad, coincidentemente también para los valores de Conformidad ( $\alpha = 0.379$ ), Tradición ( $\alpha = 0.443$ ) y Seguridad ( $\alpha = 0.312$ ). Schwartz (2005), Schwartz et al (2001) ha encontrado sistemáticamente en diversas muestras donde se ha probado el SVS y el PVQ,



que los valores de Conformidad, Seguridad y Tradición tienen baja fiabilidad (menores a 0.40), por la diversidad de aspectos y conceptos que incluye cada uno de ellos. En América del Sur, Delfino & Muratori (2011) para Argentina y Peiró & Palencia (2009) en Venezuela encuentran fiabilidad baja para Tradición (0.48 y 0.56 respectivamente) usando el PVQ.

Al respecto Schwartz (2012) llama la atención sobre este fenómeno y lo explica usando dos razones: a) el poco número de ítems que compone cada escala, siendo el Alfa sensible a la cantidad de ítems, b) la multidimensionalidad de cada valor, que mide diferentes facetas (objetivo: promoción, prevención; enfoque: social y personal). En efecto, la teoría de Schwartz establece que los valores están distribuidos en un plano bidimensional donde la distribución de los ítems mide diferentes facetas. El alfa de Cronbach es sensible a la multidimensionalidad, por cuanto ítems de un solo dominio o faceta pueden aportar más fiabilidad.

Sacrifica Schwartz, entonces, fiabilidad por validez; pues intentar aumentar la cantidad de ítems por faceta haría que cada valor tenga subdimensiones, estudiando la fiabilidad por cada uno, a costa de hacer el instrumento mucho más largo e impráctico. Esa ha sido, justamente, la estrategia de Schwartz y su equipo, en su tercer modelo teórico, donde los 10 valores los ha desglosado en 19, considerando la faceta del objetivo. En vista que la escala desarrollada para Perú es 27% más corta que la SVS de Schwartz, es comprensible que la fiabilidad sea ligeramente inferior a la reportada por el autor, que en el segundo estudio confirmatorio los coeficientes de los valores de segundo orden oscilan entre  $\alpha = 0.566$  y  $\alpha = 0.855$ . Es de resaltar que estos valores de consistencia interna son mayores a los reportados por Ribeiro & Azevedo para Brasil (entre 0.524 y 0.65).

Otro problema con los bajos niveles de fiabilidad es que afecta la calidad de los resultados del análisis de validez (Nunnally & Bernstein, 1995). En vista de lo dicho, se han utilizado técnicas complementarias para analizar la validez del instrumento. En primer lugar, se analizó la validez concurrente de la escala

diseñada con la escala SVS. Utilizando el Escalamiento Multidimensional Confirmatoria, se compararon los valores de ajuste de cada instrumento con las coordenadas originales de la teoría de Schwartz. Se ha encontrado que los valores de ajuste (S-stress y derivados) son equivalentes para ambas pruebas; sin embargo, en términos absolutos, el S-Stress I es muy alto demostrando un ajuste aceptable pero no bueno. En el estudio confirmatorio 2, se encontraron los mismos resultados. Y más, aún utilizando parámetros de comparación más exigentes (Estructuplos), el ajuste es más pobre. Bilsky et al (2013) encuentran resultados semejantes cuando analizan el PBVS-C en niños brasileños (S-Stress I = 0.254 y 0.282), siendo los valores de Conformidad, Tradición y Autodirección los que menos se ajustan; existiendo coincidencia con nuestro estudio confirmatorio 2, en los valores de Tradición y Autodirección, adicionando el Hedonismo. Resultados semejantes se han encontrado en otros estudios confirmatorios utilizando el EMD (Bilsky, Janick & Schwartz, 2011; Lindeman & Verkasalo, 2005; Perrinjaquet et al, 2007; Ribeiro & Azevedo, 2009). En un estudio realizado para validar el PVQ con ejecutivos estudiantes de postgrado en Brasil (Ribeiro & Azevedo, 2009), se corroboró también el EMD confirmatorio de los 10 valores (DAF=0.945, CC Tucker=0.972), cuyos valores de ajuste son semejantes a los obtenidos en la muestra de trabajadores peruanos (Dispersión explicada D.A.F.=0.90274; Coeficiente de congruencia de Tucker=0.95013). Souza (2012), en una muestra de 1,173 estudiantes, también ha encontrado resultados semejantes utilizando el EMD confirmatorio débil (Coeficiente de Tucker=0.965)

Sin embargo, otros estudios que usan pruebas confirmatorias factoriales (Ej. Tsai & Böckenholt, 2002) muestran resultados de ajuste pobre. Brunso, Scholderer & Grunert (2004) utilizando las medidas repetidas del ANOVA, encontraron que solo 30 de los 56 ítems reprodujeron el modelo, además con bajos niveles de fiabilidad (Alfa de Cronbach menor a 0.60). Tal como advierte Perrinjaquet et al (2007), el SVS rara vez ha sido validado dentro de un marco confirmatorio tomando en cuenta el error de medida y la naturaleza circumplex

de los valores. Por eso Schwartz & Boehnke (2004) usaron el AFC para probar la estructura circumplex de la teoría de los valores.

En la presente investigación se ha usado ese marco metodológico para probar la validez de constructo usando el Análisis Factorial Confirmatorio. Comparando los resultados con los índices obtenidos por Schwartz y Boehnke (2004), el SRMR es mejor en nuestro caso (Schwartz = 0.08 y 0.074 versus EMedina=0.057). Sin embargo, sucede lo contrario con el RMSEA, donde los ajustes son mejores en las pruebas de los autores (Schwartz = 0.064 y 0.059 versus EMedina=0.098). En todos los demás casos, los valores GFI son buenos y CFI aceptables, considerando los puntos de corte establecidos por los expertos (Hooper et al, 2008).

Perrinjaquet et al (2007) ha encontrado diversas limitaciones en el estudio de Schwartz & Boenke (2004): 1) Cuando el AFC confirma la existencia de los 10 valores, algunos índices de ajuste ( $X^2$ , RMSEA, GFI) indican un pobre ajuste del modelo. 2) Muchos ítems tienen cargas factoriales muy por debajo de 0.60, indicando baja fiabilidad del constructo. 3) Se reportaron altas correlaciones entre los ítems de valores adyacentes (promedio de correlaciones de 0.68), sugiriendo problemas de multicolinealidad. Por eso Perrinjaquet et al (2007) en muestras francesas y suizas no han confirmado la teoría circumplex de los valores, al encontrar ajustes factoriales pobres y valores AVE que no corroboran la validez convergente ni discriminante.

En la presente investigación también se han encontrado problemas de ajuste. Aunque el análisis de AFC se ha realizado sobre los valores de segundo orden, los pesos factores de algunos valores son menores de 0.6. Es lo que sucede con los valores de Conformidad (0.49), Hedonismo (0.50) y Tradición (0.54). En cuanto a las correlaciones entre los valores adyacentes, el ajuste del AFC es mejor cuando el Hedonismo comparte peso factorial con el Auto-engrandecimiento. Sin embargo, evaluando los promedios de varianza extraída (AVE), todos son superiores a 0.5, indicando validez de convergencia en los resultados; y todos los AVE de varianza compartida fueron mayores

siguiendo los criterios de Fornell & Larcker, demostrando evidencia de validez discriminante.

Los resultados sobre la estructura circular y composición factorial de los valores humanos están alineados a los resultados de otros investigadores que han utilizado el AFC en países anglosajones (Beierlein, Davidov, Schmidt, Schwartz, & Rammstedt, 2012; Cieciuch & Schwartz, 2012; Knoppen & Saris, 2009; Steinmetz, Isidor & Baeuerle, 2012). En un estudio realizado en Brasil para validar el PVQ con ejecutivos estudiantes de postgrado (Ribeiro & Azevedo, 2009), se encontró que los ajustes factoriales confirmatorios de los 10 valores fueron insatisfactorios (RMSEA=0.086, GFI=0.88, AGFI=0.81), con los peores ajustes para el valor "Seguridad"; aunque con mejores resultados para el modelo de los cuatro valores de orden superior (RMSEA=0.07, GFI=0.9, AGFI=0.87), todas con cargas factoriales significativas, sin embargo todos con pesos menores a 0.6. En Brasil, también, Souza (2012) encontró en 1,173 estudiantes universitarios una solución factorial también deficiente para los 10 valores (AGFI=0.803; CFI=0.774; RMSEA=0.060;  $X^2/gf=5,272$ ). En Argentina, usando una muestra de 1,455 personas, Delfino & Muratori (2011) encontraron soluciones factoriales confirmatorias pobres para el modelo de 10 valores personales e índices poco aceptables para el modelo de 4 factores superiores (GFI=0.828; AGFI=0.808; CFI=0.683; RMSEA=0.064;  $X^2/gf=7,05$ ).

Schwartz (2012) reporta que los diez valores universales solo se ha replicado en el 90% de las muestras estudiadas en el mundo. Cuando los ítems no se ajustan al valor, estos saturan en valores adyacentes en el modelo circular. Sin embargo, el mismo Schwartz recomienda replicar los estudios en países con otras características culturales y socio-económicas. En efecto, aunque los resultados de la presente investigación apoyan la estabilidad general del modelo teórico y la validez del instrumento diseñado, hay que resaltar una advertencia que hace Fontaine et al (2008). Según el autor, existe un patrón sistemático de variación en los resultados cuando se comparan países en función de su nivel de ingreso. El autor nota que los países con altos ingresos están sobrerrepresentados en los estudios, dando mejores

estimadores de ajuste cuando se compara con países de bajos ingresos, creando la impresión espuria de que las escalas son mejores en los primeros. Además, el autor resalta que las diferencias semánticas en el idioma diferente al inglés pueden estar afectando los resultados obtenidos, considerando además, que el desempeño de comprensión lectora es menos favorable en los países de bajos ingresos. Finalmente, el autor refiere que en los países de bajos ingresos las personas tienen menos experiencia llenando escalas, tales como el SVS, disminuyendo artificialmente la variación de los resultados y afectando los indicadores de ajuste.

### **4.3. Contraste de hipótesis**

En este apartado se presentan las principales conclusiones respecto a las hipótesis planteadas en el estudio.

**Hipótesis 1:** *“Los valores de fiabilidad y validez de las escalas de valores personales construida sobre la base de la teoría de los valores motivacionales de Schwartz son equivalentes a los de las escalas originales”.* En la presente investigación se ha diseñado una escala paralela para medir los valores personales con el mismo nivel de validez que la escala original de Schwartz, y adaptado al contexto peruano. Al respecto, se ha confirmado la validez concurrente de la escala diseñada a comparación con la escala SVS. Utilizando el Escalamiento Multidimensional Confirmatorio, se compararon los valores de ajuste de cada instrumento con las coordenadas originales de la teoría de Schwartz. Se ha encontrado que los valores de ajuste (S-stress y derivados) son equivalentes para ambas pruebas; sin embargo, en términos absolutos, tienen un ajuste aceptable pero no bueno. Resultados semejantes se han encontrado en otros estudios confirmatorios internacionales (Bilsky et al, 2012).

**Hipótesis 2:** *“Los valores de fiabilidad y validez variarán según la escala de valores personales sea diseñada bajo el enfoque de lo deseado o de lo*

*deseable*". La fiabilidad de las escalas de valores personales está afectada por la naturaleza de la medida; los coeficientes varían dependiendo si es una escala de valores que mide lo "deseado" o si mide lo "deseable". Los valores personales medidos desde lo "deseado" tienen niveles de fiabilidad más altos que los valores medidos desde lo "deseable". En el primer caso, el valor de consistencia interna oscila desde 0.4364 hasta 0.8652. En el segundo caso, el valor de consistencia interna oscila desde 0.1703 hasta 0.8115. Además, la validez de constructo da muestras de una diferencia sustancial entre la medición de los valores personales cuando se aplica un formato desde lo "deseado" o desde lo "deseable". Así, por tanto, los resultados de la investigación permiten afirmar que el inventario de valores personales con un formato desde lo "deseado" reproduce mejor el modelo teórico original de los valores personales propuesto por Schwartz.

**Hipótesis 3:** *"El diseño de un instrumento de medición de valores personales sobre la base de la Teoría de Schwartz, con un formato más sencillo y breve, no afectará significativamente sus propiedades de fiabilidad y validez"*. Se elaboró un instrumento de medición de valores personales, más ágil, sencillo, breve y de calificación intuitiva para el encuestado. En la presente investigación se ha encontrado errores de medición que oscilan entre 0.41 y 0.76, siendo los valores de Conformidad, Tradición y Hedonismo los que reportan mayores errores. Por eso se ha encontrado bajos niveles de fiabilidad de las escalas de valores (entre  $\alpha = 0.338$  y  $\alpha = 0.682$ ), que están dentro del rango reportado por las investigaciones internacionales. La poca fiabilidad es parte de la teoría de los valores y se debe a que a) el poco número de ítems que compone cada escala, siendo el Alfa sensible a la cantidad de ítems, b) la multidimensionalidad de cada valor, que mide diferentes facetas (objetivo: promoción, prevención; enfoque: social y personal). En efecto, la teoría de Schwartz establece que los valores están distribuidos en un plano bidimensional donde la distribución de los ítems mide diferentes facetas. El alfa de Cronbach es sensible a la multidimensionalidad, por cuanto ítems de un solo dominio o faceta pueden aportar más fiabilidad. Aumentar la fiabilidad de

la medida implicaría aumentar la cantidad de ítems por cada valor, volviendo impráctico al cuestionario. En otro sentido, Schwartz y colegas han preferido desglosar más los 10 en 19 valores para aumentar la homogeneidad de cada valor y, por tanto, la consistencia interna.

**Hipótesis 4:** *“La teoría de los valores personales de Schwartz soporta el diseño de un instrumento paralelo para medir los valores personales en Perú, pero importa también sus limitaciones métricas originales, como una fiabilidad baja”.* En la presente investigación se analizó la validez de constructo para confirmar los planteamientos teóricos de los valores personales de Schwartz. Al respecto, se ha confirmado la validez teórica del instrumento, con ajustes equivalentes a los reportados por la literatura internacional. Los resultados sobre la estructura circular y composición factorial de los valores humanos están alineados a los resultados de otros investigadores que han utilizado el Análisis Factorial Confirmatorio y Escalamiento Multidimensional Confirmatorio en países anglosajones, apoyando la estabilidad general del modelo teórico y la validez del instrumento diseñado. Sin embargo, los niveles de fiabilidad son bajos y también se ha encontrado multicolinealidad. Estas deficiencias de medida, se deben no tanto al instrumento, sino a los postulados de la teoría: el continuum circular de los valores.

#### **4.4. Limitaciones e investigaciones futuras**

La presente investigación ha tenido varias limitaciones, todas relacionadas a la muestra. En primer lugar los dos primeros estudios se realizaron con una muestra de estudiantes de postgrado, quienes tienen alto nivel educativo y no son representativos de la población general. En segundo lugar, la muestra del segundo estudio confirmatorio tampoco es representativo pues son trabajadores de una empresa manufacturera farmacéutica, con calificaciones laborales superiores a la media poblacional laboral.

A pesar de las limitaciones, los resultados obtenidos corroboran la validez del instrumento diseñado, confirmando la teoría de valores universales de Schwartz. Sin embargo, al ser el primer estudio que demuestra la validez de la universalidad de los valores personales en Perú, se requieren nuevos estudios confirmatorios, utilizando una muestra representativa regional, pues el Perú es muy diverso, tiene muchas regiones y dialectos, y la presente construcción se ha realizado solo con muestras urbanas de la capital. Es necesario evaluar la teoría y la calidad del instrumento con muestras menos instruidas. Por limitaciones de recursos y debido a la dificultad de conseguir acceso a muestras empresariales, tanto el estudio exploratorio como el confirmatorio 1 se han realizado con muestras de estudiantes de postgrado. Solo el estudio confirmatorio 2 se ha realizado sobre una muestra laboral dentro de una empresa, después de mucho tiempo de negociación y coordinación. Además, la empresa incluida en el estudio confirmatorio 2 es una empresa manufacturera que requiere calificaciones laborales superiores al promedio (industria farmacéutica), por lo que se puede investigar en empresas manufactureras más operarias.

En la misma línea se puede realizar un estudio multicéntrico de habla hispana en Sudamérica. El mismo Schwartz et al (2012) recomiendan incluir muestras de bajos ingresos económicos y regiones aún no incluidas, tales como las que provienen de África Sub-Sahariana, Medio oriente y Latinoamérica. De lo dicho, es necesario validar la teoría e instrumento de valores personales en poblaciones andinas sudamericanas, tales como las que provienen de Ecuador, Bolivia y Perú, quienes comparten muchas semejanzas culturales y étnicas.

Por otro lado, en la presente investigación se han realizado comparaciones entre las escalas EM de valores personales con el SVS original de Schwartz. Se requiere ahora analizar la validez concurrente de la escala *Portrait Value Questionnaire* de Schwartz con el instrumento EM de valores personales. Durante los últimos años, el PVQ ha cobrado significativa importancia en la validación de la teoría de los valores personales. Este



instrumento ha sido la base para probar la teoría de Schwartz de los 19 valores y resulta un instrumento más atractivo porque tiene menos ítems (40) y es más intuitivo para poblaciones menos instruidas. Al respecto, investigaciones futuras podrían replicar la validez convergente de ambos instrumentos en muestras de operarios y empleados de competencias laborales poco calificadas.

Finalmente, hay que resaltar que el estudio de los valores personales ha sido abordado, principalmente, por las ciencias sociales como la psicología y sociología, en detrimento de los estudios referidos al área empresarial. Esto representa una limitación en la medida que limita el desarrollo de tecnología aplicable al sector empresarial. En la presente investigación se ha pretendido hacer de la escala propuesta un instrumento con utilidad práctica para evaluar los valores en las organizaciones del Perú. Sin embargo, se ha iniciado recién con los procesos de validez, falta aún desarrollar los sistemas de calificación e interpretación. La idea de un instrumento de esta naturaleza ayudaría en muchos aspectos profesionales de las ciencias empresariales, tales como la selección de personal, en la identificación de perfiles idóneos para determinadas posiciones; serviría para analizar la convergencia de los valores personales con los valores de las organizaciones y así lograr una congruencia de intereses y por ende personal más comprometido con la empresa, entre otras aplicaciones más relacionadas al marketing, tales como la relación entre valores y consumo, valores e identidad de marca empresarial, valores y satisfacción del cliente.

En definitiva, el estudio de los valores personales en el contexto de las organizaciones tiene mucho camino por transitar; y la presente investigación intenta ser una etapa que sustenta las bases para futuros desarrollos en el contexto organizacional en Sudamérica andina.

## REFERENCIAS

- Abbasi, S. & Hollman, K. (1987). An Exploratory Study of the Personal Value Systems of City Managers en *Journal of Business Ethics* 6, 45- 53.
- Adler, A. (1956). The value concept in sociology en *American Journal of Sociology*, 62, 272–279.
- Ajzen I. & Fischbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting behaviour. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ali, A. (2013). Significance of human resource management in organizations: Linking global practices with local perspective. *Journal of Arts, Science & Commerce*,4(1), 78-87.
- Allen, M. & Wilson, M. (2002).A functional approach to instrumental and terminal values and the value-attitude-behaviour system of consumer choice. *European Journal of Marketing*. 36 (1, 2), 111-138.
- Almeida, F. & Sobral, F. (2009). O sistema de valores humanos de administradores brasileiros: Adaptação da escala PVQ para o estudo de valores no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie*, 10, 101-126.
- Allport, G. W. (1961). Pattern and growth in personality.
- Allport, G. W., Vernon, P. E., & Lindzey, G. E. (1960). Study of values: A scale for measuring the dominant interests in personality. Houghton Mifflin.
- Arciniega, L. & González, L. (2000). Desarrollo y validación de la escala de valores hacia el trabajo EVAT 30. *Revista de Psicología Social*, 15 (3), 281-296.
- Arciniega, L. & González, L. (2002). Valores individuales y valores corporativos percibidos: una aproximación empírica. *Revista de Psicología Social Aplicada*. 12(1), 41- 59.
- Arciniega, L., González, L., Soares, V., Ciulli, S., Giannini, M. (2009). Cross-cultural validation of the Work Values Scale EVAT using Multi-Group Confirmatory Factor Analysis and Confirmatory Multidimensional Scaling. *The Spanish Journal of Psychology*, 12 (2), 767-772.

- Bardi, A. & Schwartz, S. (2003). Values and behavior: Strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(10), 1207-1220.
- Bean, C. & Papadakis, E. (1994). Polarized priorities or flexible alternatives? Dimensionality in Inglehart's materialism-posmaterialism scale. *International Journal of Public Opinion Research*, 6, 264-297.
- Beatty, Sh., Kahle, L., Homer, P. & Misra, S. (1985). Alternative measurement approaches to consumer values: the list of values and the roeach value survey. *A Psychology and Marketing*, 3, 181- 200.
- Beatty, Sh. E., Kahle, L., Utsey, M. & Keown, Ch. (1993). Gift Giving Behaviors in United States and Japan: A Personal Values Perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 6 (1), 49-66.
- Beierlein, C., Davidov, E., Schmidt, P., Schwartz, S., & Rammstedt, B. (2012). Testing the discriminant validity of Schwartz' Portrait Value Questionnaire items – A replication end extension of Knoppen and Saris (2009). *Survey Research Methods*, 6(1), 25-36.
- Bem, D. (1973) *Convicções, atitudes e assuntos humanos*. São Paulo: Herder/EPU. Pp.71-84.
- Bengtson, V. & Lovejoy, M. (1973). Values, Personality, and Social Structure An Intergenerational Analysis. *Tha Amerian*. 16 (6), 880 – 912.
- Bilsky, W. (2009). A Estrutura de Valores: Sua Estabilidade para além de Instrumentos, Teorias, Idade e Culturas. *Revista de Administração Mackenzie*, 10(3), 12-33.
- Bilsky, W. & Koch, M. (2000). On the content and structure of values: Universals or methodological artefacts? Paper presentedo en el Fifth International Conference on Logic and Methodology, Octubre 3-6. Cologne, Germany.
- Bilsky, W. & Schwartz, S. (1994). Values and personality. *European Journal of Personality*, 8, 163-181.
- Bilsky, W., & Peters, M. (1999). Estructura de los valores y la religiosidad. Una investigación comparada realizada en México. *Revista Mexicana de Psicología*, 16, 77-88

- Bilsky, W., & Schwartz, S. (1994). Values and personality. *European Journal of Personality*, 8, 163-181.
- Bilsky, W., & Schwartz, S. (2008). Measuring motivations: Integrating content and method. *Personality and Individual Differences*, 44, 1738-1751.
- Bilsky, W., Janik, M., & Borg, P. (2013). Children's value structures - Imposing theory-based regional restrictions onto an ordinal MDS solution. En: Roazzi, B. et al (Ed.). *Facet theory: Searching for Structure in Complex Social, Cultural and Psychological phenomena*, Recife.
- Bilsky, W., Janik, M., & Schwartz, S. (2011). The structural organization of human values – Evidence from three rounds of the European Social Survey (ESS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 759-776.
- Bilsky, W. & Schwartz, S. (2008). Measuring motivations: Integrating content and method. *Personality and Individual Differences*, 44, 1738-1751.
- Blanchard, K. H., O'Connor, M. J., & Ballard, J. (1997). *Managing by values*. Berrett-Koehler Publishers.
- Borg, I., Groenen, P., Jehn, K., Bilsky, W. & Schwartz, S. (2011). Embedding the organizational culture profile into Schwartz's theory of universals in values. *Journal of Personnel Psychology*, 10, 1–12.
- Bouckenoghe, D., Buelens, M., Fontaine, J., & Vanderheyden, L. (2005). The prediction of stress by values and value conflict. *Journal of Psychology*, 139(4), 369–382.
- Braithwaite, V., & Law, H. (1985). Structure of human values: Testing the adequacy of the Rokeach Value Survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 250-263
- Braithwaite, V., Makkai, T. & Pittelkow, Y. (1996). Inglehart's materialism-postmaterialism concept: Clarifying the dimensionality debate through Rokeach's model of social values. *Journal of Applied Social Psychology*, 26, 1536-1555.
- Brechin, S. & Kempton, W. (1994). Global environmentalism: A challenge to the postmaterialism thesis? *Social Science Quarterly*, 75, 245-269.
- Brogden, H. E. The primary personal values. Measured by the Allport-Vernon Test, "A. study of values." *Psychological Monographs*, 1952, 66: 1-31.

- En: Pérez, V. (1993) Cultura organizacional y valores profesionales. Tesis doctoral publicada en la Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Psicología.
- Burroughs, J. E., & RindXeisch, A. (2002). Materialism and well-being: a conflicting value perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348–370.
- Butenko, T. & Schwartz, S. (2013). Relations of the New Circle of 19 Values to Behaviors. Higher School of Economics Research Paper N°. WP BPR 08/PSY/2013. Disponible en SSRN.
- Campbell, D. T. (1963). Social attitudes and other acquired behavioral dispositions. En S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science*, 6, 94–172. New York: McGraw-Hill.
- Castro, A., & Nader, M. (2006). La evaluación de los valores humanos con el Portrait Values Questionnaire de Schwartz. *Interdisciplinaria*, 23(2), 155-174.
- Cépeda, C. & Roldán, J. (2004). Aplicando en la Práctica la Técnica PLS en la Administración de Empresas. Congreso de la ACEDE 2004. Septiembre 19, 20 y 21. Murcia, España
- Chinese Culture Connection. (1987). Chinese values and the search for culture-free dimensions of culture. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 18: 143-164.
- Cieciuch, J. Davidof, E., Vecchione, M. & Schwartz, S. (2014). A hierarchical structure of basic human values in a Third-order Confirmatory Factor Analysis. *Swiss Journal of Psychology*, 73(3), 177-182.
- Cieciuch, J., & Schwartz, S. (2012). The number of distinct basic values and their structure assessed by PVQ-40. *Journal of Personality Assessment*, 94(3), 321-328.
- Cieciuch, J., Harasimczuk, J., & Döring, A. K. (2013). Structural validity of the Polish adaptation of the Picture-Based Value Survey for Children (PBVS-C). *Journal of Psychoeducational Assessment*, 31(4), 404-409.

- Cieciuch, J., Schwartz, S. & Vecchione, M. (2013). Applying the refined values theory to past data: What can researchers gain? *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 44, 1213-1232.
- Cileli, M. (2000). Change in value orientations of Turkish youth from 1989 to 1995. *Journal of Psychology* 134(3), 297–305.
- Connor, P. & Becker, B. (2003). Personal value systems and decision-making styles of public managers. *Public Personnel Management*, 32 (1), 155-180.
- Coombs-Richardson, R. & Tolson, H. (2005) A comparison of values rankings for selected American and Australian teachers. *Journal of Research in International Education*, 4(3), 263–277.
- Davidov, E., Schmidt, P., & Schwartz, S. (2008). Bringing values back in: The adequacy of the European Social Survey to measure values in 20 countries. *Public Opinion Quarterly*, 72, 420-445.
- De St. Aubin, E. (1996). Personal ideology polarity: Its emotional foundation and its manifestation in individual value systems, religiosity, political orientation, and assumptions concerning human nature. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 152–165.
- Deci, E., & Ryan, R. (1995). Human autonomy: The basis for true self-esteem. In M. H. Kernis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem*, 31–49. New York: Plenum.
- Delfino, G. & Muratori, M. (2011). Análisis Factorial Confirmatorio de la escala de valores de Schwartz. *Memoria Académica. Universidad De La Plata. 3º Congreso Internacional de Investigación*, 15-17 de noviembre.
- Dempsey, P. & Dukes, W. (1966). Judging complex value stimuli: An examination and revision of Morris's "Paths of Life". *Educational and Psychological Measurement*, 26, 871-882.
- Di Dio, L, Saragovi, C. & Koestner, J. (1996). Linking personal values to gender. *SexRoles: A Journal of Research*, 34 (9), 621-636.
- Domínguez, D. (2001). Los valores según ocupación: un estudio descriptivo. Venezuela. *Humanidades y Educación*.

- Doring, A., Blauensteiner, A., Aryus, K., Drogekamp, L. & Bilsky, W. (2010). Assessing Values at an Early Age: The Picture-Based Value Survey for Children (PBVS–C). *Journal of Personality Assessment*, 92(5), 439-448.
- Durgee, J. & Veryzer, R. (1996) Observation: translating values into product wants. *Journal of Advertising Research*, 133-152, Nov./Dic.
- Emler, N., Ohana, J. & Dickinson, J. (1990). Children's representations of social relations. In G. Duveen & B. Lloyd (Eds.), *Social representations and the development of knowledge*, 161–183. Cambridge: Cambridge University Press.
- England, G., (1967). Personal value systems of American managers. *Academy of Management Journal*, 10 (1), 107-117.
- Escurra, M. (2003). Sistema de valores en estudiantes de quinto año de secundaria de Lima metropolitana pertenecientes a diferentes estratos socio económicos. *Revista Investigación en Psicología*, 6(1), 49-72.
- Eysenck, H. J. (1964). *Psicología de la decisión política*. Barcelona, España: Ariel.
- Fabrigar, L. R., Visser, P. S., & Browne, M. W. (1997). Conceptual and methodological issues in testing the circumplex structure of data in personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 1, 184–203.
- Feather, N. (1996). Values, deservingness, and attitudes toward high achievers: Research on tall poppies. In C. Seligman, J. M. Olson, & M. P. Zanna (Eds.), *The Ontario symposium: The psychology of values*, 8: 215–251. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Ferreira, C., De Araujo, H., & Corrêa, A. (2009). Valores organizacionais: um balanço da produção nacional do período de 2000 a 2008 nas áreas de administração e psicologia. *Revista de Administração Mackenzie*, 10(3), 84-100.
- Ferrell, O., Fraedrich, J. & Ferrell, L. (2010). *Business ethics. Ethical decision making and cases*. Ohio, South Western Cengage Learning.

- Fischer, R., & Schwartz, S.H. (2011). Whence differences in value priorities? Individual, cultural, or artifactual sources. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 1127-1144.
- Fischer, R., Vauclair, C.-M., Fontaine, J. R. J., & Schwartz, S. H. (2010). Are individual-level and country-level value structures different? Testing Hofstede's legacy with the Schwartz Value Survey. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 41, 135-151.
- Flanagan, S. (1987). Value change in industrial societies. *American Political Science Review*, 81, 1303-1319.
- Fontaine, J., Poortinga, Y., Delbeke, L., & Schwartz, S. (2008). Structural equivalence of the values domain across cultures: Distinguishing sampling fluctuations from meaningful variation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39, 345-365.
- Fritzsche, D. & Oz, E. (2007). Personal values' influence on the ethical dimension of decision making. *Journal of Business Ethics*, 75, 335-343.
- García del Junco, J, Calvo de Mora Schmidt, A, Lieberman, K. (2004) Administración basada en la evidencia: una aplicación de la medicina basada en la evidencia al mundo empresarial y a la formación de directivos. *Acimed*, 12(5).
- García Del Junco, J., Medina, E. & Dutschke, G. (2010). Una revisión exploratoria del modelo de Schwartz. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 9(35), 35-66.
- García-Naranjo. L. (2005). Sistema valorativo de estudiantes de pregrado y preuniversitarios de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tesis en Psicología. PUCP.
- García, B. (1995). El educador ante la crisis de valores. Venezuela. Dossier Valores, Escuela y Sociedad. *Revista Movimiento pedagógico*. Año III (6).
- García, S., Soler, C., & Falcón, B. (2000). El capitalismo sensible: más allá de la rigidez y de la flexibilidad. *Management & Empresa*, (25), 24-27.
- Gendre, F., & Dupont, H. (1992). Structure of the Schwartz questionnaire for values. *Revue Suisse de Psychologie*, 51, 128-134.



- Goodnow, J. (1990). The socialization of cognition: What's involved? In J. W. Stigler, R. A. Shweder, & G. Herdt (Eds.), *Cultural psychology. Essays on comparative human development*, 259–286. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Gordon, L. (1967). *Survey of personal values*. Edición Española de 1977: *Cuestionario de Valores Interpersonales*. Madrid: TEA Ediciones.
- Gouveia, V. (1998). *La naturaleza de los valores descriptores del individualismo y del colectivismo: Una comparación intra e intercultural*. Tese de Doutorado não-publicada. Faculdade de Psicologia, Universidade Complutense de Madrid, España.
- Gouveia, V. (2003). A natureza motivacional dos valores humanos: evidências acerca de uma nova tipologia. *Estudos de Psicologia*, 8 (3), 431-443.
- Gouveia, V., Clemente, M. y Vidal, M. (1998). El cuestionario de valores de Schwartz (CVS): propuesta de adaptación en el formato de respuesta. *Revista de Psicología Social*, 13 (3), 463-469.
- Gouveia, V., Martínez, E., Maja, M. & Lemos, T. (2001). A estrutura e o conteúdo universais dos valores humanos: análise fatorial confirmatória da tipologia de Schwartz. *Estudos de Psicologia*, 6 (2), 133-142.
- Gouveia, V., Milfont, T., Fischer, R., & Peçanha De Miranda, J. (2009). Teoria Funcionalista Dos Valores Humanos: Aplicações Para Organizações. *Ram – Revista De Administração Mackenzie*, 10(3), 34-59.
- Grimaldo, M. & Merino, C. (2009). Valores en un grupo de estudiantes de psicología de una universidad particular de la ciudad de Lima. *Liberabit*, 15(1), 39-47.
- Hair, F., Anderson, R., Tatham, R. & Black, W. (2004). *Analysis Multivariante*. 5a Edición. Pearson Prentice Hall.
- Harding, S., Phillips, D., & Fogarty, M. P. (1986). *Contrasting values in Western Europe: Unity, diversity and change*. Macmillan Pub Co.
- Heath, R. & Fogel, D. (1978). Terminal and instrumental? An inquiry into Rokeach's value survey. *Psychological Reports*, 42, 1147-1154.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.

- Herrera, D. y Lens, W. (2005). Perspectiva de tiempo futuro, valores, instrumentalidad y auto-concepto entre los adolescentes de las escuelas secundarias privadas y públicas y las universidades en Lima. *Revista de Psicología de la Universidad Católica Argentina*, 1, 131-159
- Hofstede, G. (1980). "Culture's Consequences: International Differences in work-related values". Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Hofstede, G. (1994). *Cultures and organizations: software of the mind intercultural*. London, Harper Collins.
- Homer, P.M. & Kahle, L.R. (1988). A structural equation test of the Value-Attitude- Behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 638-646.
- Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53 - 60,
- Huisman, S. & Schuur, W. (2009). Determining respondent scale score along Schwartz' Value Circle: A new method for cross-cultural comparison of priorities for human values. Recuperado de [www.facet-theory.org/files/wordocs/3Huismans.pdf](http://www.facet-theory.org/files/wordocs/3Huismans.pdf)
- Humble, J. (1994). The Strategic Power of Corporate Values. *Great Britain: Long Range Planning*, 27 (6), 28-42
- Inglehart, R. (1994). Modernización y post-modernización: La cambiante relación entre el desarrollo económico, cambio cultural y político. Em J. D. Nicolás & R. Inglehart (Orgs.), *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos*, 157-170. Madrid: Fundesco.
- Kagitcibasi, C. (1997). Individualism and collectivism. En Berry, J.W., Segall, M.H., Kagitcibasi, C. (Eds). *Handbook of Cross-cultural Psychology*, Allyn & Bacon, Boston, MA, Vol. 3.
- Kahle, L. (1983). *Social values and social change: adaptation to life in America*. New York: Praeger.
- Kanter, R. M. Stein, BA, and Jick, TD (1992). *The Challenge of Organizational Change: How Companies Experience It and Leaders Guide It*.

- Karp, D. G. (1996). Value and their effect on pro-environment behavior. *Environment and Behavior*, 28, 111-133.
- Kidd, Q. & Lee, A. R. (1997). Postmaterialist values and the environment: A critique and reappraisal. *Social Science Quarterly*, 78, 1-15.
- Kilby, R. (1993). *The study of human values*. Lanham, Md: University Press of America.
- Kilmann, R. H., & Thomas, K. W. (1975). Interpersonal conflict-handling behavior as reflections of Jungian personality dimensions. *Psychological reports*, 37(3), 971-980.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value-orientation in the theory of action: An exploration in definition and classification. En: Parsons, T. y Shils, E. (Eds.). *Toward a general theory of action*, 388–433. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Knoppen, D. & Saris, W. (2009). Schwartz's Theory of Human Values: Balancing Homogeneity of Reflective Items and Theoretical Coverage. *Universitat Pompeu Fabra. RECSM 9*.
- Koivula, N. (2008). Basic human values in the Workplace. *Social Psychological Studies* 17, Helsinki.
- Kopanidis, F. (2009). *Towards the Development of a Personal Values Importance Scale (PVIS) - Application in Education*. RMIT University.
- Lee, J., Soutar, G. & Louviere, J. (2008). The best-worst scaling approach: An alternative to Schwartz's Values Survey. *Journal of Personality Assessment*, 90(4), 335-347.
- Lee, K. (1991). The problem of appropriateness of the Rokeach Value Surveys in Korea. *International Journal of Psychology*, 26, 299-310.
- Levy, S. (1985). Lawful roles of facets in social theories. En D. Canter (Ed.). *The facet approach to social research*, 59-96. New York: Springer-Verlag.
- Lilleoja, L. & Saris, W. (2012). Testing a New Operationalization of the Basic Values in Estonia on two subpopulations: A Estonian and a Russian speaking subpopulation. *RECSM Working Paper 28*. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

- Linz, A.; Brähler, E.; Schmidt, P. & Albani, C. (2005). Investigating the Circumplex Structure of the Portrait Values Questionnaire (PVQ). *Journal of Individual Differences*, 26(4), 185–193.
- Lovejoy, A. (1950). Terminal and adjectival values. *The Journal of Philosophy*, 47, 593-608.
- Madrigal, R. & Kahle, L. (1994) Predicting vacation activity preferences on the basis of value-system segmentation. *Journal of Travel Research*. 32 (3), 22-28.
- Marandi, E.; Little E. & Sekhon Y. (2006) The Impact of Personal Values on Perception of Service Provider Empathy and Customer Loyalty. *The Business Review*; 5 (2), 339-343.
- Marks, G. (1997). The formation of materialist and post-materialist values. *Social Science Research*, 26, 52–68.
- Martínez, M. (1989). *La Investigación Cualitativa Etnografía en Educación*. Editorial Trillas.
- McClelland, D. (1987). *Human motivation*. Glenview, Ill: Scott.
- McClelland, D. (1991). *The personal value questionnaire*. Boston; McBer & Company.
- McClelland, D. & Weinberger, J. (1990). Cognitive versus traditional motivational models: irreconcilable or complementary? En E. Higgins & R. Sorrentino (Eds.). *Handbook of Motivation and Cognition*, 2, 562-597. New York: Guilford.
- McClelland, D., Koestner, R. & Weinberger, J. (1989). How do self-attributed and implicit motives differ? *Psychological Review*, 96, 690-702.
- Menezes, I., & Campos, B. (1997). The process of value-meaning construction: a cross-sectional study. *European Journal of Social Psychology*, 27, 55-73.
- Meyer, J. P., Irving, P. G., & Allen, N. J. (1998). Examination of the combined effects of work values and early work experiences on organizational commitment. *Journal of Organizational Behavior*, 19(1), 29-52.

- Montero, M. (1994). Indefinición y contradicciones de algunos conceptos básicos en la psicología social. En M. Montero (Comp). Construcción y crítica de la psicología social. Anthropos. Barcelona.
- Moretti, M., & Higgins, E. (1999). Internal representations of others in self-regulation: A new look at a classic issue. *Social Cognition*, 17, 186–208.
- Morris, C. (1956). *Varieties of human value*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nunnally, J. C., Bernstein, I. H., Arellano, J. A. V., & Guillén, M. T. (1995). *Teoría psicométrica*. México: Mcgraw-hill.
- Nystrom, PC. (1990). Differences in Moral Values Between Corporations. *Journal of Business Ethics*, 9, 971-979.
- O`Donnell, K. (2007). *Valores humanos en la empresa*. Editorial Empresarial. Madrid.
- Oliveira, F. (2004). *Negociação comercial internacional: um comparativo entre negociadores tabacaleiros brasileiros e estrangeiros*. Tesses de dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração
- Paez, J. & De-Juanas, A. (2014). Validation of “Schwartz Values Scale” for Spanish Adolescents Population. *Procedia – Social and Behavior Sciences* 165 (6), 195-201.
- Pasquali, L. & Alves, A. (2004). Validação do Portraits Questionnaire - PQ de Schwartz para o Brasil. *Avaliação Psicológica*, 3, 73-82.
- Pasquini, L., & Mendes, M. (2009). Valores Organizacionais e Criação do Conhecimento Organizacional Inovador. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(1), 36-56.
- Pedraja, L., Rodriguez, E., & Rodríguez, J. (2008). Valores directivos: sus efectos sobre el diseño e implementación de la estrategia. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 16(3), 295-300.

- Peiró, S. & Palencia, E. (2009). Adaptación transcultural del cuestionario The Portrait Values Questionnaire (PVQ) IV versión basada en el modelo de HRQOL instruments. *Revista Educación en Valores*, 1(11), 9.-17.
- Pereira, C., Camino. L. & Bastos Da Costa, J. (2005) Un estudo sobre a integracao dos níveis de análise dos sistemas de valores. *Psicologia: Reflexão e critica*, 18 (1), 16-25.
- Pérez, M. (1993). Cultural organizacional y los valores profesionales. Tesis Doctoral. Facultad de Psicología. Universidad Complutense de Madrid.
- Perrinjaquet, A., Furrer, O., Usunier, J., Cestre, G., Valette, P. (2007). A test of the quasi-circumplex structure of human values. *Journal of Research in Personality*, 41, 820-840.
- Prince-Gibson, E., & Schwartz, S. (1998). Value priorities and gender. *Social Psychology Quarterly*, 61, 49-67.
- Rescher, N. (1969). *Introduction to value theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ribeiro, F. & Azevedo, F. (2009). O sistema de valores humanos de administradores brasileiros: adaptação da escala PVQ para o estudo de valores no Brasil. *RAM – Revista De Administração Mackenzie*, 10(3), 101-126.
- Roccas, S., Schwartz, S., & Amit, A. (2010). Personal value priorities and national identification. *Political Psychology*, 31, 393-419.
- Rohan, M. (1998). Value priorities, value systems, and the value fingerprint: Reflections on development. Paper presented at the International Research Workshop on Values: Psychological Structure, Behavioral Outcomes, and Intergenerational Transmission, Maale-Hachamisha, Israel.
- Rohan, M. (2000) A Rose by Any Name? The Values Construct. *Personality and Social Psychology Review*. 4 (3): 255-277.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Ros, M., & Grad, H. (1991). El significado del valor trabajo como relacionado a la experiencia ocupacional: Una comparación de profesores de EGB y estudiantes del CAP. *Revista de Psicología Social*, 6, 181-208.

- Ros, M., Schwartz, S., & Surkiss, S. (1999). Basic Individual values, work values, and the meaning of work. *Applied Psychology: An International Review*, 48, 49-71.
- Rousseau, D. (2006). Is there such a thing as “evidence based management”. *Academy of Management Review*, 31 (2), 256-269.
- Rousseau, D. & McCarthy, S. (2007). Educating managers from an evidence-based perspective. *Academy of Management Learning & Education*, 6(1), 84-101.
- Sagie, A. & Elizur, D. (1996). The structure of personal values: a conical representation of multiple life areas. *Journal of Organizational Behavior*, 17, 573-586.
- Sagiv, L., & Schwartz, S. (1995). Value priorities and readiness for out-group social contact. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 437-448.
- Sagiv, L., & Schwartz, S. (1998). Determinants of readiness for out-group social contact: Dominance relations and minority group motivations. *International Journal of Psychology*, 33, 313-324.
- Salazar, J. (1984). *Valores y Motivaciones Sociales*. Psicología Social. México: Editorial Trillas.
- Saris, W., Knoppen, D., & Schwartz, S. (2013). Operationalizing the theory of human values: Balancing homogeneity of reflective items and theoretical coverage. *Survey Research Methods*, 7(1), 29-44.
- Schiffman, J., Reynolds, M. & Young, F. (1981). *Introduction to Multidimensional Scaling: Theory, Methods and Applications*. Academic Press, London.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. (1997). *Consumer behaviour*. Sixth edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Schwartz, S. (1990). Individualism-collectivism: Critique and proposed refinements. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 21, 139-157
- Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. En M. Zanna (Ed.), *Advances in*

- experimental social psychology (Vol. 25, pp. 1-65). New York: Academic Press.
- Schwartz, S. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Schwartz, S. (1994). Beyond Individualism/Collectivism: New cultural dimensions of values. En U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method and applications* (pp. 85-119). Newbury Park, CA: Sage.
- Schwartz, S. (1994). Studying human values. En A.M. Bouvy, P. Boski, P. Schmitz, & F. Van de Vijver (Eds.). *Journeys into Cross-Cultural Psychology* (pp. 239-254). Lisse: Swets & Zeitlinger.
- Schwartz, S. (1996). Value priorities and behavior: applying a theory of integrated value systems. En C. Seligman, J.M. Olson y M. P. Zanna (Eds.). *The psychology of values: The Ontario Symposium*, 8, 1-24. Mah-wah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Schwartz, S. (1997). Values and culture. En D. Munro, S. Carr, & J. Schumaker (Eds.), *Motivation and culture* (pp. 69-84). New York: Routledge.
- Schwartz, S. (1999). Cultural value differences: Some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 48, 23-47.
- Schwartz, S. (2003). A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations. Chapter 7 in the Questionnaire Development Package of the European Social Survey. En <http://www.europeansocialsurvey.org/>
- Schwartz, S. (2004). Mapping and interpreting cultural differences around the world. En H. Vinken, J. Soeters, & P Ester (Eds.), *Comparing cultures, Dimensions of culture in a comparative perspective* (pp.43-73). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Schwartz, S. (2005). Basic human values: Their content and structure across countries. En A. Tamayo & J. B. Porto (Eds.), *Valores e comportamento nas organizações*, pp. 21-55. Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Schwartz, S. (2005b). Robustness and fruitfulness of a theory of universals in individual human values. En A. Tamayo & J. B. Porto (Eds.), *Valores e comportamento nas organizações*, pp. 56-95. Petrópolis, Brazil: Vozes.



- Schwartz, S. (2005). Universalism values and moral inclusiveness. En A. Pirttilä-Backman, M. Ahokas, L. Myyry, & S. Lähteenoja (Eds.), *Values, morality and society: Change and diversity*. pp. 216-236. Helsinki: Gaudeamus.
- Schwartz, S. (2006). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5, 137-182.
- Schwartz, S. (2007). Cultural and individual value correlates of capitalism: A comparative analysis. *Psychological Inquiry*, 18, 52-57.
- Schwartz, S. (2007b). Universalism values and the inclusiveness of our moral universe. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 38, 711-728.
- Schwartz, S. (2007c). Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. En R. Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald & G. Eva (Eds). *Measuring attitudes cross-nationally: Lessons from the European Social Survey* (pp. 161-193). London: Sage.
- Schwartz, S. (2009). Culture matters: National value cultures, sources and consequences. En C. Chiu, Y. Hong, S. Shavitt, & R. Wyer, Jr. (Eds.), *Understanding culture: Theory, research and application* (pp. 127-150). New York: Psychology Press.
- Schwartz, S. (2009). The present and future state of cultural research and theory: A dialogue; comments. En C. Chiu, Y. Hong, S. Shavitt, & R. Wyer, Jr. (Eds.), *Understanding culture: Theory, research and application* (pp. 473, 476, 491-493). New York: Psychology Press.
- Schwartz, S. (2010). Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. En M. Mikulincer & P. Shaver (Eds.), *Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature* (221-241). Washington: American Psychological Association Press.
- Schwartz, S. (2010). Cultural values. En K. M. Hannum, B. McFeeters, & L. Booyen (Eds.), *Leadership across differences: Cases and perspectives* (pp.115-123). San Francisco, CA:Pfeiffer.
- Schwartz, S. (2012). Basic personal values and political orientations. In John Aldrich & Kathleen M. McGraw (co-editors). *Improving public opinion*

surveys: Interdisciplinary innovation and the American national election studies. Princeton: Princeton University Press.

- Schwartz, S. (2012). Toward refining the theory of basic human values. En S. Salzborn, E. Davidov & J. Reinecke (Eds.), *Methods, theories, and empirical applications in the social sciences. A Festschrift for Peter Schmidt*.
- Schwartz, S. (2014). National culture as value orientations: Consequences of value differences and cultural distance. In V. Ginsburgh & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture, Vol.2*. Elsevier/North Holland (pp. 547-586).
- Schwartz, S. & Boehnke, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, 38, 230-255.
- Schwartz, S. & Sagie, G. (2000). Value Consensus and Importance A Cross-National Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 31,(4), 465-497
- Schwartz, S. & Sagiv, L. (1995). Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 92-116.
- Schwartz, S. H. (2011). Studying values: Personal adventures, future directions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 307-319.
- Schwartz, S. H. (2011). Values: Individual and cultural. En S. M. Breugelmans, A. Chasiotis, & F. J. R. Van de Vijver (Eds.), *Fundamental questions in cross-cultural psychology* (pp. 463-493). Cambridge: Cambridge University Press.
- Schwartz, S., & Bardi, A. (1997). Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. *Political Psychology*, 18, 385-410.
- Schwartz, S., & Bardi, A. (2000). Moral dialogue across cultures: An empirical perspective. In E. W. Lehman (Ed.) *Autonomy and order: A communitarian anthology* (pp. 155-184). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Schwartz, S., & Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 32: 268-290.

- Schwartz, S., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550-562.
- Schwartz, S., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878-891.
- Schwartz, S., & Boehnke, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, 38, 230-255.
- Schwartz, S., & Huismans, S. (1995). Value priorities and religiosity in four Western religions. *Social Psychology Quarterly*, 58, 88-107.
- Schwartz, S., & Melech, G. (2000). National differences in micro and macro worry: Social, economic and cultural explanations. In E. Diener and E. Suh (Eds.), *Culture and subjective well-being* (pp. 219-256). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Schwartz, S., & Ros, M. (1995). Value priorities in West European nations: A cross-cultural perspective. En G. Ben Shakhar & A. Lieblich (Eds.), *Studies in psychology: In Honor of Solomon Kugelmass*. Scripta Hierosolymitana, Vol. 36 (pp. 322-347), Jerusalem: Magnes Press.
- Schwartz, S., & Ros, M. (1995). Values in the West: A theoretical and empirical challenge to the Individualism-Collectivism cultural dimension. *World Psychology*, 1, 99-122.
- Schwartz, S., & Rubel-Lifschitz, T. (2009). Cross-national variation in the size of sex differences in values: Effects of gender equality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97, 171-185.
- Schwartz, S., & Rubel, T. (2005). Sex differences in value priorities: Cross-cultural and multi-method studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 1010-1028.
- Schwartz, S., Bardi, A., & Bianchi, G. (2000). Value adaptation to the imposition and collapse of Communist regimes in Eastern Europe. En S. Renshon

- & J. Duckitt (Eds.), *Political Psychology: Cultural and Cross Cultural Perspectives* (pp.217-237). London: Macmillan.
- Schwartz, S., Caprara, G., & Vecchione, M. (2010). Basic personal values, core political values, and voting: A longitudinal study. *Political Psychology*, 31, 421-452.
- Schwartz, S., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., Ramos, A., Verkasalo, M., Lönnqvist, J.-E., Demirutku, K., Dirilen-Gumus, O., Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663-688.
- Schwartz, S., Gila, M., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. & Owen, V. (2001). Extending the cross cultural validity of the theory of Basic Human Values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 519-542.
- Schwartz, S., Lehmann, A., & Roccas, S. (1999). Multimethod probes of basic human values. En J. Adamopoulos & Y. Kashima (Eds.), *Social Psychology and Culture Context: Essays in Honor of Harry C. Triandis* (pp. 107-123). Newbury Park, CA: Sage.
- Schwartz, S., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., & Harris, M. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 32, 519-542.
- Schwartz, S., Sagiv, L., & Boehnke, K. (2000). Worries and values. *Journal of Personality*, 68, 309-346.
- Schwartz, S., Struch, N., & Bilsky, W. (1990). Values and intergroup social motives: A study of Israeli and German students. *Social Psychology Quarterly*, 53, 185-198.
- Schwartz, S., Verkasalo, M., Antonovsky, A., & Sagiv, L. (1997). Value priorities and social desirability: Much substance, some style. *British Journal of Social Psychology*, 36, 3-18.
- Smith, P. B., Dugan, S., & Trompenaars, F. (1996). National culture and the values of organizational employees a dimensional analysis across 43 nations. *Journal of cross-cultural psychology*, 27(2), 231-264.

- Smith, P., & Schwartz, S. (1997). Values. En J.W. Berry, M.H. Segall & C. Kagitcibasi (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology*, Vol. 3, 2nd Edition (pp. 77-118). Boston: Allyn & Bacon.
- Souza, T. (2012). Modelos de valores de Schwartz e Gouveia: Comparando conteúdo, estrutura e poder preditivo. Tesis de maestría en Psicología. Universidad Federal de Paraíba, Brasil.
- Steinmetz, H. Isidor, R. & Baeuerle, N. (2012). Testing the circular Structure of Human Values: A meta-analytical Structural Equation Modelling Approach. *Survey Research Methods*, 6(1), 61-75.
- Struch, N., Schwartz, S., Van der Kloot, W. (2002). Meanings of basic values for women and men: A cross-cultural analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 16-28.
- Tamayo, A. (1994). Hierarquia de valores transculturais e brasileiros. *Psicologia: teoria e pesquisa*. Brasília, 10 (2), 269-285.
- Tamayo, A. (1998). Género y estructura axiológica del adolescente. *Acta Psiquiátrica e Psicológica de América Latina*, 44, 153-160.
- Tamayo, A. & Porto, J. (2009). Validação do Questionário de Perfis de Valores (QPV) no Brasil. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 25, 369-376.
- Tamayo, A. & Schwartz, S. (1993). Estrutura motivacional dos valores humanos. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 9, 329-348.
- Tetlock, P. E. (1986). A value pluralism model of ideological reasoning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 819-827.
- Tracey, T. (2000). Analysis of circumplex models. En H. Tinsley, & S. Brown (Eds.), *Handbook of applied multivariate statistics and mathematical modeling*, 641–664. New York: Academic Press.
- Tsai, R., & Böckenholt, U. (2002). Two-level linear paired comparison models: estimation and identifiability issues. *Mathematical Social Sciences*, 43(3), 429–449.
- Vala, J. (1993). Valores socio-políticos. Em L. de França (Org.), *Portugal, valores europeus e identidade cultural* (pp. 221-259). Lisboa: Instituto de Estudos para o Desenvolvimento.

- Vala, J. (1994). La emergencia de los valores post-materialistas en Portugal. Em J. Nicolás & R. Inglehart (Orgs.), *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos*, 157-170. Madrid: Fundesco
- Van den Broeck, H., Vanderheyden, K., & Cools, E. (2003). Linking cognitive styles and values. Working paper series Vlerick Leuven Gent Management School.
- Van Deth, J. (1983). Ranking the ratings: The case of materialist and post-materialist value orientations. *Political Methodology*, 9, 407–431.
- Vera, J., & Martínez, M. del C. (1994). Preferencias de valores en relación con los prejuicios hacia endogrupos. *Anales de Psicología*, 10, 29-40.
- Verkasalo, M., Lonqvist, J. E., Lipsanen, J. & Helkama, K. (2009). European norms and equations for a two dimensional presentation of values as measured with Schwartz's 21 item Portrait Values Questionnaire. *European Journal of Social Psychology*, 39, 780-792.
- Vosburgh, R. (2007). The Evolution of HR: Developing HR as an Internal Consulting Organization. *Human Resource Planning*, 30(3), 11-23.
- Zhao, J., He, N. & Lovrich, R. (1999). Value change among police officers at a time of organizational reform: a follow-up study using Rokeach values. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management* 22(2), 152–70.

# ANEXOS

## **Anexo 1. Lista de valores, descripciones y dominio de la escala SVS de valores de Schwartz**

	<i>Valor meta</i>	<i>Descripción</i>	<i>Dominio</i>
1	IGUALDAD	Igualdad de oportunidades para todos.	Universalismo
2	ARMONIA INTERNA	En paz conmigo mismo.	Universalismo
3	PODER SOCIAL	Control sobre los demás.	Poder
4	PLACER	Gratificación de deseos.	Hedonismo
5	LIBERTAD	Libertad de acción y pensamiento.	Autodirección
6	UNA VIDA ESPIRITUAL	Énfasis en aspectos espirituales, no materiales.	Espiritualidad
7	SENTIMIENTO DE PERTENENCIA	Sentimiento de ser parte de algo o de pertenecer a alguien.	Benevolencia
8	ORDEN SOCIAL	Estabilidad en la sociedad.	Conformidad
9	UNA VIDA EXCITANTE	Tener experiencias estimulantes.	Estímulo
10	DAR SIGNIFICADO A MI VIDA	Una meta en la vida.	Universalismo
11	BUENOS MODALES	Cortesía, buenas maneras.	Conformidad
12	RIQUEZA	Posesiones materiales, dinero.	Poder
13	SEGURIDAD NACIONAL	Protección de mi nación contra sus enemigos.	Seguridad
14	AUTO-RESPECTO	Crear en mi propia valía.	Autodirección
15	RECIPROCIDAD DE FAVORES	Evitar deber favores a los demás.	Seguridad
16	CREATIVIDAD	Originalidad, imaginación.	Autodirección
17	UN MUNDO EN PAZ	Libre de guerras y conflictos.	Universalismo
18	RESPECTO POR LA TRADICION	Mantener las costumbres a lo largo del tiempo.	Tradición
19	AMOR MADURO	Relación profunda íntima, emocional y espiritual.	Benevolencia
20	AUTODISCIPLINA	Autocontrol, resistencia a las tentaciones.	Autodirección
21	DESPREOCUPACIÓN	De lo mundano.	Tradición
22	SEGURIDAD FAMILIAR	Seguridad para los seres queridos.	Seguridad
23	RECONOCIMIENTO SOCIAL	Respeto, aprobación de los demás.	Poder
24	UNION CON LA NATURALEZA	Integrarse con la naturaleza.	Universalismo
25	UNA VIDA VARIADA	Llena de retos, novedad y cambios.	Estímulo
26	SABIDURIA	Comprensión madura de la vida.	Universalismo
27	AUTORIDAD	El derecho a liderar o mandar.	Poder
28	AMISTAD VERDADERA	Amigos cercanos que me apoyen.	Benevolencia
29	UN MUNDO DE BELLEZA	Belleza en la naturaleza y en las artes.	Universalismo
30	JUSTICIA SOCIAL	Corregir injusticias, cuidar a los débiles.	Universalismo

	<i>Valor instrumental</i>	<i>Descripción</i>	<i>Dominio</i>
31	INDEPENDIENTE	No depender de los demás, autosuficiente.	Autodirección
32	MODERADO	Evitando los sentimientos y acciones extremas.	Tradición
33	LEAL	Fiel a mi amigo, a mi grupo.	Benevolencia

34	AMBICIOSO	Trabajador infatigable con aspiraciones.	Realización
35	MENTE ABIERTA	Tolerante con diferentes ideas y creencias.	Universalismo
36	HUMILDE	Modesto, pasar inadvertido.	Tradición
37	ATREVIDO	En busca de aventuras y riesgo.	Estímulo
38	PROTECTOR DEL MEDIO AMBIENTE	Defensor de la naturaleza.	Universalismo
39	INFLUYENTE	Teniendo impacto en las personas, acontecimientos.	Realización
40	HONRAR A LOS PADRES Y MAYORES	Mostrándoles respeto.	Conformidad
41	ELIGIENDO MIS PROPIAS METAS	Seleccionar mis propios objetivos.	Autodirección
42	SANO	No estar enfermo física o mentalmente.	Seguridad
43	CAPAZ	Competente, efectivo, eficiente.	Realización
44	ACEPTAR MI PARTE EN LA VIDA	Someterse a las circunstancias de la vida.	Tradición
45	HONESTO	Genuino, sincero.	Benevolencia
46	CONSERVANDO MI IMAGEN PUBLICA	Protegiendo mi imagen.	Poder
47	RESPONSABLE	Cumplidor de mis deberes, obligaciones.	Conformidad
48	INTELIGENTE	Lógico, pensador.	Realización
49	QUE AYUDA	Trabajando por el bienestar de los demás.	Benevolencia
50	GOZA DE LA VIDA	Goza de la comida, el sexo, el ocio.	Hedonismo
51	DEVOTO	Manteniendo creencias y fe religiosas.	Espiritualidad
52	CONFIABLE	En el que se puede confiar, fiable.	Benevolencia
53	CURIOSO	Interesado por todo.	Autodirección
54	NO RENCOROSO	Dispuesto a perdonar a los demás.	Benevolencia
55	EXITOSO	Consigue metas.	Realización
56	LIMPIO	Ordenado, aseado.	Seguridad



## Anexo 1.1. SVS usada para la validez concurrente

### CUESTIONARIO DE VALORES PERSONALES

(Adaptación del Value Survey de Schwartz y Bilsky, realizada por Brinkmann et al. en 1991)

#### INSTRUCCIONES:

Este cuestionario es confidencial y anónimo. En él tendrás que preguntarte: *¿Qué valores son importantes para mí como principios que guían mi vida y qué valores son menos importantes para mí?*

Existen dos listas de valores en las páginas siguientes. En el paréntesis que se encuentra al lado de cada valor hay una explicación que puede ayudar a comprender el significado. Para dar respuesta al cuestionario marca una “X” en uno de los casilleros ubicados frente a cada valor y de acuerdo a la evaluación realizada por ti, considerando la siguiente escala:

- 1 Significa que el valor es opuesto a los principios que te sirven de guía.
- 0 Significa que el valor no es nada importante, no es relevante como principio guía para ti.
- 1 Significa que el valor es muy poco importante.
- 3 Significa que el valor es importante.
- 6 Significa que el valor es muy importante.
- 7 Significa que el valor es de suprema importancia como principio que guía tu vida.

Puedes observar que mientras más alto es el número entre 0 y 6, más importante es el valor como principio que guía tu vida. Para indicar situaciones extremas, utiliza las puntuaciones -1 y 7.

Antes de empezar, lee todos los valores números del 1 al 30, elige el que sea más importante para ti y evalúalo con 7. A continuación, elige el valor que sea opuesto a tus valores o principios y evalúalo con -1. Si no existe tal valor, elige al menos importante y evalúalo con 0 ó 1, de acuerdo a su importancia.

Luego evalúa el resto de los valores hasta completarlos todos sin excepción, utilizando los diferentes grados de importancia de la escala que se muestra a continuación:

Opuesto a mis valores	Nada importante	De menor importancia		De relativa importancia	Importante	Más que importante	Muy importante	Se suprema importancia
- 1	0	1	2	3	4	5	6	7

**¡Muchas gracias por tu colaboración!**

Como principio que guía mi vida, este valor es:

Opuesto a mis valores	Nada importante	De menor importancia		De relativa importancia	Importante	Más que importante	Muy importante	Se suprema importancia
-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Nº	Valor o principio	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
1	IGUALDAD (Igualdad de oportunidades para todos).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
2	ARMONÍA INTERNA (En paz conmigo mismo).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
3	PODER SOCIAL (Control sobre los demás).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
4	PLACER (Gratificación de deseos).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
5	LIBERTAD (Libertad de acción y pensamiento).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
6	UNA VIDA ESPIRITUAL (Énfasis en aspectos espirituales, no materiales).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
7	SENTIMIENTO DE PERTENENCIA (Sentimiento de ser parte de algo o de pertenecer a alguien).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
8	ORDEN SOCIAL (Estabilidad en la sociedad)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
9	UNA VIDA EXCITANTE (Tener experiencias estimulantes)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
10	DAR SIGNIFICADO A MI VIDA (Una meta en la vida).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
11	BUENOS MODALES (Cortesía, buenas maneras).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
12	RIQUEZA (Posesiones materiales, dinero).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
13	SEGURIDAD NACIONAL (Protección de mi nación contra sus enemigos).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
14	AUTO-RESPECTO (Creer en mi propia valía)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
15	RECIPROCIDAD DE FAVORES (Evitar deber favores a los demás)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
16	CREATIVIDAD (Originalidad, imaginación)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
17	UN MUNDO EN PAZ (Libre de guerras y conflictos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
18	RESPECTO POR LA TRADICIÓN (Mantener las costumbres a lo largo del tiempo).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
19	AMOR MADURO (Relación profunda íntima, emocional y espiritual).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
20	AUTODISCIPLINA (Autocontrol, resistencia a las tentaciones).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
21	DESPREOCUPACIÓN (De lo mundano).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
22	SEGURIDAD FAMILIAR (Seguridad para los seres queridos).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
23	RECONOCIMIENTO SOCIAL (Respeto, aprobación de los demás).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Nº	Valor o principio	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
24	UNIÓN CON LA NATURALEZA (Integrarse con la naturaleza)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
25	UNA VIDA VARIADA (Llena de retos, novedad y cambios).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
26	SABIDURÍA (Comprensión madura de la vida).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
27	AUTORIDAD (El derecho a liderar o mandar).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
28	AMISTAD VERDADERA (Amigos cercanos que me apoyen)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
29	UN MUNDO DE BELLEZA (Belleza en la naturaleza y en las artes)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
30	JUSTICIA SOCIAL (Corregir injusticias, cuidar a los débiles)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
31	INDEPENDIENTE (No depender de los demás, autosuficiente)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
32	MODERADO (Evitar los sentimientos y acciones extremas)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
33	LEAL (Fiel a mis amigos, a mi grupo)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
34	AMBICIOSO (Trabajador infatigable, con aspiraciones)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
35	MENTE ABIERTA (Tolerante con diferentes ideas y creencias)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
36	HUMILDE (Modesto, pasar inadvertido)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
37	ATREVIDO (En busca de aventuras y riesgo)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
38	PROTECTOR DEL MEDIO AMBIENTE (Defensor de la naturaleza)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
39	INFLUYENTE (Tener impacto en las personas, en los demás)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
40	HONRAR A LOS PADRES Y MAYORES (Mostrándoles respeto)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
41	ELIGIENDO MIS PROPIAS METAS (Seleccionar mis propios objetivos)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
42	SANO (No estar enfermo física o mentalmente).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
43	CAPAZ (Competente, efectivo, eficiente).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
44	ACEPTANDO MI ROL EN LA VIDA (Someterse a las circunstancias de la vida)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
45	HONESTO (Genuino, sincero).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
46	CONSERVANDO MI IMAGEN PÚBLICA (Protegiendo mi imagen).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
47	RESPONSABLE (Cumplir mis deberes, obligaciones).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
48	INTELIGENTE (Lógico, pensador, analítico).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
49	QUE AYUDA (Trabajando por el bienestar de los demás)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
50	GOZAR DE LA VIDA (Goza de la comida, el sexo, el ocio, etc.)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
51	DEVOTO (Manteniendo creencias y fe religiosas).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

Nº	Valor o principio	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
52	CONFIABLE (En el que se puede confiar, fiable).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
53	CURIOSO (Interesado por todo).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
54	NO RENCOROSO (Dispuesto a perdonar a los demás)	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
55	EXITOSO (Conseguir metas).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7
56	LIMPIO (Ordenado, aseado).	-1	0	1	2	3	4	5	6	7

¡Muchas gracias!

## **Anexo 2. Instrumento diseñado por E.Medina para medir valores personales en el Perú**

### **Anexo 2.1. Estudio piloto**

#### **ESCALA DE VALORES PERSONALES (Formato desde lo deseado)**

##### **Estimado Sr(a):**

A continuación se presenta una serie de afirmaciones. Por favor indique (marcando con una X) qué tan importante es para Ud. cada una de esas afirmaciones. Recuerde que no hay respuestas buenas ni malas. Responda de acuerdo a sus creencias e ideas. Este es un cuestionario anónimo y confidencial, por lo tanto, sus respuestas tendrán calidad de secreto.

	<b>¿Qué tan importante es para mí...?</b>	<b>Muy importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Poco importante</b>	<b>Nada importante</b>
1	Hacer las cosas a mi manera				
2	Tener mucho dinero				
3	Que cada persona en el mundo sea tratada con igualdad y justicia.				
4	Demostrar mis habilidades y capacidades				
5	Vivir en lugares seguros				
6	Hacer muchas cosas diferentes en la vida				
7	Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa				
8	Escuchar e intentar comprender a las personas que son diferentes a mí.				
9	Estar satisfecho con lo que tengo				
10	Divertirme cada vez que puedo				
11	Planear y hacer mis actividades por mí mismo				
12	Ayudar a las personas que me rodean				
13	Ser exitoso / triunfador				
14	Que el país sea seguro y libre				

	de amenazas				
15	Buscar siempre aventuras				
16	Actuar apropiadamente.				
17	Estar al mando y decir a las otras personas qué hacer				
18	Ser leal con mis compañeros y amigos				
19	Cuidar del medio ambiente y de la naturaleza				
20	Las creencias religiosas				
21	Que las cosas estén siempre organizadas y limpias				
22	Ser curioso e intentar comprender las cosas por mí mismo				
23	Promover la paz para que las personas vivan en armonía.				
24	Ser ambicioso				
25	Seguir las costumbres y tradiciones				
26	Gozar de los placeres de la vida				
27	Responder a las necesidades de los otros				
28	Ser obediente y respetar a los parientes y personas mayores.				
29	Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozca.				
30	Hacer cosas nuevas y sorprendentes				
31	Mantenerme sano y con buena salud				
32	Ser mejor que otros				
33	Perdonar a las personas que me ofenden				
34	Ser independiente				
35	Tener un gobierno estable				
36	No irritar/no molestar a las otras personas				
37	Buscar diversión en la vida				
38	Ser humilde y no tratar de llamar la atención				
39	Ser el que siempre toma las				

	decisiones				
40	Proteger la naturaleza y evitar contaminarla				

**Por favor, complete la siguiente información:**

41	Sexo	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
42	Edad	_____ años
43	Estado civil	<input type="checkbox"/> Soltero(a) <input type="checkbox"/> Casado(a)/Conviviente <input type="checkbox"/> Divorciado/Separado(a) <input type="checkbox"/> Viudo(a)
44	Profesión	
45	Trabajo actual	<input type="checkbox"/> Empresa/institución privada <input type="checkbox"/> Empresa/institución estatal <input type="checkbox"/> Independiente
46	Máximo nivel educativo alcanzado	<input type="checkbox"/> Básica (secundaria completa) <input type="checkbox"/> Superior técnica <input type="checkbox"/> Superior universitaria <input type="checkbox"/> Postgrado

**¡Muchas gracias!**

## ESCALA DE VALORES PERSONALES

(Formato desde lo deseable)

**Estimado Sr.:**

A continuación se presenta una serie de afirmaciones. Por favor indique (marcando con una X) qué tan importante **debería ser para las demás personas** cada una de esas afirmaciones. Recuerde que no hay respuestas buenas ni malas. Responda de acuerdo a sus creencias e ideas. Este es un cuestionario anónimo y confidencial, por lo tanto, sus respuestas tendrán calidad de secreto.

	¿Qué tan importante debería ser para las demás personas...?	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
1	Hacer las cosas a su manera				
2	Tener mucho dinero				
3	Que cada persona en el mundo sea tratada con igualdad y justicia.				
4	Demostrar sus habilidades y capacidades				
5	Vivir en lugares seguros				
6	Hacer muchas cosas diferentes en la vida				
7	Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie las observa				
8	Escuchar e intentar comprender a las personas que son diferentes a ellas.				
9	Estar satisfechas con lo que tienen				
10	Divertirse cada vez que pueden				
11	Planear y hacer sus actividades por ellos mismos				
12	Ayudar a las personas que les rodean				
13	Ser exitosos / triunfadores				
14	Que el país sea seguro y libre de amenazas				
15	Buscar siempre aventuras				
16	Actuar apropiadamente				
17	Estar al mando y decir a las				



	otras personas qué hacer				
18	Ser leales con sus compañeros y amigos				
19	Cuidar del medio ambiente y de la naturaleza				
20	Las creencias religiosas				
21	Que las cosas estén siempre organizadas y limpias				
22	Ser curiosas e intentar comprender las cosas por sí mismos				
23	Promover la paz para que las personas vivan en armonía.				
24	Ser ambiciosos				
25	Seguir las costumbres y tradiciones				
26	Gozar de los placeres de la vida				
27	Responder a las necesidades de los otros				
28	Ser obedientes y respetar a los parientes y personas mayores.				
29	Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozcan.				
30	Hacer cosas nuevas y sorprendentes				
31	Mantenerse sanos y con buena salud				
32	Ser mejores que otros				
33	Perdonar a las personas que las ofenden				
34	Ser independientes				
35	Tener un gobierno estable				
36	No irritar/no molestar a las otras personas				
37	Buscar diversión en sus vida				
38	Ser humildes y no tratar de llamar la atención				
39	Ser los que siempre toman las decisiones				
40	Proteger la naturaleza y evitar contaminarla				

**Por favor, complete la siguiente información:**

41	Sexo	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
42	Edad	_____ años
43	Estado civil	<input type="checkbox"/> Soltero(a) <input type="checkbox"/> Casado(a)/Conviviente <input type="checkbox"/> Divorciado/Separado(a) <input type="checkbox"/> Viudo(a)
44	Profesión	_____
45	Trabajo actual	<input type="checkbox"/> Empresa/institución privada <input type="checkbox"/> Empresa/institución estatal <input type="checkbox"/> Independiente
46	Máximo nivel educativo alcanzado	<input type="checkbox"/> Básica (secundaria completa) <input type="checkbox"/> Superior técnica <input type="checkbox"/> Superior universitaria <input type="checkbox"/> Postgrado

**¡Muchas gracias!**

## Anexo 2.2. Estudios confirmativos

### ESCALA DE VALORES PERSONALES (Estudio confirmatorio)

A continuación se presenta una serie de afirmaciones sobre las cosas que valora importantes o no para su vida. Por favor indique (marcando con una X) qué tan importante es para Ud. cada una de esas afirmaciones. Recuerde que no hay respuestas buenas ni malas. Responda de acuerdo a sus creencias e ideas. Este es un cuestionario anónimo y confidencial, por tanto sus respuestas tendrán calidad de secreto.

A continuación marque con una “X” la alternativa de respuesta que considere adecuada para cada pregunta.

	¿Qué valores son importantes para mí como principios que guían mi vida y qué valores son menos importantes para mí?	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante	Opuesto a mis valores
1	Hacer las cosas a mi manera.					
2	Tener mucho dinero.					
3	Que cada persona en el mundo sea tratada con igualdad y justicia.					
4	demostrar mis habilidades y capacidades.					
5	Vivir en lugares seguros.					
6	Hacer diferentes actividades en la vida.					
7	Seguir las reglas todo el tiempo, aún si nadie me observa.					
8	Escuchar e intentar comprender a las personas que son diferentes a mí.					
9	Estar satisfecho con lo que tengo.					
10	Divertirme cada vez que puedo.					
11	Planear y hacer mis actividades por mí mismo.					
12	Ayudar a las personas que me rodean.					

	¿Qué valores son importantes para mí como principios que guían mi vida y qué valores son menos importantes para mí?	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante	Opuesto a mis valores
13	Ser exitoso / triunfador.					
14	Que el país sea seguro y libre de amenazas.					
15	Buscar siempre aventuras.					
16	Actuar apropiadamente.					
17	Estar al mando y decir a las otras personas qué hacer.					
18	Ser leal con mis compañeros y amigos.					
19	Cuidar del medio ambiente y de la naturaleza.					
20	Las creencias religiosas.					
21	Que las cosas/actividades estén siempre organizadas.					
22	Ser curioso e intentar comprender las cosas por mí mismo.					
23	Promover la paz para que las personas vivan en armonía.					
24	Tener ambición.					
25	Seguir las costumbres y tradiciones.					
26	Gozar de los placeres de la vida.					
27	Apoyar en las necesidades de los otros.					
28	Ser obediente / respetar a los parientes y/o personas mayores.					
29	Que cada persona sea tratada con justicia, así sea gente que no conozca.					
30	Hacer cosas nuevas y sorprendentes.					
31	Mantenerme sano y con buena salud.					

	¿Qué valores son importantes para mí como principios que guían mi vida y qué valores son menos importantes para mí?	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante	Opuesto a mis valores
32	Ser mejor que otros.					
33	Perdonar a las personas que me ofenden.					
34	Ser independiente.					
35	Tener un gobierno estable.					
36	No contrariar a las autoridades.					
37	Buscar diversión en la vida.					
38	Ser humildes y sencillo.					
39	Ser el que siempre toma las decisiones.					
40	Proteger la naturaleza y evitar contaminarla.					
41	Asumir riesgos en la vida.					
42	Tener mucho poder.					

**Por favor, responde las siguientes preguntas:**

1. Sexo: Hombre ( ) mujer ( )
2. Edad: \_\_\_\_\_ años
3. Ocupación: \_\_\_\_\_
4. Años trabajando en la empresa: \_\_\_\_\_
5. Nivel educativo: \_\_\_\_\_

**¡Muchas gracias!**

### **Anexo 3. Coordenadas teóricas para EMD confirmatorio débil**

**Tabla 39. Coordenadas teóricas de los valores universales: Matriz diseñada según la teoría de Schwartz**

<b>Valor</b>	<b>Número de secuencia del valor</b>	<b>Dimension 1</b>	<b>Dimension 2</b>	<b>Ángulo</b>
Universalismo (UN)	1	.34	.94	70
Benevolencia (BE)	2	.87	.50	30
Tradición (TR)	3	.98	-.17	350
Conformidad (CO)	4	.49	-.09	350
Seguridad (SE)	5	.64	-.77	310
Poder (PO)	6	.00	-1.00	270
Logro (LO)	7	-.64	-.77	230
Hedonismo (HE)	8	-.98	-.17	190
Estimulación (ES)	9	-.87	.50	150
Autodeterminación (AD)	0	-.34	.94	110

## Anexo 4. Coordinadas teóricas para EMD confirmatorio fuerte

Tabla 40. Clasificación de los 10 valores universales (Schwartz, 1992) de acuerdo con sus facetas Enfoque y Objetivo

Esquema de clasificación		Objetivo	
		Promoción	Prevención
Enfoque	Social	1/1 Auto-trascendencia: Universalismo Benevolencia	1/2 Conservación: Seguridad Conformidad Tradición
	Personal	2/1 Apertura al cambio: Hedonismo Estimulación Auto-dirección	2/2 Auto-engrandecimiento: Logro Poder

Fuente: Bilsky et al, 2013

Tabla 41. Coordinadas teóricas de los valores universales: Matriz diseñada según la teoría de Schwartz usando Estructuplos

Valor	Número de secuencia del valor	Estructuplos			
		D1	D2	Dimensión 1:	Dimensión 2
Universalismo (UN)	1	1,00	1,00	,66	,54
Benevolencia (BE)	2	1,00	1,00	,66	,54
Tradición (TR)	3	1,00	2,00	,66	-,56
Conformidad (CO)	4	1,00	2,00	,66	-,56
Seguridad (SE)	5	1,00	2,00	,66	-,56
Poder (PO)	6	2,00	2,00	-,57	-,56
Logro (LO)	7	2,00	2,00	-,57	-,56
Hedonismo (HE)	8	2,00	1,00	-,57	,54
Estimulación (ES)	9	2,00	1,00	-,57	,54
Autodeterminación (AD)	0	2,00	1,00	-,57	,54

## **Anexo 5. Matriz de referencia teórica del AFC y matriz de covarianza empleada en el análisis**

Tabla 42. Matriz de referencia de las inter-correlaciones de los factores esperados para el análisis factorial confirmatorio: modelo cuasi-circumplejo de 10 factores (modelo 2) por debajo de la diagonal y modelo cuasi-circumplejo modificado de la teoría básica (modelo 3) por encima de la diagonal.

<i>Valores</i>	<b>UN</b>	<b>BE</b>	<b>TR</b>	<b>CO</b>	<b>SE</b>	<b>PO</b>	<b>LO</b>	<b>HE</b>	<b>ES</b>	AD
Universalismo (UN)	<b>1.0</b>	.68	.43	.48	.28	.08	.08	.28	.48	.68
Benevolencia (BE)	.68	<b>1.00</b>	.68	.68	.48	.28	.08	.08	.28	.48
Tradición (TR)	.53	.68	<b>1.00</b>	.88	.68	.43	.18	-.07	-.07	.18
Conformidad (CO)	.38	.53	.68	<b>1.00</b>	.68	.48	.28	.08	.08	.28
Seguridad (SE)	.23	.38	.53	.68	<b>1.00</b>	.68	.48	.28	.08	.08
Poder (PO)	.08	.23	.38	.53	.68	<b>1.00</b>	.68	.48	.28	.08
Logro(LO)	.23	.08	.23	.38	.53	.68	<b>1.00</b>	.68	.48	.28
Hedonismo (HE)	.38	.23	.08	.23	.38	.53	.68	<b>1.00</b>	.68	.48
Estimulación (ES)	.53	.38	.23	.08	.23	.38	.53	.68	<b>1.00</b>	.68
Auto-Dirección(AD)	.68	.53	.38	.23	.08	.23	.38	.53	.68	<b>1.00</b>

Fuente: Schwartz & Boenke (2004)

A continuación, se presenta la matriz de covarianza a partir de la cual se han realizado los análisis factoriales confirmatorios en la presente investigación.



## Matriz de covarianzas empleadas en el AFC

Covariance Matrix

	AUTODIRE	PODER	UNIVERSA	LOGRO	SEGURIDA	ESTIMULA
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
AUTODIRE	10.835					
PODER	1.773	6.774				
UNIVERSA	5.511	-0.005	58.286			
LOGRO	4.896	6.502	11.162	58.286		
SEGURIDA	4.631	2.372	19.018	12.690	19.378	
ESTIMULA	6.808	3.474	10.714	10.505	10.137	26.070
CONFORMI	1.740	0.719	4.343	1.867	3.339	3.112
TRADICIO	3.820	0.885	14.428	4.880	5.971	6.116
HEDONISM	2.862	1.618	1.055	6.574	3.115	5.966
BENEVOLE	4.079	-0.979	19.580	2.223	8.689	5.395

Covariance Matrix

	CONFORMI	TRADICIO	HEDONISM	BENEVOLE
	-----	-----	-----	-----
CONFORMI	3.745			
TRADICIO	3.178	19.378		
HEDONISM	0.138	1.534	8.453	
BENEVOLE	3.433	8.876	1.135	19.378

Total Variance = 230.582 Generalized Variance = 0.106110D+12

Largest Eigenvalue = 96.787 Smallest Eigenvalue = 2.449

Condition Number = 6.287

## **Anexo 6. Algoritmos para la limpieza de datos y cálculos del MRAT**

```
DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
RECODE V_1 V_2 V_3 V_4 V_5 V_6 V_7 V_8 V_9 V_10 V_11 V_12 V_13 V_14 V_15 V_16 V_17
V_18 V_19 V_20
    V_21 V_22 V_23 V_24 V_25 V_26 V_27 V_28 V_29 V_30 V_31 V_32 V_33 V_34 V_35 V_36
V_37 V_38 V_39 V_40
    V_41 V_42 (5=-1) (4=0) (3=1) (2=2) (1=3).
EXECUTE.
```

### **Eliminando grupo de personas aquiescentes**

\*Limpiando la data EM42

\*Paso 1: Calcular I.

```
COUNT C0=v_1 to v_42(0).
COUNT C1=v_1 to v_42(1).
COUNT C2=v_1 to v_42(2).
COUNT C3=v_1 to v_42(3).
COUNT C4=v_1 to v_42(SYSMIS).
COUNT C5=v_1 to v_42(-1).
do IF (C0 GE 32 OR C1 GE 32 OR C2 GE 32 OR C3 GE 32 OR C4 GE 21
    OR C5 GE 32).
compute i=1 .
else .
compute i=2.
end if.
exe.
freq var=i.
```

\*Paso 2: Borrar

```
select if (i=2).
exe.
freq var=i.
```

### **Calcular MRAT para diferencias individuales y aquiescencia**

```
COMPUTE MRAT=(SUM(V_1 to V_42))/42.
EXECUTE.
```

### **Creación de escalas de valores**

```
DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
COMPUTE Autodireccion=SUM(V_1,V_11,V_22,V_34)/4.
EXECUTE.
COMPUTE Poder=SUM(V_2,V_17,V_39,V_42)/4.
EXECUTE.
COMPUTE Universalidad=SUM(V_3,V_8,V_19,V_23,V_29,V_40)/6.
EXECUTE.
COMPUTE Logro=SUM(V_4,V_13,V_24,V_32)/4.
EXECUTE.
COMPUTE Seguridad=SUM(V_5,V_14,V_21,V_31,V_35)/5.
EXECUTE.
COMPUTE Estimulacion=SUM(V_6,V_15,V_30,V_41)/4.
EXECUTE.
COMPUTE Conformidad=SUM(V_7,V_16,V_28,V_36)/4.
EXECUTE.
```

```
COMPUTE Tradicion=SUM(V_9,V_20,V_25,V_38)/4.
EXECUTE.
COMPUTE Hedonismo=SUM(V_10,V_26,V_37)/3.
EXECUTE.
COMPUTE Benevolencia=SUM(V_12,V_18,V_27,V_33)/4.
EXECUTE.
```

PARTIAL CORR

```
/VARIABLES=Autodireccion Poder Universalidad Logro Seguridad Estimulacion Conformidad
Tradicion
Hedonismo Benevolencia BY MRAT
/SIGNIFICANCE=TWOTAIL
/MISSING=LISTWISE
/MATRIX=OUT (*).
```

### **Creación de escalas de valores controlando diferencias individuales**

```
DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
COMPUTE C_Autodireccion=Autodireccion-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Poder=Poder-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Universalidad=Universalidad-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Logro=Logro-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Seguridad=Seguridad-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Estimulacion=Estimulacion-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Conformidad=Conformidad-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Tradicion=Tradicion-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Hedonismo=Hedonismo-MRAT.
EXECUTE.
COMPUTE C_Benevolencia=Benevolencia-MRAT.
EXECUTE.
```

## **Anexo 7. Algoritmos para la estimación de Escalamiento Multidimensional Confirmatorio usando PROXCAL**

### **EMD Confirmatorio con Proxcal y parámetros fijos**

```
PROXIMITIES Universalidad Benevolencia Tradicion Conformidad Seguridad Poder Logro
Hedonismo Estimulacion Autodireccion
/PRINT NONE
/MATRIX OUT('/var/folders/b0/gk6z1j2d0xb5krtjrvmq379h0000gn/T/spss1U43RB/spssprxs.tmp')
/MEASURE=EUCLID
/STANDARDIZE=NONE
/VIEW=VARIABLE.
PROXSCAL
/MATRIX=IN('/var/folders/b0/gk6z1j2d0xb5krtjrvmq379h0000gn/T/spss1U43RB/spssprxs.tmp')
/INITIAL=SIMPLEX
/TRANSFORMATION=ORDINAL(UNTIE)
/RESTRICTIONS=COORDINATES ('Conjunto_de_datos3') D1 D2
/CRITERIA=DIMENSIONS(2,2) MAXITER(100) DIFFSTRESS(.0001) MINSTRESS(.0001)
/PRINT=COMMON DISTANCES TRANSFORMATIONS INPUT HISTORY STRESS
DECOMPOSITION
/PLOT=COMMON TRANSFORMATIONS(ALL).
ERASE FILE='/var/folders/b0/gk6z1j2d0xb5krtjrvmq379h0000gn/T/spss1U43RB/spssprxs.tmp'.
```

### **Con Structuples (Escalamiento multidimensional confirmatorio fuerte)**

```
PROXIMITIES Universalidad Benevolencia Tradicion Conformidad Seguridad Poder Logro
Hedonismo
Estimulacion Autodireccion
/PRINT NONE
/MATRIX OUT('/var/folders/b0/gk6z1j2d0xb5krtjrvmq379h0000gn/T/spss1U43RB/spssprxs.tmp')
/MEASURE=EUCLID
/STANDARDIZE=NONE
/VIEW=VARIABLE.
PROXSCAL
/MATRIX=IN('/var/folders/b0/gk6z1j2d0xb5krtjrvmq379h0000gn/T/spss1U43RB/spssprxs.tmp')
/INITIAL=SIMPLEX
/TRANSFORMATION=ORDINAL(UNTIE)
/RESTRICTIONS=COORDINATES ('Conjunto_de_datos3') D1_struc D2_struc
/CRITERIA=DIMENSIONS(2,2) MAXITER(100) DIFFSTRESS(.0001) MINSTRESS(.0001)
/PRINT=COMMON DISTANCES TRANSFORMATIONS INPUT HISTORY STRESS
DECOMPOSITION
/PLOT=COMMON TRANSFORMATIONS(ALL) RESIDUALS(ALL).
ERASE FILE='/var/folders/b0/gk6z1j2d0xb5krtjrvmq379h0000gn/T/spss1U43RB/spssprxs.tmp'.
```