

# Valores

En el manejo cotidiano de la palabra “valor”, se le suele asociar a aquellos fundamentos morales que dibujan una línea límite entre lo que podemos y no podemos hacer. Si bien este ejemplo es bastante fácil de entender, no es del todo representativo de lo que en el mundo de las organizaciones corresponde a los “valores”. Como bien grafica la teoría, en términos sencillos, los valores “marcan el estilo con el que se quiere conseguir la misión” (Hillier-fry y Aguilar, 2006), lo que los convierte en un elemento crítico para alcanzar los objetivos organizacionales y también un área de gran interés al analizar la formación de la denominada cultura organizacional.

Del mismo modo que una organización debe definir su visión y misión, para construir los cimientos de lo que, esperamos, algún día será una gran carretera, ésta también debe cuestionarse cuáles son los valores que propiciarán las condiciones para que alcancemos ese horizonte distante. Por esto mismo, los trabajadores tendrán que alinearse o no a estos valores y de esta coherencia interna dependerá en gran medida el éxito de nuestra empresa. Como explica O’Donnell (2007), “los valores necesitan tiempo para dar resultado, pero son una garantía de sostenibilidad, la inmediatez es el gran enemigo de la puesta en práctica de los valores” (p. 183), son parte de un proceso largo, pero con una gran importancia, lo que resalta aún más su importancia.

Cada persona es en sí un mundo, pudiendo estar tanto más cerca o no de lo que el resto propone. La pregunta que queda, entonces, es cómo esto afecta al mundo del trabajador independiente, del emprendedor, en sus aventuras y desventuras. Desde nuestra propuesta, la conciencia y el alineamiento del sujeto con sus valores propios, será un aporte que nutrirá los esfuerzos del emprendedor, inyectando sentido a su trabajo y llevándole a alcanzar una mayor satisfacción con sus resultados.

Cuando hablamos del concepto de “valores”, estaremos entendiéndolo como aquellos principios básicos que justifican nuestro actuar y motivan nuestros esfuerzos. Los valores son el principal motor que nos moviliza a intentar alcanzar nuestros objetivos y metas, cuyo análisis nos permite evaluar con mayor efectividad de dónde venimos y qué es lo que buscamos. Vandaalen y Huete (2004), proponen que las empresas debiesen dejar de considerar al trabajador como un “alguien” homogéneo, y reconocer que cada uno de ellos posee valores y motivaciones propias. Siguiendo una línea argumental congruente con la de estos autores, nosotros proponemos que, de la misma forma en que el conocer y velar porque los trabajadores se alineen a los valores organizacionales es de vital importancia, el auto-analizarse y procurar que nuestros propios esfuerzos se alineen con nuestros valores personales es una forma estratégica de mantenernos bien encaminados, sea cual sea la actividad que queremos emprender.

Si no logramos estar en sintonía con nuestros valores, se corre el riesgo de caer en la pérdida de sentido en lo que hacemos y que nuestras iniciativas estén mal dirigidas. La sincronía, en cambio, nos permite establecer objetivos claros y plantearnos una metodología que nos encamine a conseguirlos. No será, por ejemplo, lo mismo un

emprendimiento planteado por una persona con una fuerte inclinación hacia los valores éticos por sobre los pragmáticos, y viceversa. Un sujeto con una orientación valórica ética, podría lanzar un negocio sumamente exitoso, pero aun así sentirse disconforme si éste no está siendo desarrollado de forma íntegra o con un profundo sentido de compromiso con los trabajadores y el entorno.

Es preciso señalar que los valores tienen un marcado carácter histórico y contextual:

“Se proyectan a través de actitudes y acciones ante situaciones concretas, suponen un compromiso real y profundo de la persona ante sí misma, ante la sociedad en que vive, los valores no existen en abstracto ni de manera absoluta: están ligados a la historia, a las culturas, a los diferentes grupos humanos, a los individuos y a las circunstancias que enfrentan.” (Cota, 2002 pp. 5-6)

Podemos ver, cómo los valores en efecto son probablemente uno de los aspectos de la cultura organizacional más complejos, englobando características que muchas veces escapan a la atención de los equipos especializados en RR.HH.

El psicólogo Simon Dolan, además, le atribuye una presencia simbólica cargada de significado, por medio del uso del lenguaje. Una vez el valor se ha instaurado, es demostrado por medio de la palabra, lo que se traduce en “conductas concretas, en consonancia con nuestros objetivos y compartidos con las personas que nos importan” (2012), las cuales se convierten en potentes herramientas para alcanzar el éxito. Esta fue la guía que motivó sus esfuerzos en integrar los valores al mundo del coaching por medio de su sistema triaxial, uno de los pilares teóricos que sustentan nuestro trabajo.

Los valores también tienen presencia en literatura considerado hoy “clásica” en la psicología organizacional, como serían los niveles del pensamiento lógico propuestos por Bateson (1990), en donde se les ubica en el cuarto peldaño, justo en la zona media de la pirámide, destacando su importancia en el “Motivo” y la “Dirección” de la persona, lo cual es vital para la persona clarificar si se quiere acceder a niveles superiores (Identitarios y espirituales).

Tal y como hemos graficado brevemente en este texto, queda claro que la temática de los valores ha sido y sigue siendo al día de hoy una interesante materia de estudio para el mundo empresarial, los analistas de recursos humanos y los psicólogos organizacionales. Sin embargo, como una rama relativamente reciente de ese mundo, el trabajo de EGYM es acercar estos modelos a la realidad del emprendedor, permitirle (por medio de un trabajo conjunto) aprovechar de los beneficios que la teoría nos entrega para potenciar a los emprendedores, darle las herramientas para conocer sus fundamentos valóricos; y ponerlos a trabajar para que pueda conseguir una mayor satisfacción en su labor.

## Referencias

Bateson, G. (1990) *“Espíritu y naturaleza”*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Cota, A. (2002) *“La importancia de los valores en el desarrollo humano de la organización”*. Universidad Autónoma de León (UANL).

Dolan, S. (2012) *“Coaching por valores”*. Madrid: LID Editorial.

Hillier-Fry, C., Aguilar López, J. (2006) *“En busca del compromiso. Cómo comprometer a las personas con el proyecto empresarial”*. Córdoba: Almuzara.

O'Donnell, K. (2007) *“Valores humanos en la empresa”*. Madrid: LID Editorial.

Van Daalen, W., Huete, L. (2007) *“Ilusión y beneficios. Cómo motivar para crear valor”*. Madrid: LID Editorial