

# RELACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD, LA ÉTICA, LA TOMA DE DECISIONES Y LA FELICIDAD

Víctor M. Mercader Pomarón, CETYS Universidad

## INTRODUCCIÓN

**A**l hablar de Organizaciones nos referimos a empresas e instituciones de todo tipo y tanto públicas como privadas. En todas ellas, no cabe duda que se está expuesto a las consecuencias que creamos con nuestros pensamientos, palabra y obra, por lo tanto somos responsables a todo nivel de lo que originamos, y es por ello que tenemos que tomar conciencia de lo tangible que buscamos como son la Productividad y la Toma de Decisiones que repercuten de muy diferentes formas en los resultados que damos, así como de lo intangible, representado por la aplicación de Valores y de cómo repercute en la Felicidad de todos los involucrados, incluyendo al recurso humano interno y externo de las organizaciones. Este estudio fue concebido y organizado con una Introducción que incluye el propósito, la justificación y las preguntas a investigar, posteriormente se procedió a la Revisión Literaria como apoyo de una mayor validez y confiabilidad del estudio, seguido por la explicación de la Metodología utilizada y continuado por un análisis de la data obtenida en la sección de Resultados; por último, se desarrollaron las Conclusiones que incluyen las limitaciones y las Recomendaciones para estudios posteriores, y la Bibliografía.

### Propósito

Esta investigación tiene el propósito de encontrar la necesidad, las causas de un no adecuado o efectivo desempeño y las variables y/o indicadores requeridas para lograr soluciones a fin de enmendar dichas causas y mejorarlas en las cuatro dimensiones de estudio que son: la Productividad, la Toma de Decisiones, la Ética y la Felicidad en las organizaciones y encontrar sus relaciones.

### Justificación y a Quien Va Dirigido o Puede Afectar

La Productividad es lo que toda organización anhela y busca, y es función de la Toma de Decisiones que asume y arriesga. La toma de Decisiones y la forma cómo se lidera la empresa puede ser con la raíz firme del uso de valores éticos o con la ambigüedad e interpretación de conveniencia que los directivos decidan asumir según sus ideales, circunstancias y deseos prioritarios. Ahora bien, podría decirse que la Felicidad es función de la aplicación de los valores éticos (Mercader, 2017), sin embargo, esto no está claro en la mente de aquellos empresarios y directivos que solo comprenden o asocian la felicidad a la obtención de lo material o el poder, olvidándose del ser humano y masacrando en ocasiones sus posibilidades de bienestar común. Esta investigación va dirigida y a la vez puede afectar a todo ser humano pero en especial a los profesionales y directivos que lideran diferentes organizaciones para que tomen conciencia de la necesidad existente de “*Producir con Felicidad y tomar Decisiones con Valores Éticos*” (Mercader, 2017). Si esta meta fuese factible de mejorarla gradualmente en el planeta, nuestro objetivo y sentido del vivir, se desarrollaría y prosperaría con menores miedos, mayor confianza y satisfacción y con libertad interna y externa. Estos atributos nos potenciarían y ayudarían a producir con convicción y más por vocación que por obligación, dando bienestar y beneficio en las empresas, familias y sociedad.

### Preguntas a Investigar

El instrumento utilizado plantea las siguientes tres preguntas fundamentales:

*Primera:* Si son necesarias la Productividad, la Ética, la Toma de Decisiones y la Felicidad en las organizaciones y/o empresas y/o instituciones.

*Segunda:* Las causas que generan falta de una adecuada o no efectiva Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad en las organizaciones y/o empresas y/o instituciones.

*Tercera:* Las factibles variables y/o indicadores a considerar para que haya una más adecuada y/o efectiva Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad en las organizaciones y/o empresas y/o instituciones.

### REVISIÓN LITERARIA

La literatura que existe en los cuatro temas de análisis en este estudio es amplia, aunque al tratarla de relacionarla, se va reduciendo de manera considerable; sin embargo, nos sorprende como desde inicios de este siglo las investigaciones sobre cómo influyen los Valores Éticos en la Productividad y en la Toma de Decisiones en las empresas va creciendo de modo significativo, modificando aunque lentamente aún, la forma de pensar de empresarios y directores. Se encuentra también cada vez más información de cómo interviene e influye la Felicidad en las empresas generando un mayor bienestar económico en empresas e instituciones (Yew-Kwang Ng., 2003; Yagi, Urakawa, Katsuhiko & Yonezakin, 2016). Por ejemplo, Oswald, Proto & Sgroi, (2015) demuestran en su investigación cómo la productividad se incrementa hasta el 12% cuando el sentirse bien y el clima laboral con mayor sensación de felicidad están presentes. La investigación enfocada en el aporte de la felicidad en muchos aspectos del mundo empresarial y social ha aumentado de forma sorprendente en los últimos años como puede apreciarse en un número recopilado constantemente de investigaciones de *World Database of Happiness*. Happiness Economics Research Organization dirigido por Veenhoven, R. (Sin fecha).

Es así como ambas dimensiones citadas, Productividad y Toma de Decisiones al igual que su relación con la Ética y la Felicidad están tomando un impulso de conocimiento investigativo prominente que se va relacionando progresivamente, consolidando simultáneamente la propagación de la responsabilidad social que incluso motiva a ciertos empresarios a emerger con una mentalidad de emprendimiento social (Bañón, Guillén & Ramos, 2011; Hernández, Silvestri & Cobis, 2006; Vélez, 2011). Al igual, Lin, Baruch & Shih (2012) remarcan la responsabilidad social corporativa basada en valores y la relacionan con la eficacia de los equipos de trabajo y su autoestima.

Valentine, Godkin, Fleishman & Kidwell (2011) resaltan cómo se incrementa la productividad y la satisfacción en el trabajo cuando se aplican valores corporativos establecidos que si se unen a la creatividad de los equipos, incrementan los resultados. De manera similar, Zelenski, Murphy & Jenkins (2008) examinan y ratifican el efecto de la felicidad en una mayor productividad y consideran la satisfacción en el trabajo, la calidad de vida en el trabajo, la satisfacción en la vida y el afecto positivo y negativo. De este modo, se aprecia que las estrategias gerenciales asumidas definen la productividad empresarial y que su relación con la ética corporativa de negocios no está ajena a una simbiosis que pasa a ser una necesidad para crear sustentabilidad (Elms, Brammer, Harris & Phillips, 2010). En la investigación realizada en 296 empresas, Ríos, López & López (2015) encontraron una relación positiva entre el comportamiento ético aplicado y el desempeño empresarial de modo significativo, al igual que la calidad laboral con el desempeño laboral. Por otra parte, no se puede negar que la competencia y la rivalidad existente entre las empresas, desmoronan estas ideologías y pueden convertir las realidades en uso de tácticas y estrategias no éticas para alcanzar los logros establecidos como mencionan en su estudio Kilduff, Galinsky, Gallo & Reade (2016). Es análoga la forma de pensar de Lindebaum, Geddes & Gabriel (2017) quienes adicionan y estudian la influencia del factor de la emoción moral como agente no siempre consciente de toma de decisiones, vinculada con la presión social, la conducta ética, las perspectivas e interpretaciones gerenciales, las tendencias y costumbres y las virtudes de los directivos que se reflejan en el resto de los empleados. Al final se puede resumir que se trata de la integridad personal y corporativa, la cual hay que fomentar y que se puede lograr con decisiones éticas acumulativas donde intervienen variables y valores tales como la justicia, coherencia, principios éticos y la recta motivación que nutren la visión y convicción de

mejoramiento personal y profesional sin perjuicio a otros (Bosch & Cavallotti, 2016; Snellman, 2015)

Algo fundamental es tomar decisiones éticas que según Valentine, Nam, Hollingworth & Hall (2014) después de su investigación concluyeron que el contexto ético compuesto por los valores éticos

corporativos, la cultura ética y la responsabilidad social corporativa, sí tienen relación con los elementos de la toma de decisiones éticas como son la intención y el juicio ético, el reconocimiento de asunto a analizar dentro de la perspectiva ética y la importancia del asunto. Graham & Mark (2003) se pueden citar como ejemplo ya que al referirse a la toma de decisiones y las negociaciones consecuentes con los chinos, estos enfatizan la importancia de valores como la confianza, el cumplimiento y el respeto, incluso más allá de los negocios. Estos valores pasan a ser esenciales en las relaciones, no solo empresariales sino de todo tipo y necesarios para poder fortalecer y hacer más sustentables los convenios y las relaciones. Es así como la vida cotidiana está repleta de toma de decisiones que obligan a elegir las mejores alternativas que como analizan Figar & Dordevic (2016) generan un dilema ético que de escoger el no ético, degenerará en resultados financieros no favorables y posiblemente en el cierre o venta de la empresa. Es importante señalar también cómo las decisiones de grupo son muy importantes y complejas en las empresas; sin embargo, su repercusión no se ha estudiado suficientemente y resulta necesario tomar en cuenta las diferentes prioridades que se consideren de manera objetiva y subjetiva para lo cual Cai, Liao & Wang (2012) introducen un método de toma de decisiones interactivo. Lo importante al final, resulta ser si las decisiones asumidas generan consecuencias positivas o negativas a las otras partes y si son éticas; de allí que el indicador de la intención ética sea fundamental a fin de poder implementar en la práctica la ética individual y la ética organizacional de forma congruente (Elango, Paul, Kundu & Paudel, 2010). Se puede deducir que la aplicación de la ética en todas las empresas genera beneficio a todas las partes (Ramírez, Sánchez & Quintero, 2005); existen ejemplos de lo descrito con lo que Wang, Cheney & Roper (2016) llaman Ética virtuosa donde los directivos asumen un rol de liderazgo transformacional con raíces éticas y en pro del logro y productividad, con beneficio a todos y donde el personal y los mandos de dirección participan de una motivación común. Retomando el aspecto ético y de felicidad y sus posibles relaciones con productividad y toma de decisiones, podemos transportarnos a todas las nuevas iniciativas de empresas de carácter social y de emprendimiento social, lo cual no quiere decir que no obtengan beneficios económicos sino que buscan un equilibrio donde el resultado es de ganar-ganar con beneficios equitativos para todas las partes (Chen & Yang, 2012; Karakas & Sarigollu, 2013). Con mentalidad similar, Phipps (2012) se enfoca en la espiritualidad combinada con el liderazgo estratégico en la toma de decisiones fundamentales de la empresa, lo que repercutirá en la aplicación de variables como la motivación, el cuidado del personal, el compromiso y los valores éticos en general lo que creará una espiritualidad organizacional que brindará confianza y mayor felicidad en los integrantes de la empresa.

Adicionalmente, se desarrolla cada día más una mentalidad enfocada en la Inteligencia espiritual que proporciona y motiva la aplicación del sentir espiritual y ético en los negocios y por lo tanto en las empresas, demostrando sus beneficios (Joseph & Sailakshmi, 2011; Rongsen & Yanling, 2015). Estas iniciativas surgen cuando se crea una conciencia de integridad que nace en los empresarios y/o líderes de diferentes organizaciones que buscan una calidad humana social en pro del balance social y que exige una corresponsabilidad que va más allá de las organizaciones, proyectando una visión futura ética y armónica en la convivencia social (Ferrer, 2010). En conclusión, se pueden deducir después de realizar y analizar las aportaciones académicas en la revisión de literatura los siguientes puntos: Primero: La Productividad, la Ética, la Toma de Decisiones y la Felicidad están relacionadas entre sí y las cuatro dimensiones influyen en el desempeño empresarial. Igualmente sucede y puede ser extensivo a nivel de familia y sociedad. Segundo: Cada vez son mayores las investigaciones de más autores de darle un mayor enfoque a la influencia y a la relevancia de la necesidad que existe a nivel empresarial de la aplicación de valores éticos y de la felicidad que forman la parte intangible; al igual aunque ya más común y consolidado en su estudio, a la Productividad y a la Toma de Decisiones que acoplan directamente y de forma más medible a la parte tangible y a los beneficios de las empresas.

El estudio realizado y presentado es por una parte, el resultado del análisis teórico proveniente de los artículos examinados, y por otra parte, de forma empírica, de la aplicación del instrumento desarrollado y

validado en previas investigaciones, adaptado a las dimensiones que se analizan en este estudio (Mercader, 2014; Mercader, 2016; Mercader, 2017) Se ha aplicado un cuestionario por vía electrónica y de forma anónima con preguntas abiertas y cerradas a profesionistas, quienes se desempeñan en sus respectivos trabajos en el área de Baja California, México, zona industrial de gran desarrollo e importancia en el norte de México y frontera con el estado de California de USA. La muestra de 312 profesionistas de una población de 232.200 profesionales en el área de Baja Californias (según el Observatorio laboral del gobierno) representa un error máximo de 5.54% considerando un nivel de confianza del 95% y una precisión del 0.03. Tres participantes no contestaron. Los participantes contestaron las tres preguntas primarias o fundamentales de la investigación. A saber:

*Primera: ¿Qué tan necesaria es en las Empresas, según tu criterio la: Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad?*

*Segunda: ¿Por qué consideras que no hay en las empresas una adecuada y/o efectiva: Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad?*

*Tercera: De este listado de Variables/Indicadores ¿cuáles consideras de mayor importancia para que haya en las empresas una más adecuada y/o efectiva Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad?*

El cuestionario del instrumento diseñado fue aplicado en el primer semestre del 2016 y contiene también además de las preguntas fundamentales una serie de preguntas demográficas como son el Género, Edad, Nacionalidad, Profesión y Grado académico. Con las respuestas obtenidas de las preguntas realizadas se han creado diversas tablas que ayudan a conocer y visualizar mejor la necesidad de las cuatro dimensiones, las causas que hacen que no funcionen adecuadamente y la relevancia de las diferentes variables y/o indicadores seleccionados, provenientes del modelo aplicado de Mercader (2006). Como producto de la aplicación del instrumento utilizado se han creado categorizaciones que se considera que ayudarán a identificar y conocer mejor las causas que generan un no adecuado o efectivo resultado en las empresas en las dimensiones en estudio. La investigación es descriptiva y de tipo transversal denominado también transeccional y es un diseño mixto que combina investigación cualitativa y cuantitativa. Los resultados han sido presentados en tablas analizados estadísticamente con indicadores porcentuales y adicionalmente en un análisis estadístico descriptivo y correlacional. Se muestra a continuación la Tabla Especial S/N donde se aprecia el número de categorizaciones al referirse a Causas por las que no hay en las diferentes dimensiones un adecuado o efectivo desempeño y de variables al referirse a las Soluciones para que sí lo haya. El número de variables y/o en las soluciones es fijo como se explicó anteriormente.

Tabla Especial S/N: Dimensiones, Categorizaciones y Variables/Indicadores

Dimensiones	Categorizaciones	Variables
	Causas	Soluciones
Productividad	14	28
Toma de Decisiones	12	28

Ética	11	28
Felicidad	12	28

*La Tabla especial S/N muestra las dimensiones, categorizaciones y variables que han sido desarrolladas y analizadas en este estudio. Las categorizaciones fueron producto de desarrollo por parte del autor acorde a las respuestas de la pregunta referida a causas en cada una de las dimensiones de estudio mientras que las variables y/o indicadores fueron tomadas del modelo de Mercader (2006) y aplicadas a la muestra que seleccionaron 3 entre las 28 variables presentadas.*



RESULTADOS

Al inicio del análisis de las respuestas se eliminaron a aquellos participantes que no tuvieran grado profesional aunque algunos dieran respuestas interesantes dado que era una limitante establecida para esta investigación. Al igual, se eliminaron a los que dejaron varias preguntas sin contestar. Se seguirá para mayor claridad el orden de las preguntas La primera pregunta está referida al género de los participantes que fue respondida por 309 participantes de un total de 312 participantes siendo 170 femenino (55.02%) y 139 masculino (44.98%) como se indica en la Tabla 1 que a la vez, los combina con la edad como se muestra posteriormente. La participación mayoritaria del género femenino fue por una diferencia del 5.02% en relación a la equidad de géneros. Hubo 3 participantes que no contestaron el Género y sus edades eran de 28, 29 y 24 años. La segunda pregunta indica la edad de los participantes y para mayor facilidad y poder observar el factor generacional, se formaron rangos de 5 años comenzando de los 20 años hasta los 40 años, de los 41 años se tomaron intervalos de 10 años. Los resultados obtenidos mostraron que el promedio de edad de los participantes fue de 34 años, siendo más alto en el género masculino (37 años) que en el femenino (32 años). Al analizar la moda, la diferencia se observa con mayor incidencia siendo 27 años en el sector femenino mientras que el masculino es de 34 años, curioso es que la moda total es de 28 años. La mediana total es de 33 años, siendo 34 en el masculino y 30 en el femenino.

Tabla 1: Género de los Participantes y Rangos de Edad de los Participantes

Rango de Edad	Femenino	Masculino	Total	Femenino	Masculino	Total	Rango de Edad
21-25	30	14	44	9.71%	4.53%	14.24%	21-25
26-30	57	25	82	18.45%	8.09%	26.54%	26-30
31-35	39	38	77	12.62%	12.30%	24.92%	31-35
36-40	20	18	38	6.47%	5.83%	12.30%	36-40
41-50	21	28	49	6.80%	9.06%	15.86%	41-50
51-60	3	14	17	0.97%	4.53%	5.50%	51-60
61 y más		2	2	0.00%	0.65%	0.65%	61 y más
Total	170	139	309	55.02%	44.98%	100.00%	Total
No contestaron			3				

La Tabla 1 muestra la edad y género de los participantes de la muestra del instrumento utilizado y combina ambas variables demográficas. De esa forma podemos observar las diferencias de edad en rangos y la cantidad de participantes femeninos o masculinos en cada rango de edad. Las edades con mayores porcentajes están en los rangos de 26-30 y de 31-35 años de edad.

La tercera pregunta es en relación a la nacionalidad que nos muestra que casi la totalidad de participantes del estudio realizado fueron mexicanos. De los 312 participantes, dos no contestaron y 299 fueron mexicanos (96.45%); 5 fueron estadounidenses (1.61%); 3 españoles (0.96%); 2 binacionales, mexicano-americanos (0.64%) y 1 peruano (0.32%). Los porcentajes fueron obtenidos de los que contestaron. La cuarta pregunta fue en relación al grado académico resultando el grado profesional exigido l mayor con 217 participantes que representan un 70.23%; posteriormente, los que tienen maestría que fueron 86 participantes (27.83%) y los que tienen doctorado en número de 6 que representan el 1.94%. Dos participantes no fueron considerados por tener solo preparatoria y otro no contestó esta pregunta. La quinta

pregunta fue enfocada a la profesión de los participantes, apreciándose una gama amplia de carreras donde prevalecieron los ingenieros con 76 participantes (24.60%) del total que fueron 309 participantes; se puede decir que los administradores representados por 47 participantes (15.21%) al unirse a los contadores (10.36%) podrían considerarse mayoría con un 25.57%. Los docentes o educadores generaron una buena cifra con 45 participantes (14.56%) y también los psicólogos con 29 participantes (9.39%). Hubo un 3.24%

de participantes que eran de otras diferentes carreras mientras que las respuestas no bien definidas o no claras representaron el 6.15%. Tres participantes no contestaron la pregunta

Tabla 2: Profesión de los Participantes de la Muestra

Carrera	No.	Porcentaje
Ingeniería	76	24.60%
Administración	47	15.21%
Educación	45	14.56%
Contaduría	32	10.36%
Psicología	29	9.39%
No definidos	19	6.15%
Mercadotecnia	14	4.53%
Otros	10	3.24%
Abogacía	9	2.91%
Comunicación	9	2.91%
Enfermería	8	2.59%
Diseño Gráfico	6	1.94%
Medicina/Odontología	5	1.62%
Total	309	100.00%

La Tabla 2 muestra las diferentes carreras de los participantes de la muestra siendo los ingenieros los de mayor porcentaje y los de Administración y Educación los que le siguen en porcentaje. Se clasificaron 11 carreras diferentes más una de otros y otra de no definidos claramente.

La sexta pregunta se concentra en el análisis de la necesidad de las cuatro dimensiones del estudio, de la cual se logró observar que: La productividad en las empresas es Muy importante con un porcentaje del 77.88%, porcentaje que crece considerablemente al adicionarle un 20.51% de la respuesta bastante, lo que implica un 98.39%. La Ética en las empresas es Muy importante con un porcentaje del 83.07%, porcentaje que al adicionarle un 15.97% de la respuesta bastante, suma un 99.04%, porcentaje que se considera muy significativo. La Toma de decisiones en las empresas es Muy importante con un porcentaje del 80.39%, porcentaje que se incrementa ampliamente al adicionarle un 18.33% de la respuesta bastante, lo que implica un 98.72%. La Felicidad en las empresas es Muy importante con un porcentaje del 61.54% aunque sea menor que el de las otras tres dimensiones porcentaje pero que remonta cuantiosamente al adicionarle un 32.37% de la respuesta bastante, lo que implica que su suma alcance un 93.91%. Se aprecia que el porcentaje de Necesidad más alto de Muy se da en la Ética (83.07%) y el menos alto en Felicidad (61.54%) pero al final al adicionarle el Bastante todos están entre 93.91% en Felicidad y 99.04% en Ética, cifras muy relevantes a considerar. Ver Tabla 3. Estas respuestas nos indican la extraordinaria necesidad que según la muestra existe en referencia a las 4 dimensiones analizadas en el estudio presente. Una forma de ver estos resultados y a la vez de justificación al haber emprendido esta investigación y continuar penetrando en estos temas, es considerar la necesidad que hay de investigaciones posteriores bien sean del autor o de otros investigadores para comprender mejor la interrelación y beneficios que las mejoras de las cuatro dimensiones ofrecen y las variables/Indicadores que intervienen.

La séptima pregunta representa el núcleo de la investigación ya que logra compilar y analizar las razones o

causas por las que no hay una adecuada o efectiva Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad en las empresas u organizaciones. Las numerosas respuestas dadas por los participantes de la muestra según su percepción, se agruparon en categorizaciones de acuerdo a las características que las hacen comunes o descubriendo las similitudes que poseen y/o su interrelación. Es importante citar que las categorizaciones no tienen que ser las mismas en las cuatro dimensiones del estudio pero sí coinciden en algunas de ellas.

Los porcentajes presentados fueron considerados en relación al número de respuestas dadas y no al total de participantes. Se presentan en la Tabla 4 las dos dimensiones que son más tangibles, Productividad y Toma de Decisiones mostrando las categorizaciones creadas e indicando el número de respuestas asociadas con sus respectivos porcentajes.

Tabla 3: Necesidad en las Empresas de la Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad

	Muy	Bastante	Más o Menos	Algo	Poco	Muy + Bastante
Productividad	243	64	3	1	1	307
	77.88%	20.51%	0.96%	0.32%	0.32%	98.39%
Ética	260	50	2	1	0	310
	83.07%	15.97%	0.64%	0.32%	0.00%	99.04%
Toma de Decisiones	250	57	4	0	0	307
	80.39%	18.33%	1.29%	0.00%	0.00%	98.72%
Felicidad	192	101	13	4	2	293
	61.54%	32.37%	4.17%	1.28%	0.64%	97.31%

La Tabla 3 muestra la necesidad en las empresas de las cuatro dimensiones analizadas según los resultados de la aplicación de una escala del

tipo Likert, dando como resultado en las cuatro dimensiones la respuesta de Muy necesario y alcanzando un porcentaje muy significativo, el cual crece de forma extraordinaria al sumársele la respuesta de Bastante. Las respuestas de Algo y Poco fueron cero en la Toma de Decisiones y muy bajas en las otras tres dimensiones.

Tabla 4: Categorizaciones Obtenidas de Una No Adecuada y/o Efectiva Productividad y Toma de Decisiones en las Empresas

Productividad	No.	%	Toma de Decisiones	No.	%
Alta demanda y/o ambiente pesado	9	2.92	Alta demanda	7	2.29
Falta de capacitación	19	6.17	Falta de capacitación	27	8.82
Falta de claridad en los objetivos	9	2.92	Falta de comunicación	16	5.23
Falta de comunicación	18	5.84	Falta de conocimiento	52	16.99
Falta de educación	6	1.95	Falta de interés	14	4.58
Falta de interés	39	12.66	Falta de liderazgo	83	27.12
Falta de liderazgo	61	19.81	Falta de motivación	8	2.61
Falta de motivación	75	24.35	Falta de valores	24	7.84
Falta de organización	13	4.22	Inseguridad	27	8.82
Falta de valores	30	9.74	No se trabaja en equipo	23	7.52
Intereses empresariales o personales	8	2.60	Si hay Toma de decisiones	3	0.98
Recursos	9	2.92	Varios	22	7.19
Si hay productividad	5	1.62			
Varios	7	2.27			
Total de respuestas	308	100.00	Total de respuestas	306	100.00
No contestaron	4	1.28	No contestaron	6	1.92
Total Participantes	312		Total Participantes	312	

*La Tabla 4 muestra las categorizaciones obtenidas en las dimensiones Productividad y Toma de Decisiones en las empresas. Pueden identificarse los porcentajes más altos que son los que corresponden a un número mayor de respuestas que competen a las categorizaciones. De allí que hay que citar Falta de motivación y Falta de liderazgo en Productividad y Falta de liderazgo y Falta de conocimiento en Toma de Decisiones.*

Se observa que en la Productividad, la falta de Motivación resulta la más relevante con un 24.35% seguida por la falta de Liderazgo con 19.81%, lo cual implica que estas dos causas solamente ya representan un

44.16% del porqué no hay una adecuada y/o efectiva productividad en las empresas y requieren especial atención. También la falta de interés y la falta de valores son importantes. En la Toma de Decisiones la falta de Liderazgo es fundamental pues alcanza un 27.12%, cifra de por sí muy significativa. La falta de Conocimiento es de gran relevancia también con un 16.99% y ya posteriormente están con similar porcentaje (8.82%), la falta de Capacitación y la Inseguridad.

Se presentan en la Tabla 5 las dos dimensiones que son en esta ocasión más intangibles, Ética y Felicidad, mostrando las categorizaciones obtenidas e indicando el número de respuestas asociadas con sus respectivos porcentajes. Se observa que en la Ética, la falta de Valores es muy alta indicando un 38.08%; la falta de Educación con un 15.23% y la falta de Liderazgo con 11,26% al sumarse a la falta de valores alcanzan un porcentaje de 64.57% lo que significa que estas tres categorizaciones son de por más significativas. En relación a la dimensión Felicidad, se observa que la falta de Motivación (16.28%) y la falta de Interés (15.95%) son las categorizaciones que prevalecen seguidas de los Intereses empresariales (11.63%) y el Ambiente pesado (9.30%) que en esta dimensión aparece con importancia; con un porcentaje algo menor destaca la falta de Valores con 7.97%.

Tabla 5: Categorizaciones Obtenidas de la No Adecuada y/o Efectiva Ética y Felicidad en las Empresas

Ética	No.	%	Felicidad	No.	%
Enfoque al dinero	13	4.30	Alta demanda/estrés	24	7.97
Falta de capacitación	16	5.30	Ambiente pesado	28	9.30
Falta de educación	46	15.23	Enfoque al dinero	17	5.65
Falta de interés	17	5.63	Factores externos	18	5.98
Falta de liderazgo	34	11.26	Falta de interés	48	15.95
Falta de profesionalismo	16	5.30	Falta de liderazgo	20	6.64
Falta de selección del personal	8	2.65	Falta de motivación	49	16.28
Falta de valores	115	38.08	Falta de valores	24	7.97
Intereses empresariales	8	2.65	Intereses empresariales	35	11.63
Si hay Ética	2	0.66	Intereses personales	19	6.31
Varios	27	8.94	Si hay Felicidad	2	0.66
			Varios	17	5.65
Total de respuestas	302	100.00	Total de respuestas	301	100.00
No contestaron	10	3.21	No contestaron	11	3.53
Total participantes	312		Total participantes	312	

La Tabla 5 muestra las categorizaciones obtenidas en las dimensiones Ética y Felicidad en las empresas. Pueden identificarse los porcentajes más

altos que son los que corresponden a un número mayor de respuestas que competen a las categorizaciones. De allí que hay que citar la Falta de valores de modo muy notorio y la Falta de educación y liderazgo en Ética mientras que en Felicidad predominan la Falta de motivación y la Falta de interés.

En la Tabla 6 se han unido y expresado solamente en porcentajes las categorizaciones de las cuatro dimensiones de estudio, pudiéndose apreciar aquellas categorizaciones con mayores porcentajes de

selección por parte de los participantes de la muestra. Se puede observar que el número de categorizaciones por dimensión oscila entre 11 y 14, de la forma siguiente: 14 categorizaciones en Productividad, 12 en Toma de Decisiones, 11 en Ética y 12 en Felicidad.



Tabla 6: Categorizaciones Obtenidas de las Cuatro Dimensiones de Estudio en las Empresas

Productividad	%	Toma de Decisiones	%	Ética	%	Felicidad	%
Alta demanda y/o ambiente pesado	2.92	Alta demanda	2.29	Enfoque al dinero	4.30	Alta demanda/estrés	7.97
Falta de capacitación	6.17	Falta de capacitación	8.82	Falta de capacitación	5.30	Ambiente pesado	9.30
Falta de claridad en los objetivos	2.92	Falta de comunicación	5.23	Falta de educación	15.23	Enfoque al dinero	5.65
Falta de comunicación	5.84	Falta de conocimiento	16.99	Falta de interés	5.63	Factores externos	5.98
Falta de educación	1.95	Falta de interés	4.58	Falta de liderazgo	11.26	Falta de interés	15.95
Falta de interés	12.66	Falta de liderazgo	27.12	Falta de profesionalismo	5.30	Falta de liderazgo	6.64
Falta de liderazgo	19.81	Falta de motivación	2.61	Falta de selección del personal	2.65	Falta de motivación	16.28
Falta de motivación	24.35	Falta de valores	7.84	Falta de valores	38.08	Falta de valores	7.97
Falta de organización	4.22	Inseguridad	8.82	Intereses empresariales	2.65	Intereses empresariales	11.63
Falta de valores	9.74	No se trabaja en equipo	7.52	Si hay Ética	0.66	Intereses personales	6.31
Intereses empresariales o personales	2.60	Si hay Toma de decisiones	0.98	Varios	8.94	Si hay Felicidad	0.66
Recursos	2.92	Varios	7.19			Varios	5.65
Si hay productividad	1.62						
Varios	2.27						
Total de respuestas	100	Total de respuestas	100	Total de respuestas	100	Total de respuestas	100
No contestaron del total de participantes	1.28	No contestaron del total de participantes	1.92	No contestaron del total de participantes	3.21	No contestaron del total de participantes	3.53

La Tabla 6 muestra las categorizaciones obtenidas en las cuatro dimensiones. Pueden apreciarse los porcentajes más altos que son los que

corresponden a un número mayor de respuestas que competen en cada una de las categorizaciones. Pueden observarse que hay categorizaciones que están en las cuatro dimensiones como son la falta de liderazgo, la falta de valores, varios y la falta de interés. Coincidiendo en tres de las dimensiones están las categorizaciones de la falta de capacitación, la falta de motivación y los intereses profesionales, lo cual se aprecia con mayor detalle en la Tabla 8.

Se ha elaborado la Tabla 7 con las categorizaciones más importantes producto del estudio realizado y en orden de relevancia. Es significativo señalar que al sumar estas categorías prioritarias el porcentaje es muy alto. Se puede analizar de la forma siguiente: En Productividad, 6 categorizaciones representan el 78.57% del total de 14; en Toma de Decisiones, 7 categorizaciones representan el 84.31% del total de 12; en Ética, 7 categorizaciones representan el 89.74% del total de 11; y en Felicidad, 8 categorizaciones representan el 82.06% del total de 12.

Cerrando las causas que generan una no adecuada y/o efectiva Productividad, Toma de Decisiones, Ética y Felicidad se han analizado las categorizaciones que se repiten en diferentes dimensiones y se han plasmado los resultados en la Tabla 8 para las cuatro dimensiones. La falta de Liderazgo (64.83%) y la falta de Valores (63.64%) son las categorizaciones más significativas al considerar las cuatro dimensiones y estas dos categorizaciones están presentes en las cuatro dimensiones. Hay que aclarar que estos porcentajes de la tabla son sobre 400% posible. La falta de Motivación con 43.24% está presente en tres dimensiones, excepto en Ética mientras falta de Interés con 38.81% y Varios con 24.05% están presentes también en las cuatro dimensiones. Aparecen en tres dimensiones la categorización falta de Capacitación con 20.29% excepto en

Felicidad; también Intereses empresariales o personales con 16.87% excepto en Toma de decisiones; y Alta demanda o mucha exigencia con 13,18% excepto en Ética. Las categorizaciones que solo aparecen en dos dimensiones son falta de Educación, falta de Comunicación y Enfoque al dinero. Las categorizaciones que aparecen en la tabla y que solo están en una dimensión es porque tienen cierta relevancia como sucede con

falta de Conocimiento que solo está en la dimensión de Toma de Decisiones pero con un 16.99% siendo la segunda con mayor preferencia en dicha dimensión. Es importante señalar que hubo respuesta en todas las dimensiones en donde decían que sí había tanto en Productividad (1.62%), Toma de Decisiones (0.98%), Ética (0.66%) y Felicidad (0,66) en las empresas. La octava pregunta vuelve a ser esencial en el estudio pues nos responde cuáles son las variables y/o indicadores más importantes a considerar para que haya en las Empresas y/o en el sector laboral, una adecuada y/o efectiva Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad. Las variables y/o indicadores del instrumento utilizado son fuente del modelo de Mercader (2006).

Tabla 7: Categorizaciones Obtenidas Más Relevantes de las Cuatro Dimensiones de Estudio

Productividad	%	Toma de Decisiones	%	Ética	%	Felicidad	%
Falta de motivación	24.35	Falta de liderazgo	27.12	Falta de valores	38.08	Falta de motivación	16.28
Falta de liderazgo	19.81	Falta de conocimiento	16.99	Falta de educación	15.23	Falta de interés	15.95
Falta de interés	12.66	Falta de capacitación	8.82	Falta de liderazgo	11.26	Intereses empresariales	11.63
Falta de valores	9.74	Inseguridad	8.82	Varios	8.94	Ambiente pesado	9.30
Falta de capacitación	6.17	Falta de valores	7.84	Falta de interés	5.63	Falta de valores	7.97
Falta de comunicación	5.84	No se trabaja en equipo	7.52	Falta de profesionalismo	5.30	Alta demanda/estrés	7.97
		Varios	7.19	Falta de capacitación	5.30	Falta de liderazgo	6.64
						Intereses personales	6.31
Suma de Porcentajes	78.57		84.31		89.74		82.06

La Tabla 7 muestra las categorizaciones más importantes obtenidas en cada una de las cuatro dimensiones. Se muestran los porcentajes que en sumatoria para cada categoría representan un porcentaje alto del total. Adicionalmente, se aprecian las categorizaciones con mayores porcentajes en la parte superior de la tabla.

Tabla 8: Categorizaciones Que se Repiten en Un Mayor Número en las Dimensiones en Estudio

Categorizaciones	Productividad	Toma de Decisiones	Ética	Felicidad	Suma %
Falta de liderazgo	19.81	27.12	11.26	6.64	64.83
Falta de valores	9.74	7.84	38.08	7.97	63.64
Falta de motivación	24.35	2.61		16.28	43.24
Falta de interés	12.66	4.58	5.63	15.95	38.81
Varios	2.27	7.19	8.94	5.65	24.05
Falta de capacitación	6.17	8.82	5.30		20.29
Falta de educación	1.95		15.23		17.18
Falta de conocimiento		16.99			16.99
Intereses empresariales o personales	2.60		2.65	11.63	16.87
Alta demanda	2.92	2.29		7.97	13.18
Falta de comunicación	5.84	5.23			11.07
Enfoque al dinero			4.30	5.65	9.95
Ambiente pesado	9.30				9.30
Inseguridad		8.82			8.82

No se trabaja en equipo		7.52			7.52
Intereses personales				6.31	6.31
Si hay	1.62	0.98	0.66	0.66	3.93

*La Tabla 8 muestra las categorizaciones que se repiten en las dimensiones y la suma de sus porcentajes. Pueden apreciarse los porcentajes más altos que son los que corresponden a un número mayor de respuestas que competen a las categorizaciones. La falta de liderazgo y la falta de valores son los que alcanzan un porcentaje más predominante y están en las cuatro dimensiones analizadas en el estudio.*

Con la data obtenida se ha elaborado la Tabla 9, la cual muestra las preferencias de los participantes, según su percepción, al igual que las diferencias y similitudes entre las cuatro dimensiones. En relación a la Productividad hay cuatro Variables cuya suma representa el 46.275% de las variables analizadas, estas son de mayor a menor: Responsabilidad (14.0609%), Comunicación (11.3326%), Conocimiento/Aprendizaje (10.8080%) y Visión/Objetividad (10.0735%). En relación a la Ética hay cinco Variables que su suma representa el 62.0984% de las variables analizadas, estas son de mayor a menor: Honestidad (15.9529%), Respeto (14.2398%), Integridad (13.2762%), Equidad/Justicia (9.5289%) y Responsabilidad (9.1006%). En relación a la Toma de decisiones hay cuatro Variables que su adición representa el 57.1889% de las variables analizadas, estas son de mayor a menor: Visión/Objetividad (17.8112%), Conocimiento/Aprendizaje (17.1674%), Comunicación (11.9099%) y Responsabilidad (10.3004%). En relación a la Felicidad hay seis Variables que su sumatoria representa el 51.3484% de las variables analizadas, estas son de mayor a menor: Respeto (11.7584%), Gratitud/Apreciación (9.6009%), Amistad/Unidad (8.4142%), Equidad/Justicia (7.5512%), Comunicación (7.3355%) y Entusiasmo (6,6882%).

Al analizar los resultados se puede deducir que la variable Responsabilidad está presente en dos dimensiones con porcentajes mayores del 10% (14.0609% y 10.3004%) y en uno con 9.1006%, solo en la dimensión Felicidad no es casi considerada. De manera bastante similar, la variable Comunicación está presente con porcentajes mayores del 10% en dos dimensiones, (11.9099 y 11.3326%) y con 7.3355% en Felicidad siendo la tercera más seleccionada, también está en Ética con 4.603% que viene a ser la quinta más seleccionada en dicha dimensión, lo cual da una importancia predominante a esta variable. Por otra parte, la variable Respeto es la primera con altos porcentajes de selección en las dimensiones intangibles Ética y Felicidad con 14.2398% y 11.7584% respectivamente mientras la variable Conocimiento/Aprendizaje fue alta en las dimensiones tangibles con 17.1674% en Toma de Decisiones y 10.8080% en Productividad. Es interesante citar que la variable Honestidad fue la más relevante en Ética (15.9529%) pero no en las otras dimensiones; de modo similar sucedió con la variable Integridad que destacó en Ética con 13.2762% pero no en las otras dimensiones. Otras variables que aparecen nombradas con ciertos porcentajes notables fueron Equidad y Justicia en Ética con 9.5289%, Gratitud/Apreciación en Felicidad con 9.6009% y Entusiasmo también en Felicidad con 6.6882% y con Amistad/Unidad con 8.4142%. Otro punto a señalar es que en la dimensión Felicidad se puede observar que solo una variable, Respeto, está por encima del 10%.

Es importante señalar que cada participante debía seleccionar tres variables de las 28 presentadas como opción aun cuando podían haber incluido más en la sección Otro. Cada participante al seleccionar tres valores obliga a tener tres veces más respuestas que participantes; como la Tabla 9 muestra había más de 900 variables seleccionadas por dimensión (953, 934, 932 y 927 variables) Por otra parte, en el análisis correlacional, fue posible encontrar correlación positiva y significativa entre las dimensiones Productividad y Toma de decisiones como la Tabla 10 muestra. La correlación entre la Ética y la Felicidad fue positiva pero más bien baja al igual que Ética y Productividad mientras resultó ser negativa al relacionar la Productividad y la Toma de Decisiones con la Felicidad.

Tabla 9: Variables y/o Indicadores Más Importantes a Considerar Para Que Haya en las Empresas y/o en el Sector Laboral una Adecuada y/o Efectiva Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad

Variables y/o Indicadores		Productividad		Ética		Toma de Decisiones		Felicidad
Respeto	38	3.9874%	133	14.2398%	25	2.6824%	109	11.7584%
Auto-Disciplina/Templanza	43	4.5121%	28	2.9979%	33	3.5408%	7	0.7551%
Comunicación	108	11.3326%	43	4.6039%	111	11.9099%	68	7.3355%
Responsabilidad	134	14.0609%	85	9.1006%	96	10.3004%	14	1.5102%
Buen humor	3	0.3148%	1	0.1071%	2	0.2146%	51	5.5016%
Creatividad	35	3.6726%	4	0.4283%	22	2.3605%	13	1.4024%
Humildad	8	0.8395%	40	4.2827%	12	1.2876%	34	3.6677%
Cumplimiento/Diligencia	54	5.6663%	16	1.7131%	41	4.3991%	8	0.8630%
Honestidad	37	3.8825%	149	15.9529%	24	2.5751%	30	3.2362%
Espíritu de servicio	26	2.7282%	24	2.5696%	12	1.2876%	31	3.3441%
Integridad	25	2.6233%	124	13.2762%	31	3.3262%	33	3.5599%
Visión/Objetividad	96	10.0735%	28	2.9979%	166	17.8112%	11	1.1866%
Paciencia	5	0.5247%	7	0.7495%	7	0.7511%	13	1.4024%
Perseverancia/	30	3.1480%	9	0.9636%	16	1.7167%	12	1.2945%
Equidad/Justicia	34	3.5677%	89	9.5289%	50	5.3648%	70	7.5512%
Generosidad	8	0.8395%	7	0.7495%	7	0.7511%	26	2.8047%
Comprensión	3	0.3148%	10	1.0707%	16	1.7167%	34	3.6677%
Coraje/Valentía	5	0.5247%	4	0.4283%	24	2.5751%	1	0.1079%
Tolerancia	15	1.5740%	38	4.0685%	12	1.2876%	51	5.5016%
Conocimiento/Aprendizaje	103	10.8080%	27	2.8908%	160	17.1674%	15	1.6181%
Entusiasmo	24	2.5184%	7	0.7495%	8	0.8584%	62	6.6882%
Perdón/Compasión	0	0.0000%	3	0.3212%	5	0.5365%	7	0.7551%
Amor	13	1.3641%	9	0.9636%	4	0.4292%	29	3.1284%
Toma de decisiones	72	7.5551%	16	1.7131%	32	3.4335%	8	0.8630%
Gratitud/Apreciación	16	1.6789%	17	1.8201%	4	0.4292%	89	9.6009%
Amistad/Unidad	6	0.6296%	5	0.5353%	2	0.2146%	78	8.4142%
Atención/Bondad	10	1.0493%	7	0.7495%	4	0.4292%	20	2.1575%
Otro	2	0.2099%	4	0.4283%	6	0.6438%	3	0.3236%
Total	953	100.00%	934	100.00%	932	100.00%	927	100.00%

La Tabla 9 muestra las cuatro dimensiones analizadas y su relación con las Variables/Indicadores seleccionadas por la muestra. Las variables

fueron seleccionadas de manera muy diferente en cada una de las dimensiones. Si sumamos los porcentajes de las variables de las cuatro dimensiones resulta la más seleccionada la Comunicación seguida de la Responsabilidad, el Respeto, el Conocimiento/Aprendizaje y la Visión/Objetividad.

Tabla 10: Correlaciones Entre Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad

	Productividad	Ética	Toma De Decisiones	Felicidad
Productividad	1			
Ética	0.297	1		
Toma de Decisiones	0.866	0.198	1	
Felicidad	-0.099	0.344	-0.140	1

La Tabla 10 muestra de manera gráfica los resultados de las correlaciones de las cuatro dimensiones. La correlación de Productividad y Toma de decisiones fue altamente significativa considerando una población de la muestra de n=312.

Este tipo de investigación tiene un valor único ya que no se ha hallado otra similar, al igual que no se ha encontrado ninguna que relacione las cuatro dimensiones aquí tratadas; lo que sí se han encontrado como se menciona en la revisión de literatura, investigaciones enfocadas a alguna de las dimensiones con variables o indicadores con diferentes perspectivas.

## CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación cuyo objetivo se centró en la necesidad, las causas de un no adecuado o efectivo desempeño y las soluciones factibles en cuatro dimensiones de estudio, a saber: Productividad, Toma de Decisiones, Ética y Felicidad en las organizaciones, se obtuvieron resultados provenientes de la muestra de profesionales, las cuales generan una utilidad de investigación única en el sentido que crean unas nuevas categorizaciones y/o indicadores para poder ser utilizadas por las organizaciones. En esta investigación el estudio estuvo limitado a profesionales; bajo otra perspectiva, las mayores limitaciones consistieron en cómo lograr que contestaran el cuestionario un número mayor de profesionales y cómo lograr nacionalidades más diversas y regiones diferentes. Las ideas para futuras investigaciones se muestran en la sección de Recomendaciones. Como resultado del análisis teórico y empírico realizado en esta investigación se pueden deducir las siguientes conclusiones, divididas en dos áreas: Generales y específicas.

### Conclusiones Generales

Las cuatro dimensiones analizadas como son Productividad, Ética, Toma de Decisiones y Felicidad son de gran necesidad en las empresas para poder lograr un mejor desempeño y forman parte de la cotidianidad de todas las organizaciones. Los valores éticos son de profunda prioridad y la aplicación de los mismos generan consecuencias que repercuten no solo en las empresas sino en los muy diferentes ámbitos del vivir, y que por lo tanto, hay que tomarlos en consideración ya que su utilización o no, crea beneficio o perjuicio. Cada día están siendo tomados en cuenta con mayor énfasis las dimensiones de Ética y de Felicidad en las empresas por investigadores y por un grupo de empresarios que va incrementándose, especialmente desde el inicio de este nuevo siglo. Se comienza a valorar su necesidad y utilidad por parte de empresarios y líderes aunque hay mucho por hacer aún, en el cambio progresivo de mentalidad relacionado a estas dos dimensiones. Existe la necesidad de que los empresarios y líderes en general en instituciones públicas y privadas, tomen conciencia del significado de la aplicación de dimensiones intangibles como son los Valores Éticos y la Felicidad ya que influyen en los procesos de desarrollo y crecimiento en el ámbito

empresarial y social y ayudan a fortalecer las dimensiones más tangibles como son la Productividad y la Toma de Decisiones que siempre se buscan como prioridad en organizaciones de todo tipo. El análisis de las causas por las que no hay una adecuada o efectiva Productividad, Toma de Decisiones, Ética y Felicidad, proveniente de la información obtenida de la muestra utilizada de profesionales, resulta de gran importancia porque facilita el conocimiento empírico de la realidad en las empresas respecto a las dimensiones de estudio. De igual manera sucede con las factibles soluciones que se obtuvieron para poder mejorar las



dimensiones para las cuales se utilizó el instrumento que incluye un modelo con variables/indicadores de soluciones factibles.

### Conclusiones Específicas

En estas conclusiones especificaremos, sin hacer tanto énfasis en cifras, los resultados más relevantes obtenidos. En el análisis de la data se han explicado con mucho mayor detalle con números y porcentajes. En el análisis de las causas que generan una no adecuada y/o efectiva Productividad, Toma de Decisiones, Ética y Felicidad se ha observado que las categorizaciones que se repiten en las cuatro dimensiones han sido: falta de Liderazgo y falta de Valores que además son las categorizaciones más importantes de este estudio ya que dan los porcentajes mayores al sumarse en las cuatro dimensiones (64.83%) y (63.64%) respectivamente sobre un posible de 400%. También están en las cuatro dimensiones Falta de Interés y Varios. Como caso curioso está que hubo quienes comentaron en todas las dimensiones que sí había Productividad, Toma de Decisiones, Ética y Felicidad en las empresas u organizaciones aunque fuera mínimo su porcentaje, 3.93% sobre un 400% posible. Al analizar las causas en cada dimensión por las que no hay una adecuada y/o efectiva

*Productividad:* Las categorizaciones falta de Motivación y falta de Liderazgo prevalecen significativamente ya que unidas alcanzan un 44.16% seguidas de la falta de Interés y la falta de Valores que al sumarse a las anteriores proporcionan un 66.56 % de las categorizaciones.

*Toma de Decisiones:* La categorización falta de Liderazgo es de gran prioridad con un 27.12% y unida a la falta de Conocimiento con 16.99% da una suma de 44.11% que es muy relevante; le siguen la falta de Capacitación y la Inseguridad con 8.82% cada una que unidas las cuatro dan 61.75%.

*Ética:* La categorización falta de Valores es la más alta de todas las dimensiones pues representa el 38.08%; al unírsele las dos más importantes que le siguen que son la falta de Educación (15.23%) y la falta de Liderazgo (11,26%), dan 64.57% con solo tres categorizaciones.

*Felicidad:* Las categorizaciones falta de Motivación (16.28%) y falta de Interés (15.95%) prevalecen, seguidas de Intereses empresariales (11.63%) y el Ambiente pesado (9.30%). Estas cuatro categorizaciones suman el 53.16%. En esta dimensión, las respuestas en las diferentes categorizaciones estuvieron más repartidas. Las Variables y/o Indicadores más importantes a considerar para que haya en las Empresas y/o en el sector laboral una adecuada y/o efectiva Productividad, según la percepción de los participantes de la muestra, son: Responsabilidad en especial, también con gran importancia, Comunicación, Conocimiento/Aprendizaje y Visión/Objetividad. Al referirnos a la Ética resultan ser muy diferentes a la anterior dimensión, excepto en la Responsabilidad que tiene buena relevancia aun cuando Honestidad, Respeto e Integridad atrapan los más altos porcentajes; Equidad/Justicia tiene importancia y es interesante señalar que estos cinco valores al unirse aglomeran más del 60% de las variables seleccionadas. En la Toma de Decisiones, el Conocimiento/Aprendizaje al igual que la Visión/Objetividad se adelantan a todas las otras variables alcanzando un 35% del total de las variables restantes; la Comunicación y la Responsabilidad son de gran importancia también en esta dimensión. Al analizar la dimensión Felicidad, los porcentajes se distribuyen más entre todas las variables que en las anteriores dimensiones; sin embargo, resaltan el Respeto, la Gratitud/Apreciación, la Responsabilidad, el Entusiasmo y la Amistad/Unidad. Existe una correlación positiva y significativa entre las dimensiones Productividad y Toma de decisiones, y una

correlación positiva pero no significativa entre la Ética y Felicidad. No se encontró correlación significativa entre las dimensiones tangibles y las intangibles.

### RECOMENDACIONES

Se presentan algunas recomendaciones como son: Primero: Resulta importante sugerir la posibilidad y factible importancia de realizar estudios similares aplicados en otras dimensiones y combinarlos con los realizados en esta investigación. Segundo: De forma similar, aplicarlos a profesionales de otras regiones y países para poder comparar sus puntos de vista y criterios y poder comprender sus semejanzas y diferencias correspondientes. Tercero: También se recomienda aplicarlos a personas de diferentes niveles culturales, educacionales, sociales, económicos e incluso religiosos a nivel global. Cuarto: A nivel educacional, el poder realizar estudios de este tipo con educadores y estudiantes de diferentes niveles y en especial con los cercanos a graduarse profesionalmente, se considera trascendente ya que el hecho de analizar este tipo de resultados que combinan dimensiones tangibles con intangibles son útiles y necesarios para lograr una toma de decisiones y resultados más integrales y con mayor integridad.

### REFERENCIAS

Bañon A., Guillén M., y Ramos N. (2011). La empresa ética y responsable. *Universia Business Review*.

30, 32-43.

Bosch, M., Cavallotti, R., (2016). ¿Es posible una definición de integridad en el ámbito de ética empresarial? *Empresa y Humanismo*. 19 (2) 51-68. DOI: 10.15581/015.XIX.2.51-68.

Cai, F. L., Liao, X. & Wang, K. L. (2012). An interactive sorting approach based on the assignment examples of multiple decision makers with different priorities. *Annals of Operations Research Journal*. 197, 87–108. DOI 10.1007/s10479-011-0930-3.

Chen, C. & Yang, C. (2012). The Impact of Spiritual Leadership on Organizational Citizenship Behavior: A Multi-Sample Analysis. *Journal of Business Ethics*. 105, 107-114.

Elango, B., Paul, K., Kundu, S., Paudel, S. (2010). Organizational Ethics, Individual Ethics, and Ethical Intentions in International Decision- Making. *Journal of Business Ethics*. 97, 543-561.

Elms, H., Brammer, S., Harris, J. D. & Phillips, R. (2010). New Directions in Strategic Management and Business Ethics. *Business Ethics Quarterly*. 20 (3) 401-425.

Ferrer, J. (2010). Eticidad en organizaciones humanas: reto en la construcción de un balance social de futuro. *Multiciencias*. 7 (3) 319-328.

Figar, N. & Dordevic, B. (2016). Managing an ethical dilemma. *Economics Themes*. 54, (3) 345-362.

Graham J.L. & Mark, N. (2003). The Chinese negotiation. *Harvard business review*. Vol. 81 (10) 1-10.

Hernández, R., Silvestri, K. & Cobis, J. (2006). Ética y responsabilidad social en la formación gerencial. *Multiciencias*, 6 (3) 215-219.

Joseph, C. & Sailakshmi, S. (2011). Spiritual intelligence at work. *The IUP journal of Soft skills*. 5 (4) 21-30.

Karakas, F. & Sarigollu, E. (2013). The Role of Leadership in Creating Virtuous and Compassionate Organizations: Narratives of Benevolent Leadership in an Anatolian Tiger. *Journal of Business Ethics*. 113 (4) 663-678.

Kilduff, G. J., Galinsky, A. D., Gallo, E. & Reade, J. J. (2016). Whatever it takes to win: Rivalry increases unethical behavior. *Academy of Management Journal*. 59, 1508-1534.

Lindebaum, D., Geddes, D., & Gabriel, Y. (2017). Moral Emotions and Ethics in Organisations: Introduction to the Special Issue. *Journal of Business Ethics*, 141, 645-656.  
DOI 10.1007/s10551.016.3201.z

Lin, C. P., Baruch, Y. & Shih, W. C. (2012). Corporate Social Responsibility and Team Performance: The Mediating Role of Team Efficacy and Team Self-Esteem. *Journal of Business Ethics*. 108, 167–180.  
DOI 10.1007/s10551-011-1068-6

Mercader, V. (2006). *A study of ethical values of college students*. Ed.D. University of South Florida. USA.

Mercader, V. (2014). Estudio de valores éticos relacionados con la Solución de Conflictos, la Comunicación, la Calidad de Vida y de Trabajo y el Comportamiento Organizacional en las empresas, familias y sociedad. Ponencia en el *XVIII Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. ACACIA* – Tijuana, Edo. de Baja California. 22 al 25 de Abril del 2014.

Mercader, V. (2016). Relación de los valores éticos en el Trabajo en Equipo en Empresas, Familia y Sociedad. Ponencia en el *XX Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. ACACIA* – Mérida, Edo. de Yucatán. 17 al 20 de Mayo del 2016.

Mercader, V. (2017). Relación de la Productividad y Felicidad en las Empresas. Ponencia en el *XXI Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. ACACIA* – Puerto Vallarta, Edo. de Jalisco. 23 al 26 de Mayo del 2017.

Oswald, A.J., Proto, E. & Sgroi, D. (2015). Happiness and Productivity. *Journal of Labor Economics*. 33 (4) 789-822.

Phipps, K. A., (2012). Spirituality and Strategic Leadership: The Influence of Spiritual Beliefs on Strategic Decision Making. *Journal of Business Ethics*. 106, 177–189. DOI 10.1007/s10551-011-0988-5

Ramírez F., Sánchez M. y Quintero, H. (2005). El papel de los valores en la identidad corporativa. *Revista Negotium*. 1 (1) 35-54.

Ríos, M., López-Salazar, A. & López-Mateo, C. (2015), Ética y Calidad Laboral: Impacto en el

desempeño Empresarial. Un estudio Empírico. *Holos*. 3, 308-320. DOI 10.15628/holos.2015.2763

Rongsen, W. & Yanling, W. (2015) Effects of Employee's Spiritual Intelligence on Organizational Commitment: Empirical Study on Mediating Role of Perceived Organizational Support. *Journal of Beijing University*. 28 (5) 55-62. DOI: 10.13766/j.bhsk.1008-2204.2014.0337

Snellman, C. L. (2015), Ethics Management: How to achieve Ethical Organizations and Management? *Business, Management and Education*. 13 (2) 336-357.

Valentine, S., Nam, S. H., Hollingworth, D. & Hall, C. (2014). Ethical Context and Ethical Decision Making: Examination of an Alternative Statistical Approach for Identifying Variable Relationships. *Journal of Business Ethics*. 124, 509–526. DOI 10.1007/s10551-013-1879-8

Valentine, S., Godkin, L., Fleishman, G. & Kidwell, R. (2011). Corporate Ethical Values, Group Creativity, Job Satisfaction and Turnover Intention: The Impact of Work Context on Work Response. *Journal of Business Ethics*. 98 (3) 353–372. DOI 10.1007/s10551-010-0554-6

Veenhoven, R. (Sin fecha). *World Database of Happiness*. Happiness Economics

Research Organization. Erasmus University of Rotterdam. Recuperado en fecha 1 de Febrero del 2017 de <http://www.worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>

Vélez, A. M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad Social Corporativa. *Revista Ciencias Estratégicas*. 19 (25) 55-75.

Wang, Y., Cheney, G. & Roper, J. (2016). Virtue Ethics and the Practice–Institution Schema: An Ethical Case of Excellent Business Practices. *Journal of Business Ethics*. 138, 67-77.

Yagi, T., Urakawa, K., Katsuhiko, K. & Yonezaki, K. (2016). Happiness and Employment Status in Part

II. Tachibanaki, T. (ed.), *Advances in Happiness Research, Creative Economy*. Springer Japan. 139. DOI 10.1007/978-4-431-55753-1\_9.

Yew-Kwang Ng. (2003). From preference to happiness: Towards a more complete welfare economics.

*Social Choice and Welfare*. 20, 307–350.

Zelenski, J.M., Murphy, S.A. & Jenkins, D.A. (2008). The Happy-Productive Worker Thesis Revisited. *Journal of Happiness Studies* 9, 521–537. DOI 10.1007/s10902-008-9087-4

## BIOGRAFÍA

Víctor M. Mercader es profesor investigador, Doctor en Liderazgo Educacional por University of South Florida y académico en CETYS Universidad en Baja California, México con amplia experiencia en docencia, investigación y consultoría a nivel internacional en el área empresarial, ética y humana. victormercader@msn.com; victor.mercader@cetys.mx