

Valores personales y organizacionales de los estudiantes del núcleo LUZ – COL.

Marisol Cuicas, Yasmira Rovero, Jesús Rivas y Ana Rivas

*Universidad del Zulia. Nucleo Costa Oriental del Lago
(Nucleo LUZ_COL).
maritricuicas@gmail.com*

Resumen

La presente investigación es un estudio cuantitativo de tipo descriptivo-correlacional y diseño no experimental transeccional en la modalidad de campo, la muestra estuvo conformada por 361 estudiantes de la población total 6.882 activos en el 1er Periodo 2.015 en los diferentes Programas Académicos presenciales del Núcleo LUZ-COL. El objetivo fue determinar la relación entre los valores personales y organizacionales de los estudiantes del Núcleo Costa Oriental del Lago de la Universidad del Zulia. Se aplicaron dos (2) cuestionarios tipo encuesta: 1) Con 18 ítemes para medir los valores personales y 2) Con 12 ítemes para medir los valores organizacionales, ambos con una escala de medición de frecuencias, con las siguientes alternativas de respuesta: (5) Siempre (S); (4) Casi Siempre (CS); (3) A Veces (AV); (2) Casi Nunca (CN) y (1) Nunca (N) se tabuló la información con el programa estadístico SPSS versión 12, posteriormente se calculó el coeficiente de correlación (r) entre las variables valores personales y valores organizacionales a través del método de puntuación directa de Pearson lo que dio como resultado una puntuación de 0,88, este indicó una asociación “positiva considerable” entre las mismas. Es decir existe una considerable relación entre los valores personales y los valores organizacionales de los estudiantes del Núcleo LUZ COL.

Palabras clave: Valores personales; valores organizacionales; estudiantes.

Personal and organizational values of students of the LUZ-COL nucleus

Abstract

The present investigation is a quantitative study of descriptive-correlational type and non-experimental transectional design in the field modality, the sample was made up of 361 students of the total population 6,882 active in the 1st Period 2,015 in the different Academic Programs face of the LUZEast Lake Coast Campus . The objective was to determine the relationship between the personal values and organizational values of the students of the University of Zulia,East Lake Coast Campus,. Two (2) survey questionnaires were applied: 1) With 18 items to measure personal values and 2) With 12 items to measure organizational values, both with a policotomic measurement scale, with the following response alternatives: (5) Always; (4) Almost Always (SC); (3) Sometimes (AV); (2) Almost Never (CN) and (1) Never (N) the information was tabulated with the statistical program SSPS version 12, then the coefficient of correlation (r) was calculated between the variables personal values and organizational values through the method of Pearson's direct score which resulted in a score 0.88, this indicates a "considerable positive" association between them. That is to say there is a considerable relation between the personal values and the organizational values of the students of the LUZ COL Nucleus.

Keywords: Personal values; organizational values; students.

Introducción

Desde la familia, hasta las grandes corporaciones están integradas por múltiples recursos, entre ellos, el capital humano, posee una relevancia significativa, dado que es precisamente este factor, quien le da el carácter, el sentido y la direccionalidad a cualquier organización. El hombre durante todo su proceso de desarrollo y evolución, incluso desde las primeras etapas de su vida, hasta alcanzar la edad madura; esta signado por su condición de homus social, el hombre es un homusconvivalis, un ser de convivencia, su condición de ser social trasciende y rebasa la potencialidad individual, para transformar cada contexto en escenarios de experiencias donde todos aportan, todos aprenden, todos transforman y todos son importantes.

En este sentido, toda la información que se produce dentro de cada organización, a partir de los intercambios relacionales entre sus miembros, es fundamental; porque es a partir de allí, que se generan, se construyen y se refuerzan programaciones mentales, que de algún modo determinan el comportamiento de las personas en cada uno de sus contextos. El primer contexto natural del cual adquirimos información, es la familia, los padres, a través del modelaje que exhiben en la dinámica de la cotidianidad, van

propiciando la construcción de una base de datos en los hijos, muy especialmente durante sus primeros años de vida, allí se comienza a crear un repertorio central de creencias, valores y normas, que representan una sólida estructura donde se irán cimentando nuevas informaciones, que engrosaran su matriz de información individual.

Luego aparece la escuela como segundo contexto significativo de la persona, el maestro de la escuela primaria o básica, representa el segundo modelo significativo de importancia para el niño, después de sus padres. Más adelante son los contextos más extendidos y complejos como el social y el laboral, los que irán haciendo sus aportaciones. De este modo considerando la complejidad del ser humano que ingresa a la educación universitaria, el repertorio de información relacional que ha aprendido hasta el momento de ingresar a ese nivel educativo, y las diferencias que le caracterizan, se convierte en un compromiso y una responsabilidad el hacer aproximaciones humanas y organizacionales, centradas en el reconocimiento y abordaje de los valores que trae el estudiante y los valores que se pretende fomentar por parte de las instituciones de educación universitaria a través del desarrollo de sus competencias y de su formación integral.

De allí que cualquier estudio que logre explorar y esclarecer los modos a través de los cuales se generan, se transforman, se fortalecen y se pueden reconstruir valores que cooperen en la labor de formar de manera armoniosa e integral al estudiante, representa un aporte a la sociedad, a las instituciones educativas y fundamentalmente, al reconocimiento y fortalecimiento de lo humano en los miembros de las organizaciones. Por lo antes expuesto, se realizó el presente estudio para determinar la relación entre los valores personales y los valores organizacionales del estudiante de la Universidad del Zulia en el Núcleo Costa Oriental del Lago.

Objetivos

Determinar la relación entre los valores personales y organizacionales de los estudiantes de la Universidad del Zulia, **Núcleo Costa Oriental del Lago**.

Objetivos específicos :

- Identificar los valores personales presentes en el estudiante de la Universidad del Zulia, Núcleo en la Costa Oriental del Lago.
- Caracterizar los valores organizacionales que están presentes en el estudiante de la Universidad del Zulia, Núcleo Costa Oriental del Lago
- Relacionar los valores personales y organizacionales de los estudiantes de la Universidad del Zulia, Núcleo Costa Oriental del Lago.

Referentes teóricos

En este apartado, se presenta información sobre las variables estudiadas, lo cual sirve de soporte teórico; además, permite su ubicación en el contexto del objeto de estudio y establece las relaciones pertinentes para el análisis, interpretación y discusión de los resultados. En este sentido, se aborda lo referido a:

Valores

Desde la perspectiva ética, un objeto tiene mayor valor en la medida en que sirve mejor para la supervivencia y mejora del ser humano, ayudándole a conseguir la armonía y la independencia que necesita y a la que aspira. Por tanto, los valores son considerados como los principios y los fines que fundamentan y guían el desenvolvimiento de la persona en lo individual y en lo social; éstos se pueden definir, según Izquierdo (1998:32), como “los ejes fundamentales por los que se orienta la vida humana y constituyen a su vez, la clave del comportamiento de las personas”.

En el mismo orden de ideas, Rokeach (1973) (citado por García y Dolan 2003), refiere que los valores son considerados como estructuras cognitivas por medio de las cuales la persona elige y actúa de determinada manera. Son un tipo de creencias localizadas, que guían al individuo acerca de cómo debe o no comportarse. Los valores están muy relacionados con la ética, estos son enunciados claros, los cuales tienen una importancia crítica o significativa, de este modo, la ética se convierte en un vehículo para transformar los valores en actos, o en hacer lo correcto. Rokeach (1973) señala, el valor es una creencia relativamente permanente de un modo de conducta particular o de un estado de conciencia, que es personal y socialmente preferible a modos alternos de estados de existencia.

Función de los valores

Para Izquierdo (1998), en el proceso de formación de la personalidad, los valores son aquellos ejes que forman parte de la configuración interior y definen la orientación general de los comportamientos. En tal sentido, pueden desempeñar las siguientes funciones patrones que sirven para guiar la vida del ser humano:

- Orientan la actividad humana en situaciones concretas de la vida.
- Mediatizan la percepción propia y de los demás. Sirven de base para juzgar a otros.
- Plan general de apoyo y ayuda para evaluar, resolver conflictos y tomar decisiones.
- Mantener y exaltar la autoestima.
- El mundo de los valores constituye la puerta de entrada del mundo de la trascendencia.

- El sentido trascendente de los valores fundamenta la fraternidad y solidaridad humana.
- El valor siempre se refiere al ser humano pero el valor moral trasciende a su portado

Valores personales

Según García y Dolan (2003) son los modos de conducta adecuados o necesarios para llegar a conseguir las finalidades o valores existenciales. Los valores instrumentales u operativos se clasifican en dos tipos: ético morales y de competencia:

Valores ético-morales: Modos de conducta necesarios para alcanzar valores finales, entre ellos honestidad, educación con los demás, lealtad, sinceridad, solidaridad, responsabilidad, confianza, respeto a los derechos humanos. Los valores morales son un tipo de valor instrumental que tienen dos características: (a) se ponen en práctica con relación a las demás personas; (b) en las personas mentalmente equilibradas, cuando se incorporan pero no se traducen en conductas consecuentes, tienden a generar sentimientos de culpabilidad, o malestar. Entre los valores éticos-morales destacan los siguientes:

- **Honestidad:** valor trascendente orientado al desarrollo de conductas laborales transparentes y congruentes con los principios de la empresa, priorizando el buen uso de los recursos asignados.
- **Responsabilidad:** valor laboral orientado al cumplimiento adecuado y confiable de los compromisos organizacionales adquiridos, y de la resolución eficaz de los problemas enfrentados.
- **Lealtad:** conducta laboral cotidiana orientada a analizar y decidir, a través de juicios de valor, acciones donde se priorizan los intereses de la Empresa y sus trabajadores, por sobre los personales.
- **Respeto:** valorar y aceptar las decisiones del grupo y cumplir con los acuerdos.
- **Solidaridad:** valor orientado al desarrollo de conductas laborales donde los intereses de los demás son tanto o más importantes que los propios, tanto en situaciones críticas como normales.

Valores de competencia: Son más individuales, aunque también están socialmente condicionados y no están directamente relacionados con la moralidad ni con la culpabilidad, Responden a la pregunta: ¿Qué cree que hay que tener para competir en la vida?, entre ellos se encuentran cultura, belleza, iniciativa, capacidad de trabajo en equipo, liderazgo. Para efectos del presente estudio se agregaron: desarrollo de otros e impacto e influencia, los cuales se consideraron convenientes para la organización objeto de estudio. En cuanto a los valores de competencia, los mismos se caracterizan por los siguientes indicadores:

- **Cultura:** Se caracteriza por la acción del individuo por prepararse a través del aprendizaje a fin de entender holísticamente los procesos.
- **Iniciativa:** Valor organizacional que caracteriza aquellas conductas de incentivo permanente de la innovación, la voluntad de servicio y el mejoramiento continuo de las tareas asignadas.
- **Trabajo en equipo:** Trabajar en colaboración con otros, formar parte del grupo, trabajar juntos.
- **Desarrollo de otros:** esfuerzo genuino por fomentar la formación y crecimiento humano y profesional de los demás a partir de un análisis de sus necesidades, tomando en cuenta el contexto organizacional.
- **Crecimiento mutuo:** proceso mediante el cual se supera continuamente el desempeño individual, en forma simultánea con el equipo, siempre en una relación ganar-ganar.
- **Comunicación:** transmitir en forma veraz, clara y oportuna, la información necesaria para el buen desempeño del equipo de trabajo.

En la descripción anterior se observa que tanto los valores personales como los de competencia sirven para adaptarse y sobrevivir.

Valores organizacionales

Con el desarrollo acelerado de las técnicas de dirección es necesario un liderazgo estratégico basado en los valores compartidos, como reglas o pautas mediante las cuales una compañía exhorta a sus miembros a tener comportamientos consistentes con su sentido de existencia. Según Rokeach (1973), (citado por García y Dolan, 2003), el valor compartido “es una convicción o creencia estable en el tiempo que un determinado modo de conducta o una finalidad existencial es personal o socialmente preferible a su modo opuesto de conducta o a su finalidad existencial contraria.”

Al hablar de los valores compartidos es necesario diferenciar entre los valores finales (comprendidos en la misión y la visión de la empresa) y los valores de tipo instrumental. Estos últimos son modos de conducta adecuados o necesarios para llegar a conseguir nuestras finalidades o valores existenciales.

Los valores finales: son los objetivos existenciales y se subdividen en personales y ético sociales. Los valores personales, son aquellos a los que aspira el individuo para sí mismo: éxito, prestigio, trabajo, bienestar material, sabiduría, entre otros. El éxito es la satisfacción por el logro de metas en forma excelente, en cuanto al prestigio, es la satisfacción por la consideración merecida de otros. Mientras el trabajo, se refiere a la satisfacción por la realización como ser humano que interactúa en un contexto social.

En lo concerniente a los valores ético-sociales, constituyen aspiraciones o propósitos que benefician a toda la sociedad: paz, supervivencia ecológica, justicia social, entre

otros. La paz entendida como la satisfacción por la armonía en las relaciones. La supervivencia ecológica, referida a la preocupación por la salud del planeta tanto a nivel micro como macro. La justicia social, dar a cada uno lo que le corresponde, tomando como marco de referencia información válida, por conciencia, no por moda, ni por presión local, ni corrientes que no busquen el bien común por encima del individual.

Metodología

De acuerdo a las variables, la investigación fue de tipo descriptiva correlacional, debido a que se midió la relación entre las variables valores personales y organizacionales de los estudiantes de la Universidad del Zulia, Núcleo Costa Oriental del Lago. Al respecto, Hernández, Fernández y Batista (2003), definen estos estudios como aquellos que miden dos o más variables y que se amerita ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos, analizando después su correlación.

La investigación se consideró como un diseño de campo, porque los datos fueron recabados en las condiciones reales donde se suscitan, a tal fin Hernández y col. (2003 pág. 185) señalan que “un diseño de campo es un tipo de estudio que permiten obtener los datos directamente de la realidad donde se presentan los hechos”. Asimismo, se define como no experimental ya que en ella no se manipularon directamente las variables. Los sujetos se observaron en su ambiente natural, en su realidad.

La población objeto de estudio estuvo constituida por los estudiantes de la Universidad del Zulia, Núcleo Costa Oriental del Lago, 5.882 estudiantes activos en el 1er. Periodo 2015, adscritos a los diferentes Programas presenciales del Núcleo Costa Oriental del Lago: Ingeniería, Ciencias Económicas y Sociales y Humanidades y Educación. Para Hernández y col. (2003), la muestra es en esencia un subgrupo de la población, se pretende que esta sea reflejo fiel de la población objeto de estudio. Para el cálculo de tamaño de muestra se aplicó la fórmula de Sierra Bravo para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

Donde:

- * N = Total de la población
- * $Z\alpha = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- * p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- * q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- * d = precisión (en su investigación use un 5%).

La muestra es de 361 estudiantes; divididos de la siguiente forma: 108 del Programa de Ciencias Económicas y Sociales, 206 del Programa de Ingeniería y 47 del Programa de Humanidades y Educación.

La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario, por considerarlo el medio más adecuado para la obtención de información directa de la población. Se diseñaron dos (2) instrumentos de recolección de datos tipo cuestionario: el primero dirigido a medir los valores personales del estudiante estructurado por 18 ítems y el segundo integrado por 12 ítems para medir los valores organizacionales del mismo, ambos con una escala de medición de frecuencias, con las siguientes alternativas de respuesta: (5) Siempre (S); (4) Casi Siempre (CS); (3) A Veces (AV); (2) Casi Nunca (CN) y (1) Nunca (N). Se construyó el siguiente baremo para los promedios de los puntajes generales de los sujetos estudiados (Cuadro N° 1).

Cuadro N° 1. Baremo para los promedios

LÍMITE SUPERIOR	LÍMITE INFERIOR	ESCALA	CATEGORÍAS
5	4,20	Muy Alta	Siempre
4,19	3,39	Alta	Casi siempre
3,38	2,58	Moderada	Algunas veces
2,57	1,77	Baja	Casi nunca
1,76	1	Muy Baja	Nunca

Fuente: Los autores (2016).

El instrumento fue validado por cinco (5) expertos en el área de metodología y contenido, quienes evaluaron, mediante un formulario, la pertinencia de cada uno de los ítems de acuerdo con los objetivos, variables, dimensiones e indicadores, señalando posteriormente las recomendaciones sobre los aspectos evaluados. Para medir la confiabilidad se aplicó el coeficiente de Alfa Cronbach por ser cuestionarios de varias alternativas de respuesta, los resultados obtenidos arrojaron un coeficiente de 0,95 para el instrumento valores personales y 0,96 para el de valores organizacionales, evidenciando confiabilidad positiva muy fuerte, respectivamente.

Resultados

Valores personales: esta variable fue estudiada a través de las dimensiones valores éticos-morales y valores de competencia con sus respectivos indicadores. En relación a la dimensión: valores ético-morales: se tabularon los resultados para cada ítems según indicador, finalmente se presenta una tabla resumen para esta dimensión.

Se puede observar en la tabla 1, que el promedio general obtenido para la dimensión valores éticos-morales fue de 3,96. Según el baremo lo ubica en la categoría alta, es decir, los estudiantes casi siempre poseen estos valores altamente desarrollados. El

promedio mayor en esta dimensión se ubicó en solidaridad con una categoría muy alta, asimismo el menor se ubicó en lealtad, lo que demuestra la tendencia de los estudiantes hacia las acciones solidarias en su diario hacer.

Tabla 1. Dimensión: Valores ético-morales

INDICADORES	ÍTEMS	PROMEDIO	CATEGORÍA
Honestidad	1 al 2	4.05	Alta
Responsabilidad	3 al 4	3,98	Alta
Lealtad	5 al 6	3.20	Moderado
Respeto	7 al 8	4.10	Alta
Solidaridad	9 al 10	4.50	Muy Alta
Promedio general	3.96	Alta	

Fuente: Los autores (2016).

En la tabla 2, se visualiza que el promedio general obtenido para la dimensión valores de competencia fue de 3,30 ubicándose según el baremo en la categoría de moderada, se concluye, los estudiantes algunas veces poseen los valores que demuestran competencia en su desempeño. El promedio mayor en esta dimensión se ubicó en el indicador trabajo en equipo y el menor se ubicó en una categoría de moderada con un promedio de 3,00 esto evidencia la tendencia de la población objeto de estudio es hacia el trabajo en equipo.

Tabla 2. Dimensión: Valores de competencia

INDICADORES	ÍTEMS	PROMEDIO	CATEGORÍA
Cultura	11 al 12	3,40	Alta
Iniciativa	13 al 14	3.25	Moderada
Trabajo en equipo	15 al 16	3,58	Alta
Comunicación	17 al 18	3,00	Moderada
Promedio general		3.30	Moderada

Fuente: Los autores (2016).

Valores organizacionales: Esta variable se estudió a través de sus dimensiones valores finales y valores ético-sociales Del mismo modo se procesaron los resultados de los ítems de la dimensión valores finales, por lo cual se presenta la tabla 3 resumen de la misma. Se observa en la tabla 3, que el promedio general de la dimensión valores finales fue de 3,16 ubicándose según el baremo en la categoría de moderada, es decir, los estudiantes algunas veces muestran estos valores en su actuación. El promedio mayor por indicador se ubicó en trabajo con una categoría de alta, asimismo el menor se ubicó en prestigio con una categoría de baja.

Tabla 3. Dimensión: Valores finales

INDICADORES	ÍTEMS	PROMEDIO	CATEGORÍA
Éxito	1 al 2	3,42	Alta
Prestigio	3 al 4	2,00	Baja
Trabajo	5 al 6	4,08	Alta
Promedio general		3.16	Moderada

Fuente: Los autores (2016).

Para los valores ético-sociales el resultado se presenta en la tabla resumen 4. Cuyo comportamiento es moderado, según lo expresado por los encuestados, presentando dificultad en las conductas de índole social donde se reflejan estos valores. El promedio mayor por indicador se ubicó en la paz (4,57) siendo la categoría alta, mientras el menor en supervivencia ecológica (2,00).

Tabla 4. Dimensión: Valores ético-sociales

INDICADORES	ÍTEMS	PROMEDIO	CATEGORÍA
Paz	7 al 8	4,57	Alta
Supervivencia ecológica	9 al 10	2,00	Baja
Justicia Social	11 al 12	3,06	Alta
Promedio general		3,21	Moderado

Fuente: Los autores (2016).

De acuerdo al resultado obtenido a través de las respuestas dadas por los 361 estudiantes que conformaron la muestra, el coeficiente de correlación r resultante fue de 0,8890459, el cual indica una asociación positiva considerable entre las variables (Hernandez y col. 2003).

Discusión de resultados

En relación al objetivo general, los resultados muestran una asociación positiva entre las variables valores personales y valores organizacionales, que se manifiesta en una presencia moderada y alta para las cuatro (4) dimensiones analizadas. Ahora bien considerando cada dimensión, se encuentra que en relación a la variable valores personales, en la dimensión valores éticos morales, los estudiantes consideran: la solidaridad (4.50), el respeto (4.10), la honestidad (4.05), la responsabilidad (3.98) y por último la lealtad (3.20) para un promedio alto de la dimensión.

Estos resultados hablan, por una parte, del interés de los estudiantes por lo social, por la convivencia con el otro, por la cooperación, lo cual ratifica la tesis de García y Dolan (2003) y Zambrano (2008) quienes plantean que los valores ético morales son un tipo de valor instrumental que se pone en práctica en relación con las demás personas. Por otra, se reafirman los planteamientos iniciales esbozados, en relación a la necesidad de las personas de establecer relaciones con los demás, por su naturaleza de ente social. (*homo social - homoconvivalis*). Sin embargo, resulta interesante ver como el valor menos estimado es la lealtad, valdría la pena estudiar con profundidad estos datos para determinar qué factores familiares, laborales, sociales y culturales, ejercen influencia en la apropiación de este valor.

En cuanto a la dimensión valores de competencia los resultados señalan al trabajo en equipo, como el mejor aspectado, con una consideración alta, seguido de la cultura, la iniciativa y la comunicación, lo cual es coincidente con la estimación muy alta del indicador solidaridad, de la dimensión ético moral. De estos resultados emerge un dato de interés, el indicador más bajo de esta dimensión de competencia, es la comunicación, lo cual lo coloca como, susceptible de ser explorado a profundidad, pues la comunicación es un proceso típicamente humano del cual se derivan además toda una serie de mecanismos y dinámicas relacionales que pueden favorecer o distorsionar la experiencia de las personas en determinados contextos. Como diría Watzlawick, Beavin y Jackson: (1991) “lo único que el humano no puede, es no comunicarse”.

En relación a los valores organizacionales en la dimensión valores finales, el indicador que puntuó más alto fue: trabajo, (4.08), seguido del éxito (3.42) y por último el prestigio, que se muestra con una estimación baja. Estos resultados, podrían estar expresando una necesidad de los estudiantes del Núcleo LUZ-COL, más orientada hacia el trabajo como mecanismo de cobertura de necesidades básicas, que hacia elementos más psicológicos conectados con expectativas de logro y autorrealización, como el prestigio. Si se dirige el análisis de estos datos a partir de las teorías del comportamiento Maslow, a través de la teoría de las necesidades, se explica como para alcanzar los logros más elevados relacionados a la autorrealización, el ser humano necesita tener cubiertas las necesidades básicas como alimentación, vivienda, vestido, pertenencia y aceptación a un grupo, entre otras.

En relación a la dimensión de los valores ético social la paz (4.57) y la justicia social (3.06) se muestran estimados como altas, mientras que la supervivencia ecológica (2.00) se muestra baja. Estos datos son de gran interés si consideramos la importancia que tiene el ambiente y la ecología desde la visión de integración, interacción y armonía entre el hombre y su medio ambiente, de modo que encontramos un estudiante, que otorga un valor alto al respeto y solidaridad hacia las personas, pero que no se encuentra conectado del mismo modo, con dichos valores, con lo ecológico-ambiental, tal como lo muestran los resultados obtenidos.

En este sentido, resultaría interesante estudiarse el deterioro de las instalaciones de la universidad, el poco cuidado en el uso de las mismas, es el resultado de una baja estimación por la supervivencia ecológica, de un interés débil en la importancia e

impacto del entorno en el comportamiento humano, y del grado de insatisfacción que los estudiantes están experimentando.

Pues tal como lo plantean Parasureman, Zeitlan y Binner (1985), cuando la persona se encuentra insatisfecha con el servicio que recibe y tiene dificultades para expresarlo, o no tiene el crecimiento o madurez suficiente para comunicarlo, lo manifiesta a través de comportamientos de agresión y deterioro contra la infraestructura; lo cual podría ser un elemento a analizar, si se considera que dentro de la dimensión valores de competencia, de la variable valores personales, el indicador comunicación, a pesar de mostrarse en un rango moderado, fue el indicador más bajo de esa dimensión.

Conclusiones

En relación a los objetivos específicos, se identificó que los valores personales que más alto puntúan como presentes en los estudiantes son la solidaridad y trabajo en equipo. Por otra parte, los valores organizacionales están caracterizados predominantemente por la paz y el trabajo. Finalmente, existe una asociación positiva considerable entre las dos (2) variables estudiadas, evidenciando una incidencia entre los valores personales y los valores organizacionales de los estudiantes del Núcleo LUZ-COL.

Recomendaciones

A partir de los resultados del estudio, se recomienda fortalecer los valores personales y organizacionales que se manifestaron en las categorías alta y muy alta, pues son estos los que están presentes y caracterizan el perfil y el comportamiento que despliegan los estudiantes del Núcleo LUZ-COL.

En relación a los valores personales se debe entonces propiciar, actividades académico y extracurriculares que fomenten y refuercen el valor de la solidaridad y trabajo en equipo, indicadores de las dimensiones ético morales y valores de competencia, de manera que estos puedan ser consolidados como una característica distintiva, que otorgue valor agregado a los futuros profesionales del Núcleo LUZ-COL, con miras a extrapolar tales valores y hacer expansivo los potenciales beneficios y aportes de los estudiantes, hacia lo social y comunitario.

En cuanto a los indicadores donde se que obtuvieron puntajes bajos, para la variable valores personales, tales como como lealtad y comunicación, se sugiere establecer una alianza entre unidades curriculares con inherencia en el estudio del comportamiento tales como psicología y orientación, a fin de generar programaciones conjuntas que logren fomentar el desarrollo de competencias, estimulando la formación de actitudes positivas hacia la lealtad, así como la vinculación de estas unidades curriculares con otras del área de la comunicación humana, buscando provocar en los estudiantes el reconocimiento a la comunicación como instrumento humano de intercambio relacional.

Por otra parte, los resultados arrojados para la variable valores organizacionales, en la dimensión ético social, muestran como el indicador supervivencia ecológica alcanzó el más bajo puntaje, situación que no debería pasar inadvertida. Así, se debe reconocer la importancia de este aspecto, el cual en disciplinas como las neurociencias han demostrado científicamente el impacto que ejerce el ambiente en los procesos de adquisición del aprendizaje, en la dinámica del comportamiento y hasta en las emociones que experimentan las personas a partir del registro y análisis que hace el cerebro humano, de las características de los entornos en los cuales están inmersos.

Elementos como el orden, limpieza, olores, aspecto físico de espacios e instalaciones, ejercen influencia en la percepción, definición e interpretación, de cada lugar por parte de las personas. Asimismo, investigaciones como las de Parasureman Zeitlan y Bittner, argumentan que cuando las personas están insatisfechas y no saben cómo expresarlo, arremeten en contra de las instalaciones provocando daños en las mismas.

Otra de las sugerencias se centra en profundizar en el estudio de la satisfacción de los estudiantes del Núcleo LUZ-COL, a fin de conocer si existe alguna relación entre los niveles de satisfacción de éstos y el deterioro que se observa en las infraestructura de la institución, deterioro presente en los tres programas académicos de pregrado, en distintos grados, siendo los programas de ingeniería y ciencias económicas, los que exhiben mayor deterioro. Por lo cual recomendamos iniciar el estudio de satisfacción en el programa de Ingeniería.

En relación a los resultados del indicador prestigio, correspondiente a la dimensión valores finales, de la variable valores organizacionales, es importante mencionar que se hace necesario rescatar, lo que a juicio de los investigadores del presente estudio está relacionado con la autoestima profesional. Sería interesante retomar la alta ponderación asignada por los estudiantes al indicador trabajo, de la variable reseñada y conectarlo al prestigio, (en este caso profesional), a través de un estudio donde se explore a profundidad, las causas que determinan este fenómeno de baja estimación del prestigio, como valor final, a objeto de desarrollar programas de promoción de la autoestima académico- profesional, conducidos por la unidad curricular Orientación nivel III, cuyo fundamento está centrado, en guiar para el egreso de los profesionales.

Finalmente, bajo la consideración de todos los datos que se derivaron del estudio se sugiere construir un perfil de valores personales y organizacionales, el cual se vaya actualizando anualmente y así se puedan ir verificando los cambios experimentados por los estudiantes como sujetos inmersos en una realidad social compleja, con la finalidad de determinar las fortalezas y debilidades en las cuales la universidad debe acompañar al estudiante, con la finalidad de garantizar el egreso de profesionales capacitados, aptos, convencidos, conscientes y con fe en su rol de contribución y aporte al mercado ocupacional, a la economía de la región y del país, con aptitudes profesionales que le permitan adentrarse en su campo de acción, tanto a nivel nacional como internacional.

Referencias bibliográficas

- Chávez, N. (1992). *Introducción a la investigación educativa*. Ars Gráfica. Venezuela.
- García S., y Dolan, S. (2003). *La dirección por valores. El cambio más allá de la dirección por objetivos*. McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2003). *Metodología de la investigación*. 4^a. Edición. Editorial McGraw Hill. México.
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). *A conceptual model of Service*. Journal of marketing.
- Rokeach, M. (1971). *Understanding Human Values: Individual and Societal*. Publisher. Simon&Schuster.
- Sierra, R. (2001). *Técnicas de investigación social teoría y ejercicios*. Editorial Paraninfo. Madrid. España.
- Watzlawick, P., Beavin J. y Jackson D. (1991). *Teoría de la comunicación humana* Editorial Herder. Barcelona.
- Zambrano, E. (2008). *Valores éticos y toma de decisiones de los gerentes de las universidades públicas venezolanas*. Tesis Doctoral. Doctorado de Ciencias Humanas. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad del Zulia. Venezuela.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

 **mpacto** *Científico*

Revista Arbitrada Venezolana
del Núcleo LUZ-Costa Oriental del Lago

Vol. 12. N°1 _____

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada
en junio de 2017, por el **Fondo Editorial Serbiluz,**
Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve