

**ANÁLISIS DE LOS VALORES Y ANTIVALORES ORGANIZACIONALES DE LOS
ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD DE LA FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA SECCIONAL PEREIRA**

**CARMEN INÉS QUIJANO DEL GORDO
JOSE DAVID SANCHEZ MONROY**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DEL DESARROLLO HUMANO Y
ORGANIZACIONAL
PEREIRA
2017**

**ANÁLISIS DE LOS VALORES Y ANTIVALORES ORGANIZACIONALES DE LOS
ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD DE LA FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA DEL AREA ANDINA SECCIONAL PEREIRA**

**CARMEN INÉS QUIJANO DEL GORDO
JOSE DAVID SANCHEZ MONROY**

**Requisito de proyecto de grado para optar al título de Magister en Administración del
Desarrollo Humano y Organizacional**

**Asesor
MSc. Juan Carlos Castaño Benjumea
Profesor Facultad de Ingeniería Industrial**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DEL DESARROLLO HUMANO Y
ORGANIZACIONAL
PEREIRA
2017**

Tabla de contenido

Resumen	9
Introducción	10
1.Descripción Del Problema	11
2. Objetivos.....	14
2.1 Objetivo general	14
2.2 Objetivos específicos	14
3. Preguntas De Investigación	15
3.1 Pregunta Principal.....	15
3.2 Preguntas secundarias	15
4. Justificación.....	16
5. Delimitación de la investigación.....	17
5.1 Delimitación espacial	17
5.2Delimitación Temporal.....	17
6. Hipótesis	18
6.1 Hipótesis general	18
6.2 Hipótesis específicas.....	18
7. Marco Referencial.....	19
7.1 Marco Teórico.....	28
7.1.1 Antecedentes	28
7.1.2 Desarrollo Teórico	30
7.2 Marco Conceptual.....	39
7.3 Validación del instrumento de medición.....	42
Tabla 1. Validación instrumento de medición	43
8. Metodología	44
8.1 Universo	44
8.2 Población o muestra	44
Instrumentos de recolección de información	44
Procesamiento y análisis de información	44
9. Análisis De Resultados	46
9. 1. Acoso por edad	46

Tabla 2. Me adhiero a un grupo de personas cuando agreden a una sola persona	46
Total.....	46
Tabla 3. Insisto en que las personas piensen como la mayoría	46
Total.....	46
Tabla 4. Está bien que las personas se pongan de acuerdo para afectar a otra que les caiga mal.....	46
Total.....	46
9. 2. Acoso Por Sexo	48
Tabla 5. Está bien que las personas se pongan de acuerdo para afectar a otra que les caiga mal.....	48
Total.....	48
Tabla 6. Insisto en que las personas piensen como la mayoría	48
Total.....	48
Tabla 7. Me adhiero a un grupo de personas cuando agreden a una sola persona	48
Total.....	48
9.3. Disciplina Por Sexo.....	50
Tabla 8. Cuando comienzo algo continuo hasta terminarlo.....	50
Total.....	50
Tabla 9. Busco ser el mejor cuando llevo a cabo mis actividades.....	50
Total.....	50
Tabla 10. Soy disciplinado para terminar mis tareas cuando me lo propongo	50
Total.....	50
9.4. Disciplina Por Edad.	52
Tabla 11. Soy disciplinado para terminar mis tareas cuando me lo propongo	52
Total.....	52
Tabla 12. Busco ser el mejor cuando llevo a cabo mis actividades	52
Total.....	52
Tabla 13. Cuando comienzo algo continuo hasta terminarlo.....	52
Total.....	52
9.5. Honorabilidad Por Sexo.....	54
Tabla 14. Valoro las personas que reconocen el buen desempeño de otros.....	54
Total.....	54
Tabla 15. Es un honor compartir el trabajo con personas competentes	54

Total.....	54
Tabla 16. Aprecio a las personas que con su conducta y resultados dan un buen ejemplo..	54
Total.....	54
9.6. Honorabilidad Por Edad	55
Tabla 17. Aprecio a las personas que con su conducta y resultados dan un buen ejemplo..	55
Total.....	55
Tabla 18. Es un honor compartir el trabajo con personas competentes	56
Total.....	56
Tabla 19. Valoro las personas que reconocen el buen desempeño de otros.....	56
Total.....	56
9.7. Justicia Por Sexo.....	57
Tabla 20. Con la misma vara que mides serás medido	57
Total.....	57
Tabla 21. Las personas deben ser tratadas conforme a sus actos	58
Total.....	58
Tabla 22. Trato a los demás como quiero que me traten.....	58
Total.....	58
9.8. Justicia Por Edad	59
Tabla 23. Trato a los demás como quiero que me traten.....	59
Total.....	59
Tabla 24. Las personas deben ser tratadas conforme a sus actos	59
Total.....	59
Tabla 25. Con la misma vara que mides serás medido	59
Total.....	59
9.9. Tendencia a la Corrupción Por Sexo	60
Tabla 26. Si encuentro alguna cosa sin un dueño aparente me la puedo quedar	60
Total.....	60
Tabla 27. En apoyo a la universidad puedo omitir información comprometedora	60
Total.....	60
Tabla 28. Está bien que una persona con carencia se apropie de cosas de una persona con dinero	61
Total.....	61
9.10. Tendencia a la Corrupción por Edad.	62

Tabla 29. Está bien que una persona con carencia se apropie de cosas de una persona con dinero	62
Total.....	62
Tabla 30. En apoyo a la universidad puedo omitir información comprometedora	62
Total.....	62
Tabla 31. Si encuentro alguna cosa sin un dueño aparente me la puedo quedar	62
Total.....	62
9.11. Falta de Integridad por Sexo.....	64
Tabla 32. Está bien tomar sustancias que me ayuden a mejorar mi rendimiento o me lleven a estados placenteros	64
Total.....	64
Tabla 33. Estoy dispuesto a alcanzar mis metas sin importar las consecuencias, aun que afecte a otros	64
Total.....	64
Tabla 34. Aunque vaya en contra de mis principios, puedo aceptar propuestas que me convengan.....	64
Total.....	64
9.12. Falta de Integridad por Edad	65
Tabla 35. Aunque vaya en contra de mis principios, puedo aceptar propuestas que me convengan.....	65
Total.....	65
Tabla 36. Estoy dispuesto a alcanzar mis metas sin importar las consecuencias, aun que afecte a otros	66
Total.....	66
Tabla 37. Está bien tomar sustancias que me ayuden a mejorar mi rendimiento o me lleven a estados placenteros	66
Total.....	66
9.13. Respeto a la Autoridad por Sexo.....	67
Tabla 38. Sigo al pie de la letra las instrucciones de los profesores para hacer mi trabajo..	67
Total.....	67
Tabla 39. Mi forma de sentir y pensar muestran coherencia con mis actos.....	67
Total.....	67
Tabla 40. Cumplo cabalmente con mis principios y sentimientos	68
Total.....	68

9.14. Respeto a la Autoridad por Edad.....	69
Tabla 41. Cumplo cabalmente con mis principios y sentimientos	69
Total.....	69
Tabla 42. Mi forma de sentir y pensar muestran coherencia con mis actos.....	69
Total.....	69
Tabla 43. Sigo al pie de la letra las instrucciones de los profesores para hacer mi trabajo..	69
Total.....	69
9.15. Solidaridad por Sexo	70
Tabla 44. Me siento comprometido con el desarrollo de mi comunidad.....	70
Total.....	70
Tabla 45. Me he mostrado solidario en situaciones difíciles para mis compañeros y personas en general	70
Total.....	70
Tabla 46. Impulso a mis amigos a ayudar a otros que estén en situaciones difíciles	71
Total.....	71
9.16. Solidaridad por Edad.	72
Tabla 47. Impulso a mis amigos a ayudar a otros que estén en situaciones difíciles	72
Total.....	72
Tabla 48. Me he mostrado solidario en situaciones difíciles para mis compañeros y personas en general	72
Total.....	72
Tabla 49. Me siento comprometido con el desarrollo de mi comunidad.....	72
Total.....	72
9.17. Tolerancia Por Sexo	73
Tabla 50. Respeto a otros, aunque tengamos opiniones diferentes.....	73
Total.....	73
Tabla 51. Considero que todas las personas tienen derecho a ser respetadas	73
Total.....	73
Tabla 52. Mis compañeros consideran que trato bien a todo tipo de gente	74
Total.....	74
9.18. Tolerancia Por Edad	75
Tabla 53. Mis compañeros consideran que trato bien a todo tipo de gente	75
Total.....	75

Tabla 54. Considero que todas las personas tienen derecho a ser respetadas	75
Total.....	75
Tabla 55. Respeto a otros, aunque tengamos opiniones diferentes.....	75
Total.....	75
9.19 Contratación de Hipótesis.....	76
Tabla 56. Medidas de tendencia central.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 57: Medidas de tendencia central, Sexo.....	78
Tabla 58. Medidas de tendencia central, Institución educativa de procedencia	79
Tabla 59. Medidas de tendencia central, Edad.	¡Error! Marcador no definido.
10. Conclusiones.....	81
11. Recomendaciones.....	85
12. Referencias Bibliográficas.....	86

Resumen

La presente investigación nace en medio de la carencia de valores que se vive actualmente en el mundo laboral y la sociedad en general, pues bien, como lo han expresado otros autores este problema cada vez se hace más ingente, y es que este tema suscita gran interés social y educativo, pues ha estado presente desde los primeros niveles de educación como un contenido específico; dado lo anterior se realizó una prueba y posterior análisis a 129 estudiantes de primero y octavo semestre de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina, tomando del modelo propuesto por Mendoza y Ladrón de Guevara, lo anterior para determinar las principales causas de esta problemática y las posibles diferencias que puedan existir entre los estudiantes de primer semestre y los de octavo semestre, además de subrayar la importancia del maestro en la transmisión de valores desde su postura.

Abstract

This research is born in the midst of the lack of values currently experienced in the working world and society in general, as well as other authors have expressed this problem is becoming more huge, and this topic raises great Social and educational interest, since it has been present from the first levels of education as a specific content; According to the above, a test and subsequent analysis was carried out to 129 students of the first and eighth semester of Marketing and Advertising of Fundación Universitaria del Área Andina, taking from the model proposed by Mendoza and Ladrón de Guevara, in willing to determine the main causes of this problematic, and possible differences that may exist between the students of the first semester and those of the eighth semester, besides emphasizing the importance of the teacher in the transmission of values from his position.

Introducción

“En la antesala del nuevo milenio y en el contexto de la nueva sociedad de conocimiento, la educación se reconoce como la causa principal del progreso y de los avances que conocemos como desarrollo”. (Jaime Niño Diez, exministro de educación ,1998, p.2).

En este contexto se hace necesario una educación capaz de formar profesionales con conceptos intelectuales altos y fundamentos éticos profundos, que garanticen el progreso de una nación, que interactúe en sana convivencia con sus semejantes y el medio ambiente.

En el desarrollo de la presente investigación se busca identificar y analizar los valores y antivalores más arraigados en la población muestra que para el caso son estudiantes de primer y octavo semestre de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina, y las posibles diferencias o similitudes entre los estudiantes de ambos semestres, utilizando el método propuesto por Mendoza y Ladrón de Guevara para la aplicación de las encuestas.

El resultado servirá de guía para la implementación de nuevas pautas en los contenidos éticos ofrecidos por las instituciones de educación superior, o en su defecto aquellos valores que deben ser reforzados en los planes de académicos.

Así mismo se pretende resaltar el rol del docente y la precepción que tiene el estudiante del mismo; todo lo anterior se hace importante para la construcción de una mejor sociedad, con niveles bajos de corrupción y mayores y mejes oportunidades para todos.

1.Descripción Del Problema

La universidad es uno de los últimos eslabones del cual un estudiante toma insumos para fundamentar, construir y/o afianzar sus valores con respecto a las cosas y personas (Martínez et al, 2013).

El mejoramiento continuo de los seres humanos es un requisito que le permite responder a un medio ambiente cambiante, en palabras de García, León, Álvarez y Cardoso (2003:6) “la aceptación de crisis de valores en nuestra sociedad debe comprenderse por el hecho de que aun cuando en la sociedad una parte de las personas son portadoras de valores positivos, se aprecia que en un número por encima de lo normal, sus actitudes no se corresponden con los valores humanos que la esencia de nuestro sistema social propugna”.

Los casos de corrupción que han ocurrido en el entorno político, a nivel nacional e internacional, brindan una nueva imagen de lo que, en la actualidad, se entiende por “democracia”. Aún más grave es la violencia, que cada vez se hace evidente, en nuestra sociedad como por ejemplo los disturbios ocurridos últimamente en algunas ciudades europeas, americanas e inglesas o los recientes casos de corrupción ocurridos en nuestro país, son el reflejo de una sociedad carente de valores. Es notorio el “colapso moral”. Indudablemente, la crisis económica global y la crisis interna por la que pasa nuestro país está asociada a una crisis moral global (Merma, 2012).

La pérdida de valores en la sociedad se ha ido acentuando gradualmente con el paso de los años, en la actualidad es una realidad latente que se observa con preocupación, todos aquellos valores que favorecen las relaciones humanas han perdido protagonismo,

comportamientos antisociales son pertinaces en nuestra sociedad, adoptados como un patrón común.

Los valores nos definen como persona, el seno de la familia es de vital importancia para el desarrollo de los mismos en cada individuo, transmitidos a través de enseñanzas, actitudes y ejemplos, sin embargo, el ritmo actual de la vida ha deteriorado esta fuente de valores, los padres ya no asumen compromisos con sus hijos, lo que constituye un acto de irresponsabilidad con la sociedad, la tecnología y los medios de comunicación ocupan el mayor tiempo de los niños y adolescentes.

La educación que supone una alternativa para minimizar esta preocupante situación, promovía con el **decreto 230 de 2002 (artículo 9º)** la mediocridad desde los primeros grados de formación, limitando al docente a ejercer su criterio para determinar que estudiante está apto para el siguiente grado, esto con el fin de reducir los índices de repitencia y deserción, según el Ministerio de Educación, (Con el decreto 3055 de 2002, se modifica dicho artículo).

Recientemente hubo suspensión de labores por parte de los docentes en todo el país, marchas reclamando al gobierno mejores condiciones para ejercer su profesión y nivelación de salarios, el detonante principal fue la declaración del estado manifestando no tener recursos para este sector, casos como este se presentan frecuentemente en sectores como la salud, el transporte, entre otros, sin embargo si hay recursos para otros propósitos, como es el caso del aumento de salario de los congresistas, esto solo nos permite tener una mirada del desequilibrio y descuido en el que se encuentra el sector educativo, aunque gran parte de la comunidad apoyo dicho paro, otra parte significativa solo les interesaba no tener más a sus hijos en casa, lo que se puede traducir que las aulas de clases se han convertido en guarderías, más que en centros de formación de conocimiento, cultura y valores.

Hemos llegado a tal grado de deterioro social, que han tenido que implementar códigos de conducta multables, con el fin de lograr una sana convivencia en la comunidad en general, medidas que afectan sus finanzas personales si incurre en alguna infracción del código, conductas que, por ética, se entiende no se deben practicar, sin embargo, normas como estas salen porque el respeto hacia el prójimo se ha perdido. La crisis moral implica la carencia de valores tanto personales como ciudadanos, que afectan, significativamente, al desarrollo del individuo y a la convivencia social, Merma, Peiró y Gavilán (2013).

Se pretende resaltar la educación superior como fuente de valores relevantes, con formación de profesionales integrales de gran aporte a la sociedad, mejores ciudadanos que ayuden a construir justicia y equidad, rescatando la esencia del ser humano, dejando de jugar ajedrez, donde la gran mayoría del pueblo son los peones.

Se trata de hallar el equilibrio entre la libertad y los deberes que como hombres tenemos con nuestro entorno. En un país donde se está buscando la paz, necesitamos alejarnos de los antivalores que por tantos años han predominado en nuestra sociedad (corrupción, abuso del poder) y regresar a la transparencia y la confianza al gobierno; como esta descrito en el plan nacional de desarrollo para el periodo 2014-2018 el círculo virtuoso paz, equidad y educación, se traducen en reducción de brechas en las diferencias socio-económicas, mayor cobertura y calidad en la educación, fuerza laboral calificada sin grandes diferencias de ingresos y ciudadanos que resuelven sus conflictos sin recurrir a la violencia.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

- Determinar el perfil jerarquizado de valores y antivalores organizacionales de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina seccional Pereira, a partir del modelo propuesto por Mendoza, Ladrón de Guevara y Martínez (2008).

2.2 Objetivos específicos

- Evaluar si se presentan diferencias significativas entre los estudiantes de primero y octavo semestre del programa de Mercadeo y Publicidad en relación con el perfil de los valores y antivalores organizacionales identificado. Determinar cuáles son las principales variables que intervienen en las diferentes posturas de los estudiantes respecto a la apropiación de los valores y antivalores.
- Analizar si existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la institución educativa donde se obtuvo el título de bachiller.
- Evaluar si existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la región de procedencia.
- Establecer si existen diferencias significativas en relación con los valores que expresan los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto al género de cada individuo.

3. Preguntas De Investigación

3.1 Pregunta Principal

¿Existe un perfil jerarquizado de valores y antivalores organizacionales en los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina seccional Pereira?

3.2 Preguntas secundarias

- ¿Existen diferencias significativas entre los estudiantes de primero y octavo semestre del programa de Mercadeo y Publicidad en relación con el perfil de los valores y antivalores organizacionales identificado?
- ¿Existen diferencias significativas entre los estudiantes de primero y octavo semestre del programa de Mercadeo y Publicidad en relación con el perfil de los valores y antivalores organizacionales identificado?
- ¿Existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la institución educativa donde se obtuvo el título de bachiller?
- ¿Existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la región de procedencia?
- ¿Existen diferencias significativas en relación con los valores que expresan los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto al género de cada individuo?

4. Justificación

Los tiempos presentes promueven cambios constantes en todos los ámbitos: económico, social, productivo, etc., y la educación no ha sido ajena a estos procesos. Estos cambios han estado enfocados a promover en las instituciones de educación superior modelos educativos que propenden por la formación integral de los individuos, teniendo como uno de sus ejes centrales la formación en valores.

Esta formación integral tiene como objetivo fundamental que los individuos que se gradúan de sus aulas sean ciudadanos con altos niveles de conocimiento en su quehacer, pero igualmente que sean personas con altos niveles de moralidad y de ética, que ayuden a la construcción de sociedades más justas y equitativas.

Lo anterior muestra la importancia del tema de investigación, si tenemos en cuenta la gran crisis de valores que se presenta en la actualidad, siendo más visibles este problema en los profesionales que egresan de las instituciones de educación superior.

Así mismo, los resultados que arroje la presente investigación podrán ser utilizados como referentes para una posible implementación en procesos que redefinan los contenidos éticos de los diferentes programas ofrecidos por las IES.

Igualmente, los resultados se podrán utilizar como indicadores que muestren cuáles son los valores que se deben reforzar en los planes de estudio y cuáles deben ser implementados para su aplicación.

5. Delimitación de la investigación.

5.1 Delimitación espacial

La investigación se desarrollará en la Fundación Universitaria del Área Andina seccional Pereira con los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad.

5.2 Delimitación Temporal

La investigación analizará los valores y antivalores que tienen los estudiantes de primero y octavo semestre del programa de Mercadeo Y publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina Seccional Pereira en el primer semestre del año 2017.

Delimitación Teórica

La investigación se centrará en el análisis de los valores y antivalores de acuerdo al modelo propuesto por Mendoza, Ladrón de Guevara y Martínez (2008).

6. Hipótesis

6.1 Hipótesis general.

Hi: En el perfil jerarquizado de valores y antivalores organizacionales de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina seccional Pereira, prevalecen los antivalores sobre los valores organizacionales.

6.2 Hipótesis específicas.

H1: No existen diferencias significativas entre los estudiantes de primero y octavo semestre del programa de Mercadeo y Publicidad en relación con el perfil de los valores y antivalores organizacionales identificado.

H2: No existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la institución educativa donde se obtuvo el título de bachiller.

H3: No existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la región de procedencia.

H4: No existen diferencias significativas en relación con los valores que expresan los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto al género de cada individuo.

7. Marco Referencial

Con el fin de presentar un contexto del marco donde se llevará a cabo la investigación, se presenta a continuación un abreviado descripción de la Fundación Universitaria del Área Andina y del programa de Mercadeo y Publicidad.

Fundación Universitaria del Área Andina

Naturaleza

La Fundación Universitaria del Área Andina es una entidad de derecho privado, de utilidad común y sin ánimo de lucro, dotada de Personería Jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, sometida a la Constitución Política y leyes de Colombia.

Misión

Contribuir al desarrollo sostenible con calidad y pertinencia mediante la apropiación, aplicación y transferencia de conocimiento y la formación integral y permanente de personas, desde un enfoque humanista, y de pensamiento crítico y reflexivo.

Visión

AREANDINA será una Institución de Educación Superior, con impacto en las regiones de Colombia, reconocida nacionalmente por su contribución a la transformación social.

Valores

* **Excelencia:** Buscamos proactivamente alcanzar las más altas calidades en nuestro quehacer tanto individual como colectivo, con sentimientos que nos inspiran para

ser mejores y desear con vehemencia convertirnos en personas disciplinadas, cultas, éticas y sobresalientes.

* **Respeto:** Reconocemos y garantizamos los derechos y deberes individuales y colectivos. Aceptamos y valoramos complacidos el derecho a ser diferentes, para favorecer un ambiente de sana convivencia, pluralidad y tolerancia.

* **Responsabilidad:** A nivel individual, colectivo e institucional, estamos comprometidos con la sociedad en dar cumplimiento a nuestros mandatos misionales. Reflexionamos, orientamos, valoramos y asumimos las consecuencias de nuestros actos, para afrontarlas de manera propositiva e integral.

* **Liderazgo:** Influidos proactiva y positivamente en las personas para fortalecer el desarrollo de una concepción humanista del ser humano, para formar integralmente personas con sensibilidad social, capaces de ver más allá de lo evidente y de analizar las causas y consecuencias de lo que les rodea, que piensan y actúan en pro del bienestar de la sociedad y están comprometidos con la mejora de su entorno.

* **Transparencia:** Actuamos con honradez, visibilidad e integridad para garantizar procesos de confianza, seguridad y respaldo.

* **Solidaridad:** Hacemos nuestras las necesidades, los intereses y las expectativas de la comunidad interna y externa, con prácticas socialmente responsables, grupales e institucionales para el bienestar colectivo. Entendemos y valoramos que el ser humano es social por naturaleza y como tal debe desarrollarse en interacción con otros seres humanos.

* **Servicio:** Generamos procesos creativos con calidad y valor agregado diferenciado, para impactar positivamente y contribuir al desarrollo de nuestros grupos sociales objetivo.

* **Identidad:** En todas nuestras actuaciones estamos comprometidos con el Pensamiento Fundacional, siempre velando por dejar en alto el nombre de la Fundación Universitaria del Área Andina y tomando como propios los valores y los propósitos estratégicos institucionales, llevando a cabo todas nuestras acciones con orgullo y pasión.

* **Felicidad:** Promovemos y facilitamos conductas y comportamientos que inspiran sentimientos de alegría, de amor y de esperanza en un futuro siempre mejor.

* **Efectividad:** Trabajamos equilibradamente con eficiencia y eficacia, haciendo la mejor utilización de los recursos en todas nuestras actuaciones y asegurando el logro de los propósitos institucionales, con criterios de sostenibilidad.

Principios

La Fundación Universitaria del Área Andina hace suyos los principios constitucionales y legales vigentes sobre Educación Superior y participa de los siguientes principios institucionales.

- La Fundación será orientada por personas de su propio seno y en función del desarrollo nacional.
- Desarrollará en el estudiante una conciencia clara de la ciencia y la tecnología, de los problemas nacionales y de su responsabilidad ante ellos.
- Propiciará la formación integral del hombre y el desarrollo de su personalidad.

- Examinará y revisará permanentemente sus programas de formación, investigación, docencia, extensión y servicios para asegurar sus objetivos y ajustarlos al progreso de la ciencia.
- Desarrollará la capacidad de investigación científica y tecnológica, propenderá por la formación de investigadores dentro de sus estamentos docentes y estudiantiles, con el fin de generar y renovar el conocimiento y contribuir a los procesos de transformación y desarrollo del país, asimilar y crear cultura.
- Estará abierta a quienes en ejercicio de la igualdad de oportunidades y derechos demuestren poseer las capacidades académicas requeridas.

Programa de Mercadeo y Publicidad

Naturaleza

El 5 de diciembre de 2005, mediante el Acuerdo No. 024 del Consejo Directivo Seccional Pereira de la Fundación Universitaria del Área Andina, se aprueba y adopta el Programa Profesional de **MERCADEO Y PUBLICIDAD**, iniciando su funcionamiento mediante la Resolución No. 2767 del 2003 y el Acuerdo No.18 del 26 de julio del 2005. Obtuvo Registro Calificado a la luz del Decreto 2566 del 2003 y específicamente por la Resolución 960 del 22 de febrero de 2008 otorgada por el Ministerio de Educación Nacional por un período de siete (7) años.

Visión

Al año 2016, el Programa de Mercadeo y Publicidad se propone liderar la formación de profesionales acreditados nacional e internacionalmente por sus competencias académicos,

investigativas, estratégicas, y de proyección social; respondiendo a las demandas de la sociedad y del conocimiento en un contexto global.

Misión

Formación integral de Profesionales en Mercadeo y Publicidad desde la perspectiva estratégica, creativa, investigativa, emprendedora, humanística y social con las competencias necesarias para un desempeño exitoso.

Principios

El Programa de Mercadeo y Publicidad en consecuencia con los principios institucionales:

- Apropia y cultiva el conocimiento como espacio para la reflexión y el trabajo interdisciplinario.
- Realiza sus propósitos en un contexto de universidad, libertad, tolerancia, pluralidad y emprendimiento.
- Integra el estudio y expresión del ser humano en sus múltiples dimensiones y realizaciones, como elemento constructivo del currículo integral de la vida académica.
- Promueve la calidad, entendida como la coherencia entre el pensamiento y la praxis institucional y la satisfacción de las necesidades y expectativas de su entorno.
- Orienta sus procesos formativos hacia la búsqueda de alternativas para la solución de problemas prioritarios del contexto social con creatividad y objetividad.
- Basa su acción educativa en una comunicación permanente e integrada con la comunidad regional, nacional e internacional.

Propósitos de formación del programa

El programa de Mercadeo y Publicidad está comprometido en brindar una educación integral, que cobije no solo el Saber-Saber, sino también el Saber Hacer y el Saber Ser, con el fin de entregar profesionales con espíritu empresarial, estrategas y creativos, con competencias específicas en investigación de mercados, planes de negocio y de mercadeo, estudios del consumidor y estrategias comunicativas publicitarias; con un pensamiento flexible y con una visión empresarial que impulsa el desarrollo y crecimiento del país encaminados hacia una proyección global. En consecuencia, el Programa plantea los siguientes propósitos:

De formación

Formar y actualizar personas en los ámbitos profesionales y humanísticos, capaces de administrar su propio desarrollo para participar activamente en el contexto global, mediante su desempeño como profesionales de Mercadeo y Publicidad en escenarios locales, regionales, nacionales e internacionales.

De orientación

Formar personas con visión integral del contexto, para propiciar el crecimiento de su personalidad y participar en la construcción de la sociedad.

De desarrollo

Fomentar en la comunidad académica la responsabilidad social bajo principios de igualdad de oportunidades.

De actualización

Actualizar permanentemente los procesos académicos de acuerdo con las demandas del entorno y el desarrollo normativo, científico y tecnológico.

De investigación

Generar y desarrollar investigación básica encaminada a profundizar y enriquecer los desarrollos teóricos de las disciplinas, y la investigación aplicada, dirigida a interpretar la realidad y a buscar soluciones que respondan a la problemática, a las necesidades de la sociedad y contribuir a la creación de cultura y conocimiento.

De servicio a la comunidad

Proyectar sus competencias a la comunidad a través de procesos científicos, tecnológicos y educativos, que permitan el intercambio de experiencias y la contribución a la solución de los problemas del entorno.

De estrategia educativa

Desarrollar competencias en el estudiante que le permitan asimilar realidades de los contextos nacionales e internacionales, comprender culturas, apoyar la actualización de conocimientos, contribuir al interés por la ciencia y la tecnología y, la generación y consolidación de valores en los procesos de formación para el desarrollo del país.

De pertinencia y equidad

Prestar un servicio educativo pertinente con equidad y rigor académico en su propuesta educativa, respondiendo siempre a las necesidades, intereses y aspiraciones de la sociedad.

De autonomía académica

Promover la libertad de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra.

De funcionamiento

Fortalecer la cultura organizacional, de manera que todo el personal docente y administrativo del Programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina Seccional Pereira propenda por el desarrollo y sostenibilidad del Proyecto Educativo Institucional y del Proyecto Educativo del Programa.

Políticas

El programa de Mercadeo y Publicidad, empeñado en contribuir a la formación y el desarrollo integral de los profesionales y con base en los lineamientos institucionales, ha diseñado políticas que garantizan el logro del objetivo.

Política de formación integral

Autonomía para formar seres éticos y profesionales en Mercadeo y Publicidad capaces de tomar decisiones que impacten positivamente los diferentes grupos sociales de interés, a través del diseño, ejecución y asesoramiento de estudios de mercado; y la creación, establecimiento y mantenimiento de estrategias, facilitando el desarrollo de las facultades mentales, intelectuales, artísticas, creativas e innovadoras que fortalezcan el proceso de socialización del estudiante bajo un pensamiento crítico, enmarcado en los valores de justicia y solidaridad, sin los cuales no es viable la vida en sociedad.

Política de desarrollo académico

Consolidación, revisión y actualización permanente de la propuesta curricular que garantice su integralidad, flexibilidad, relevancia académica y social; de esta manera se

generan competencias personales, interpersonales y del quehacer desde un pensamiento reflexivo y crítico.

Política de desarrollo de la docencia

Orientación de la docencia hacia un desarrollo de las competencias pedagógicas y profesionales, privilegiando las requeridas por el estudiante de Mercadeo y Publicidad, a través de la innovación y aplicación de metodologías y técnicas de enseñanza– aprendizaje, logrando así, que el estudiante se reconozca como líder de su propio proceso de formación.

Política de bienestar

Implementación de programas que contribuyan al desarrollo armónico del ser humano, estimulando permanentemente el bienestar de toda la comunidad, garantizando la comunicación a través de un mismo lenguaje, con este propósito se fortalecen espacios informativos, participativos y de opinión en torno a la concepción y las políticas institucionales.

Política de proyección social

Generación de proyectos empresariales y comunitarios que contribuyan a la solución de las problemáticas del entorno, de manera que el estudiante esté sensibilizado y comprometido con el contexto social y ambiental, formando en este sentido ciudadanos responsables y capaces de aceptar y de adaptarse a los continuos cambios.

Política de investigación

La investigación en el programa de Mercadeo y Publicidad se encamina a la generación de conocimientos que permiten la comprensión y la solución de problemas en los contextos socio-económicos. Los resultados de los procesos de investigación sirven a las

autoridades organizacionales, locales y nacionales, para el diseño y ejecución de planes y proyectos en las empresas, y de su área de influencia.

7.1 Marco Teórico

7.1.1 Antecedentes

El tema de los valores ha tomado mayor relevancia en los últimos tiempos considerando la ausencia de los mismos en la sociedad, son cada vez más los autores que dedican sus investigaciones a este respecto, es abordado especialmente desde el punto de vista de la educación superior, dado la crisis de valores que presentan los profesionales que están ejerciendo altos mandos en gobierno y empresas del sector público y privado.

Merma, Peiro y Gavilán (2013) exponen un punto de vista importante, las cifras del desempleo, el déficit en la economía, el sistema de salud, el educativo, entre otras problemáticas relevantes en la comunidad, argumenta que son observadas desde el factor económico, pero no se mira el problema moral que hay implícito en todas ellas.

Los valores se configuran como guías en la vida de las personas, tal como cita Omaira Martínez M., José G. Ruiz e Ignacio A. Mendoza, (2013), sin embargo, la presencia de antivalores cada vez es mayor, dado que cada valor tiene su antivalor, la brecha entre ambos cada vez es más delgada, por lo que se ha pretendido con dichos estudios, según los mismos, el reforzar el contenido ético que se debe imprimir en la educación académica.

Desde el punto de vista de la axiología los valores están vinculados a la capacidad de cada individuo para emitir juicio sobre cada objeto o situación, haciendo uso de su libre albedrío, es por ello que la jerarquía valorativa cambia de acuerdo al contexto, Gladys Merma M. Salvador Peiró i G., Diego Gavilán M. (2013); cabe mencionar que existen valores

universales aceptados por la sociedad y que en su gran mayoría son inculcados en el seno de la familia, que constituye la mayor fuente de valores, dado el agitado ritmo de la vida actual, la integración de la mujer en el mundo laboral, la debilidad de los matrimonios, el aumento de los divorcios, se ha provocado una ruptura importante en la transmisión de estos valores que son la columna vertebral de todo ser humano, generando una mayor dependencia de la institución escolar, como se ha mencionado anteriormente.

La Dra. Luzcarin Molina; Dra. Siulbel Pérez Pellín; Msc. Auxifrantys Suárez; Pbro. William A. Rodríguez G (2008), hacen referencia a la tecnología y la globalización que han tenido impacto sobre el sector educativo, que se constituye como una herramienta útil para el desarrollo de los conocimientos y el proceso de aprendizaje, sin embargo, estos mismos hacen hincapié en la falta de capacidad para asimilar dichos cambios, generando un colapso educativo que hoy nos tiene envueltos en tan desolada realidad. Sin embargo, bien utilizada, la tecnología nos propone una evolución en los procesos de aprendizaje-enseñanza, estar a la vanguardia con lo que propone el entorno actual, esta nos facilita de una forma práctica y cómoda la manera de transmitir el conocimiento y tener una interacción constante con el alumno aun fuera del aula.

Si bien el docente puede ser una fuente inspiradora de valores éticos y morales a seguir, como lo revela Contreras & Lagunes (2011) en su estudio realizado en dos instituciones educativas en México, donde el 76% de los encuestados manifiestan tener aprecio por el trabajo del docente; Paulo Freire propone un modelo de enseñanza horizontal, una educación donde el maestro también aprende del alumno y estar al tanto con el entorno y las necesidades del mismo, se basa en una relación de respeto donde con el comportamiento

se garantiza un aprendizaje en el otro, si el docente actúa de una manera inadecuada el estudiante absorberá estas actitudes que no generan un aprendizaje, Olivera y Orellana (2005).

Imprimir en cada educando la pasión por su profesión, el respeto a la sociedad, vincular la conciencia en la expresión de los valores que conlleve a profesionales a la coherencia entre su pensar y actuar, hallando el equilibrio entre la libertad y el respeto hacia los derechos de cada individuo, y muchos más valores que van de la mano con el aprendizaje catedrático y moral que puede ser transmitido y reforzado a través del docente; lo anterior ayuda a la formación de mejores ciudadanos que contribuyan a construir sociedad, en medio de todos los cambios que está sufriendo el país.

En otras palabras, como afirma Martínez et al (2013), la universidad es uno de los últimos eslabones del cual un estudiante toma insumos para fundamentar, construir y/o afianzar sus valores con respecto a las cosas y personas, la conducta del educador debe estar inclinada no solo a transmitir información, sino a inspirar a través de su vocación, en este sentido se da pie al desarrollo de la presente investigación.

7.1.2 Desarrollo Teórico

Tal vez uno de los temas más difíciles o complicados de abordar por los investigadores es aquel que tiene que ver con el desarrollo del ser humano y sus valores. El mundo de los valores es amplio, complejo y en permanente transformación. Cada época trae consigo el nacimiento de nuevos valores, o simplemente, los viejos valores cambian de nombre, en el contexto actual, en medio de los cambios que está presentando el país, se inclina a una sociedad incluyente, en dos sentidos, adaptando los espacios y nuestra conducta frente a las

personas en condición de discapacidad física o mental y por otro lado reinsertando a la población civil a aquellos actores del conflicto armado.

El docente debe estar en constante capacitación y actualización de sus conocimientos, debe propiciar métodos y ambientes de aprendizaje adecuados, si el estudiante no aprende con el método utilizado, estos deben modificarse a la manera que el estudiante aprenda, lo anterior representa el respeto que el docente tiene frente a los educandos, de lo contrario puede interpretarse como un irrespeto la falta de pedagogía y de preparación; la docencia actual se enfrente a nuevos retos que le está impartiendo la sociedad, retomando el tema de una sociedad incluyente, es ardua la labor del educado a lo que respecta el Bullying o violencia escolar, aunque la mayoría de los casos se presenta en colegios y escuelas, la universidad no está exenta a dicha problemática, el termino viene de la palabra Bull en ingles que traducida es toro, y esa asociada a este animal en el sentido de pasar por sobre otro u otro sin contemplaciones, Olweus (1978), la intervención en estos casos no es solo del maestros, sino de la comunidad educativa en general.

Contreras Ruiz y Laqunes (2011), mencionan que la educación es transescolar, dado que debe contribuir a todos los ámbitos de la vida, no solo limitado al periodo escolar, si bien el ser humano está siempre en libertad de escoger cuales son los valores que deben guiar su vida, así mismo les dará la importancia relativa de acuerdo a su forma de ser y de pensar. Pero por muchos cambios que se presenten con el correr de los tiempos, existen ciertos valores que no cambian y que se conservan de generación en generación, siempre y en todas partes. Valores universales, que esperaríamos ver en cualquier persona.

Concepto de valor

La palabra valor viene del latín valor, valere (fuerza, salud, estar sano, estar fuerte). Cuando decimos que algo tiene valor afirmamos que es bueno, digno de aprecio y estimación. En el campo de la ética y la moral los valores son cualidades que podemos encontrar en el mundo que nos rodea. En un paisaje, por ejemplo (un paisaje hermoso), en una persona (una persona solidaria), en una sociedad (una sociedad tolerante), en un sistema político (un sistema político justo) y así sucesivamente (El libro de los valores, 2002).

Para Marín (1990), Valor es toda perfección, real o ideal, existente o posible, que rompe nuestra indiferencia y provoca nuestra estimación, porque responde a nuestras tendencia o necesidades. De otra parte, Frondizi (1958), establece que los valores son una cualidad que surge de la reacción de un sujeto frente a las propiedades que se hallan en un objeto. Para Garzón y Garcés (1989), los valores son la dimensión prescriptiva que toda presentación cognitiva lleva implícita y que el individuo utiliza cotidianamente como marco de referencia de su interacción con los demás. En esta misma línea, Quintana (1998), define valor como una cualidad abstracta y secundaria de un objeto consistente en que, al satisfacer la necesidad de un sujeto, suscita en éste un interés (o una aversión) por dicho objeto; los valores son intangibles, solo pueden ser observados a través de la conducta de cada individuo, Martínez, Ruiz y Mendoza (2013) mencionan que deben tener capacidad autoreguladora, auto reflexiva y auto crítica, lo que se traduce en seres tolerantes, responsables y respetuosos.

Rokeach (1979), los defines como una creencia duradera de que un específico modo de conducta o un estado final de existencia es personal o socialmente preferible a otro modo de conducta o estado final de existencia opuesto o contradictorio. Por último, Gervilla (1998),

nos define valor como una cualidad real o ideal, deseada o deseable por su bondad, cuya fuerza estimativa orienta la vida humana.

Carbajal Benítez en su texto hace referencia a López Camarena (1997) quien argumenta que el dinero es el valor general y absoluto de todas las cosas, a este tal vez se le puede atribuir la ausencia de valores en la sociedad.

En el contexto de la educación superior, el docente debe transmitir la información con pensamiento axiológico al educando, en tres niveles como lo plantea Tierno (1992,1993,1996) cognitivo, sentimientos y afectos y acciones o comportamiento, por tanto que el graduado sepa combinar el aspecto social, económico y personal; las IES a través de los años han manifestado su compromiso con la sociedad, reconociendo la importancia de los valores para entregar profesionales integrales, lo anterior se manifiesta en los códigos ético profesionales, aplicados no solo a carreras tales como medicina y contaduría, sino a todas las vigentes hoy.

Al igual que el presente documento, los códigos éticos profesionales nacen porque a lo largo de la historia se ha evidenciado comportamientos antiéticos en los profesionales de todas las ramas en general, más allá de las competencias técnicas de cada profesión, el código busca un adecuado desempeño profesional, este abarca las normas y/o patrones de conductas que debe seguir el graduado en el ejercicio de su profesión, ya que cada profesión implica una gran responsabilidad dentro de la sociedad, en su quehacer cotidiano está enfrentado a determinadas situaciones que pueden poner en tela de juicio su moral y profesionalismo. Según la historia, Hipócrates a quien se le reconoce como el padre de la medicina, fue quien involucro la ética en la actividad profesional, a través del juramento que lleva su mismo

nombre, pues este ha servido de modelo para establecer el código ético de las diferentes profesiones.

Características de los valores

- **Deseados por su bondad.** La propia idea de valor ya indica que es capaz de suscitar una apetencia o un deseo en el sujeto
- **Orientadores de la vida humana.** Todo valor va acompañado de un «deber ser» orientativo que, por su idealidad, nunca es totalmente alcanzado. Los valores son exigentes y ejercen una presión sobre la voluntad y la libertad de las personas.
- **Son bipolares.** Todo valor tiene un antivalor. Así, por ejemplo, al agrado se opone el desagrado, la riqueza a la pobreza, el bien al mal, la justicia a la injusticia.
- **Categorización.** Los valores, por su pluralidad, admiten ser clasificados y ordenados desde diferentes puntos de referencia.
- **Jerarquización.** Todos los valores valen, pero no todos valen lo mismo ni son siempre compatibles entre sí.
- **Infinitud.** Los valores nunca se alcanzan en su totalidad y por ello la posesión del valor siempre nos deja positivamente insatisfechos.
- **Carácter relacional.** Tal y como plantea el objetivismo axiológico, el valor es y vale en sí mismo, pero no es ni vale por sí mismo, sino en relación a un sujeto que evalúa y valora.

Tipos de valores

Debido a la riqueza y variedad que se presenta en cuanto al análisis del sistema de valores, muchos autores han realizado gran diversidad de clasificaciones, cada una de ellas basadas en una sus propios criterios. Una de las clasificaciones más conocidas es la que ofrece Max Scheler en su obra *Ética* (1942). A partir de estos criterios, Scheler establece una clasificación jerárquica de los valores, desde los inferiores a los superiores:

Valores sensibles: lo agradable y lo desagradable. Se corresponden con los estados afectivos del placer y del dolor.

Valores vitales: son modalidades del sentimiento vital y no pueden confundirse con los estados afectivos. Son la salud, la enfermedad, vida, muerte, etcétera.

Valores espirituales: dentro de éstos cabe distinguir, de menor a mayor rango, los valores estéticos (belleza, perfección), los éticos (lo justo e injusto) y los del conocimiento puro de la verdad, entendido en sentido filosófico. • Valores religiosos: lo sagrado y lo profano, que son irreductibles a los espirituales y que se nos ofrecen como absolutos. Este autor no incluye en su clasificación los valores morales ya que considera que éstos no constituyen una clase peculiar de valores, sino que la conducta moralmente adecuada consiste en realizar los demás valores de una manera correcta.

Ortega y Gasset (1991), establece una clasificación basada en Scheler, con la diferencia que este último incluye los valores morales. La clasificación de Ortega es la siguiente:

- **Sensibles:** placer/dolor; alegría/pena.
- **Útiles:** capacidad/incapacidad; eficacia/ineficacia.
- **Vitales:** salud/enfermedad; fortaleza/debilidad.
- **Estéticos:** bello/feo; elegante/inelegante; armonioso/caótico.
- **Intelectuales:** verdad/falsedad; conocimiento/error.
- **Morales:** justicia/injusticia; libertad/esclavitud; igualdad/desigualdad; honestidad/deshonestidad; solidaridad/insolidaridad; tolerancia/intolerancia.
- **Religiosos:** sagrado/profano.

Esta clasificación nos permite observar que los valores morales constituyen un tipo concreto de valores dentro del conjunto general de los mismos. Es importante la apreciación, pues existe una tendencia generalizada a identificar los valores, en general, con los valores morales.

Los valores morales

Entre el conjunto de los valores existen unos que son específicamente morales, como la libertad, la justicia, la solidaridad, la honestidad, la tolerancia activa, la disponibilidad al diálogo, el respeto a la humanidad en las demás personas y en la propia. (Pérez, 2007)

Estos valores, según la profesora Adela Cortina (1996) se pueden especificar, al menos, por los siguientes factores:

- Dependemos de la libertad humana. Esto quiere decir que está en nuestra mano realizarlos o no. Cualquier otro tipo de valor, como ser feo o guapo, torpe o habilidoso, elegante o inelegante, ordenado o desastrado, etc. es algo que sólo en parte está en nuestras manos, y por lo tanto no somos enteramente responsables de poseerlos o no. Pero, por el

contrario, ser solidario o insolidario, justo o injusto, tolerante o intolerante, depende totalmente de nuestra voluntad.

- Los valores morales son exclusivamente humanos, es decir, que no pueden atribuirse ni a los animales, ni a las plantas, ni a los objetos inanimados. Cuando utilizamos expresiones como perro solidario o naturaleza bondadosa, lo hacemos por analogía con la conducta humana, pero no porque se les puedan atribuir estos valores.

- Tienen pretensión de universalidad, en el sentido de que son válidos para todo tipo de hombre. No constituyen simples rasgos del carácter o peculiaridades que unas personas tienen y otras no, sino que piden ser universalizados. La vida sin estos valores estaría falta de humanidad.

- Quien se apropia de estos valores crece en humanidad, y el que no lo hace, disminuye.

Valores en la organización

El trabajo ha sido un elemento clave en el desarrollo del ser humano, porque ha requerido organización, planificación y esfuerzo. En la actualidad, trabajar y producir de manera coordinada con otros es una necesidad crucial. De ahí el surgimiento de la organización laboral. Así como la vida social se enmarca en patrones culturales que permiten el desarrollo de las personas, las organizaciones cuentan con su cultura. Ésta debería facilitar la integración y el crecimiento de sus miembros. Su grado de solidez demuestra el grado de solidez de la organización. La cultura organizacional es la base para la identidad y el entendimiento de sus integrantes. Permite valorar y jerarquizar las diferentes situaciones que

el entorno presenta para darles respuestas adecuadas y coherentes. Proporciona capacidad para actuar de manera estratégica y eficiente (Jiménez, 2010).

Los valores en la organización son definidos a través del proceso de planeación estratégica por medio de la misión y visión, estos son el conjunto de principios, pautas por los que se rigen los colaboradores, deben ser adoptados y practicados con convicción para que tengan el impacto esperado. Para efectos del estudio se tendrá en cuenta la propuesta de Mendoza y Ladrón de Guevara, respecto a los valores y antivalores organizacionales.

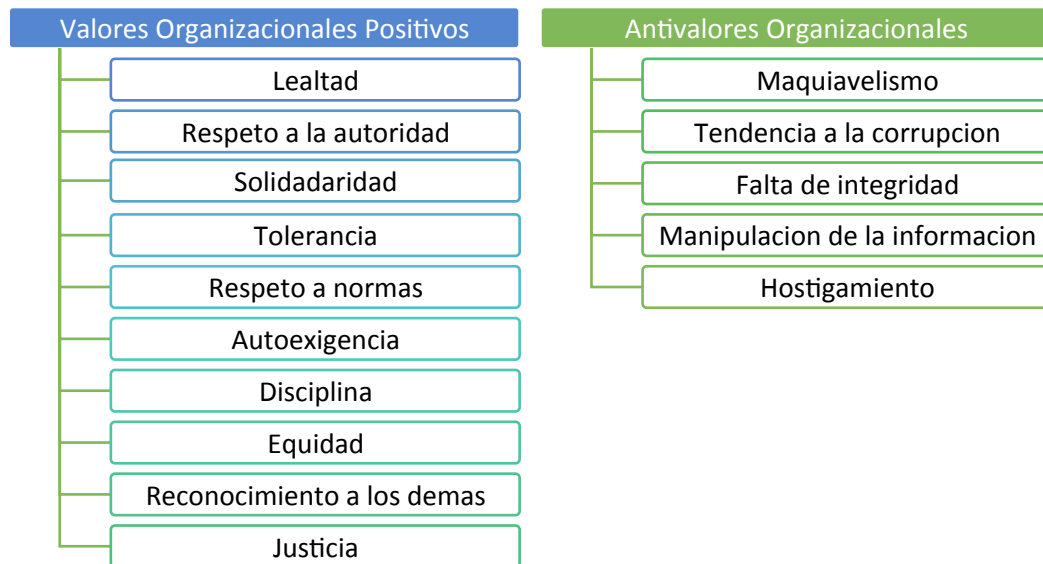


Figura 1. Modelo de valores organizacionales positivos y antivalores organizacionales.

7.2 Marco Conceptual

Las empresas han implementado dentro de sus procesos de selección, filtros que le permite al profesional de recursos humanos y/o reclutamiento, que en la mayoría de los casos son psicólogo o carreras afines, identificar rasgos específicos del candidato que aplica a la vacante, y valiéndose de pesquisas exhaustivas de información adicional pueden determinar fácilmente si la persona es apta o no para el cargo, herramientas tales como las pruebas psicotécnicas, entrevista con el psicólogo, redes sociales, entre otras, pueden arrojar información valiosas sobre la personalidad del aspirante, (nivel profesional, facilidad para trabajo en equipo, egoísmo, ausencia de determinados valores, etc.).

Estas útiles herramientas no son adoptadas la mayoría de las veces por las pequeñas y medianas empresas, lo que se puede traducir en falta de personal idóneo, lo que puede ser motivo de crecimiento lento de la compañía e incluso fracaso de la misma, muchas de estas optan por hacer las contrataciones a través de temporales que se encargan de dichos procesos.

Los futuros o actuales profesionales en su mayoría están presentes en redes sociales, estas son testigo de su actividad, no tomarse en serio estas redes, implica perder importantes oportunidades laborales, pues estas son un determinante importante a la hora de seleccionar al candidato.

A continuación, se definen cada uno de los valores y antivalores relacionados en la Figura 1.

Valores organizacionales positivos:

- ✓ **Lealtad:** Atributo de la persona para ejecutar los compromisos adquiridos o no con la empresa o personas, con fidelidad y respeto.

- ✓ **Respeto a la autoridad:** Acatar la orientación de sus superiores con el fin de obtener mejores resultados en sus objetivos laborales.

- ✓ **Solidaridad:** Apoyo incondicional dado por el sujeto con el propósito de lograr metas o intereses comunes.

- ✓ **Tolerancia:** Nivel de respeto y consideración que tiene la persona hacia las diferentes formas de pensar y actuar de los demás, aun que estas sean diferentes a las suyas.

- ✓ **Respeto a normas:** Acatar los principios y filosofía de la compañía, adoptándolas en sus prácticas cotidianas para lograr la armonía deseada por la organización.

- ✓ **Autoexigencia:** Actitud de superarse a sí mismo, de exceder sus propios límites, esforzándose para alcanzar los más altos niveles de rendimiento, sin intervenir en el comportamiento de las demás personas.

- ✓ **Disciplina:** Proceder ordenado y constante para alcanzar objetivos específicos deseados, ejecutando las ordenanzas o lineamientos de la compañía.

- ✓ **Equidad:** Cualidad de la persona para perseguir la justicia e igualdad, que todos tengan las mismas posibilidades de acceder a las oportunidades, garantizando que tengan los mismos derechos, evitando inequidades o discriminación.

- ✓ **Reconocimiento a los demás:** Capacidad de la persona para valorar y resaltar las competencias y virtudes de los demás, así mismo sus derechos.
- ✓ **Justicia:** Principio que busca obrar respaldado con la verdad, implica no perjudicar al prójimo o violar sus derechos.

Antivalores organizacionales:

- ✓ **Maquiavelismo:** Aprovechamiento de posiciones de poder para ejercer manipulación y temor sobre sus subalternos, utilizándolos como escalones para alcanzar sus metas.
- ✓ **Tendencia a la corrupción:** Realización de actos contrarios o fuera a los dispuesto por las normas, bien sea legales o institucionales, tales como fraudes, tráfico de influencias, entre otros, con el propósito de obtener beneficios particulares alejados del bien común.
- ✓ **Falta de integridad:** Comportamiento de la persona que consiste en alejarse de lo permitido para alcanzar beneficios personales, realizando actos de hipocresía al existir inconsistencia entre lo que se piensa y lo que se hace.
- ✓ **Manipulación de la información:** Alteración en los reportes, datos, formatos, que presenta el empleado, convirtiéndola en información difusa y que son relevantes para medir el desempeño de su labor, argumentando determinada posición para evadir responsabilidades que permitan una adecuada interpretación sobre la información.

- ✓ **Hostigamiento.** Conducta dirigida a perturbar a un grupo o persona específica, valiéndose del apoyo social, obtenido a través de persuasión o influencia.

7.3 Validación del instrumento de medición

La validación del instrumento "Inventario de Valores y Antivalores Organizacionales - IVAO"- se realizó mediante el Análisis Factorial y el Análisis de Componentes Principales (ACP), teniendo en cuenta que son una técnica de análisis multivariante utilizada para la reducción o transformación de datos originales en un nuevo conjunto de datos sin perder información.

Se realizó el test de KMO (Kaiser, Meyer y Olkin) que mostro la relación entre las ítems de cada variable analizada, en donde la variable justicia se muestra como la más débil de todas las analizadas, las demás muestran una relación media.

Adicionalmente se calculó el Alpha de Cronbach, que igualmente mide la fiabilidad entre los ítems analizadas, de acuerdo a este indicador la variable justicia no muestra una relación fuerte con las otras variables, para el resto se presenta una relación media al igual que con el test KMO.

Como se puede observar, existen varias categorías en donde la varianza esperada es menor al 50% y el alfa es menor a 0,7 por tal razón se descartan los ítem de cada variable que no contribuyen de manera adecuada para el análisis de la información, y se eligen los 3 mejores ítems por variable, así:

Tabla 1. Validación instrumento de medición

No.	Variable	Factor	items	Varianza Explicada	Alfa de Cronbach
1	<i>Acoso</i>	1	3	56,604	0,612
2	<i>disciplina</i>	1	3	53,386	0,559
3	<i>Honorabilidad</i>	1	3	63,259	0,701
4	<i>Justicia</i>	1	3	44,258	0,35
5	<i>Tendencia a la corrupción</i>	1	3	55,674	0,591
6	<i>Falta de integridad</i>	1	3	55,322	0,592
7	<i>Respeto a la autoridad</i>	1	3	56,885	0,602
8	<i>Solidaridad</i>	1	3	54,831	0,575
9	<i>Tolerancia</i>	1	3	58,783	0,616

Como se observa en la tabla el comportamiento de las variables mejora tanto en la varianza explicada como en la confiabilidad exceptuando en la variable justicia, en donde los resultados arrojados no podrán ser concluyentes.

8. Metodología

8.1 Universo

La población objeto de la presente investigación, está conformada por los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad, jornada diurna, de la Fundación Universitaria del Área Andina, seccional Pereira.

8.2 Población o muestra

Para la presente investigación se no se realizará muestreo aleatorio si no que se utilizara toda la población de los dos semestres objetivo, los cuales corresponde a 29 estudiantes de primer semestre y 100 estudiantes de octavo semestre, para un total de 129 estudiantes como población a analizar y a la cual se le aplicará el instrumento “Inventario de valores y antivalores organizacionales” (IVAO) (Medoza, Ladrón de Guevara, & Martínez, 2008)

Instrumentos de recolección de información

La información se recolecto mediante el Inventario de Valores y Antivalores Organizacionales (IVAO) de Mendoza y Ladrón de Guevara y Martínez, dicho instrumento ha sido avalado por varios investigadores en el país, más sin embargo se realizó una prueba piloto para determinar si existe algún tipo de inconsistencia y poder corregirla antes de la aplicación a los estudiantes.

Procesamiento y análisis de información

El procesamiento y codificación de la información se realizó mediante el software estadístico SPSS con el cual se realizó el respectivo análisis descriptivo de las variables

contenidas en el instrumento, adicionalmente se efectuaron los diferentes cruces con variables como lugar de procedencia, tipo de familia, sexo, etc., y así se profundizo más en los resultados.

9. Análisis De Resultados

9. 1. Acoso por edad

Tabla 2. Me adhiero a un grupo de personas cuando agreden a una sola persona **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	49	3	8	5	3	1	2	71
	Mujer	37	8	4	2	2	2	2	57
Total		86	11	12	7	5	3	4	128

Tabla 3. Insisto en que las personas piensen como la mayoría **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	31	10	6	13	6	3	3	72
	Mujer	27	6	6	6	4	3	5	57
Total		58	16	12	19	10	6	8	129

Tabla 4. Está bien que las personas se pongan de acuerdo para afectar a otra que les caiga mal **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	48	11	4	5	1	0	3	72
	Mujer	33	5	5	3	6	2	3	57
Total		81	16	9	8	7	2	6	129

Se analizan rangos etarios de menos de 18 a más de 31 años de edad, es preocupante que a preguntas como: “*está bien que las personas se pongan de acuerdo para afectar a otras que les caiga mal*”, se encuentra que 15 personas están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en unirse con otras personas y causar daño a terceros por el simple hecho de caer mal, si bien en cierto es habitual entablar una conversación por unos

minutos con una persona y al final llegar a la conclusión de que esa persona tiene algo que no es agradable pero no se puede explicar el motivo, se entiende que si son personas con una buena formación ética y moral este no sería motivo alguno para buscar agredir a terceros; por el contrario se encuentran 106 personas con una buena formación ética y moral dado que indican que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo.

Se encuentra que 26 personas están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en insistir que las personas piensen como la mayoría, se considera que cada individuo que forma parte de una sociedad con valores, debe respetar el pensamiento y las opiniones de aquellos que hacen parte de un entorno social, el intercambiar ideas son pilares que mueven el mundo ya que llevan a la humanidad a ir más allá de donde estamos puesto que se puede mejorar en cada uno de los aspectos donde se presentan falencias llevando la sociedad a un desarrollo continuo enfocado a la tolerancia; por el contrario 86 encuestados aceptan que las personas que rodean su entorno social piensen bajo su propio criterio, ya que consideran estar totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo, y en desacuerdo con la variable analizada.

La última variable analizada en este grupo establece que 12 personas están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en adherirse a un grupo de personas cuando agreden a una sola persona, este es un hecho que se debe analizar a profundidad dado que es un numero bastante representativo que indica que los valores como el respeto y la tolerancia se han venido degradando día a día y se interponen conductas violentas de criminalidad y corrupción, se concluye que el sistema de educación superior nacional debe fomentar el desarrollo de los valores humanos en cada uno de los programas que se ofrecen en las diferentes universidades del país; mientras que 109 personas están en total desacuerdo,

moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo, estas personas encuestadas se considera que son aquellas que desde niños tuvieron una base fundamental que es la educación fomentada hacia los valores los cuales proyectan a un visión de vida, carácter y personalidad, llevando a las personas hacer cada día más humanos.

9. 2. Acoso Por Sexo

Tabla 5. Está bien que las personas se pongan de acuerdo para afectar a otra que les caiga mal

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	13	3	1	0	0	0	0	17
	De 19 a 22 años	40	7	3	4	5	2	2	63
	De 23 a 26 años	16	5	4	2	2	0	0	29
	De 27 a 30 años	6	1	1	0	0	0	3	11
	Más de 31 años	6	0	0	2	0	0	1	9
Total		81	16	9	8	7	2	6	129

Tabla 6. Insisto en que las personas piensen como la mayoría

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	10	2	0	4	0	1	0	17
	De 19 a 22 años	25	11	7	10	4	3	3	63
	De 23 a 26 años	12	0	4	3	6	0	4	29
	De 27 a 30 años	4	3	1	1	0	2	0	11
	Más de 31 años	7	0	0	1	0	0	1	9
Total		58	16	12	19	10	6	8	129

Tabla 7. Me adhiero a un grupo de personas cuando agreden a una sola persona

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	12	1	0	2	1	0	0	16
	De 19 a 22 años	42	8	5	3	2	3	0	63
	De 23 a 26 años	18	1	6	2	1	0	1	29

De 27 a 30 años	7	1	0	0	0	0	3	11
Más de 31 años	7	0	1	0	1	0	0	9
Total	86	11	12	7	5	3	4	128

Se analizan tres variables agrupadas relacionadas con el acoso por sexo, en donde a la pregunta “*está bien que las personas se pongan de acuerdo para afectar a otra que les cae mal*”, 4 hombres y 11 mujeres indicaron estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, por ende, esta variable nos lleva a pensar que la población femenina está participando activamente de agresiones a terceros siendo esta una decisión determinante con resultados catastróficos. Por otro lado 63 hombres y 43 mujeres están en totalmente desacuerdo, moderadamente en desacuerdo, y en desacuerdo con la agresión a terceros por el simple hecho de no caer bien.

A la pregunta insisto a que las personas piensen como la mayoría 12 hombres y 12 mujeres responden que están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, pasando por alto el respeto hacia el pensamiento y las diferentes opiniones de toda una población que los rodea, mientras que 47 hombres y 39 mujeres están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en insistir para que las personas piensen como la mayoría, en conclusión son personas basadas en valores como la tolerancia y el respeto hacia las opiniones diferentes.

Por ultimo 6 hombres y 6 mujeres encuestadas responden estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo, totalmente de acuerdo en adherirse a un grupo de personas cuando agreden a una sola persona, en muchas ocasiones la sociedad solo parece preocuparse por la violencia física realizada por hombres y se está ignorando la violencia y agresiones realizadas por la sociedad femenina, violencia que al igual que la ejercida por el hombre causa daños físicos, psicológicos y es supremamente dañina para una sociedad que busca salir de la

guerra. Por otro lado, se presentan 60 hombres y 49 mujeres que indican estar totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en hacer parte de agresiones a terceros.

9.3. Disciplina Por Sexo

		Tabla 8. Cuando comienzo algo continúo hasta terminarlo						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	1	3	2	14	14	15	23	72
	Mujer	1	4	1	7	13	15	16	57
Total		2	7	3	21	27	30	39	129

		Tabla 9. Busco ser el mejor cuando llevo a cabo mis actividades						Total	
		Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo		
Sexo	Hombre	1	1	2	17	21	30	72	
	Mujer	2	0	4	8	18	24	56	
Total		3	1	6	25	39	54	128	

		Tabla 10. Soy disciplinado para terminar mis tareas cuando me lo propongo						Total	
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo		
Sexo	Hombre	0	2	12	17	9	32	72	
	Mujer	1	3	3	9	15	25	56	
Total		1	5	15	26	24	57	128	

Se analizan 3 variables agrupadas en donde a la pregunta “*Cuando comienzo algo continuo hasta terminarlo*”, 52 hombres y 44 mujeres respondieron que estaban de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo con la pregunta realizada, lo que indica que un total de 96 personas son responsables y constantes con sus labores. Mientras que por el contrario 6 hombres y 6 mujeres están totalmente en desacuerdo, moderadamente en

desacuerdo y en desacuerdo en terminar una actividad luego de haberla iniciado, en conclusión, son personas poco responsables y constantes con sus labores.

68 hombres y 50 mujeres indican que buscan ser los mejores cuando llevan a cabo sus actividades, es decir, que son personas responsables, competitivas y comprometidas con su crecimiento personal, mientras que 4 hombres y 6 mujeres responden estar moderadamente en desacuerdo, en desacuerdo y ni en acuerdo ni en desacuerdo con querer ser mejores en las actividades que realizan, por ende son personas que no se comprometen por alcanzar un crecimiento personal y no son responsables con las actividades en las cuales se comprometen.

Por último se encuentra la variable *“soy disciplinado para terminar mis tareas cuando me lo propongo”*: 52 hombres y 49 mujeres indican estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en terminar las tareas que le son asignadas, se puede llegar a determinar que estas personas pueden lograr sus metas y propósitos fácilmente puesto que el valor de la responsabilidad es su principal virtud, pero también se encuentran 14 hombres y 7 mujeres que respondieron estar totalmente en desacuerdo, en desacuerdo y ni en acuerdo ni en desacuerdo con ser disciplinados para terminar las tareas asignadas, si bien en cierto que hay actividades que son más difíciles para concluir que otras se debe ser responsable y contar con mucha motivación para mejorar la productividad y culminar todo aquello que se empieza.

9.4. Disciplina Por Edad.

Tabla 11. Soy disciplinado para terminar mis tareas cuando me lo propongo **Total**

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	0	1	3	1	5	6	16
	De 19 a 22 años	0	3	10	14	9	27	63
	De 23 a 26 años	1	1	1	10	4	12	29
	De 27 a 30 años	0	0	1	0	4	6	11
	Más de 31 años	0	0	0	1	2	6	9
Total		1	5	15	26	24	57	128

Tabla 12. Busco ser el mejor cuando llevo a cabo mis actividades **Total**

		Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	1	1	0	1	5	8	16
	De 19 a 22 años	1	0	6	15	19	22	63
	De 23 a 26 años	1	0	0	8	7	13	29
	De 27 a 30 años	0	0	0	0	5	6	11
	Más de 31 años	0	0	0	1	3	5	9
Total		3	1	6	25	39	54	128

Tabla 13. Cuando comienzo algo continúo hasta terminarlo **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	0	3	1	2	3	5	3	17
	De 19 a 22 años	2	2	0	10	13	14	22	63
	De 23 a 26 años	0	2	0	7	9	4	7	29
	De 27 a 30 años	0	0	1	2	1	3	4	11
	Más de 31 años	0	0	1	0	1	4	3	9
Total		2	7	3	21	27	30	39	129

Se analizan edades de menos de 18 años a más de 31 años, en donde a la pregunta soy disciplinado para terminar mis tareas cuando me lo propongo 88 personas entre los menos 18

a los 26 años responden estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, al igual que 19 encuestados entre las edades de 27 a más de 31 años. Llegando a la conclusión que las personas más jóvenes llegan a hacer más disciplinadas y responsables con las tareas propuestas. Por otro lado, se encuentra que 20 personas entre los menos 18 a los 26 años dicen estar totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo y que 1 persona entre la edad de los 27 a más de 31 años comparte esta misma opinión.

98 personas encuestadas entre las edades de menos 18 a 26 años dicen estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en buscar se los mejores cuando llevan a cabo diferentes actividades, y 20 encuestados más entre las edades de 27 a más de 31 años también comparten en estar de acuerdo. Por otro lado 10 personas entre los menos 18 a los 26 años están moderadamente en desacuerdo, en desacuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta realizada; en conclusión, hay un número bastante significativo de personas jóvenes que buscan mejorar y superarse en todas las actividades que realizan apoyándose en la responsabilidad y motivación para alcanzarlo.

80 personas de menos 18 años a los 26 años responden estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo que cuando comienzan algo continúan hasta terminarlo y 16 personas entre los 27 a más de 31 años comparten que también están de acuerdo. Por otra parte 10 encuestados de menos de 18 a 26 años están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con la pregunta realizada, y tan solo 2 entre los 27 a más de 31 años comparten la misma opinión; se concluye que los jóvenes son personas más dedicadas y disciplinadas en las labores.

9.5. Honorabilidad Por Sexo

		Tabla 14. Valoro las personas que reconocen el buen desempeño de otros					Total
		Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	1	1	11	22	37	72
	Mujer	2	1	9	15	30	57
Total		3	2	20	37	67	129

		Tabla 15. Es un honor compartir el trabajo con personas competentes					Total	
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	2	1	3	15	12	39	72
	Mujer	2	0	1	7	10	37	57
Total		4	1	4	22	22	76	129

		Tabla 16. Aprecio a las personas que con su conducta y resultados dan un buen ejemplo					Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	1	1	2	10	13	45	72
	Mujer	0	2	1	3	13	38	57
Total		1	3	3	13	26	83	129

70 hombres y 54 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que valoran las personas que reconocen el buen desempeño de otros, sin embargo, también se encuentran 2 hombres y 3 mujeres que están moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en valorar a las personas que reconocen el buen desempeño de otros. Estas 124 personas que valoran a aquellos que reconocen el buen desempeño tienen por entendido que la motivación y el reconocimiento es uno de los aspectos determinantes para el

buen desempeño social y profesional siendo estas las mayores fuentes para involucrar y comprometer a la sociedad con valores como la tolerancia y la ayuda al prójimo.

Un total de 120 personas se sienten de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que es un honor compartir el trabajo con personas competentes, siendo 66 de ellos hombres y 54 mujeres indican que este es uno de los factores más importantes para llegar a la responsabilidad en todas las actividades, es decir, que es de gran ayuda y satisfacción contar con personas que están dotadas de diferentes habilidades tanto técnicas como socio-emocionales ya que permiten crear relaciones positivas en todos los ámbitos. Por el contrario, se encuentran 3 hombres y 2 mujeres que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo en compartir el trabajo con personas competentes, perdiendo así la oportunidad de relacionarse con personas disciplinadas, las cuales están abiertas a aprender y a adquirir cada día más conocimientos que los llevan a superasen.

68 hombres y 54 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que aprecian a las personas que la conducta y los resultados son de buen ejemplo, por otra parte, se encuentra que 2 hombres y 2 mujeres están totalmente en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo con apreciar a dichas personas.

9.6. Honorabilidad Por Edad

		Tabla 17. Aprecio a las personas que con su conducta y resultados dan un buen ejemplo					Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	1	0	0	1	6	9	17
	De 19 a 22 años	0	2	1	10	13	37	63
	De 23 a 26 años	0	1	1	2	5	20	29
	De 27 a 30 años	0	0	1	0	2	8	11
	Más de 31 años	0	0	0	0	0	9	9
Total		1	3	3	13	26	83	129

		Tabla 18. Es un honor compartir el trabajo con personas competentes					Total	
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	1	0	0	2	5	9	17
	De 19 a 22 años	3	0	3	12	12	33	63
	De 23 a 26 años	0	0	1	6	4	18	29
	De 27 a 30 años	0	1	0	0	1	9	11
	Más de 31 años	0	0	0	2	0	7	9
Total		4	1	4	22	22	76	129

		Tabla 19. Valoro las personas que reconocen el buen desempeño de otros					Total	
		Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo		
Edad	Menos de 18 años	0	0	3	5	9	17	
	De 19 a 22 años	2	1	12	19	29	63	
	De 23 a 26 años	0	1	4	8	16	29	
	De 27 a 30 años	1	0	0	4	6	11	
	Más de 31 años	0	0	1	1	7	9	
Total		3	2	20	37	67	129	

Se analizan 3 variables cada una de ellas desde los menos 18 a más de 31 años de edad en donde a la primera pregunta 103 personas entre los menos 18 a los 26 años respondieron de acuerdo moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en sentir aprecio por las personas que con su conducta y resultados dan buen ejemplo, también se encontraron 19 personas entre los 27 a más de 31 años de edad que comparten la misma opinión, por el contrario 4 personas entre los menos 18 a más de 31 años de edad están totalmente en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo en sentir aprecio por las personas que tienen buena conducta y resultados, queriendo decir esto que la impecabilidad en las actividades, la

llamada auto disciplina y el ser responsables son aspectos que hoy en día son tomados como una competencia personal para aquellos que carecen de una buena conducta y buenos resultados.

101 encuestados entre los menos 18 a los 26 años de edad están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que es un honor compartir el trabajo con personas competentes, y 19 personas entre los 27 a más de 31 años de edad también indican estar de acuerdo, pero también se encuentran 5 personas que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo en compartir con personas competentes.

A la pregunta que si valoran a las personas que reconocen el buen desempeño de otras 105 personas entre los menos 18 a los 26 años indican estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo con la pregunta realizada, en donde 18 personas de los 27 a más de 31 años también indican que valoran a las personas que reconocen el buen desempeño de otras. Es evidente que las personas más jóvenes tienden a considerar mucho más la valoración que se le da a un grupo de personas que sobre salen en un entorno que hoy en día se torna muy competitivo, por ello el reconocimiento a un buen trabajo aporta autoestima y fuerza ayudando a identificar fortalezas. Pero también se puede analizar que 5 personas entre los menos 18 a más de 31 años de edad están en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo con la pregunta anteriormente realizada.

9.7. Justicia Por Sexo

		Tabla 20. Con la misma vara que mides serás medido						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	7	0	3	12	9	17	24	72
	Mujer	9	1	6	7	7	7	20	57

Total	16	1	9	19	16	24	44	129
--------------	----	---	---	----	----	----	----	-----

Tabla 21. Las personas deben ser tratadas conforme a sus actos **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	9	2	8	16	13	7	17	72
	Mujer	9	3	7	8	5	6	18	56
Total		18	5	15	24	18	13	35	128

Tabla 22. Trato a los demás como quiero que me traten **Total**

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	1	4	3	7	13	44	72
	Mujer	1	1	2	6	9	37	56
Total		2	5	5	13	22	81	128

Se analizan 3 preguntas, la primera de ella nos indica: con la misma vara que mides serás medido 50 hombres y 34 mujeres respondieron estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, por el contrario 10 hombres y 16 mujeres indican estar totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con la pregunta realizada.

37 hombres y 29 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que las personas deben ser tratadas conforme a sus actos, Mientras que 19 hombres y 19 mujeres están totalmente en desacuerdo, en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo.

Trato a los demás como quiero que me traten, 64 hombres y 52 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, por otro lado 5 hombres y 2

mujeres indican estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con tratar a los demás como quisiera que los trataran a ellos.

9.8. Justicia Por Edad

		Tabla 23. Trato a los demás como quiero que me traten						Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	0	1	1	2	2	10	16
	De 19 a 22 años	2	4	3	6	14	34	63
	De 23 a 26 años	0	0	1	3	5	20	29
	De 27 a 30 años	0	0	0	1	1	9	11
	Más de 31 años	0	0	0	1	0	8	9
Total		2	5	5	13	22	81	128

		Tabla 24. Las personas deben ser tratadas conforme a sus actos						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	5	1	1	0	4	1	4	16
	De 19 a 22 años	6	3	7	13	10	6	18	63
	De 23 a 26 años	4	0	4	9	1	5	6	29
	De 27 a 30 años	0	0	0	2	3	1	5	11
	Más de 31 años	3	1	3	0	0	0	2	9
Total		18	5	15	24	18	13	35	128

		Tabla 25. Con la misma vara que mides serás medido						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	1	0	0	2	4	6	4	17
	De 19 a 22 años	6	0	5	11	8	12	21	63
	De 23 a 26 años	4	1	2	5	2	3	12	29
	De 27 a 30 años	2	0	1	1	1	3	3	11
	Más de 31 años	3	0	1	0	1	0	4	9
Total		16	1	9	19	16	24	44	129

A la pregunta trato a los demás como quiero que me traten 96 personas encuestadas están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, mientras que 20 personas entre los 27 años a más de 31 años también están de acuerdo, se encontró que 7 personas entre los menos 18 a los 26 años están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, es decir, que un número muy pequeño de personas encuestadas no les importa el trato que le dan a las personas que rodean su entorno, llegando a perder valores como el respeto.

55 personas entre los menos 18 a los 26 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que las personas deben ser tratadas conforme a los actos, 12 personas entre los 27 a más de 31 años también están de acuerdo, mientras que 26 encuestados entre los menos 18 a más de 31 años están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo.

A la última pregunta con la misma vara que mida serás medido 72 personas entre los menos 18 a los 26 años y 12 personas entre los 27 a más de 31 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo con la pregunta, mientras que 26 encuestados entre los menos 18 a más de 31 años dicen estar totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo.

9.9. Tendencia a la Corrupción Por Sexo

		Tabla 26. Si encuentro alguna cosa sin un dueño aparente me la puedo quedar						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	37	7	6	9	4	3	6	72
	Mujer	32	11	4	2	1	4	3	57
Total		69	18	10	11	5	7	9	129

		Tabla 27. En apoyo a la universidad puedo omitir información comprometedora						Total
--	--	--	--	--	--	--	--	--------------

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	23	5	7	21	6	10	0	72
	Mujer	23	2	8	13	5	4	1	56
Total		46	7	15	34	11	14	1	128

Tabla 28. Está bien que una persona con carencia se apropie de cosas de una persona con dinero **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	51	9	6	2	2	2	0	72
	Mujer	41	4	4	3	1	0	4	57
Total		92	13	10	5	3	2	4	129

Se analizan 3 variables agrupadas, en donde a la pregunta si encuentro alguna cosa sin un dueño aparente me lo puedo quedar 13 hombres y 21 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, pero también hay 50 hombres y 47 mujeres en los cuales prima el valor de la honestidad puesto que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en quedarse con objetos que no tienen un dueño aparente.

16 hombres y 10 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en omitir información comprometedoras en apoyo a la universidad, pero por otro lado se encontró que hay personas que dicen la verdad puesto que 35 hombres y 33 mujeres están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en llegar a omitir información comprometedoras con el fin de brindar apoyo a la universidad.

Está bien que una persona con carencia se apropie de cosas de una persona con dinero 4 hombres y 5 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo,

mientras que otros 66 hombres y 49 mujeres indican estar totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo. En conclusión, cada persona está en las mismas condiciones de luchar y adquirir todo lo necesario para tener unas condiciones de vida adecuadas siempre teniendo en cuenta que la honestidad y el respeto por las cosas de los demás son unas de las bases para alcanzar el éxito en la vida.

9.10. Tendencia a la Corrupción por Edad.

Tabla 29. Está bien que una persona con carencia se apropie de cosas de una persona con dinero **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	13	2	2	0	0	0	0	17
	De 19 a 22 años	45	7	3	3	2	0	3	63
	De 23 a 26 años	20	3	3	2	1	0	0	29
	De 27 a 30 años	6	1	1	0	0	2	1	11
	Más de 31 años	8	0	1	0	0	0	0	9
Total		92	13	10	5	3	2	4	129

Tabla 30. En apoyo a la universidad puedo omitir información comprometedor **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	6	1	1	4	2	2	0	16
	De 19 a 22 años	23	5	4	19	6	6	0	63
	De 23 a 26 años	8	1	9	5	1	5	0	29
	De 27 a 30 años	2	0	1	5	1	1	1	11
	Más de 31 años	7	0	0	1	1	0	0	9
Total		46	7	15	34	11	14	1	128

Tabla 31. Si encuentro alguna cosa sin un dueño aparente me la puedo quedar **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	10	3	1	0	0	1	2	17
	De 19 a 22 años	30	8	5	8	4	5	3	63

De 23 a 26 años	16	4	3	2	1	1	2	29
De 27 a 30 años	7	2	0	1	0	0	1	11
Más de 31 años	6	1	1	0	0	0	1	9
Total	69	18	10	11	5	7	9	129

6 personas entre los menos 18 a los 26 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que una persona con carencia se apropie de cosas de una persona con dinero, 3 personas entre los 27 a más de 31 años, también comparten la misma decisión, pero 98 personas entre los menos 18 a los 26 años responden estar totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo al igual que 10 personas entre los 27 a más de 31 años de edad, de esta manera queda claro que un gran número de encuestados están en contra de tomar las pertenencias de aquellos que tienen dinero, aun cuando se estén presentando carencias en su entorno.

A la segunda pregunta en apoyo a la universidad puedo omitir información comprometedor 22 encuestados entre los menos 18 a los 26 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo al igual que 4 personas entre los 27 a más de 31 años de edad. También se encuentran personas con diferente punto de vista las cuales 58 de ellas entre los menos 18 a los 26 años de edad están en desacuerdo, totalmente en desacuerdo en omitir información comprometedor y 9 personas entre los 27 a más de 31 años de edad apoyan estar en desacuerdo.

En la última pregunta 19 participantes de la encuesta entre los menos 18 a los 26 años y 2 personas entre los 27 a más de 31 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que si encuentran cosas sin un dueño aparente se las pueden quedar, por el contrario 80 personas entre los menos 18 a los 26 años y 17 personas entre los 27 a más de 31 años están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en

tomar cosas sin un dueño aparente, es decir, que para ellos es de suma importancia cumplir con uno de los valores base inculcados desde el hogar, La honestidad.

9.11. Falta de Integridad por Sexo.

Tabla 32. Está bien tomar sustancias que me ayuden a mejorar mi rendimiento o me lleven a estados placenteros

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Sexo	Hombre	37	5	8	11	4	3	3	71
	Mujer	25	2	4	11	5	3	6	56
Total		62	7	12	22	9	6	9	127

Tabla 33. Estoy dispuesto a alcanzar mis metas sin importar las consecuencias, aun que afecte a otros

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Sexo	Hombre	29	6	9	14	9	4	1	72
	Mujer	24	4	8	8	7	3	3	57
Total		53	10	17	22	16	7	4	129

Tabla 34. Aunque vaya en contra de mis principios, puedo aceptar propuestas que me convengan

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Sexo	Hombre	28	10	8	9	6	5	5	71
	Mujer	20	5	7	4	7	8	4	55
Total		48	15	15	13	13	13	9	126

Está bien tomar sustancias que ayuden a mejorar el rendimiento o que lleven a estados placenteros 10 hombres y 14 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, por el contrario 50 hombres y 31 mujeres están totalmente en

desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en injerir sustancias para ayudar a mejorar el rendimiento o para alcanzar un estado placentero.

14 Hombres y 13 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en estar dispuestos a alcanzar las metas sin importar las consecuencias, aunque afecte a otros, pero también se encuentra que hay 44 hombres y 36 mujeres que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con llegar a causar daños para alcanzar metas propuestas, por ende 80 personas son prudentes en su forma de actuar y hacen lo posible por obtener los éxitos sin buscar comprometer la integridad de una sociedad que los rodea.

Por último 16 hombres y 19 mujeres indican que están de acuerdo moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo que aunque vayan en contra de los principios pueden aceptar propuestas que les convengan, por el contrario se encontró que hay un número grande de encuestados que aún conservan sus valores y principios adquiridos desde el hogar por ende hay 46 hombres y 32 mujeres que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo, con aceptar propuestas que les convengan que vayan en contra de sus principios.

9.12. Falta de Integridad por Edad

		Tabla 35. Aunque vaya en contra de mis principios, puedo aceptar propuestas que me convengan						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	5	4	2	0	0	2	2	15
	De 19 a 22 años	22	5	9	7	7	7	5	62
	De 23 a 26 años	9	4	4	4	5	1	2	29
	De 27 a 30 años	5	1	0	2	0	3	0	11
	Más de 31 años	7	1	0	0	1	0	0	9
Total		48	15	15	13	13	13	9	126

		Tabla 36. Estoy dispuesto a alcanzar mis metas sin importar las consecuencias, aun que afecte a otros						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	7	0	2	3	3	2	0	17
	De 19 a 22 años	26	5	6	12	7	4	3	63
	De 23 a 26 años	8	4	8	4	4	1	0	29
	De 27 a 30 años	5	1	1	2	1	0	1	11
	Más de 31 años	7	0	0	1	1	0	0	9
Total		53	10	17	22	16	7	4	129

		Tabla 37. Está bien tomar sustancias que me ayuden a mejorar mi rendimiento o me lleven a estados placenteros						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	7	2	2	3	1	2	0	17
	De 19 a 22 años	33	3	6	11	1	3	5	62
	De 23 a 26 años	13	0	3	6	3	0	3	28
	De 27 a 30 años	3	1	1	2	3	0	1	11
	Más de 31 años	6	1	0	0	1	1	0	9
Total		62	7	12	22	9	6	9	127

31 personas entre los menos 18 a los 26 años y 4 personas entre los 27 a más de 31 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo que podrían aceptar propuestas que les convengan aunque estas vayan en contra de sus principios, sin embargo 64 encuestados entre los menos 18 a los 26 años y 14 entre los 27 a los más de 31 años aun piensan que es primordial seguir los principios y valores inculcados, por ello están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con aceptar propuestas que lleguen a afectar sus buenos principios.

A la pregunta que si están dispuestos a alcanzar las metas sin importar la consecuencias aunque se afecten a otros 24 personas entre los menos 18 a los 26 años y 4 personas entre los 27 a más de 31 años de edad están totalmente de acuerdo, moderadamente

de acuerdo y de acuerdo con la pregunta anteriormente realizada, donde también se encontró que 66 personas entre los menos 18 a los 26 años y 14 entre los 27 a más de 31 años están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con llegar a obtener éxitos y metas propuestas sin importar las consecuencias y tal vez afectando a terceros.

Está bien tomar sustancias que ayuden a mejorar el rendimiento o que lleven a un estado placentero 24 personas entre los menos 18 a más de 31 años de edad están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo con llegar a consumir alguna sustancia para mejoramiento propio, sin embargo se encontró que un gran número de encuestados son honestos e indican que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con llegar a consumir alguna sustancia que los lleve a mejorar su rendimiento o para alcanzar un estado placentero estando 69 de ellos entre los menos 18 a los 26 años y 12 entre los 27 a más de 31 años.

9.13. Respeto a la Autoridad por Sexo.

Tabla 38. Sigo al pie de la letra las instrucciones de los profesores para hacer mi trabajo **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	0	2	2	15	25	14	14	72
	Mujer	3	3	4	14	9	16	8	57
Total		3	5	6	29	34	30	22	129

Tabla 39. Mi forma de sentir y pensar muestran coherencia con mis actos **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	0	0	4	17	18	32	71
	Mujer	1	1	11	7	20	17	57
Total		1	1	15	24	38	49	128

		Tabla 40. Cumplimiento cabalmente con mis principios y sentimientos						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	0	1	0	7	17	17	30	72
	Mujer	2	3	1	3	11	12	25	57
Total		2	4	1	10	28	29	55	129

52 hombres y 33 mujeres indican que están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que siguen al pie de la letra las instrucciones de los profesores para realizar los trabajos, sin embargo, se encontró que hay personas encuestadas que son un poco rebeldes y no les gustan las indicaciones que pueden llegar a brindar los docentes ya que 4 hombres y 10 mujeres están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con la pregunta realizada.

67 hombres y 44 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que su forma de sentir y de pensar muestra coherencia con los actos, mientras que 2 mujeres indican estar totalmente en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo ya que su pensamiento no es coherente con los actos que realizan.

Por último, se analiza la pregunta cumplen cabalmente con sus principios y sentimientos, 64 hombres y 48 mujeres responden estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que, si cumplen de manera exacta con todos sus principios y sentimientos, no obstante, se visualiza que 1 hombre y 6 mujeres están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en que cumplen de manera exacta con los principios.

9.14. Respeto a la Autoridad por Edad

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	0	1	0	2	3	7	4	17
	De 19 a 22 años	2	2	0	4	13	17	25	63
	De 23 a 26 años	0	1	1	2	8	3	14	29
	De 27 a 30 años	0	0	0	2	2	2	5	11
	Más de 31 años	0	0	0	0	2	0	7	9
Total		2	4	1	10	28	29	55	129

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	0	0	3	1	7	6	17
	De 19 a 22 años	1	1	5	14	19	23	63
	De 23 a 26 años	0	0	6	6	6	10	28
	De 27 a 30 años	0	0	1	1	5	4	11
	Más de 31 años	0	0	0	2	1	6	9
Total		1	1	15	24	38	49	128

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Edad	Menos de 18 años	0	0	0	5	4	7	1	17
	De 19 a 22 años	2	3	4	14	20	7	13	63
	De 23 a 26 años	1	2	1	5	10	5	5	29
	De 27 a 30 años	0	0	1	4	0	5	1	11
	Más de 31 años	0	0	0	1	0	6	2	9
Total		3	5	6	29	34	30	22	129

A la pregunta cumplo cabalmente con los principios y sentimientos 94 encuestados entre los menos 18 a los 26 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y de acuerdo, al igual que 18 personas entre los 27 a más de 31 de edad. Aunque 7 personas entre los menos 18 a más de 31 años indican que están totalmente en desacuerdo, moderadamente y en desacuerdo ya que no cumplen exactamente con los principios y sentimientos.

92 Participantes de la encuesta entre los menos 18 a los 26 años y 19 entre los 27 a más de 31 años indican que están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y de acuerdo con que su forma de sentir y de pensar muestra coherencia con sus actos, pero por otro lado se analizaron 2 encuestados que responder estar totalmente en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo con que sus actos no tienen coherencia con su forma de sentir y de pensar.

72 encuestados entre los menos 18 a los 26 años y 14 personas más entre los 27 a más de 31 años están totalmente de acuerdo, moderadamente de acuerdo y de acuerdo con que siguen al pie de la letra las instrucciones de los profesores para realizar los trabajos mostrando de una u otra forma que son obedientes y responsables siguiendo indicaciones. Por otra parte 14 participantes están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con seguir indicaciones para cumplir a cabalidad con los trabajos.

9.15. Solidaridad por Sexo

		Tabla 44. Me siento comprometido con el desarrollo de mi comunidad						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	1	1	5	11	27	12	15	72
	Mujer	1	4	4	10	17	12	9	57
Total		2	5	9	21	44	24	24	129

		Tabla 45. Me he mostrado solidario en situaciones difíciles para mis compañeros y personas en general					Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	0	1	1	18	23	29	72
	Mujer	2	1	3	13	13	25	57
Total		2	2	4	31	36	54	129

		Tabla 46. Impulso a mis amigos a ayudar a otros que estén en situaciones difíciles					Total		
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	2	1	1	3	18	21	26	72
	Mujer	4	0	2	3	14	12	22	57
Total		6	1	3	6	32	33	48	129

Se analizan 3 preguntas agrupadas en una sola variable en donde la primera pregunta es si se siente comprometido con el desarrollo de su comunidad 54 hombres y 38 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo, pero también hay 7 hombres y 9 mujeres que no se sienten comprometidos con el desarrollo de su comunidad, es decir, que estas personas no aportarían en gran medida a un crecimiento social ya que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo.

70 Hombres y 51 mujeres dicen estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y de acuerdo con que se han mostrado solidarios en situaciones difíciles con sus compañeros y personas en general, no obstante, hay 1 hombre y 3 mujeres que están totalmente en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo con mostrarse solidarios en situaciones difíciles con compañeros o personas que los rodean.

En la última pregunta impulso a los amigos a ayudar a otros que estén en situaciones difíciles, se evidencia que hoy en día la solidaridad y ayuda al prójimo es uno de los valores que día a día se ha venido degradando puesto que 4 hombres y 6 mujeres indican que están totalmente en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en impulsar a sus amigos para brindar ayuda a quienes lo necesitan, sin embargo también se encontró que hay 65 hombres y 48 mujeres que impulsan a sus amigos a brindar ayuda a quienes más lo

necesitan, primando de esta forma el valor de la solidaridad para un debido crecimiento humanista con la puesta en marcha de valores básicos adquiridos desde el hogar.

9.16. Solidaridad por Edad.

		Tabla 47. Impulso a mis amigos a ayudar a otros que estén en situaciones difíciles						Total	
Edad		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	Menos de 18 años	1	0	0	1	6	4	5	17
	De 19 a 22 años	4	1	1	3	16	17	21	63
	De 23 a 26 años	0	0	2	2	7	7	11	29
	De 27 a 30 años	0	0	0	0	2	3	6	11
	Más de 31 años	1	0	0	0	1	2	5	9
Total		6	1	3	6	32	33	48	129

		Tabla 48. Me he mostrado solidario en situaciones difíciles para mis compañeros y personas en general					Total	
Edad		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	Menos de 18 años	0	0	1	3	6	7	17
	De 19 a 22 años	2	2	2	15	20	22	63
	De 23 a 26 años	0	0	0	10	7	12	29
	De 27 a 30 años	0	0	1	1	2	7	11
	Más de 31 años	0	0	0	2	1	6	9
Total		2	2	4	31	36	54	129

		Tabla 49. Me siento comprometido con el desarrollo de mi comunidad						Total	
Edad		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	Menos de 18 años	0	0	3	3	4	5	2	17
	De 19 a 22 años	1	2	2	13	25	12	8	63
	De 23 a 26 años	1	2	2	4	10	3	7	29
	De 27 a 30 años	0	0	2	1	3	2	3	11
	Más de 31 años	0	1	0	0	2	2	4	9
Total		2	5	9	21	44	24	24	129

94 personas entre los menos 18 a los 26 años de edad y 19 personas entre los 27 a más de 31 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y de acuerdo en impulsar a los amigos a ayudar a otros que estén en situaciones difíciles, como también hay 1 persona de

menos de 18 años, 5 de 19 a 22 años, 2 entre los 23 a 26 años y 1 de más de 31 años que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con impulsar a los amigos para que ayuden a otros en situaciones difíciles.

Se ha mostrado solidario en situaciones difíciles con los compañeros o personas en general 102 encuestados están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y de acuerdo con la pregunta realizada, al igual que 19 personas entre los 27 a más de 31 años. Por el contrario 4 personas entre los menos 18 a más de 31 años de edad indicaron estar totalmente en desacuerdo y moderadamente en desacuerdo en mostrarse solidarios con los compañeros o personas en general cuando están en situaciones difíciles.

76 Personas entre los menos 18 a los 26 años y 16 personas entre los 27 a más de 31 años están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y de acuerdo con sentirse comprometidos con el desarrollo de la comunidad, por el contrario 16 encuestados entre los menos 18 a más de 31 años se mostraron totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo en sentirse comprometidos con el desarrollo de la comunidad.

9.17. Tolerancia Por Sexo

		Tabla 50. Respeto a otros, aunque tengamos opiniones diferentes						Total	
		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	2	0	2	2	17	10	39	72
	Mujer	2	2	1	3	7	10	32	57
Total		4	2	3	5	24	20	71	129

		Tabla 51. Considero que todas las personas tienen derecho a ser respetadas				Total	
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Sexo	Hombre	0	1	5	5	61	72

Mujer	1	1	4	5	46	57
Total	1	2	9	10	107	129

Tabla 52. Mis compañeros consideran que trato bien a todo tipo de gente

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Sexo	Hombre	1	2	0	8	20	16	25	72
	Mujer	0	1	1	5	6	17	26	56
Total		1	3	1	13	26	33	51	128

66 Hombres y 49 mujeres indican que están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que respetan a otros, aunque tengan opiniones diferentes, sin embargo, se encuentra que también hay personas que no respetan y no toleran que otros tengan opiniones diferentes puesto que se encuentran totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con la pregunta realizada, siendo 4 de ellos hombres y 5 mujeres.

71 hombres y 55 mujeres responden que están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo ya que consideran que todas las personas tienen derecho en ser respetadas, no obstante, hay 1 hombre y 2 mujeres que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con la consideración de que todas las personas tienen el derecho de ser respetados.

Por último, se encuentra la pregunta mis compañeros consideran que trato bien a todo tipo de gente, 61 hombres y 49 mujeres están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo con la pregunta realizada, por otra parte 3 hombres y 2 mujeres indican que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo, y en desacuerdo en que

los compañeros consideren que ellos tienen un buen trato por las personas que rodean su entorno.

9.18. Tolerancia Por Edad

Tabla 53. Mis compañeros consideran que trato bien a todo tipo de gente **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	0	0	0	4	1	6	5	16
	De 19 a 22 años	0	2	0	8	17	16	20	63
	De 23 a 26 años	1	1	1	1	5	7	13	29
	De 27 a 30 años	0	0	0	0	1	4	6	11
	Más de 31 años	0	0	0	0	2	0	7	9
Total		1	3	1	13	26	33	51	128

Tabla 54. Considero que todas las personas tienen derecho a ser respetadas **Total**

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	0	0	2	2	13	17
	De 19 a 22 años	1	0	4	4	54	63
	De 23 a 26 años	0	1	2	3	23	29
	De 27 a 30 años	0	1	0	1	9	11
	Más de 31 años	0	0	1	0	8	9
Total		1	2	9	10	107	129

Tabla 55. Respeto a otros, aunque tengamos opiniones diferentes **Total**

		Totalmente en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Edad	Menos de 18 años	1	0	0	1	2	1	12	17
	De 19 a 22 años	3	1	1	0	13	12	33	63
	De 23 a 26 años	0	1	0	4	6	4	14	29
	De 27 a 30 años	0	0	2	0	1	3	5	11
	Más de 31 años	0	0	0	0	2	0	7	9
Total		4	2	3	5	24	20	71	129

A la pregunta mis compañeros consideran que trato bien a todo tipo de gente 90 personas entre los menos 18 a los 26 años y 20 personas entre los 27 a más de 31 años indican que están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo con la

consideración que tienen sus compañeros respecto al trato que se le brinda a todo tipo de gente, sin embargo 4 encuestados entre los menos 18 a más de 31 años de edad responden que están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con la pregunta anteriormente realizada.

107 encuestados entre los menos 18 a los 26 años y 20 entre los 27 a más de 31 años de edad responden estar de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en que todas las personas tienen derecho a ser respetadas, sin embargo 3 personas entre los menos 18 a más de 31 años de edad responden que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con que todas las personas tienen derecho a ser respetadas.

Por último se analiza la pregunta respeta a todos aunque tengan opiniones diferentes 97 personas participantes de la encuesta entre los menos 18 a los 26 años indicaron que están de acuerdo, moderadamente de acuerdo y totalmente de acuerdo en respetar a las personas de su entorno aunque ellos tengan opiniones diferentes, al igual que 18 participantes más entre las edades de 27 a más de 31 años, también se puede observar que 9 personas entre los menos 18 a más de 31 años de edad, están totalmente en desacuerdo, moderadamente en desacuerdo y en desacuerdo con respetar a las personas que hacen parte de su entorno por tener opiniones diferentes.

9.19 Contrastación de Hipótesis

De acuerdo a las hipótesis del estudio, se realizaron distintas pruebas estadísticas como Medidas de tendencia central y para evaluar la validez del instrumento se utilizó el Análisis de componentes principales y para calcular la confiabilidad del mismo, el Alpha de Cronbach y el test KMO.

Hi: : En el perfil jerarquizado de valores y antivalores organizacionales de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina seccional Pereira, prevalecen los antivalores sobre los valores organizacionales.

Para contrastar dicha hipótesis fue necesario calcular intervalos de confianza, para cada una de las variables de valores y antivalores organizacionales de los estudiantes encuestados.

Tabla 56. Intervalos de Confianza

Estadísticas de muestra única				
Variable	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
HONORABILIDAD	129	18,7674	2,78532	,24523
TOLERANCIA	128	18,5000	2,78636	,24628
DISCIPLINA	128	17,2969	2,85988	,25278
RESP.AUTOR	128	16,7656	2,98681	,26400
SOLIDARIDAD	129	16,7519	3,02343	,26620
JUSTICIA	128	15,8594	3,60169	,31835
FALT.INTEGR	124	8,6613	4,39306	,39451
TEND.CORRUP	128	7,1484	3,89243	,34405
ACOSO	128	6,5859	3,92354	,34679

Fuente: Cálculos propios

Se observa en la Tabla 56, que en el primer bloque de categorías predominan en el perfil jerarquizado las variables de valores organizacionales en el siguiente orden: Honorabilidad, Tolerancia, Disciplina Respeto a la autoridad, Solidaridad, Justicia.

En el segundo bloque se encuentran las variables de antivalores organizacionales en el siguiente orden: falta de integración, Tendencia a la Corrupción, y Acoso.

Los valores para la media de estas variables de antivalores organizacionales fluctúan entre 6,58 y 8,66. Es importante resaltar que se presenta un gran salto entre la media calculada para la última variable de valores y la primera variable de antivalores, siendo la primera de 15,85 y la segunda de 8,66 , y se rechaza la Hipótesis debido a que prevalecen los valores a los antivalores en los estudiantes de mercadeo y publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina.

H1: No existen diferencias significativas entre los estudiantes de primero y octavo semestre del programa de Mercadeo y Publicidad en relación con el perfil de los valores y antivalores organizacionales identificado.

Tabla 57: **Estadísticas de grupo**

Estadísticas de grupo						
Nivel de estudios		N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar	
ACOSO	Primer Semestre	28	5,2143	3,03507	,57357*	
	Octavo Semestre	100	6,9700	4,06874	,40687	
DISCIPLINA	Primer Semestre	28	16,7143	3,05332	,57702	
	Octavo Semestre	100	17,4600	2,79762	,27976	
HONORABILIDAD	Primer Semestre	29	19,0000	1,98206	,36806	
	Octavo Semestre	100	18,7000	2,98312	,29831	
JUSTICIA	Primer Semestre	28	15,6071	3,94724	,74596	
	Octavo Semestre	100	15,9300	3,51693	,35169	
TEND.CORRUP	Primer Semestre	28	6,1429	2,87665	,54364	
	Octavo Semestre	100	7,4300	4,10039	,41004	
FALT.INTEGR	Primer Semestre	24	9,0417	4,57288	,93344	
	Octavo Semestre	100	8,5700	4,36759	,43676	
RESP.AUTOR	Primer Semestre	29	17,1724	2,05407	,38143	
	Octavo Semestre	99	16,6465	3,20813	,32243	
SOLIDARIDAD	Primer Semestre	29	15,8966	3,14353	,58374	
	Octavo Semestre	100	17,0000	2,95761	,29576	
TOLERANCIA	Primer Semestre	28	18,7143	1,99735	,37746	
	Octavo Semestre	100	18,4400	2,97573	,29757	

Tabla 58: Estadística del grupo

Estadísticas de grupo			Estadísticas de grupo		
Nivel de estudios		Media	Nivel de estudios		Media
HONORABILIDAD	Primer Semestre	19,0000	HONORABILIDAD	Octavo Semestre	18,7000
TOLERANCIA	Primer Semestre	18,7143	TOLERANCIA	Octavo Semestre	18,4400
RESP.AUTOR	Primer Semestre	17,1724	DISCIPLINA	Octavo Semestre	17,4600
DISCIPLINA	Primer Semestre	16,7143	SOLIDARIDAD	Octavo Semestre	17,0000
SOLIDARIDAD	Primer Semestre	15,8966	RESP.AUTOR	Octavo Semestre	16,6465
JUSTICIA	Primer Semestre	15,6071	JUSTICIA	Octavo Semestre	15,9300
FALT.INTEGR	Primer Semestre	9,0417	FALT.INTEGR	Octavo Semestre	8,5700
TEND.CORRUP	Primer Semestre	6,1429	TEND.CORRUP	Octavo Semestre	7,4300
ACOSO	Primer Semestre	5,2143	ACOSO	Octavo Semestre	6,9700 *

Fuente: Cálculo propio

Al aplicar el método Prueba t de student para comparación de medias se observa la diferencia en el orden de los perfiles jerarquizados entre estudiantes de primero y octavo semestre, aunque se conserva la prevalencia de los valores en ambos grupos, el orden es diferente. En cuanto a los antivalores estos conservan el orden y se muestran las diferencias entre los grupos, siendo significativa e método de n el acoso. Por lo anterior se rechaza la hipótesis formulada.

H2: No existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la institución educativa donde se obtuvo el título de bachiller.

Tabla 59. ANOVA

		ANOVA				
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
ACOSO	Entre grupos	56,950	3	18,983	1,240	,298
	Dentro de grupos	1898,105	124	15,307		
	Total	1955,055	127			
DISCIPLINA	Entre grupos	74,025	3	24,675	3,172	,027 *
	Dentro de grupos	964,694	124	7,780		
	Total	1038,719	127			
HONORABILIDAD	Entre grupos	33,964	3	11,321	1,476	,224
	Dentro de grupos	959,059	125	7,672		
	Total	993,023	128			
JUSTICIA	Entre grupos	30,676	3	10,225	,784	,505
	Dentro de grupos	1616,793	124	13,039		
	Total	1647,469	127			
TEND.CORRUP	Entre grupos	51,164	3	17,055	1,129	,340
	Dentro de grupos	1873,016	124	15,105		
	Total	1924,180	127			
FALT.INTEGR	Entre grupos	32,922	3	10,974	,563	,641
	Dentro de grupos	2340,852	120	19,507		
	Total	2373,774	123			
RESP.AUTOR	Entre grupos	37,989	3	12,663	1,434	,236
	Dentro de grupos	1094,979	124	8,830		
	Total	1132,969	127			
SOLIDARIDAD	Entre grupos	19,605	3	6,535	,710	,548
	Dentro de grupos	1150,457	125	9,204		
	Total	1170,062	128			
TOLERANCIA	Entre grupos	12,811	3	4,270	,544	,653
	Dentro de grupos	973,189	124	7,848		
	Total	986,000	127			

Las Instituciones educativas fueron clasificadas en Públicas (religiosas y no) y Privadas (religiosas y no).

Al aplicar el método de Análisis de Varianza (ANOVA) se encontraron diferencias significativas entre las Públicas no religiosas y privadas no religiosas, siendo las públicas no religiosas las que presentan mayor disciplina. En las demás variables aunque existen diferencias numéricas, estadísticamente no son significativas. Por lo anterior se rechaza la hipótesis planteada.

H3: No existen diferencias significativas en relación con los valores y antivalores de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto a la región de procedencia.

Tabla 60. Análisis de Varianza

		ANOVA				
		Suma de		Media		
		cuadrados	gl	cuadrática	F	Sig.
ACOSO	Entre grupos	13,653	4	3,413	,216	,929
	Dentro de grupos	1941,401	123	15,784		
	Total	1955,055	127			
DISCIPLINA	Entre grupos	33,078	4	8,269	1,011	,404
	Dentro de grupos	1005,641	123	8,176		
	Total	1038,719	127			
HONORABILIDAD	Entre grupos	8,083	4	2,021	,254	,906
	Dentro de grupos	984,940	124	7,943		
	Total	993,023	128			
JUSTICIA	Entre grupos	8,891	4	2,223	,167	,955
	Dentro de grupos	1638,577	123	13,322		
	Total	1647,469	127			
TEND.CORRUP	Entre grupos	7,557	4	1,889	,121	,975
	Dentro de grupos	1916,622	123	15,582		
	Total	1924,180	127			
FALT.INTEGR	Entre grupos	20,673	4	5,168	,261	,902
	Dentro de grupos	2353,101	119	19,774		
	Total	2373,774	123			
RESP.AUTOR	Entre grupos	10,171	4	2,543	,279	,891
	Dentro de grupos	1122,798	123	9,128		
	Total	1132,969	127			
SOLIDARIDAD	Entre grupos	22,328	4	5,582	,603	,661
	Dentro de grupos	1147,734	124	9,256		
	Total	1170,062	128			
TOLERANCIA	Entre grupos	11,171	4	2,793	,352	,842
	Dentro de grupos	974,829	123	7,925		
	Total	986,000	127			

Al aplicar el método de análisis de varianza (ANOVA) se observa que no existen diferencias significativas en ninguna de las variables. $p > 0,05$, por lo tanto se acepta la hipótesis planteada.

H4: No existen diferencias significativas en relación con los valores que expresan los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina respecto al género de cada individuo.

Tabla 61. Varianza (ANOVA)

Estadísticas de grupo					
	Género	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
ACOSO	Hombre	71	6,2958	3,48218	,41326
	Mujer	57	6,9474	4,41758	,58512
DISCIPLINA	Hombre	72	17,2361	2,79080	,32890
	Mujer	56	17,3750	2,96993	,39687
HONORABILIDAD	Hombre	72	18,6389	2,62869	,30979
	Mujer	57	18,9298	2,98723	,39567
JUSTICIA	Hombre	72	16,0000	3,45596	,40729
	Mujer	56	15,6786	3,80482	,50844
TEND.CORRUP	Hombre	72	7,3611	3,62427	,42712
	Mujer	56	6,8750	4,23003	,56526
FALT.INTEGR	Hombre	70	8,1429	4,05143	,48424
	Mujer	54	9,3333	4,75434	,64698
RESP.AUTOR	Hombre	71	17,2676	2,39020	,28367 *
	Mujer	57	16,1404	3,51750	,46590
SOLIDARIDAD	Hombre	72	17,0556	2,78774	,32854
	Mujer	57	16,3684	3,28216	,43473
TOLERANCIA	Hombre	72	18,4306	2,54993	,30051
	Mujer	56	18,5893	3,08531	,41229

Al aplicar el análisis de varianza (ANOVA) existen diferencias significativas con respecto al variable respeto a la autoridad en la cual se observa que los hombres tienen más fuerte esta variable que las mujeres, por lo cual se rechaza la hipótesis.

10. Conclusiones

- Existe una prevalencia de los valores organizacionales en los estudiantes analizados. Las variables: Honorabilidad, Tolerancia, Respeto a la Autoridad, Disciplina, Solidaridad, Justicia, prevalecen sobre los antivalores. Esto es importante, sin embargo hay que realizar programas o actividades que promuevan cambios en aquellas personas que por algún motivo presentan en su conducta antivalores.
- Las Variables de Antivalores Organizacionales de importancia son: Acoso y Tendencia a la Corrupción, por tal razón se deben establecer programas que atenúen la presencia de estos antivalores.
- Para los estudiantes de primero y octavo semestre del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina prevalecen los valores organizacionales positivos, La honorabilidad y la tolerancia priman como valores organizacionales; es de anotar que para los estudiantes de primer semestre el respeto a la autoridad prevalece sobre la disciplina y la solidaridad, mientras que en los estudiantes de octavo semestre se prioriza la disciplina y la solidaridad.
- Se encontraron diferencias significativas entre las Públicas no religiosas y privadas no religiosas, siendo las públicas no religiosas las que presentan mayor disciplina, se presume que por ser de perfiles de colegios técnicos comerciales a éstos se les refuerzan en las áreas de las ciencias administrativas y económicas. En las demás variables aunque existen diferencias numéricas, estadísticamente no son significativas.
- Respecto a la región de procedencia no se encontraron diferencias significativas, es decir no fue relevante la procedencia por región.

- En lo que se refiere al género, se encontraron diferencias significativas en la variable respeto a la autoridad la cual presenta una diferencia a favor de los hombres, su rol laboral mayor que las mujeres.

11. Recomendaciones

- Fortalecer los valores que presenta el grupo encuestado, no solo invitando y creándole conciencia al estudiante, si no brindándole suficiente conocimiento para que mantenga una adecuada conducta y no olvide los valores base que le inculcaron en el seno del hogar.
- Conocer y diferenciar los valores que se utilizan en la vida cotidiana.
- Ser conscientes que los valores, las actitudes y las acciones o las llamadas conductas van estrechamente relacionados.
- Brindar ayuda psico-social a aquellos que presentan notable y continuamente antivalores en sus conductas.
- Realizar actividades humanísticas donde se evidencie que los valores son los que permiten orientar el comportamiento en pro de la realización como personas.
- Proponer actividades dinámicas en las cuales se evidencie y quede claro los tipos de valores según las diferentes teorías o clasificaciones.
- Realizar este estudio en los demás programas de la Institución.

12. Referencias Bibliográficas

- CORTINA, A. (1996). ¿Qué son los valores?, en VV. AA., Un mundo de valores. Valencia: Generalitat Valenciana.
- GARZÓN, A. y GARCÉS, J. (1989). Hacia una conceptualización del valor, en A. RODRÍGUEZ y J. SEOANE, Creencias, actitudes y valores. Madrid: Alhambra.
- GERVILLA, E. (1998). Educación y valores, Filosofía de la Educación hoy. Madrid: Dykinson.
- GERVILLA, E. (1993). Postmodernidad y educación. Valores y cultura de los jóvenes. Madrid: Dykinson.
- JIMENEZ, Juan C. (2010). El valor de los valores en las organizaciones. Cograf comunicaciones. Venezuela.
- MARÍN, R. (1993) Los valores, un desafío permanente. Madrid: Cincel.
- MARÍN, R. (1990). Valores y fines, Filosofía de la Educación hoy. Madrid: Dykinson.
- MARTÍNEZ, O., Ruiz, J. y Mendoza, I. (2013). Una mirada al perfil de valores y antivalores organizacionales en estudiantes universitarios de una IES de Baja California. Omnia , vol. 19, núm 1, pp. 31-48
- MENDOZA, I., Ladrón de Guevara, J., Martínez, F. (2008). Comparación del perfil de valores organizacionales de empresas de distintos sectores industriales de México. En el VI Congreso Internacional de Análisis Organizacional. Universidad Autónoma Metropolitana

MERMA, G. (2012), “Análisis de los componentes axiológicos en la legislación educativa española y autonómica: el caso de la Comunidad Valenciana”, en S. Peiró (coord.), Convivencia en educación: problemas.

ORTEGA Y GASSET, J. (1991). Introducción a una estimativa. ¿Qué son los valores?, O.C. VI, Revista de Occidente. Madrid. PAYA, M.

QUINTANA, J. M. (1998). Pedagogía axiológica. La educación ante los valores. Madrid: Dykinson.

SCHELER, M. (1942). Ética I y II, Revista de Occidente. Madrid.

<http://www.mineduacion.gov.co/1621/article-162268.html>

http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-103106_archivo_pdf.pdf

http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-89865_archivo_pdf.pdf

<http://www.mineduacion.gov.co/1621/article-162264.html>

<http://www.mineduacion.gov.co/1621/article-103106.html>

http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-86056_archivo_pdf.pdf

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5087/6584063U81.pdf?sequence=1>

http://www.javiergiraldo.org/IMG/pdf/crisis_etica.pdf

https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles-339975_recurso_9.pdf