

LA AUTOESTIMA DE LOS TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

THE SELF ESTEEM OF THE WORKERS PF THE AGRARIAN UNIVERSITY OF THE
JUNGLE

ALEJANDRO LOLI P.¹

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS, LIMA, PERÚ
(RECIBIDO 09/09/2012 – ACEPTADO, 25/11/2012)

RESUMEN

Este trabajo trata de conocer la autoestima de los trabajadores de una universidad pública del interior del país y su relación con algunas variables demográficas y sociales, en una muestra de 33% de la población total. Los resultados encontrados indican que en términos generales la autoestima de los trabajadores es baja. Mientras que las variables demográficas (sexo, estado civil, estudios alcanzados y años de residencia) respecto a la autoestima indica que existen diferencias significativas.

Palabras clave: autoestima, trabajadores, variables demográficas, Perú.

ABSTRACT

The present work attempts to examine the self-esteem of workers within a public university located within the interior of the country and its relationship with demographic and social variables in a sample of 33% of the total university population. The results indicate that, in general terms, the self-esteem of the workers is low, while in regards to demographic variables (sex, marital status, level of study and years of residence) significant differences in self-esteem were found to exist.

Keywords: Self-esteem, workers, demographic variables, Perú.

1 Profesor principal, Facultad de Psicología, UNMSM. alolip@unmsm.edu.pe / alolip@yahoo.es

INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre autoestima datan de finales del siglo XIX, cuando se descubre que el “yo” se desdobra en “yo” conocedor y “yo” conocido (William James en Bonet, 1994), es decir, cuando el hombre descubre el “tú” como una experiencia distinta a él, durante el desarrollo de su estructura psíquica. Luego suceden un conjunto de estudios relacionados a la autorrealización personal y el tratamiento de trastornos mentales (R. B. Burns, 1990), pero se descubre que el ser humano es capaz de conocerse así mismo, tener un concepto, evaluarse, aceptarse y respetarse, base sobre la cual se genera una percepción positiva o negativa de los demás.

Estudios posteriores relacionados a la calidad y la excelencia de la producción de bienes y servicios, como consecuencia del proceso de globalización de la economía y la cultura, y la búsqueda de herramientas, técnicas, métodos y estrategias por parte de los empresarios para lograr la competitividad en el mercado, lleva a volver los ojos hacia la persona, porque ni la tecnología ni el altruismo de los líderes fue suficiente para alcanzar los niveles de calidad y excelencia que los consumidores exigían (aunque estudios de Argyris, Maslow y Hersberg ya habían demostrado la importancia y la trascendencia de la mano del hombre, allá por la década de los cuarenta, dándole especial tratamiento al tema de la motivación).

En los últimos años el Perú vive envuelto en una necesidad apremiante de encarar el proceso de globalización y no encuentra aún el camino para lograr competitividad de sus organizaciones que le permita enfrentar con efectividad a las organizaciones internacionales que cada día se posicionan con más fuerza en el mercado nacional.

Los estudios desarrollados por T. Peters y R. H. Waterman (1982), R. Curvin (1989), muestran que los valores son la clave del éxito organizacional; J. Cruz (1996), M. Rodríguez (1993), entre tanto, indican que la autoestima es la llave del éxito personal y organizacional. Siguiendo la orientación de dichas investigaciones, A. Loli y E. López (1998), realizan una investigación en 105 gerentes de microempresas del Cono Este de Lima, encontrando correlación significativa entre autoestima y algunos valores organizacionales (lealtad, amor al trabajo, trabajo en equipo) y otras variables demográficas. Estos mismos autores al fundamentar la construcción de un Inventario de Autoestima para Adultos, ALPEL - Forma AD (2005), concluyen que la cultura organizacional es producto de los valores adquiridos por los trabajadores en su infancia y la autoestima la base de la formación de dichos valores personales y organizacionales. Se espera que las personas que tienen una autoestima alta y valores positivos son personas de calidad y son capaces de producir bienes y servicios de calidad (A. Loli, 2005).

Por consiguiente, nuestra preocupación está encaminada a conocer la autoestima de los trabajadores de la Universidad Nacional Agraria de la Selva en tanto estos (trabajadores no docentes), como cualquier otra organización, son poseedores de una cultura y son productores de servicios, y donde la calidad de los mismos dependerá del nivel de autoestima alcanzado por cada uno de sus miembros.

MÉTODO

Muestra de estudio

Como se puede apreciar en el cuadro siguiente, la muestra estuvo constituida por 89 trabajadores no docentes de la Universidad Nacional Agraria de la Selva. Estos participantes representan el 33% de la población total de trabajadores no docentes, y fueron seleccionados al azar.

Tabla 1: Composición de la muestra según variables demográficas

Variables demográficas	GRUPOS DE ESTUDIO				MUESTRA
SEXO	Femenino	Masculino			82
	24%	76%			
ESTADO CIVIL	Unido	No unido			89
	76%	24%			
ESTUDIOS ALCANZADOS	Universitario	Técnico	Otros		86
	36%	52%	12%		
AÑOS DE RESIDENCIA	- de 10 años	11-20 años	21-30 años	+ 30	80
	20%	29%	26%	25%	

Técnicas de recolección de datos

La muestra fue administrada en forma colectiva por una funcionaria especialmente entrenada para ello, perteneciente a la Oficina de Recursos Humanos. Una característica fundamental que es necesario señalar, por la posibilidad de influencia en los resultados, es que la prueba fue administrada durante la intervención de la Universidad por una Comisión de Gestión designada por la Asamblea Nacional de Rectores a partir de un conflicto institucional de docentes, trabajadores y estudiantes frente a sus autoridades, tiempo en el cual surgieron entredichos, mutuos maltratos y un alto nivel de desconfianza que, de hecho, afectó la muestra, de allí que no se llenaron la totalidad de los datos solicitados, razón por la cual difiere una de otra en cada variable demográfica.

Instrumentos

El instrumento empleado para la recolección de la información fue el Inventario de Autoestima para Adultos, ALPEL, Forma – AD, construido y validado por Alejandro E. Loli Pineda y Ernestina López Vega (2005), en una muestra de 3,215 sujetos (2,785 estudiantes universitarios y 430 sujetos egresados de universidades y profesionales). El análisis de consistencia de los ítems arroja un coeficiente de confiabilidad Kuder Richardson 20 de 0.84, altamente confiable.

Procesamiento de datos

Se utilizó el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para el tratamiento estadístico. Se empleó el Chi Cuadrado para analizar la relación de los puntajes (alto, bajo) de la autoestima, el puntaje “t” se usó para determinar

la diferencia de muestras independientes aplicado a variables demográficas de dos grupos. Mientras que el Análisis de Varianza sirvió para analizar variables mayores a dos grupos.

RESULTADOS

Una evaluación general de la Tabla N° 2, sobre la autoestima de los trabajadores no docentes de la Universidad Nacional Agraria de la Selva (Tingo María, Huanuco), a través de 4 factores (Autoconocimiento, autorrealización, autorrespeto, autoconfianza), a juzgar por su promedio ($x = 35$), muestra una tendencia a la autoestima baja, confirmando en parte la hipótesis planteada. Lo que significa que existe un alto porcentaje de trabajadores administrativos con tendencia a la inseguridad, principios y valores debilitados, con merma de su capacidad de orientar su vida hacia metas positivas, afectando de alguna manera el desarrollo de su vida cotidiana; puede ser debido a la coyuntura (explicados en la muestra del estudio) en que fue administrada la prueba.

Tabla 2

N° Casos	Promedio	Mediana	D.S.	Mínimo	Máximo
90	35	35.5	2.94	27	40

La autoestima según algunas variables demográficas

La autoestima según sexo

La Tabla N.° 3 analiza la relación de los puntajes de autoestima en hombres y mujeres con un nivel de confianza de 95% a través de la prueba Chi Cuadrado en una muestra total de 82 trabajadores. En esta relación, el 75% de mujeres tienen una autoestima alta, siendo esta mayor en relación a los hombres (41%); es decir, el 58.1% de hombres tienen autoestima baja. Probablemente se debe a que las mujeres conocen mejor sus derechos y obligaciones, de manera que pueden orientar su vida hacia la realización de sus aspiraciones con mayor seguridad, respetando los derechos de los demás.

Tabla 3: comparación de la autoestima según sexo

AUTOESTIMA PUNTAJE	BAJA <=35	ALTA >35	TOTAL
FEMENINO	5 25.0%	15 75.0%	20 100%
MACULINO n	36 58.1%	26 41.9%	62 100%
TOTAL n	41 50.0%	41 50.0%	82 100%

Significativo $p < 0.05$

Para averiguar si efectivamente las mujeres presentan un puntaje de autoestima mayor que el de los hombres, se sometió a la prueba “t” de Student (cumpliendo el supuesto de homogeneidad de la varianza), el mismo que arrojó que existe una diferencia significativa ($\text{sig} = 0.011$). Lo que confirma que las mujeres presentan un puntaje promedio de autoestima mayor que el de los hombres a un nivel de confianza del 95%.

Tabla 4: sexo vs puntaje de autoestima

PRUEBA DE HOMOGENEIDAD DE VARIANZA (Levene Test)		COMPARACION DE MEDIAS	
F	Sig = p-value	t	Sig = p-value
0.656	0.420	2.319	0.011

La autoestima según estado civil

La Tabla N.º 5 analiza la relación de los puntajes de autoestima de acuerdo a su estado civil: unidos (casados y convivientes) y no unidos (soltero, divorciado, viudo), con un nivel de confianza del 90% a través de la prueba Chi Cuadrado en una muestra total de 89 trabajadores. Esta relación expresa que la autoestima de la mayoría de casados y convivientes (54.4%) es baja, y en un 45.6% de los mismos es alta; mientras que la autoestima de los solteros, divorciados y viudos es más alta en un 66.7%, y baja en un 33.3% de ellos. Es decir, la mayoría de los casados y convivientes tienen la autoestima baja, en comparación con los solteros, divorciados y viudos que en su mayoría tienen la autoestima alta.

Es posible que estos datos tengan una base de explicación en la libertad de acción, como características diferenciadora visible de los solteros, divorciados y viudos en relación con los casados y convivientes; es decir, aceptación tácita de una libertad disminuida por las restricciones de la pareja o por responsabilidad y/o lealtad propia hacia la familia.

Tabla 5 comparación de la autoestima según estado civil

AUTOESTIMA PUNTAJE	BAJA <=35	ALTA >35	TOTAL
UNIDO (casado, conviviente) n	37 54.4%	31 45.6%	68 100%
NO UNIDO (soltero, divorciado, viudo)n	7 33.3%	14 66.7%	21 100%
TOTAL n	44 49.4%	45 50.6%	89 100%

Significativo $p < 0.09$

Para averiguar si efectivamente las personas que presentan un estado civil de “no unidos” (solteros, divorciados y viudos) tienen un puntaje de autoestima mayor que aquellas de estado civil “unidos” (casados y convivientes), se realizó la prueba “t” de Student (cumpliendo el supuesto de homogeneidad de la varianza), el mismo que arrojó que existe diferencia significativa ($\text{sig} = 0.042$). Lo que confirma que las personas que presentan estado civil no unido tienen un puntaje promedio de autoestima mayor que aquellos unidos, a un nivel de confianza del 95%.

Tabla 6: Estado civil vs puntaje de autoestima

PRUEBA DE HOMOGENEIDAD DE VARIANZA (Levene' Test)		COMPARACIÓN DE MEDIAS	
F	Sig =p-value	t	Sig =p-value
1.734	0.191	-1.751	0.042

La autoestima según grado de estudios alcanzado

La Tabla N.º 7 analiza la relación de los puntajes de autoestima de acuerdo a los grados de estudio alcanzados, con un nivel de confianza del 95% a través de la prueba Chi Cuadrado en una muestra total de 86 trabajadores. Esta relación expresa que la mayoría de los sujetos encuestados que alcanzaron estudios universitarios tienen la autoestima alta (61.3%), así como aquellos que realizaron estudios técnicos en su mayoría tienen una autoestima alta (80.0%); mientras que aquellos otros que no realizaron estudios universitarios ni técnicos, en su mayoría tienen una autoestima baja (64.4%). Estos datos pueden estar indicando que a medida que surge una mejoría en las habilidades o capacidades de formación académica de los sujetos se produce una mejoría de su autoestima.

Tabla 7: Comparación de la autoestima según grado de estudio alcanzado

AUTOESTIMA PUNTAJE	BAJA <=35	ALTA >35	TOTAL
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS n	12 38.7%	19 61.3%	31 100%
ESTUDIOS TECNICOS n	2 20.0%	8 80.0%	10 100%
OTROS (no universitarios, no técnicos) n	29 64.4%	16 35.6%	45 100%
TOTAL n	43 50.0%	43 50.0%	86 100%

Significativo $p < 0.05$

Para conocer la diferencia existente entre los grupos por grados de estudio alcanzados (estudios universitarios, técnicos y otros) respecto a la autoestima, los participantes fueron sometidos a la prueba ANOVA (para muestras mayores a dos grupos). Antes de dicha prueba, se realizó dos análisis para determinar si se cumplió con los supuestos de homogeneidad de varianza y normalidad de errores, encontrando que se cumplieron con los supuestos (Leven's T, $p=0.403$ y Anderson's T, $p=0.122$) respectivos. El ANOVA arrojó que no son homogéneos, es decir que existen diferencias entre los grupos estudiados con respecto al puntaje de autoestima ($F_{cal} = 7.232$, $p=0.001$); lo que significa que, por lo menos uno de los grupos de los grados de estudio es diferente con un nivel de confianza de 95 %.

Para averiguar cuál de estos grupos es diferente se sometió a los sujetos a la prueba de Tukey, arrojando los siguientes datos:

Tabla 8

COMPARACIONES	p-value	SIGNIFICANCIA
Universitarios vs. Técnicos	0.432	No significativo
Universitarios vs. Otros	0.015	*
Técnicos vs. Otros	0.005	*

Como se puede observar en el cuadro anterior, el puntaje de autoestima tanto para los que lograron estudios en la universidad, como para los que alcanzaron estudios técnicos es similar, siendo éstos diferentes respecto a las personas que no alcanzaron estudios superiores ni técnicos, obteniendo inclusive puntajes menores de autoestima.

La autoestima según años de residencia en la provincia

La Tabla N.º 9 analiza la relación de los puntajes de autoestima de acuerdo a los años de residencia en la ciudad donde se ubica su centro de trabajo, con un nivel de confianza del 95 % a través de la prueba Chi Cuadrado en una muestra total de 80 trabajadores. Esta relación expresa que la mayoría de los sujetos encuestados con una residencia igual o menor a 10 años tienen una autoestima alta (62.5%), entre tanto, aquellos que tienen una residencia mayor a 10 años e igual o menor a 20 años tienen una autoestima baja (69.6%); igual que aquellos que tienen una residencia mayor a 20 años e igual o menor a 30 años tienen una autoestima baja (57.1%); mientras que los trabajadores encuestados con una residencia mayor a 30 años tienen una autoestima alta (70.0%).

Este resultado parece indicar que durante el proceso de adaptación en los primeros años de residencia, hay una expectativa del futuro, una búsqueda constante de desarrollo personal, mientras que entre los 10 y 30 años hay una desesperanza de la situación presente y no hay mucho que hacer, entre tanto, más allá de los 30 años de residencia los sujetos aceptan su situación tanto económica, emocional como laboral, de manera que, hay una visible disminución de la expectativa.

Tabla 9 Comparación de la autoestima según años de residencia en la provincia

AUTOESTIMA PUNTAJE	BAJA <=35	ALTA >35	TOTAL
Años de residencia			
<= 10 n	6	10	16
%	37.5%	62.5%	100%
> 10 a <= 20 n	16	7	23
%	69.6%	30.4%	100%
> 20 a <= 30 n	12	9	21
%	57.1%	42.9%	100%
> 30 n	6	14	20
%	30.0%	70.0%	100%
TOTAL n	40	40	80
%	50.0%	50.0%	100%

Significativo $p < 0.05$

Para conocer la diferencia existente entre los grupos de años de residencia respecto a la autoestima, los participantes fueron sometidos a la prueba ANOVA (para muestras mayores a dos grupos). Antes de la prueba ANOVA, se realizó dos pruebas para determinar si se cumplió con los supuestos de homogeneidad de varianza y normalidad de errores, encontrando que se cumplieron con los supuestos (Leven's T, $p=0.495$ y Anderson's T, $p= 0.318$) respectivos. El ANOVA arrojó que no son homogéneos, es decir, que existen diferencias entre los grupos estudiados con respecto al puntaje de autoestima ($F_{cal} = 3.859$, $p=0.013$), lo que significa que por lo menos uno de los grupos de los años de residencia son diferentes con un nivel de confianza de 95%.

Para averiguar cuál de estos grupos es diferente, se sometió a los sujetos a la prueba de Tukey, arrojando los siguientes datos:

COMPARACIONES	p-value	SIGNIFICANCIA
<= 10 vs > 10 a <= 20	0.054	*
<= 10 vs > 20 a <= 30	0.362	n.s
<= 10 vs > 30	0.998	*
> 10 a <= 20 vs > 20 a <= 30	0.754	*
> 10 a <= 20 vs > 30	0.022	n.s
> 20 a <= 30 vs > 30	0.231	*

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el puntaje de autoestima tanto en el grupo <= 10 vs > 20 a <= 30 como en el grupo > 10 a <= 20 vs > 30 años de residencia es similar, siendo estos grupos diferentes a los otros grupos.

DISCUSIÓN

Decíamos que las investigaciones relacionadas a la calidad y la excelencia de la producción de bienes y servicios, como consecuencia del proceso de globalización de la economía y la cultura, y la búsqueda de herramientas, técnicas, métodos y estrategias por parte de los empresarios para lograr la competitividad en el mercado, les llevó a volver los ojos hacia la persona, porque ni la tecnología ni el altruismo de los líderes fue suficiente para alcanzar los niveles de calidad y excelencia que los consumidores exigían. Aunque Argyris, Maslow y Hersberg (1945–1955) ya habían demostrado la importancia y la trascendencia de la mano del hombre, aunque sus estudios le dieron más peso a la motivación para el trabajo.

Así, estudios desarrollados en torno a la persona exploran valores, compromisos, satisfacciones, motivaciones y otras variables personales y organizacionales para conocer su influencia sobre el rendimiento laboral y sobre el comportamiento organizacional. Cuando se revisan investigaciones relativas a autoestima, todas apuntan a demostrar (Rodríguez E. Mauro, 1993; Cruz Ramírez, 1997) que ella es la llave del éxito personal y organizacional. Se afirma también (G. Mora, 1996) que es innegable que el "... punto de partida en la inductiva de los valores (positivos) ... sea el incremento de la autoestima ...", aunque otros afirman que la autoestima es el resultado de la "... internalización de las normas y los valores del grupo social y de su adecuado desempeño" (Sherif y Serif, 1996); situación que crea cierta disonancia, pero las evidencias anteriores y actuales se van consolidando en el sentido de que la autoestima "... juega un papel modulador en la relación entre el clima organizacional y la satisfacción con el trabajo" (J. De la Poza y J. Prior, 1988; Mossholder, 1981; Adler, 1980), de manera que "... el conflicto de función tiene relación negativa con la satisfacción laboral, el desempeño, el compromiso organizacional y la participación que da autoestima...", es decir, cuanto mayor es el conflicto de función menor será la participación que da autoestima (A. Loli y col., 2000). Así visto, la autoestima reforzada es capaz de elevar la productividad e ir mucho más allá para mejorar su actitud en el servicio, elevando su autoestima y el cambio personal hasta sentirse orgulloso y satisfecho con su empleo. Este cambio de percepción laboral solo es posible con el desarrollo de la autoestima (Yerkes, 1978), hasta el nivel que Maslow (1952) señalaba como nivel de autorrealización personal, que Cruz (1997) llama nivel de servicio.

Alejandro Loli Pineda y Ernestina López Vega (2005), al fundamentar la construcción de su Inventario de Autoestima para Adultos, ALPEL - Forma AD, concluyen que la cultura organizacional es producto de los valores adquiridos por los miembros de una organización en su infancia y la autoestima la base de la formación de dichos valores personales y organizacionales. Por tanto, medir la autoestima de los trabajadores y determinar los niveles alcanzados en ella, puede ser expresión de la calidad personal y organizacional, en la medida que las personas que tienen una autoestima alta y valores positivos son personas de calidad y son capaces de producir bienes y servicios de calidad.

Los resultados del presente estudio nos muestran que la autoestima de los trabajadores no docentes de dicha organización es baja y puede deberse, efectivamente a la situación coyuntural que compartieron en dicha organización, antes, frente a la crisis institucional, durante el conflicto, que fue consecuencia de aquella crisis, y después, en proceso de normalización de las actividades académicas y administrativas. Si bien es cierto que el exceso de autoestima desalienta la responsabilidad organizacional y el respeto a las personas (A. Loli y col., 1998, 2005), la autoestima reforzada es capaz de elevar la productividad (Cruz, 1997); entre tanto, la autoestima baja, como es el caso, producto de conflictos de función y conflictos de grupo tiene relación negativa con la satisfacción laboral, el desempeño, el compromiso organizacional y la participación que da autoestima (A. Loli y Col., 2000); por tanto, existe consistencia de nuestros resultados con las investigaciones revisadas. Y donde tampoco se puede esperar un servicio de calidad.

Entre tanto, analizada la muestra en variables demográficas y sociales, se encuentra que las mujeres tienen una autoestima más alta en relación a los hombres; los solteros, divorciados y viudos, más alta en relación a los casados y convivientes; los que alcanzaron estudios universitarios y técnicos tienen la autoestima más alta en relación a aquellos que no llegaron hacer estudios similares. Igualmente, las personas de 10 o menos años de residencia tienen una autoestima alta, al igual que los que tienen 30 y más años de residencia en la ciudad; mientras que aquellos que tienen de 11 a 30 años tienen la autoestima baja, probablemente se debe a la independencia y la libertad de actuación que tienen todos estos grupos como características comunes a ellos y que tiene que ver con un mejor conocimiento de sí mismo, mayor valoración, respeto y autorrealización, que debe traducirse en madurez, seguridad y capacidad de adaptación a las exigencias cotidianas.

CONCLUSIONES

En concordancia con los resultados obtenidos del análisis estadístico practicado, se puede arribar a las siguientes conclusiones:

En general, la autoestima de los trabajadores no docentes de la entidad estudiada es baja y parece que la explicación se encuentra en la existencia y persistencia de un clima laboral negativo; en todo caso, difícil de contar con un servicio de calidad, en la medida que dicha merma se mantenga o se instituya.

El análisis estadístico de la autoestima en relación a grupos demográficos y sociales indican que:

Las mujeres tienen la autoestima más alta en relación a los hombres.

Los solteros, divorciados y viudos tienen una autoestima más alta en relación a los casados y convivientes.

Los trabajadores que alcanzaron estudios universitarios y aquellos que lograron estudios técnicos tienen la autoestima más alta que aquellos otros que no lograron tal formación.

Los trabajadores que residen en la ciudad donde se ubica la organización durante 10 o menos años y aquellos que residen más de 30 años tienen la autoestima más alta en relación a los que residen entre 11 y 30 años.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonet, José (1994). *Autoestima*. Editorial Sal térrea, España.
- Clemes, Harris y BEAN, Reynold (1996). *Cómo desarrollar la autoestima en los niños*. Edit. Debate S.A. España.
- Cruz Ramírez, José (1997). *Autoestima y gestión de la calidad*. Edit. Iberoamericana, México.
- Lebow, Rob (1995). *La clave de la productividad empresarial*. Panorama Editorial S.A. México.
- Loli, Alejandro; López, Ernestina (1997). Autoestima y Valores en la calidad y la excelencia, Instituto de Investigaciones Psicológicas, UNMSM, Lima.
- Loli, Alejandro; López, Ernestina; Atalaya, María (1998). La Autoestima y los Valores en las Empresas de Lima. Instituto de Investigaciones Psicológicas, UNMSM, Lima.
- Loli Pineda, Alejandro (2000). La autoestima y los valores organizacionales en estudiantes universitarios de Lima. Instituto de Investigaciones Psicológicas, UNMSM, Lima.
- Loli, Alejandro; López, Ernestina (2005). Inventario de Autoestima para Adultos, ALPEL, Forma AD. Instituto de Investigaciones Psicológicas, UNMSM, Lima.
- Rodríguez, Mauro (1993). *Los valores, clave de la excelencia*. Editorial McGrawHill, México.