

## Investigación del Perfil Valórico de los estudiantes de la Universidad Politécnica Gómez Palacio

**Rebeca Sandoval Chávez**

Universidad Politécnica Gómez Palacio

[rsandoval@upgop.edu.mx](mailto:rsandoval@upgop.edu.mx)

### Resumen

*El presente informe es sobre la Investigación denominada "Perfil Valórico de los estudiantes de la Universidad Politécnica Gómez Palacio". Para el ámbito cuantitativo se aplicó el instrumento denominado "Cuestionario de Valores" al total de la población (Adaptación del instrumento "Value Survey" - realizada por Brinkmann et al (1999). La escala mide 11 áreas de dominio: universal, hedonismo, autodirección seguridad, benevolencia, conformidad, poder, espiritualidad, tradiciones, estímulo y realización. En el discurso de los alumnos se encontró que los fundamentos del perfil valórico expuestos por éstos eran posibles de agrupar en cinco grandes ámbitos o macrocategorías: Sistema Educativo, Aspectos Socioculturales, Elección Personal, Ámbitos Familiares, Sistema de comunicación. Se detectó que 3 de cada 10 jóvenes no tienen sentido de pertenencia desarrollado así sus grupos escolares ni a la universidad. Un 32 % de los jóvenes no le dan importancia al desarrollo de su ser en el aspecto espiritual. Otros aspectos importantes a cubrir son : reciprocidad de favores (falta de trabajo en equipo y colaborativo), Ambicioso (Trabajador infatigable con aspiraciones) con*

*una media de (3.71) esta variable deberá ser fortalecida para empatarla con el interés de la institución por desarrollar emprendedores.*

*Un antivalor analizado "Hedonismo" no dice que un 77 % de los universitarios consideran importancia y suma importancia el placer y gozo de la vida.*

**Palabras clave/Keywords** Bien, Contexto, Escala, Moral, Valores, Universal, Pertenencia, Alma máter, Paxis, lineamientos. Perfil valórico

---

## Introducción

En todas las épocas han existido cambios en la escala de valores. En una definición bastante limitada, los valores son verdades establecidas que determinan reglas y patrones de conducta. Cuando uno de estos valores se modifica, o desaparece, parte de la sociedad experimenta un desconocimiento y tiene que realizar un proceso de ajuste.

Estos cambios en los valores generalmente son producto del proceso, de la nueva dinámica social, de los nuevos modos de pensamiento.

Desde luego, la vida es renovación constante, y está bien que ciertas cosas cambien para mejorar. Hay principios que en otros tiempos funcionaron, y que ya resultan obsoletos. Pero hay valores que deben permanecer, porque son como los pilares de nuestra esencia como seres humanos.

La época que nos está tocando vivir es la más conflictiva a la que la humanidad se haya enfrentado en toda su historia. Estamos en el punto más alto del progreso y, también, en el punto más alto de retroceso moral; paradoja de la vida moderna. Por un lado tenemos

avances tecnológicos que antes ni siquiera se podrían imaginar, y por el otro estamos arruinando nuestro planeta.

En términos biológicos, somos una especie que ha rebasado con mucho sus límites de sobrepoblación. Esto trae una serie de problemas de alimentación, salud, educación, ecología, guerras y conflictos, de violencia, de inseguridad.

Las estructuras sociales básicas, como la familia, están viviendo como nunca un altísimo grado de desintegración, como lo demuestra el aterrador índice de divorcios.

A pesar de todas las voces que nos levantamos en contra de las drogas, muchos jóvenes siguen cayendo en la trampa por desesperación, por soledad, por ignorancia, por tratar de encontrar otro sentido a la vida.

La formación de valores y la universidad

Hoy más que nunca nuestra sociedad reclama de sus instituciones de educación superior, una formación de sus jóvenes, en el rubro de los valores como ejes transversales dentro de los planes de estudio, ante estas exigencias se deben asumir de forma obligatoria y con sentido de responsabilidad para los alumnos universitarios una educación que incluya estos ejes, La universidad como rectora del saber y del conocimiento tiene como fin divulgar valores morales, mismos que no deben quedar solo enmarcados puramente en conceptos, sino que se lleven a la praxis trasladándolos a la acción inmediata.

Es imprescindible ahondar la esencia de su filosofía de la Universidad con la intención de delinear lo que considera la cultura y humanismo, esto a partir de los valores, principios e ideales que están inscritos en la misión y la visión esto implica que toda educación basada

en los valores debe permitir a los alumnos tener una actitud reflexiva, de juicio y de una consciencia en su tarea, permitiéndole tener muy claro con respecto a su futuro y disponerse a enfrentar los retos que demanda toda sociedad.

Por todo lo anterior es necesario enfatizar que la formación de los valores éticos y morales en los estudiantes; es una necesidad irrevocable, que cobra fuerza cuando la universidad cumple con su cometido activando la conciencia del alumno, atrae a la construcción de su identidad en relación de los valores asumidos a partir de sus creencias imprimiéndole el sello de disposición de servicio. Sin embargo la identidad del alumno no es sólo pertenencia, es sentir orgullo de sostener el compromiso, contribuyendo con creatividad, apreciar lo que representa el conocimiento.

## Contenido

Bases de la investigación

Marco Teórico

A continuación esbozaré una línea del tiempo sobre la concepción y evolución de los valores que en la antigüedad se manifestaban a través de la ética:

Pero antes es indispensable que parta del concepto de ética. La palabra ética viene del griego *ethos*, que significa costumbre, por lo que muchos la reconocen como la ciencia de las costumbres. A la ética le interesa estudiar la bondad o maldad de los actos humanos. Éste es racional, ya que fundamentalmente sus modelos éticos por medio de la razón, y le concierne proporcionar las razones por las que ciertas conductas son buenas y argumentar en contra de las que son malas (Dueñas, 1997)

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">El mundo antiguo (4500-1200 a.C.)</p>  <p>El hombre se empezó a preocupar por determinar lo que estaba bien y lo que estaba mal ( Los códigos éticos y las normas morales estaban marcados por la tradición.</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Siglo VI a.C.</p> <p>*Los discípulos de Pitágoras intentaron aplicar teorías matemáticas al tema de la conducta y la ética. *Sócrates decía que la gente debería conocer : el coraje, la justicia, la ley, la fuerza y el gobierno antes de ser valientes o buenos ciudadanos . * Surgió la ciencia ética que intentaba demostrar la existencia de valores absolutos ( bien y justicia)</p> 	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Platón ( filósofo griego 427-347 a.C.)</p>  <p>Defendió los valores absolutos ( belleza, bien, verdad )</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Aristóteles (filósofo griego 384-322 a.C.)</p>  <p>Explicó el comportamiento no ético, diciendo que el deseo del hombre había llegado a anular su racionalidad. La ética que proponía tenía como finalidad alcanzar la felicidad y decía que la felicidad se alcanza buscando la sabiduría.</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Escuelas helenísticas ( 341-270 a.C.)</p> <p>Con Epicúreo quien sostenía que el bien es fácil de alcanzar y el mal fácil de evitar sólo hay que conformarnos con nuestra suerte.</p> 
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Época medieval (siglo IV-XV d.C.)</p>  <p>Se aprecia una influencia del Cristianismo, liderado por Santo Tomás de Aquino. Éste decía que el hombre es un ser creado por Dios, a su imagen y semejanza. Para él la ética era la práctica de las virtudes cristianas.</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Edad moderna ( siglo XV-XVII)</p>  <p>Descartes en la edad moderna separó la razón y la fe. En esta época la ética y los valores dejaron de estar influenciados por la religión.</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Siglo XIX</p>  <p>Surge el Liberalismo (libertad plena y total del hombre). Esta época destaca que el bien es buscar el interés general, y que hay un cambio radical en los valores (Nietzsche 1844-1900).</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Siglo XX</p>  <p>Jean Paul Sartre sostiene que "El hombre está condenado a ser libre", construye su "código de ético"; crea valores y que el valor máximo es la libertad, junto con la responsabilidad.</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Actualidad</p>  <p>Estamos en el punto más alto del progreso y, también, en el punto más alto de retroceso moral; paradoja de la vida moderna. Por un lado tenemos avances tecnológicos que antes ni se podrían imaginar, y por el otro estamos arruinando nuestro planeta.</p>

Diseño de la Investigación

Tipo de investigación: Descriptiva.

Las áreas del perfil valórico que se abordaron se dividieron en 5 grandes ámbitos o macrocategorías:

Sistema educacional.

Aspecto sociocultural (Entorno social, cultura, diferencia generacional, estrato social, religión, sociedad).

Elección personal (Oposición familiar, oposición de género, oposición de religión, estrato socioeconómico, individual, estabilidad personal, experiencia de vida).

Ámbito familiar.

Sistema comunicacional (televisión, ausencia paterna, medios de comunicación).

Se desarrollaron instrumentos: Los 5 grandes ámbitos se desglosaron en 11 áreas de dominio con la finalidad de análisis, se desarrollaron con un lenguaje adecuado a las edades de los sujetos encuestados y especificando la intención de la pregunta.

Determinación de muestra: A Población Total

Los datos utilizados: Estudiantes de la Universidad Politécnica Gómez Palacio

Piloteo de instrumento.

Validación del instrumento mediante Alpha Cronbach.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

**K:** El número de ítems  
 **$\sum S_i^2$ :** Sumatoria de Varianzas de los ítems  
 **$S^2$ :** Varianza de la suma de los ítems  
 **$\alpha$ :** Coeficiente de Alfa de Cronbach

RESULTADO FINAL
$\alpha = 0.8922976$

Se aplicó instrumento.

Se capturó instrumento aplicado programa estadístico.

Se aplicó Alpha Cronbach a toda la muestra.

Se elaboró estadística.

Se realizó la lectura de tablas (11 áreas de dominio).

Análisis de resultados

Paradigma cualitativo

En el discurso de los alumnos se encontró que los fundamentos del perfil valórico expuestos por éstos eran posibles de agrupar en cinco grandes ámbitos o macrocategorías.

Primera: **Sistema Educativo** en la red de análisis se representa, según el discurso de los alumnos, al sistema de educación formal como un fundamento de la formación valórica de éstos. Se presentan los elementos: Educación Prebásica, Educación Básica, Educación Media y Educación Universitaria. Dentro de este último, se expresa que en este nivel educativo se reciben conocimientos de determinadas materias que sustentan valores de respeto a la diversidad.

Segunda: **Aspectos Socioculturales** contiene diversas áreas que tienen alguna vinculación directa con este ámbito, las cuales fueron mencionadas por los alumnos para fundamentar la presencia de ciertos valores en sí mismos.

Según los datos textuales aportados por los alumnos, se identifican las siguientes subcategorías: "Entorno Social", "Cultura", "Diferencia Generacional", "Diversidad", "Género", "Estrato Socioeconómico", "Religión", "Sociedad", "Grupo de Pares", "Transmisión Cotidiana", "Oposición Género", "Oposición Estrato Socioeconómico", "Oposición Religión".

Tercera: **Elección Personal**. Este ámbito es el que representa las referencias en las que se plantea que es el individuo quien decide los valores que van a conducir sus acciones. En ella se presentaron las siguientes subcategorías: "Oposición Familia", "Oposición Género,

"Oposición Hermanos", "Oposición Religión", "Estrato Socioeconómico", "Individual", "Estabilidad Personal", "Experiencia de Vida".

Cuarta: **Ámbitos Familiares** Un aspecto de gran relevancia en la interpretación de los fundamentos del perfil valórico en alumnos fue aquel vinculado con variados elementos relacionados con la familia, sus distintos constituyentes y diversidad de formas.

Quinta: **Sistema de comunicación** un componente de importancia en la formación valórica de las personas, a aquellas referencias relacionadas con este tema. Se definen las siguientes subcategorías: "Televisión", "Ausencia Paterna", "Medios de Comunicación".

### 3.2. Paradigma cuantitativo

Las respuestas entregadas al "Cuestionario de Valores" fueron traspasadas a una Planilla Excel y posteriormente analizadas utilizando software computacional de estadística que nos permitió evidenciar la captura y a su vez entregó la información estadística correspondiente a los Valores (total cincuenta y seis) que conforman cada Dominio (total once), según se observa en la tabla que a continuación se describen . Con los datos de promedio que muestra las que se construyeron los gráficos: que corresponde a "Promedio obtenido por los alumnos en los Valores que conforman cada Dominio" así como el "Perfil valórico promedio

**Nota: Para efectos prácticos se analizarán los resultados obtenidos al pie de cada tabla.**



**Tabla No.1 Dominio Universal**

	IGUAL	ARMON	DARSI	UNION	SABID	BELLE	JUSTI	MUNDO	MENTE	PROTE	
Media Aritmética	4.52	4.66	4.85	3.84	4.54	3.84	4.31	4.58	4.45	3.75	<b>4.33</b>
Mediana	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	
Moda	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	
Desviación	0.68	0.58	0.49	0.95	0.65	0.87	0.77	0.75	0.76	0.96	
Varianza	0.47	0.33	0.24	0.89	0.43	0.75	0.59	0.57	0.57	0.92	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:											
Opuesto a mis valores	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Nada importante	0%	0%	0%	4%	0%	2%	1%	1%	1%	4%	
De relativa importancia	3%	2%	1%	20%	4%	21%	8%	4%	6%	24%	
Importante	31%	23%	6%	41%	28%	45%	37%	20%	28%	37%	<b>30%</b>
De suma importancia	66%	75%	93%	35%	68%	32%	54%	75%	65%	35%	<b>60%</b>
											<b>89%</b>

- IGUAL = Igualdad ( Iguales oportunidades para todos )
- ARMON= Armonía interna ( En paz conmigo mismo )
- DARSI= Dar significado a mi vida ( Una meta en la vida )
- UNION= Unión con la naturaleza ( Integrarse con la naturaleza )
- SABID = Sabiduría ( Comprensión madura de la vida )
- BELLE = Un mundo de belleza ( Belleza en la naturaleza y en el arte )
- JUSTI = Justicia social ( Corregir injusticias, cuidar a los débiles )
- MUNDO = Un mundo en paz ( Libre de guerras y conflictos )
- MENTE = Mente abierta ( Tolerante de diferentes ideas y creencias )
- PROTE = Protector del medio ambiente ( Defensor de la naturaleza )

Como se observa en la Tabla No.1 Dominio Universal el 89 % de los jóvenes consideran importante o de suma importancia el grado de Dominio Universal en donde de manera detallada observamos que la variable 10 DARSI ( Dar significado a la vida) refleja una media de (4.85) y que es superior a la media de medias, y que nos dice que los jóvenes consideran de suma importancia dar un significado a la vida , valor que corresponde o que es acorde a las características del nivel de desarrollo en que se encuentran los jóvenes y en contra parte las medias más bajas obtenida son : (3.75) de la variables 38 PROTE ( protector del medio ambiente ) y (3.84) que corresponde a la variable 24 UNION (Unión con la naturaleza) y (3.84) que corresponde a la variable 29 BELLE (Un mundo bello- belleza en la naturaleza y el arte) estos tres datos ligados al cuidado del medio ambiente y cuyo resultado es preocupando que nos dicen que entre un 24 y 29 % de los encuestados no le dan importancia al cuidado de la naturaleza y que solo un 76 %

dimensionan su importancia. Hace falta fomentar la cultura del cuidado al planeta y aprecio por la naturaleza y concientizarnos que solo tenemos un planeta.

**Tabla No.2 Poder**

	PODER	RIQUE	RECON	RIDAD	CONSE	
Media Aritmética	2.78	3.39	3.93	3.39	4.12	<b>3.52</b>
Mediana	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	
Moda	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	
Desviación	1.08	0.89	0.94	1.08	0.88	
Varianza	1.17	0.80	0.88	1.17	0.77	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	
<b>Frecuencia Relativa:</b>						
Opuesto a mis valores	5%	1%	0%	2%	0%	
Nada Importante	20%	7%	4%	8%	3%	
De relativa importancia	35%	37%	18%	28%	11%	
Importante	30%	40%	37%	39%	38%	<b>37%</b>
De suma importancia	10%	15%	41%	23%	48%	<b>27%</b>
						<b>64%</b>

PODER = Poder Social ( Control sobre los demás )

RIQUE = Riqueza ( Posesiones materiales , dinero )

RECON = Reconocimiento social ( Respeto, aprobación de los demás )

RIDAD = Autoridad ( El derecho a dirigir mandar )

CONSE= Conservando mi imagen pública ( Protegiendo mi imagen )

Con se observa en la Tabla No. 2 Poder, y de acuerdo a lo que se evidencia la opinión se encuentra dividida , cargada hacia la importancia y suma importancia del poder con un 64 % y el restante 36 % no lo considera tan relevante. Es importante señalar que la variable No.46 CONSE (Conservando mi imagen pública) corresponde a la media más alta del grado de dominio con un (4.12) en relación a la media de medias que es de (3.52), este resultado se infiere por la etapa de desarrollo en que se encuentran los jóvenes en que le dan mucha importancia a su imagen, este sesgo se puede atribuir al impacto de la mercadotecnia y los medios publicitarios (televisión, prensa, radio, Internet etc...)

<b>Tabla No. 3 Hedonismo</b>			
	PLACE	GOZAD	
Media Aritmética	3.76	3.87	<b>3.82</b>
Mediana	4.00	4.00	
Moda	4.00	5.00	
Desviación	0.91	1.11	
Varianza	0.82	1.27	
Máximo	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:			
Opuesto a mis valores	1%	1%	
Nada importante	3%	5%	
De relativa importancia	20%	17%	
Importante	50%	29%	<b>40%</b>
De suma importancia	26%	48%	<b>37%</b>
			<b>77%</b>

PLACE = Placer (Gratificación de deseo)

GOZAD = Goza de la vida (Gozar de la comida, el sexo, el ocio)

Como se observa en la Tabla No. 3 Hedonismo (Doctrina que considera el placer como fin de la vida)\* **es un antivalor** y nos indica de acuerdo a los resultados obtenidos que un 77 % de los jóvenes considera importante y de suma importancia el placer y gozar de la vida. Este resultado puede ser una de las consecuencias de la crisis de valores en que se encuentra la sociedad actual, el grado de desorientación, el tras tocamiento de los valores mismos, y la influencia de los factores externos. Este resultados es preocupante y amerita una observación más a detallado de expertos en la materia.

Diccionario de la real lengua española

**Tabla No. 4 Autodirección**

	LIBER	AUTOR	CREAT	AUTOD	INDEP	ELIGI	CURIO	
Media Aritmética	4.59	4.57	4.25	4.12	4.27	4.71	3.71	<b>4.32</b>
Mediana	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	
Moda	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	
Desviación	0.80	0.76	0.78	0.83	0.84	0.59	0.97	
Varianza	0.63	0.57	0.61	0.69	0.71	0.35	0.94	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
<b>Frecuencia Relativa:</b>								
Opuesto a mis valores	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	
Nada Importante	1%	1%	1%	1%	2%	0%	5%	
De relativa importancia	3%	3%	11%	14%	8%	2%	21%	
Importante	18%	22%	37%	40%	36%	17%	44%	<b>31%</b>
De suma importancia	78%	74%	51%	45%	54%	81%	29%	<b>59%</b>
								<b>89%</b>

LIBER = Libertad ( Libertad de acción y pensamiento )

AUTOR = Autorrespeto ( Creer en el propio valor personal )

CREAT = Creatividad ( Originalidad, imaginación )

AUTOD = Autodisciplina ( Autocontrol, resistencia a las tentaciones )

INDEP = Independiente ( No depender de los demás, autosuficiente )

ELIGI = Eligiendo mis propias metas ( Seleccionando mis propios objetivos )

CURIO = Curioso ( Interesado por todo )

Como se aprecia en la Tabla No.4 llamada Auto Dirección una mayoría muy amplia (89 %) desea su independencia de acción. La variable No. 41 ELIGI (Eligiendo mis propias metas) obtuvo una media del (4.71) la más alta del grupo de grado de dominio en comparación con la media de medias que es de un (4.32). Este resultado puede ser considerado una actitud prevalectante de la época moderna del impulso de los jóvenes por lograr un proyecto de vida, sin tutorías o dependencias, esto puede resultar positivo, siempre y cuando sea una libertad conducida de lo contrario si no hay madurez y preparación se corre el riesgo de convertirse en un libertinaje

<b>Tabla No. 5 Espiritualidad</b>				
	UNAVI	DEVOT		
Media Aritmética	3.93	3.76	<b>3.85</b>	
Mediana	4.00	4.00		
Moda	4.00	4.00		
Desviación	0.95	1.09		
Varianza	0.90	1.19		
Máximo	5.00	5.00		
Mínimo	1.00	1.00		
Frecuencia Relativa:				
Opuesto a mis valores	0%	1%		
Nada importante	4%	6%		
De relativa importancia	17%	16%		
Importante	39%	37%	<b>38%</b>	
De suma importancia	40%	40%	<b>40%</b>	
			<b>78%</b>	

UNAVI = Una vida espiritual ( Énfasis en aspectos espirituales, no materiales )

DEVOT = Devoto ( Manteniendo creencias y fe religiosa )

Como se puede observar en la Tabla No. 5 Espiritualidad, obtiene el penúltimo lugar de la media de medias, siendo la más alta Conformidad con un (4.48) y la más baja Poder con un (3.53) de los 11 grados de dominio analizados.

Un 32 % de los jóvenes no le dan importancia al desarrollo de su ser en el aspecto espiritual. Y hablar de 3 de cada 10 jóvenes que no le dan importancia, es preocupante en virtud de que históricamente el desarrollo de valores universales viene de la mano con la espiritualidad. Aunado a esto el hecho de que el creer en algo o alguien superior ha sido factor determinante para el comportamiento del ser humano en sociedad, considerando que la esencia humana se integra de materia y espíritu.

<b>Tabla No. 6 Benevolencia</b>									
	SENTI	A.MORM	AMIST	LEALF	HONES	AYUDA	CONFI	RENCO	
Media Aritmética	3.49	4.26	4.53	4.40	4.58	4.28	4.41	4.09	<b>4.26</b>
Mediana	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	
Moda	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Desviación	1.03	0.89	0.68	0.76	0.69	0.78	0.81	0.98	
Varianza	1.06	0.79	0.47	0.57	0.47	0.61	0.65	0.95	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:									
Opuesto a mis valores	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Nada Importante	7%	2%	0%	0%	0%	1%	1%	3%	
De relativa importancia	23%	8%	3%	5%	3%	9%	5%	12%	
Importante	46%	31%	29%	34%	23%	36%	29%	34%	<b>33%</b>
De suma importancia	23%	59%	68%	61%	74%	54%	65%	51%	<b>57%</b>
									<b>90%</b>

ENTI = Sentido de pertenencia ( Sentimiento de ser parte de algo o de pertenecer a alguien )

MORM = Amor maduro ( Profunda relación íntima, emocional y espiritual )

MIST = Amistad verdadera ( Amigos cercanos que me apoyan )

EALF = Leal ( Fiel a mis amigos, al grupo )

ONES = Honesto ( Genuino, sincero )

YUDA = Que ayuda ( Trabajador por el bienestar de los demás )

ONFI = Confiable ( En que se puede confiar, fiable )

ENCO = No rencoroso ( Dispuesto a perdonar a los demás )

Como se observa en la Tabla No. 6 Benevolencia, un 83 % de los jóvenes consideran importante y de suma importancia la amistad, dato que nos da indicios de su incorporación a la sociedad, y su sentido de pertenencia. Y que 9.5 de cada 10 jóvenes aprecian la lealtad que nos habla del grado de compromiso que tendrán en el futuro con la sociedad. Por otra parte es muy preocupante el resultado obtenido en la variable 7 SENTI ( Sentido de pertenencia ) que obtiene una media de (3.49) la más baja de los 56 ítem analizado y que no dice que 3 de cada 10 jóvenes no tiene sentido de pertenencia desarrollado hacia sus grupos escolares y universidad. Por otra parte 1.5 de cada 10 jóvenes no están dispuestos a perdonar a los demás de acuerdo a la variable No.54 RENCO (No rencoroso).

<b>Tabla No. 7 Conformidad</b>					
	ORDEN	BUENO	HONRA	RESPO	
Media Aritmética	4.04	4.62	4.68	4.59	<b>4.48</b>
Mediana	4.00	5.00	5.00	5.00	
Moda	4.00	5.00	5.00	5.00	
Desviación	0.88	0.66	0.61	0.66	
Varianza	0.77	0.44	0.38	0.44	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:					
Opuesto a mis valores	0%	0%	0%	0%	
Nada importante	2%	0%	0%	0%	
De relativa importancia	12%	4%	2%	3%	
Importante	46%	20%	19%	25%	<b>28%</b>
De suma importancia	40%	76%	79%	72%	<b>67%</b>
					<b>94%</b>

ORDEN = Orden social ( Estabilidad en la sociedad )	
BUENO = Buenos modales ( Cortesía, buenos modales )	
HONRA = Honrar a los padres y a los mayores ( Mostrándoles respeto )	
RESPO = Responsable ( Cumpliendo mis deberes, obligaciones )	

Como se observa en la Tabla No. 7 Conformidad, un 94 % de los jóvenes consideran importante y de suma importancia la conformidad. 9.7 de cada 10 de los encuestados dan importancia y suma importancia al ser responsable, el cumplir con sus deberes y obligaciones.

La variable No.40 HONRA (Honrar a los padres y a los mayores) representa la medias más altas obteniendo un (4.68) lo que nos dice que la figura de los padres sigue siendo importante para los jóvenes aun y cuando estén luchando por su independencia como ha quedado evidenciado en la Tabla No. 4 “Auto dirección “en la variable No 31 INDEP (Independencia) y la variable No.41 ELIGI (Eliendo mis propias metas).

Por otra parte la variable No.8 (Orden Social) resultó considerada la menos importante con una media de (4.04) lo que nos indica que los jóvenes aun no dan peso a la estabilidad social.

<b>Tabla No. 8 Estímulo</b>				
	VIDAE	VARIA	ATREV	
Media Aritmética	3.84	4.27	3.83	<b>3.98</b>
Mediana	4.00	4.00	4.00	
Moda	4.00	4.00	4.00	
Desviación	0.97	0.78	0.98	
Varianza	0.94	0.61	0.95	
Máximo	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:				
Opuesto a mis valores	0%	0%	0%	
Nada Importante	4%	1%	5%	
De relativa importancia	20%	7%	15%	
Importante	38%	42%	44%	<b>41%</b>
De suma importancia	38%	50%	36%	<b>41%</b>
				<b>83%</b>

VIDAE = Una vida excitante ( Tener experiencias estimulantes )

VARIA = Una vida variada (Llena de retos. Novedades y cambios )

ATREV = Atrevido ( En busca de aventuras y riesgos )

Como se observa en la Tabla No. 8 Estímulo, se lee que la tendencia de los jóvenes es pensar que es de importancia y de suma importancia tener una vida excitante, variada y el ser atrevido, así lo demuestra el 83 % obtenido. Esto puede inferirse porque es la característica fundamental de la juventud es parte de su esencia nutriente y nutricia de su forma de pensar (Juventus) ir contra el viento.

Aquí el papel de la educación es fundamental para que pueda ser canalizado positivamente.



<b>Tabla No. 9 Seguridad</b>						
	SEGUN	RECIP	SEGUF	SANOS	LIMPI	
Media Aritmética	4.01	3.48	4.71	4.74	4.67	<b>4.32</b>
Mediana	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	
Moda	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	
Desviación	0.96	0.98	0.61	0.52	0.63	
Varianza	0.93	0.96	0.37	0.27	0.39	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:						
Opuesto a mis valores	0%	1%	0%	0%	0%	
Nada importante	3%	8%	1%	0%	1%	
De relativa importancia	18%	27%	3%	1%	3%	
Importante	29%	43%	14%	17%	17%	<b>24%</b>
De suma importancia	50%	21%	82%	82%	79%	<b>63%</b>
						<b>87%</b>

SEGUN = Seguridad Nacional ( Protección a mi nación )

RECIP = Reciprocidad de Favores ( Evitar deber favores a los demás )

SEGUF= Seguridad Familiar ( Seguridad para las personas amadas )

SANOS = Sano ( No estar enfermo física o mentalmente )

LIMPI = Limpio ( Ordenado aseado )

Como se observa en la Tabla No.9 Seguridad, una mayoría (9.6 de cada 10 jóvenes) considera de importancia a suma importancia en general la seguridad sobre todo la de las personas amadas,

Un 96 % o sea casi el total de los jóvenes piensan que es importante y de suma importancia la limpieza o aseo personal. Dato que confirma el obtenido en la Tabla 2 Poder en donde la variable No. 46 Conser (Conservando mi imagen pública) obtuvo la media más alta y un 86 % de importancia

En contraparte la variable No. 15 RECIP (Reciprocidad de favores) obtuvo una media de (3.48) la menor de esta área de dominio que se analiza. Y en contraste con el dato obtenido en la Tabla No. 6 Benevolencia que nos dice que los jóvenes consideran un 97 % importante y de suma importancia la amistad, pero no están dispuestos a ser recíprocos en los favores recibidos.

<b>Tabla No. 10 Tradiciones</b>						
	RESPE	DESPR	MODER	HUMIL	ACEPT	
Media Aritmética	3.99	3.24	3.58	4.21	4.31	<b>3.87</b>
Mediana	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	
Moda	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00	
Desviación	0.94	1.08	0.97	0.96	0.74	
Varianza	0.89	1.19	0.93	0.91	0.55	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:						
Opuesto a mis valores	0%	3%	1%	1%	0%	
Nada importante	3%	7%	5%	2%	0%	
De relativa importancia	18%	37%	25%	9%	8%	
Importante	34%	33%	47%	30%	39%	<b>37%</b>
De suma importancia	45%	20%	22%	58%	53%	<b>40%</b>
						<b>76%</b>

RESPE =Respeto a las tradiciones ( Mantener las costumbres a lo largo del tiempo )

DESPR = Despreocupación ( De lo mundano )

MODER= Moderado ( Evitar sentimientos y acciones extremas )

HUMIL= Humilde (Modesto pasar inadvertido )

ACEPT = Aceptando mi parte en la vida ( Someterse a las circunstancias de la vida )

Como se aprecia en esta Tabla No. 10 Tradiciones, el grado de dominio Tradiciones obtuvo el antepenúltimo lugar de la media de medias , siendo con una media de (3.87) en relación a la más alta Conformidad con un media de ( 4.48) y la más baja Poder con un ( 3.52 ) de los 11 grados de dominio analizados

Solo un 76 % de los encuestado consideran importantes y de suma importancia las tradiciones.

Por otra parte un 91 % de los jóvenes piensan que es importante y de suma importancia aceptar las circunstancias de la vida como lo evidencia el resultado obtenidos en la variable No. 44 ACEPT (aceptar la parte su parte de su vida).

Las tradiciones esencialmente forman parte de la evolución de la sociedad, se transfieren de generación en generación y forman el núcleo de unión en torno a la cultura, la religión la música y constituye la identidad en su significancia como grupo colectivo.

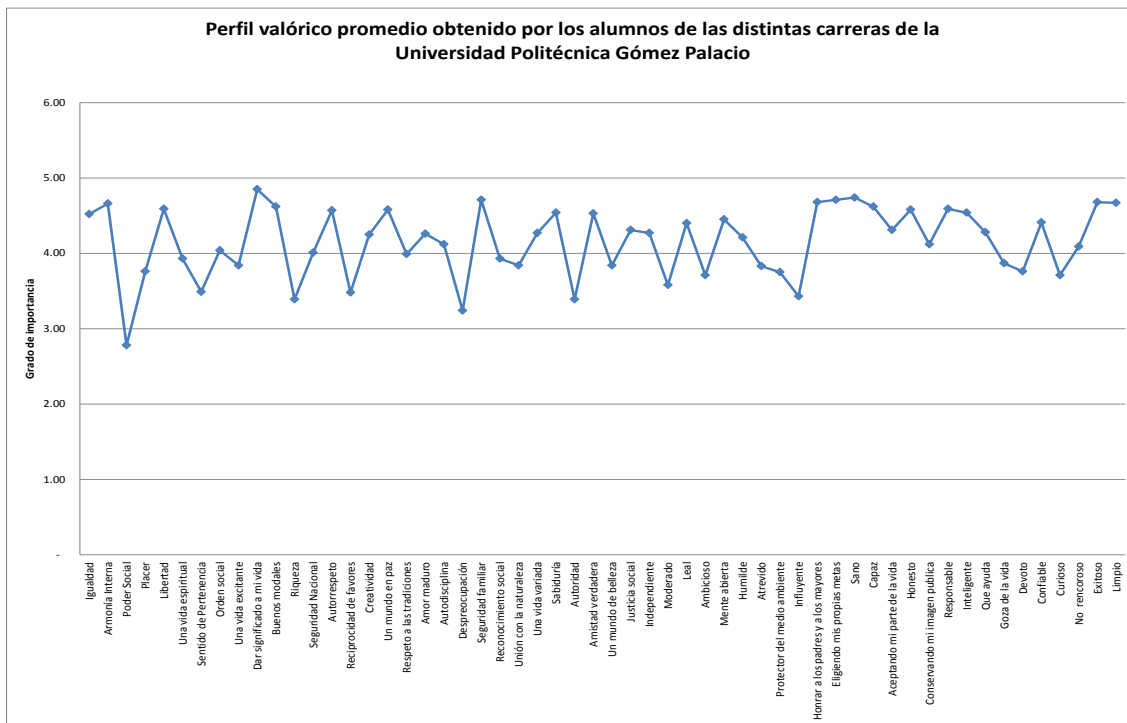
En historia reciente hemos evidenciado como las tradiciones de los pueblos les han permitido superarse y salir adelante por ejemplo en casos de siniestros naturales (Japón).

<b>Tabla No. 11 Realización</b>						
	AMBIC	INFLU	CAPAZ	INTEL	ÉXITO	
Media Aritmética	3.71	3.43	4.62	4.54	4.68	<b>4.20</b>
Mediana	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	
Moda	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	
Desviación	1.11	0.99	0.63	0.63	0.57	
Varianza	1.24	0.98	0.40	0.39	0.32	
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
Frecuencia Relativa:						
Opuesto a mis valores	1%	1%	0%	0%	0%	
Nada Importante	7%	7%	1%	0%	0%	
De relativa importancia	16%	29%	2%	4%	1%	
Importante	38%	41%	24%	30%	21%	<b>31%</b>
De suma importancia	38%	22%	73%	66%	78%	<b>55%</b>
						<b>86%</b>

AMBIC = Ambicioso ( Trabajador infatigable con aspiraciones )  
 INFLU = Influyente ( Teniendo influencia en las personas , acontecimientos )  
 CAPAZ = Capaz ( Competente, efectivo , eficiente )  
 INTEL = Inteligente ( Lógico, pensador )  
 ÉXITO = Exitoso ( Consigue metas )

Como se observa en la Tabla No.11 Realización, 8.6 de cada 10 jóvenes se sienten realizados y casi todos un 100 % se ve exitoso (ÉXITO) y 9.7 de cada 10 se siente capaz (CAPAZ). Datos que en general son muy positivos porque nos hablan de un excelente nivel de autoestima. Este resultado se debe a que están en una carrera universitaria y son jóvenes que están recibiendo influencia positiva, que dimensionan en el futuro profesional, y que todavía hoy le dan un gran valor a un título universitario.

Por otra parte la variable No. 39 INFLU (Influyente) reporta que un 63 % de los encuestados piensan que no tienen influencia en las personas o acontecimientos en general.



**Gráfica No.1 Perfil valórico (valor deseable 5, valor mínimo 1, áreas de oportunidad a partir de 3.5)**

Del presente perfil valórico podemos leer que los jóvenes dan mayor importancia a:

Dar significado a la vida variable No 10 DARSÍ (Una meta en la vida) con una media de (4.85)

Sano variable No.42 SANO (No estar enfermo física o mentalmente) con una media de (4.74)

Exigiendo mis propias metas variable No 41 ELIGI con una media de (4.71)

Ser exitosos variable No 55 ÉXITO (Consigue metas) con una media de (4.68)

Honar a los padres y a los mayores variable No.40 HONRA con una media de (4.68)

Estos datos se consideran normales porque están acordes al grado de desarrollo de los jóvenes y por su formación universitaria próximos a incorporarse a la vida productiva.

También unas de las variables a la que los jóvenes dieron mayor importancia son: Variable No. 17 MUNDO (Un mundo en paz) con una media de (4.58) Y la de seguridad familiar variable 22 SEGUF (Seguridad para las personas amadas) con una media de (4.71) y que denota la preocupación de los jóvenes por la inseguridad.

A continuación se detallaran las variables que obtuvieron la calificación más baja o sea aquellos aspectos a los cuales los jóvenes no dan peso:

Poder social variable No.3 PODER con una media de (2.78)

Despreocupación variable No 21 DESPR (de lo mundano) con una media de (3.24)

Riqueza variable No.12 RIQUE (Posesiones materiales, dinero) con una media de (3.39)

Autoridad variable No.27 RIDAD (El derecho a dirigir mandar) con una media de (3.39)

De los datos antes descrito podemos concluir en que es normal que los jóvenes no den tanta relevancia al aspecto material en virtud de que todas sus necesidades son resueltas por sus padres.

Por otra parte a **continuación detallaremos aquellas variables que obtuvieron una calificación baja que deberían ser aspectos de mayor relevancia para nuestros universitarios y que representan un área de oportunidad:**

Influyente variable No. 39 INFLU (Teniendo influencia en las personas y acontecimientos) con una media de (3.43) dato que nos dice que los jóvenes no están conscientes de que pueden ser agentes de cambio.

Reciprocidad de favores variable No.15 (Evitar deber favores a los demás) con una media de (3.48) y refleja la falta de trabajo en equipo y colaborativo.

Sentido de pertenencia variable No.7 SENTI (Sentido de ser parte de algo a un grupo o comunidad) con una media de (3.49) dato que confirma mi hipótesis de que los jóvenes no tiene sentido de pertenencia desarrollado hacia sus grupos escolares y mucho menos a la universidad.

Curioso variable No.53 CURIOSO (Interesado por todo) con una media de (3.71) esta variable refleja en el ámbito escolar la falta de interés por investigar más allá los temas vistos en clase.

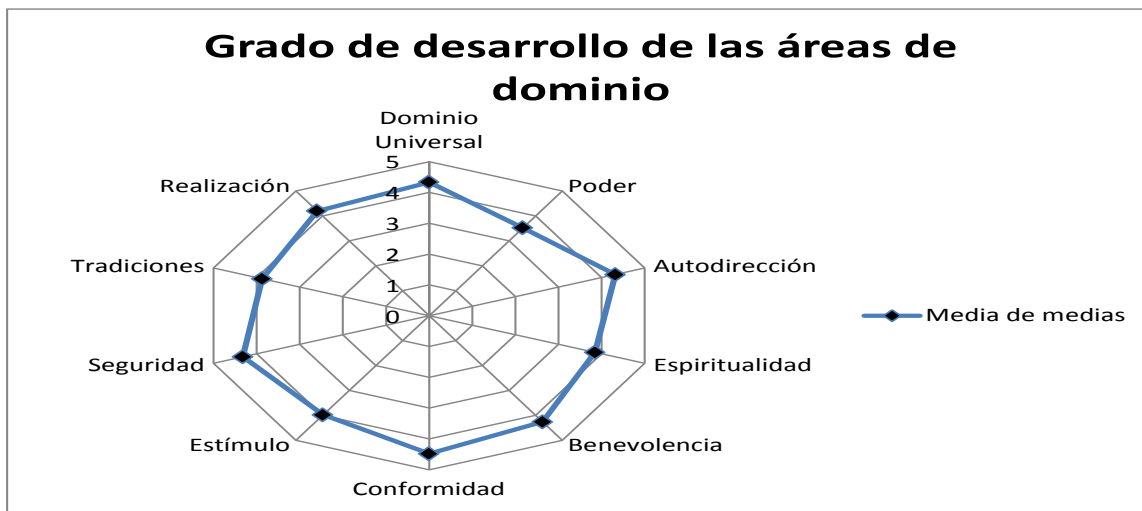
Ambicioso variable No. 34 AMBIC (Trabajador infatigable con aspiraciones) con una media de (3.71) esta variable deberá ser fortalecida para empatarla con el interés de la institución por desarrollar emprendedores.

Protector del medio ambiente variable No 38 PROTE (defensor de la naturaleza) con una media de (3.75)

Unión con la naturaleza variable No.24 UNION (Interesado por la naturaleza) con una media de (3.84)

Tanto protector del medio ambiente como unión con la naturaleza pertenecen al grado de dominio de los valores Universales y que reflejan el bajo interés que tienen la juventud en el cuidado de nuestro planeta.

Devoto variable No.51 DEVOT (Manteniendo creencias y fe religiosa) con una media de (3.76) es preocupante en virtud de que históricamente el desarrollo de valores universales vienen de la mano con la espiritualidad. Aunado a esto el hecho de que el creer en algo o alguien superior ha sido factor determinante para el comportamiento del ser humano en sociedad.



Gráfica No.2 Grado de desarrollo

Como podemos observar en la presente gráfica las regiones más achatadas donde tiende a perderse la secuencia de la circunferencia nos indica aquellas áreas de dominio que se han quedado atrás en el desarrollo de los jóvenes universitarios.

El área de dominio Poder en donde se manejan conceptos como poder social, riqueza, reconocimiento social y autoridad reporta la media más baja con un (3.52) dato que se justifica por el grado de desarrollo de los jóvenes y el hecho de que muchos de ellos aún no trabajan.

Por otra parte cómo podemos observar los jóvenes están dejando en último término el desarrollo de los valores de la espiritualidad (media de 3.85) dato que confirma mi hipótesis.

## Conclusión

Contestando la hipótesis doy evidencia:

El perfil valórico de los estudiantes que tienen pertenencia a una formación común presenta características similares entre sí. En una población homogénea, como el caso en estudio, en que los estudiantes poseen varias características en común, a saber: edad, nivel socioeconómico, formación educacional, ubicación territorial (Comarca Lagunera)

Dando respuesta a mi hipótesis en relación a la falta de desarrollo del sentido de pertenencia de los jóvenes universitarios dato confirmado con la variable No. 7 SENTI (Sentido de ser parte de algo a un grupo o comunidad) el cual obtuvo una media muy baja de (3.49) que no dice que 3 de cada 10 jóvenes no tiene sentido de pertenencia desarrollado hacia sus grupos escolares y universidad.

Y de acuerdo a los resultados obtenidos en el área de dominio No.5 denominada Espiritualidad se confirma mi hipótesis de que los jóvenes están dejando en último término el desarrollo de su espiritualidad. Un 32 % de los jóvenes no le dan importancia al desarrollo de su ser en el aspecto espiritual.

## Bibliografía

- [1] Quiles I *“La Esencia de la filosofía Tomista “*. Depalms, 1990, Buenos Aires
- [2] 1er. Copleston F. *“Historia de la filosofía de San Agustín a Escoto”*, Ariel, 1983.
- [3] D. y Schresmschaw, P. S. *“Valores, Autoridad y Educación”*, Editorial Anaya, Salamanca.
- [4] Brinkmann, H. et al. (1993). Estudio de la Estructura Psicológica de los Valores Humanos. Informe final proyecto fondecyt 90-0159, dirección de investigación, universidad de concepción, chile.
- [5] Gagné, R. (1987). *“Las Condiciones del aprendizaje”*, Editorial Nueva Editorial Interamericana, México.
- [6] Latorre, A. et al. (1996). Bases metodológicas de la investigación educativa. Barcelona: editor Jordi Hurtado.
- [7] Hernández, R. et al. (1998) Metodología de la Investigación. México: editorial Mc Graw-Hill.
- [8] Buendía, L. et al. (1998). Métodos de Investigación en Psicopedagogía. Madrid: Editorial Mc Graw-Hill.