

141  
2ej.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS IZTACALA**

“DETECCION DE VALORES FAMILIARES,  
PERSONALES E INTERPERSONALES DE LOS  
ESTUDIANTES DE NIVEL PROFESIONAL DE LA  
CARRERA DE CIRUJANO DENTISTA  
CAMPUS IZTACALA”

**TESIS PROFESIONAL**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
**LICENCIADO EN PSICOLOGIA**  
P R E S E N T A :  
**ARACELI MARTINEZ GALINDO**



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

LOS REYES IZTACALA 1998

258926



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



## RECONOCIMIENTOS

A mi abuelito: Eusebio en un homenaje pos-mortem ya que sin su cariño, ternura y sobre todo sus valores enseñados no hubiera llegado a este logro.

**!GRACIAS!**

A mis padres: que hicieron posible que yo estudiara brindándome lo mejor de ellos.

A mis hermanos: Victor y Elizabeth por su apoyo

A todos mis amigos que de alguna forma contribuyeron a mi formación

A ti amor: por compartir conmigo este logro

Agradeciendo de antemano a los Profesores:

Carlos Rosales y Roque Olivares

Especialmente a mi asesora Martha Cordova, Osnaya

por todos sus conocimientos, tiempo, dedicación y sin duda por su apoyo y comprensión

**!MIL GRACIAS!**

## INDICE

RESUMEN .....	1
INTRODUCCION .....	3
PARTE TEORICA .....	5

### CAPITULO I

¿QUE SON LOS VALORES ? .....	6
1.1 REVISION HISTORICA DE LOS VALORES .....	6
1.2 CONCEPTOS EN PSICOLOGIA .....	11

### CAPITULO II

TIPOS DE VALORES EN PSICOLOGIA .....	14
2.1 CLASIFICACION DE VALORES .....	14
2.2 PRINCIPALES VALORES SUSTENTADOS POR LA PSICOLOGIA HUMANISTA.....	23

### CAPITULO III

LOS VALORES EN LA UNIVERSIDAD .....	25
3.1 VALORES Y UNIVERSITARIOS .....	25
3.2 INVESTIGACION EN TORNO A LOS VALORES UNIVERSITARIOS .....	28
PARTE PRACTICA .....	31

### CAPITULO IV

METODOLOGIA .....	31
-------------------	----

<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>31</b>
<b>PROCEDIMIENTO .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 ELABORACION , PRUEBA Y VALIDACION DEL INSTRUMENTO .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2 APLICACION DEL INSTRUMENTO .....</b>	<b>34</b>
<b>4.2.1 SUJETOS .....</b>	<b>34</b>
<b>4.2.2 ESCENARIO .....</b>	<b>35</b>
<b>CAPITULO V</b>	
<b>ANALISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>37</b>
<b>CAPITULO VI</b>	
<b>CONCLUSIONES Y DISCUSION .....</b>	<b>48</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>53</b>

# FALTAN PAGINAS

De la:

**1**

A la:

**2**

## INTRODUCCIÓN

En nuestra actualidad el concepto de valor es muy utilizado en varias áreas, tales como la Filosofía, la Sociología y la Psicología. Pero sin embargo existen pocas fuentes de información acerca de este tema y peor aun que sean actuales. Es por eso que se considera útil y necesario abordar dicho tema.

Sí nos remontamos a los tiempos en los que se comenzaba a hablar de "valores", hablaremos entonces de los griegos, quienes hicieron profundas reflexiones entorno a la belleza, la justicia, la honestidad, etc. Pero fue hasta siglos después en que se comenzó a cuestionar sobre los valores; es cuando surge la teoría de los valores (Axiología) o rama de la Filosofía que trata de "todo" lo concerniente a lo valioso y que su objetivo principal radicaba en descubrir la esencia de lo valioso.

Pero fue entonces cuando aparecieron dos posturas importantísimas para la Axiología, como lo son el objetivismo y el subjetivismo. La primera consiste en darle un valor a todo lo que tiene que ver con las propiedades útiles de algún objeto determinado y la segunda tiene que ver con los sentimientos y conocimientos de una persona respecto a todo aquello que tiene para él un significado íntimo y particular.

De ahí se han derivado una serie de estudios y trabajos (Lotze, Brentano, Meignong, Sheler, etc.), enfocados al tema tan apasionante de los valores ya sea de una posición o de otra.



Paralelamente a esto, el controvertido tema ha dado origen a un cuestionamiento general ¿Qué son los valores?, indiscutiblemente se han generado un sin número de conceptos, pero debido a todas las implicaciones que tiene este término existe una indefinibilidad de éste, que ha dado lugar a un gran número de clasificaciones y tipos de valores; lo que si es muy cierto es que un valor es una convicción en base a la cual el hombre actúa libremente.

Se puede decir que conforme pasa el tiempo, otras áreas de la Psicología se están interesando por adentrarse más en el tema; tal es el caso de esta investigación.

Tradicionalmente la Psicología ha otorgado un lugar importante para estudiar los tipos de valores que existen en el ser humano, de esta manera como se podrá apreciar en el capítulo tres de esta investigación se han realizado investigaciones sobre los valores en los estudiantes universitarios.

En nuestra sociedad los jóvenes universitarios, ocupan un lugar importante ya que son ellos los futuros profesionistas en quienes recaerá la obligación de velar en la dirección de la sociedad misma.

Como todo ser humano estos profesionistas no están exentos de que sus valores no se modifiquen de acuerdo a la época en que viven y así tenemos que si para un joven estudiante sus mayores propósitos son el ayudar a los demás, el ser solidario, etc., para cuando llegue a ser un profesional quizá le importen más las situaciones económicas y el satisfacer sus propias necesidades.

Este Trabajo, trata en particular de la detección de los valores familiares, personales e interpersonales en los jóvenes universitarios, específicamente de la carrera de Cirujano Dentista.

Para lograr este objetivo se realizó una investigación en estudiantes de la carrera de Cirujano Dentista de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Campus Iztacala; para la cual se hizo necesaria la elaboración de un instrumento de evaluación que pudiera medir los tipos de valores en los jóvenes antes citados, presentándose los resultados de esta investigación en el capítulo cinco de esta investigación.

Para finalizar analizaremos las teorías postuladas por diversos autores (investigación teórica) y los resultados obtenidos en la investigación realizada (investigación empírica), para terminar con una discusión de estos dos aspectos; los cuales llevaran al lector a una mejor apreciación del tema desarrollado.

## INVESTIGACIÓN TEÓRICA

### CAPITULO I

#### ¿QUE SON LOS VALORES ?

*De inicio, es necesario precisar el termino objeto de estudio ¿ Que son los valores ?. Muchos autores en la actualidad coinciden en que los valores no son fácilmente definibles y esto es cierto debido a la diversa utilización de la palabra, con diferente significado según el contexto donde se aplique; y así se puede localizar en contextos filosóficos, sociológicos, psicológicos, etc. También varía el concepto del valor si se define desde el punto de vista del objeto, como cualidad o capacidad propia del sujeto considerándolo como creador del valor, afirmando que es la tendencia, el sentimiento y la voluntad del sujeto lo que permite hablar del valor del objeto.*

#### 1.1. REVISION HISTORICA DE LOS VALORES.

Como inicio del desarrollo de la parte teórica de la presente investigación se han un recorrido histórico respecto a la concepción de los valores desde el punto de vista filosófico. La teoría de los valores o axiología ( del Griego áxios: digno, valioso y logos: teoría o tratado ) "es la rama de la filosofía que trata básicamente todo lo concerniente al valor en general. Es la teoría filosófica de los valores y su finalidad suprema consiste en descubrir la esencia de lo valioso así como dar la mejor solución posible a los demás problemas que la constituyen, tales como el de su origen, conocimiento, jerarquía, realización y otros" (Brugger, 1975).

No obstante que desde los griegos, la filosofía ha dedicado profundas reflexiones en torno a un buen número de valores, esas reflexiones no alcanzaron a verlos en sí mismos, desligados de sus particulares concepciones metafísicas.

La belleza, la justicia, el bien, la honradez era estudiadas individualmente, y fue hasta siglos después que se comprendió que el valor posee su propia naturaleza específica que lo distinguen y que el concepto mismo del valor es el denominador común que une a todos los valores.

El Filósofo Alemán H. Lotze (1817-1881) fue tal vez el primero en realizar el estudio de los valores concebidos como una región distinta del ser y de la realidad natural.

Francisco Brentano (1838-1917) es el eje más destacado del que parten las corrientes muy fecundadas del pensamiento alemán: Alexius Mergnong y Christian Von Ehrenfels. Edmundo Husserl, fundador de la fenomenología se inspiró en gran parte en los trabajos que sobre este método filosófico anticipó Brentano; Husserl quien a su vez influyó en el pensamiento de dos grandes axiólogos alemanes: Max Sheler y Nicolai Hartmann.

Alexius Meignong (1853-1921) es considerado el primero que de una manera sistemática realiza una interpretación subjetiva del valor en su obra: " Investigaciones Psicológico-Eticas para una teoría de los valores ".

Tampoco hay que olvidar el pensamiento de Federico Nietzsche (1844-1900) quien con su famosa idea de la "Transmutación de los valores" dió un fuerte impulso a los estudios axiológicos, con su obra destacadamente poética, literaria y filosófica.

Christian Von Ehrengels (1850-1932) escribe además de otros trabajos: una "Teoría de los valores y ética" y un "Sistema de la teoría de los valores", este último como respuesta a Meignong en una polémica que se hizo famosa, que manifiesta con sus distintas tonalidades la posición subjetiva de ambos autores.

Podemos observar que la axiología inicia sus investigaciones centrándose sobre todo en el subjetivismo, aunque Meignong se hubiera pasado al objetivismo hacia el final de su vida y Brentano también se inclinara hacia esta corriente.

Frente al subjetivismo de los filósofos mencionados se levanta el rotundo objetivismo de Max Sheler y Nicolai Hartmann.

Max Sheler (1874-1928) es fundamental para comprender el aspecto axiológico ya que su trabajo lo dedicó a profundizar en este aspecto. A pesar de haber sido discípulo de Husserl, su teoría de los valores va más allá de los contenidos sensoriales como lo planteaba su maestro ( Ferrater Mora, 1982).

En 1915 escribió su libro: "Del trastocamiento de los valores". La idea del hombre para Sheler es "espíritu, cultura y sobre todo, religión", creía en una idea más alta del hombre: el ánimo, el valor, la capacidad de sacrificio, el gusto por el riesgo, la nobleza, la energía vital, el amor a la patria, etc.

Sheler en 1936 señala que precisamente la indefinibilidad pertenece a la esencia del hombre este es una transición en la corriente de la vida, un eterno salir de la vida sobre si mismo. Los valores,

como bienes, son al mismo tiempo emocionales y racionales. Cuando salen del subconciente, es decir cuando son apreciaciones subjetivas, aparecen determinados emocionalmente. Si surgen de la reflexión racional, a menudo resisten la prueba objetiva y sobre todo, empírica. Esta reflexión racional es el punto esencial del problema de los valores ( Bandini, O. 1990 ).

*El peligroso y complicado problema de los valores esta en el hecho de que tiene una relación absoluta con el hombre.*

Para Sheler, existen contenidos intencionales; por ejemplo: Lo captado por las intuiciones esenciales son en rigor esencias, pero de tal índole que no pueden predicarse de ellas ni la inteligibilidad racional ni el carácter lógico. A estas esencias Sheler les llama "valores".

*En su filosofía fenomenológica, Sheler recoge lo concerniente al sentimiento del valor. Debido a su separación del ser, los valores no pueden ser conocidos por el entendimiento, sino solo son aprehendidos de manera intuitivo-emocional por el sentimiento intencional que, dirigido a los valores como a su objeto, se distingue del sentimiento puramente subjetivo (Ferrater Mora 1982).*

Hildebrand (1962) señala que el hombre es el que reacciona ante los valores y es el mismo el que da una respuesta de valores. Al ser el hombre indefinible, y puesto que los valores siempre tienen una relación con el, nunca agotaremos por completo el problema de los valores. nunca podremos definirlos completamente hasta el último detalle.

Entre los filósofos que también han estudiado la problemática de los valores, se encuentra Joseph De Finance (1962) quien en su libro: "Ensayo sobre el obrar humano", hace una reflexión profunda

acerca de los valores. En donde dice que "para interesarse por el hombre no basta la reflexión que nos permite observar objetivamente el comportamiento humano de igual modo que la conducta de los animales o procesos biológicos. El hombre no es un ser volcado completamente al exterior y por lo tanto aprehensible únicamente desde afuera. El hombre esta dotado de una conciencia antológica: Esta conciencia que constituye su diferencia específica hace que el hombre sea capaz de conocerse así mismo y por lo tanto posee un modo de actuar privilegiado". Los resultados cuantitativos de cualquier investigación sobre el ser humano carecerán de sentido si no existiera la necesidad de la conciencia que nos permite interpretarlos.

## 1.2 CONCEPTOS EN PSICOLOGÍA.

La psicología como disciplina independiente tiene poco tiempo en interesarse en el estudio de los valores, a pesar de ello el tema es controvertido, por tal razón a continuación se presentarán varias definiciones al concepto de valor en psicología.

"Los valores son estructuras conceptuales afectivamente cargadas, registradas por el individuo; que forman una parte importante de la comprensión del self y actúan como factores directrices en la organización de la conducta"(Pag. 20). Esta definición de Williams, citado por Patterson, 1970, contempla tres aspectos fundamentales del ser humano: intelecto, sentimiento y acción, en relación con los valores.

Smith define un valor como "algo libremente elegido de entre alternativas después de considerar las consecuencias de cada alternativa, que es actuado repetidamente hasta convertirse en un patrón de conducta que da dirección y significado a la vida, estimula el crecimiento de la persona total y es estimado públicamente" (1975 Pag.37). Se puede apreciar que el énfasis de esta definición es también sobre la persona total: Correlaciona pensamiento, voluntad, sentimiento y conducta; y sobre el proceso de valoración: abarca las tres reas elección, estimación y actuación.

Smith considera necesario diferenciar entre valores e indicadores de los mismos. Los indicadores son expresiones de un valor: Metas, ideales, aspiraciones, intereses, actitudes, uso del tiempo, uso del dinero, etc.; indican un valor subyacente y son importantes por cuanto posibilitan el esclarecimiento del mismo (p. 14).



Rokeach, un estudioso de los valores por largos años, presenta la siguiente definición: "Un valor es una creencia duradera que de una forma particular de conducta o estado de existencia es personal o socialmente preferible a una forma de conducta o estado de existencia opuestos" (1973 Pag.49).

Esta definición contiene las siguientes implicaciones:

a) Un valor tienen un carácter estable y a la vez cambiante, es decir es relativamente permanente; no constituye algo estético pues sería imposible los cambios individuales o sociales; pero no es completamente inestable pues se impedirá la continuidad de la personalidad y de la sociedad; es *duradero*: una vez adquirido un valor tiende a permanecer como características del sujeto pero las variaciones en la experiencia social y cultural de la persona originan variaciones en la estabilidad de sus valores.

b) Un valor es una creencia. Rokeach distingue tres tipos de creencias: Las *descriptivas* o *existenciales*, capaces de ser verdaderas o falsas; las *evaluativas* en las que el objeto de la creencia es juzgado bueno o malo; y las *prescriptivas* o *proscriptivas*, con las que algunos medios o fines de acción son juzgados deseables o indeseable. Ubica a los valores en esa tercera clase, creencias prescriptivas que llevan al hombre a actuar por preferencia.

c) Un valor representa una preferencia por algo, una forma específica de conducta o estado de existencia sobre otro opuesto o contrario.

d) Es una concepción de algo que es personal o socialmente preferible: un valor puede referirse a lo preferible para el sujeto y para los demás, puede ser compartido o no.

Por otro lado se encuentra Allport (1963) quien dice que "Un valor es una convicción en base a la cual el hombre actúa libremente" (cita en Reich y Adcock. 1980 p.19).

Tomando en cuenta todas las definiciones descritas con anterioridad, la postura teórica de la presente tesis apoya al igual que Allport que todo hombre que tiene libertad de elección hará del concepto del valor el epicentro de su vida.

## CAPITULO II

### TIPOS DE VALORES EN PSICOLOGÍA

Son numerosas las clasificaciones de valores; Ruyer, (1969) afirma "puesto que es posible servirse, para delimitar aproximadamente el dominio de los valores, del conjunto de todos los adjetivos o de todas las formas, entonces los valores son infinitamente numerosos" (p. 97).

#### 2.1. CLASIFICACION DE VALORES

Bartolome y Col. (1975) han coincidido en clasificar los valores en:

1.- **ETICOS.-** Los que tienden al bien intrínseco, al bien supremo. Estos serían los valores universales, cósmicos de trascendencia: amor, justicia, libertad, verdad, dignidad, felicidad, perfección, bondad, respeto etc.

2.- **ESTETICOS.-** Aquellos que tienden hacia la perfección de la belleza; sensibilidad, arte, belleza, etc.

3.- **PERSONALES.-** Aquellos que residen en el interior del individuo: amor a sí mismo, respeto a sí mismo, capacidad de amar, de admirar, de conocer, de crecer, honestidad, propiedad, tendencia a la libertad y al desarrollo, actitud de servicio.

4.- SOCIALES.- Van dirigidos hacia el bien del grupo social en el cual se vive. De estos se derivan los valores nacionales, comunitarios, culturales y científicos, etc. (p.22).

5.- TEORICOS.- Caracterizado por un interés dominante en el descubrimiento de la verdad, y por el método empírico, crítico, racional e intelectual (Matuk, 1973).

6.- ECONOMICOS.- Que hace hincapié sobre los valores útiles y prácticos (Matuk 1973).

7.- RELIGIOSOS.- Místico, interesado por la unidad de toda experiencia, trata de comprender el cosmos como un todo (Anastasi 1966).

Fronidzi (1987) dice que en Axiología se distingue habitualmente entre valores intrínsecos e instrumentales; los primeros son un fin en sí mismo, como la belleza, la justicia, el amor, la caridad; en cambio, las segundas, son medios para lograr fines que la trasciendan (la utilidad, por ejemplo) para este autor " una baja evidente de nivel cultural y moral de sociedad contemporánea radica en la atención preferente que se presta a los valores extrínsecos".

Es interesante la posición de Hall (citado por Smith en 1977) quien habla de los valores primarios o esenciales para el crecimiento del hombre, que son: valor de sí mismo o habilidad para aceptar que "yo soy de gran valor a otros significantes y valor de los otros o conocimiento que los otros son de gran valor tanto como yo"; en otras palabras, saber que uno mismo vale y que los otros valen. Estos valores promueven el respeto, la aceptación y la estima de sí y de los otros, pues en la medida que uno se acepte y se estime a sí mismo puede aceptar y estimar a los otros. De manera que considera estos valores como pre-requisitos básicos para el natural y auténtico desarrollo humano.

Rogers (1978) distingue tres clases de valores.

1.- VALORES OPERATIVOS.- Tendencia de los seres humanos a preferir en sus acciones determinados objetos o objetivos en vez de otros.

2.- VALORES CONCEBIDOS.- Indican la preferencia del sujeto por un objeto simbólico; son los valores conceptualizados como "la honestidad es la mejor política".

3.- VALORES OBJETIVOS.- Lo que es objetivamente preferible ya sea que se sienta o se conciba como deseable o no. En sus teorías o proposiciones sobre los valores Rogers no toma en cuenta estos últimos, porque considera que los valores deben enfocarse sobre modos dinámicos de comportamiento, más que sobre elementos estáticos.

Rokeach (1973) clasifica los valores en dos tipo:

A) INSTRUMENTALES.- Son los relacionados con formas de conducta. Estos pueden ser: a) Valores morales, los cuales tienen un enfoque interpersonal y cuando son violados pueden producir problemas de conciencia o sentimientos de culpa; por ejemplo: ser honesto, obediente, digno, etc.; y b) Valores de competencia, de suficiencia, los cuales tienen un enfoque personal, individual, y su violación lleva a un sentimiento de tristeza o inadecuación.

B) TERMINALES.- Son valores referidos a estados de existencia, y pueden ser: a) Interpersonales o centrados en el yo, como placer, salvación, armonía interior; y b) Interpersonales o valores sociales, como un mundo en paz, verdadera amistad, igualdad. Las conductas y actitudes de

las personas dependerán de su orientación hacia valores personales o sociales: un incremento en los valores sociales conllevará un decrecimiento de los valores personales y viceversa.

En cuanto a la relación entre valores instrumentales y terminales, Rokeach piensa que representan dos sistemas separados pero interconectados funcionalmente, que los valores referidos a modos de conducta son instrumentados para el logro de los valores referidos o estados de existencia, pero esta instrumentación no es necesariamente consciente, ni tampoco es necesaria la correspondencia de uno a uno entre las dos clases de valores. Es decir, considero todos los valores como terminales.

Por otro lado Maslow (1979) sostiene que existen valores superiores a los cuales tienden las personas una vez satisfechas sus necesidades inferiores. Establece así una jerarquía de valores y una teoría de la motivación humana en la cual afirma que existen cinco niveles de necesidades y conforme una de ellas se satisface, otra emerge, toma su lugar.

#### NIVELES DE NECESIDADES.

1.- NECESIDADES FISIOLÓGICAS: Referidas a la supervivencia física, como la necesidad de alimento, sexo, sueño, respirar, son urgentes y poderosas.

2.- NECESIDADES DE SEGURIDAD: De contar con hábitos regulares que proporcionen el sentimiento de un mundo predecible, ordenado, de sentirse protegido de contar con un empleo y un ingreso regular, un lugar estable donde vivir, protección contra delincuentes, etc.

3.- **NECESIDAD DE AMOR Y PERTENENCIA:** Necesidad de amigos, de novio (a), esposo (a), hijos de poseer el sentimiento de que se merece ser amado, de sentir que pertenece a alguien, a una familia, a un grupo, etc.

4.- **NECESIDAD DE ESTIMA:** Maslow establece dos categorías: Autorespeto o autoestima, evaluación firmemente elevada de sí mismo, amor propio, competencia; y respeto o estimación de los demás: Incluye prestigio, reconocimiento social, reputación, status.

5.- **NECESIDAD DE CRECIMIENTO:** De desarrollo, de autorealización del yo, de utilización del potencial para llegar a ser tanto como se pueda. A este último tipo de necesidad llama Maslow valores del ser o meta-necesidades y establece la siguiente lista:

a) **Totalidad (Unidad, integración, tendencia a la unicidad, interconexión, organización, superación).**

b) **Perfección (Determinación, inevitabilidad, plenitud inmejorabilidad).**

c) **Consumación (Terminación, finalidad, realización).**

d) **Justicia (Reactitud, orden, legitimidad, autenticidad).**

e) **Vida (Proceso, no estar muerto, espontaneidad, auto-regulación, funcionamiento pleno).**

f) **Riqueza (Complejidad, intrincación).**

g) Simplicidad (Honestidad, desnudez, estructura abstracta esencial, esquemática).

h) Belleza (Rectitud, apetecibilidad, inmejorabilidad, benevolencia, honestidad).

i) Unicidad (Idiosincrasia, individualidad, ausencia de comparabilidad).

j) Carencia del esfuerzo (Facilidad, ausencia de fatiga, atractivo, funcionamiento perfecto).

k) Alegría (Diversión, gozo, placer, viveza, humor).

l) Verdad, honestidad, realidad (Desnudez, simplicidad, belleza, puro, limpio, y carente de adulteración).

m) Autosuficiencia (Autonomía, independencia, autodeterminación, trascendencia del medio; viven de acuerdo a sus propias reglas).

Maslow diferencia las necesidades de desarrollo (superiores) de las necesidades básicas o de deficiencia (inferiores) pero que son a la vez una base para la aparición de aquellas, por lo siguiente:

Las necesidades de deficiencia son compartidas por todos los miembros de la especie humana, solo pueden ser satisfechas desde afuera de la persona. Por lo demás, implican dependencia del exterior, esta dependencia atenúa y limita las relaciones interpersonales pues hace que se contemple



a las personas desde el punto de vista de utilidad; originan una percepción distorsionada puesto que la necesidad conforma la percepción; el amor deficitario se manifiesta en hambre de amor, como un hueco que hay que llenar y convierte a las personas en celosas y temerosas.

Las necesidades de desarrollo son idiosincrásicas ya que cada persona es diferente; pueden ser una motivación a largo plazo (llegar a ser un buen profesional, una buena madre); pueden absorber casi la totalidad de la duración de la vida de una persona; el hombre motivado por las necesidades de autorealización es mucho más autónomo y autodirigido.

En los últimos años de su vida Maslow rectifica en algo su teoría de la motivación humana; poco antes de morir llega a admitir que su experiencia le había demostrado que no en todas las personas la satisfacción de las necesidades inferiores conduce a la autorrealización; que había comprobado, con pesar que muchas personas con estas necesidades satisfechas se conforman con su vida mediocre.

Las propuestas básicas de Maslow son las siguientes: El hombre posee un impulso hacia el desarrollo; lo que origina el crecimiento humano es la apreciación de los valores orientados hacia el futuro, más allá de sí mismo, es decir una necesidad de autorrealizarse; pero antes el organismo debe satisfacer otras necesidades inferiores en orden a la plena realización humana.

Maslow, en el hombre autorrealizado (1979) formula una tesis y algunas hipótesis en referencia a los valores.

TESIS: Puede descubrirse (y no crear o inventar) hacia que valores tiende el hombre: los valores son intrínsecos o la estructura misma de la naturaleza humana poseen un base biológica genética del mismo modo que son desarrollados por la cultura.

HIPOTESIS BASICA: Los llamados valores superiores, virtudes eternas, etc., son aproximadamente los mismos que se descubren como elecciones libres de las personas maduras, desarrolladas, cuando las circunstancias son favorables.

HIPOTESIS SUBSIDIARIA: La tendencia a escoger los valores se encuentra en todos o en la mayoría de los seres humanos; quizás se trate de valores propios de la especie que se manifiestan con mayor claridad en las personas más desarrolladas.

Ahora compararemos estas formulaciones con las expuestas por el iniciador de la tercera fuerza: Karl Rogers ( 1978 p. 148-151).

HIPOTESIS 1. "Existe un base orgánica para un proceso valorativo organizado dentro del individuo".

"Me atrevo a creer que cuando el ser humano es interiormente libre para escoger lo que valora en forma profunda tiende a valorar aquellos objetos, experiencias y metas que lo conducen a su propia supervivencia, crecimiento y desarrollo. Supongo que es característico del organismo preferir dichas metas actualizantes y socializadas cuando está expuesto a un clima promotor de crecimiento".

..."Aún cuando el individuo del que estoy hablando no tuviera un consistente (o por lo menos estable) sistema de valores conseguidos o conceptualizados, el proceso valoral dentro de el lo conduciría hacia direcciones valórales que surgen del mismo proceso y que serán constantes a través de las culturas y el tiempo".

Mediante la simple comparación puede apreciarse rápidamente la coincidencia de pensamientos de estos dos psicólogos humanistas en referencia a los valores.

Sostienen que poseen una base organísmica, que son pertenecientes a la naturaleza intrínseca del hombre; y que este en condiciones favorables para elegir, optar por valores que lo conducen a su propio crecimiento y al crecimiento de los demás, escoge valores "reconocidos socialmente" en cualquier cultura o tiempo, Plantean la universalidad de los valores, pero como dice Rogers "por una ruta diferente"; no provienen de fuentes externas al hombre no han sido por algún grupo rector sino que nacen de la experiencia del organismo humano, de manera que cualquier hombre posee en su interior una dirección valorar que lo posibilita para ser una persona autorealizada para contribuir al desarrollo de sus semejantes.

## 2.2. PRINCIPALES VALORES SUSTENTADOS POR LA PSICOLOGIA HUMANISTA.

1.- VALORACION DE LA NATURALEZA HUMANA: Las necesidades intrínsecas más profundas (vida, sexo, pertenencia, afecto, respeto, autorrealización); las emociones y las potencialidades humanas son positivas. Las manifestaciones de destrucción, el sadismo, la malicia, etc., parecen no ser naturales, intrínsecas al hombre.

2.- EL RESPETO A LA PERSONA: Esta nueva imagen del hombre, como un ser de naturaleza superior, origina el respeto por la persona única, irrepetible, individual, con sus propios valores, con su historia individual y personal. El ser humano, la persona es el centro de toda la psicología *humanista*; se busca *enaltecer su dignidad y su valor*.

3.- EL AUTOCONOCIMIENTO: El Yo "Real" la identidad de la naturaleza intrínseca debe ser descubierta y luego desarrollada. Se valora el autoconocimiento como uno de los medios más importantes del crecimiento.

4.- LA AUTENTICIDAD O CONGRUENCIA: Fidelidad a la propia naturaleza; ser libre y profundamente uno mismo, interior y exteriormente; expresarse con espontaneidad, genuinamente; buscar las fuentes de la acción en el interior de la propia naturaleza.

5.- LA AUTONOMIA, LA AUTODIRECCION RESPONSABLE: Se confía en la capacidad de la persona para dirigir su conducta con la convicción de que elegir aquello que contribuya a su mejor funcionamiento y al desarrollo de los demás.

Este es uno de los valores fundamentales de la psicología humanista.

6.- LAS RELACIONES INTERPERSONALES: Se propicia el establecimiento de relaciones amistosas basadas en la autenticidad y en la honestidad, en la confianza, comprensión, y aceptación de los sentimientos de los demás; se valora la necesidad de buscar nuevas fuentes de gozo y enriquecimiento en la vida social.

## CAPITULO III

### LOS VALORES EN LA UNIVERSIDAD

#### 3.1. VALORES Y UNIVERSITARIOS.

Los jóvenes universitarios se encuentran en una etapa del desarrollo en la cual deben enfrentar tareas específicas: tales como; definir su identidad; establecer una relación de igualdad con sus padres, no ya de hijo a padre sino de adulto a adulto; escoger una profesión o trabajo; escoger pareja, lo cual implica capacidad para establecer relaciones íntimas y estrechas con jóvenes del sexo opuesto; establecer una efectiva jerarquía de valores, etc. Aspectos tan vitales no son enfrentados en las instituciones educativas. En la universidad el afán es desarrollar programas abundantes en temas que deben ser aprendidos, transmitir contenidos intelectuales y, en el mejor de los casos, proporcionar adiestramiento en ciertas habilidades requeridas por la profesión. Se preocupa la institución por formar al hombre económico, al profesional; pero a la persona, ¿Quién se encarga de formarla? Se podría afirmar que la educación no prepara a los jóvenes para enfrentar las demandas del mundo adulto. Se les exige luego ser hombres y mujeres competentes socialmente, pero se les ha capacitado para ser hijos, esposas (os) o padres (Rogers, 1978).

Se sostiene que en toda acción o decisión subyace un valor. Los jóvenes se enfrentan a decisiones importantes: de carrera, de pareja; y a otras quizás menos importantes pero significativas: amistades y diversiones por ejemplo: ¿Estarán sustentadas esas elecciones por sus propios valores? ¿Serán conscientes de los valores que influyen en esas opciones, de los valores que dirigen su vida?. Una vasta experiencia de trabajo con jóvenes universitarios lleva a responder negativamente, a esas interrogantes, ya que el asunto "Valores" es ignorado en la escuela o no tratado sistemáticamente en

la formación de los individuos, y porque las formas que los adultos han utilizado para orientar sobre valores han sido acertadas ni muy eficientes.

Simon y Howe. (1977) señalan como formas tradicionales de transmitir valores, las siguientes:

1.- Una moralización directa o sutil. El mensaje sería: "Mi experiencia me ha enseñado un conjunto de valores que estoy seguro ser n buenos para tí, por eso te lo transfiero".

Señalan Simon que esta forma de orientación es cada día menos efectiva por cuanto no hay coincidencia sobre lo que debe entenderse por valores deseables. Además sucede que las diferentes instituciones bombardear a los jóvenes con valores a veces contradictorios, y ellos no están preparados para hacer responsablemente sus propias elecciones ya que han aprendido a seleccionar valores propios; así, optan por hacer opciones importantes en su vida en base a presiones externas.

2.- Una actitud de "deja hacer": Puesto que ningún sistema de valores es bueno para todos, yo dejo que formes tus propios valores sin intervenir". En este caso se deja a los jóvenes que escojan sus valores al azar, sin guía a orientación, exponiéndolos a conflictos y confusión al carecer de la ayuda necesaria en tan importante área de su vida.

3.- La ejemplaridad es otra forma de transmitir valores: "Me presento como un modelo atractivo de la vivencia de valores para que los adoptes".

El problema se presenta cuando el joven se encuentra ante muchos y diferentes modelos que imitar ¿Cuál seguir?

Ninguna de estas formas es efectiva por cuanto los jóvenes reciben normas y prohibiciones de diversas fuentes, encuentran muchos modelos que imitar, sin ayuda para hacer su propia elección de valores. Ante tal situación experimentan incongruencia entre lo que piensan, sienten y hacen.

La problemática aumenta cuando, debido a los múltiples cambios sociales, culturales y económicos, los jóvenes se enfrentan cada vez con mayor frecuencia a hacer elecciones por sí mismos; a menudo inclusive, a reevaluar esas opciones poco tiempo después, a fijar nuevas metas, a desarrollar planes de vida, etc. Sin embargo muchas veces los jóvenes no se guían por su propio centro de valoración, sino que se encuentran vacilantes, angustiados y confusos al recibir de fuentes externas una serie de mensajes valorativos diferentes, contradictorios e incongruentes con la realidad que ellos viven.

Situaciones como estas motivaron el presente acercamiento al tema de los valores, y el interés por esclarecer si en verdad los jóvenes universitarios no tienen claro lo que quieren. Para esto nos enfocaremos específicamente a un área de la salud como lo es la carrera de Odontología (Cirujano Dentista).

Por lo general en su mayoría se ha considerado que los estudiantes de Odontología, eligen esta carrera porque los beneficios que se obtienen de ella son ingresos económicos altos, prestigio y posición social, además que el beneficio principal que brinda esta carrera a la comunidad es salud y bienestar (Soto 1985).



### 3.2. INVESTIGACIONES EN TORNO A LOS VALORES Y LOS UNIVERSITARIOS.

Los seres humanos postulan una variedad de conceptos alrededor de los cuales orientan sus vidas. Algunos operan dentro del contexto explícito de estas orientaciones, y otros sólo implícitamente, pero la mayoría de la gente se adhiere a ciertos puntos que mantienen la dirección de sus vidas. Estos puntos incluyen las creencias religiosas, el lugar que ocupan en sus vidas los bienes materiales y la forma como se conducen las relaciones interpersonales.

Muchos han supuesto que los valores personales sirven de elemento para cualquier elección. Por ejemplo es lógico que un hombre que considera lo espiritual como el principal valor de su vida, elegir distintas carreras y se comportar diferente de otro hombre cuyo principal valor es el económico.

Se puede sostener que los valores personales desempeñan un papel importante en los determinantes de la conducta humana. A medida que la persona madura, su cultura y sus percepciones influyen en los valores.

Por otro lado Spranger (1928) señala que "hay que reconocer que los valores no son estáticos, ellos cambian y se desarrollan". En consecuencia el estudio de las correlaciones entre los valores y el comportamiento, en los primeros años y en la madurez, es importante para profundizar en el conocimiento de su desarrollo (citado en Sánchez 1974).

Entre los trabajos más extensos acerca de los valores se encuentra el de Rosenberg (1957). Este investigador tomo como muestra básica miles de estudiantes matriculados en la Cornell University durante los primeros años de 1950. Los sujetos de la muestra fueron interrogados acerca de las razones fundamentales que tuvieron para seleccionar la meta educativa propuesta. Rosemberg encontró que había tres valores básicos: trabajar con la gente para ayudarla, ganar bastante dinero, posición social o prestigio; y tener la oportunidad de ser creativo y de utilizar talentos especiales. Estos valores parecen distribuirse en un continuo que va desde el deseo de expresar la creatividad y la originalidad, hasta el deseo de asegurarse un futuro.

Rosemberg encontró que la expresión de los valores, hecha por los estudiantes de diferentes áreas varía sistemáticamente; por ejemplo, los estudiantes de arquitectura, periodismo, drama y arte valoran más la expresión personal que cualquier otro grupo; en cambio, los estudiantes del área de negocios, finanzas y hotelería evalúan muy bajo la expresión personal. Los estudiantes de trabajo social, medicina y educación obtuvieron altas puntuaciones en los deseos de ayudar y trabajar con la gente, mientras que los estudiantes de ingeniería, ciencias naturales y agricultura tuvieron puntuaciones bajas en este valor.

Pero además Rosemberg estudio la confiabilidad de los valores a través del tiempo. Se encontró que un número de cambios, tanto en los valores como en las preferencias vocacionales, ocurrían en un período de dos años. Al examinar las diferencias entre los hombres y las mujeres con respecto a los valores, Rosemberg observó que ambos sexos desean emplear sus talentos especiales, pero que la mujer parece más inclinada hacia el trabajo con la gente, mientras que los hombres buscan más usa seguridad en el trabajo (citado Sánchez 1974).

Austin y Nichols (1964) enviaron, por correo cuestionarios a los ganaderos del National Merit Finalists and Commendation y recibieron 5,495 respuestas ( 3,830 hombre y 1,165 de mujeres ). El análisis factorial de los cuestionarios reveló la existencia de siete factores, denominados bienestar personal, estima, motivación artística, erudición, tecnología científica, prestigio y altruismo.

En otros estudios acerca del concepto del valor que tienen los estudiantes universitarios Hammond (1956) y Simpson y Simpson (1960) observaron que los estudiantes de administración obtuvieron altas puntuaciones en los valores económicos y materialistas y orientadas hacia el confort, mientras que los estudiantes del área de la educación obtuvieron puntuaciones altas en los valores humanísticos.

Gordon y Mensh (1962) exploraron el cambio de los valores en los estudiantes de medicina a lo largo de los años de entrenamiento universitario. A dichos estudiantes se les administró el Inventario de valores Interpersonales de Gordon, durante los 4 primeros años de carrera en una escuela del medio Oeste. Al examinar los datos obtenidos sólo por los estudiantes varones Gordon y Mensh encontraron que el deseo de apoyo por parte de otros aumentaba significativamente, que el deseo de reconocimiento e independencia también crecía y que el deseo de liderazgo permanecía igual. Aun cuando parece fácil suponer que el entrenamiento médico inflúa en estos cambios, otros factores también podrían estar implicados; por ejemplo: la maduración ha podido producir cambios similares durante el periodo de los 4 años, sin necesidad de que los estudiantes se encuentren estudiando medicina.

En un estudio, Gribbons y Lohnes (1965) analizaron los cambios en los valores de acuerdo con la edad. Obtuvieron vocacionales de adolescentes por medio de entrevistas con un grupo de

estudiantes, comenzando en 1958 y luego los volvieron a entrevistar en 1961 y 1963. A través de estas entrevistas se obtuvo que los adolescentes manifestaron sus valores; la satisfacción y el interés en el trabajo estuvieron, durante los cuatro años, a la cabeza de los otros valores.

## INVESTIGACION PRACTICA

### CAPITULO IV

#### METODOLOGÍA

Los objetivos de la presente investigación son:

##### OBJETIVO GENERAL:

Detectar que valores sustentan los estudiantes de la carrera de Odontología ( Cirujano Dentista ) en las áreas Familiar, Personal e Interpersonal, de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Iztacala.

##### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Desarrollar un instrumento de evaluación sensible a medir los valores Familiares, Personales e Interpersonales.
- Pilotear el instrumento con la finalidad de obtener su confiabilidad.
- Contrastar los valores Familiares, Personales e Interpersonales de los alumnos de primer ingreso con los de octavo semestre, con el fin de descubrir si a través del tiempo cambian sus valores.

estudiantes, comenzando en 1958 y luego los volvieron a entrevistar en 1961 y 1963. A través de estas entrevistas se obtuvo que los adolescentes manifestaron sus valores; la satisfacción y el interés en el trabajo estuvieron, durante los cuatro años, a la cabeza de los otros valores.

## INVESTIGACION PRACTICA

### CAPITULO IV

#### METODOLOGÍA

Los objetivos de la presente investigación son:

##### OBJETIVO GENERAL:

Detectar que valores sustentan los estudiantes de la carrera de Odontología ( Cirujano Dentista ) en las áreas Familiar, Personal e Interpersonal, de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Iztacala.

##### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Desarrollar un instrumento de evaluación sensible a medir los valores Familiares, Personales e Interpersonales.
- Pilotear el instrumento con la finalidad de obtener su confiabilidad.
- Contrastar los valores Familiares, Personales e Interpersonales de los alumnos de primer ingreso con los de octavo semestre, con el fin de descubrir si a través del tiempo cambian sus valores.

- Detectar si existe diferencia significativa de sus valores Familiares, Personales e Interpersonales, entre los alumnos de una clínica y otra.
- Observar si hay diferencia de valores de acuerdo al sexo
- Investigar la relación entre el ingreso mensual de los estudiantes y su " Escala de valores "

## PROCEDIMIENTO

Para la realización de estos objetivos se llevo a cabo :

- Creación del Instrumento.
- Aplicación del instrumento estudiantes de Odontología del Campus Iztacala.
- Detección de relaciones y diferencias estadísticas.
- Análisis de la información encontrada

### 4.1. ELABORACION, PRUEBA Y VALIDACION DEL INSTRUMENTO.

Para medir los valores Familiares, Personales e Interpersonales se selecciono el tipo de reactivo que se usaría, llegando a la decisión de emplear reactivos de frases no terminadas de acuerdo con Simon y Col. (1977). Ya que es la mejor opción del tipo de variable a medir.

Para la elaboración del instrumento se llevaron a cabo los siguientes pasos:

- Primeramente se hizo una definición operacional del valor Familiar, Personal e Interpersonal.

a) Valores Familiares: Son aquellos basados en la unión familiar en el respeto por los padres y hermanos, comprender lo que significa cada uno de los integrantes de la familia.

b) **Valores Personales:** Son aquellos que residen en el interior del individuo, como son el amor y el respeto a sí mismo, y la capacidad de amar, admirar, conocer y crecer, la honestidad, la propiedad, tendencia a la libertad y el desarrollo.

c) **Valores Interpersonales:** Son aquellos valores basados en la autenticidad, en la honestidad, confianza, comprensión y aceptación de los sentimientos de los demás; se valora la necesidad de buscar nuevas fuentes de gozo y enriquecimiento en la vida social.

- Posteriormente, se llevó a cabo la creación de reactivos derivados de las definiciones

\* Se seleccionaron los ítems para cada valor.

\* Se pilotearon los reactivos

- Se obtuvo confiabilidad del instrumento a través del tiempo ( con un mes de diferencia )  
obteniéndose un 70 % de confiabilidad. (r de spearman)

- El piloteo sirvió para medir la redacción de varias preguntas que no estaban totalmente claras;  
hasta  
que se llegó a su total claridad.

- Para una mejor confiabilidad del instrumento fue necesario mezclar los ítems; lo que dio por resultado un total de 18 preguntas que implicaban un situación concreta de cada valor, se hizo una división de tres bloques:

1) Seis preguntas correspondientes a los valores Familiares (preg. 1, 4, 7, 10, 13 y 15).

2) Seis preguntas correspondientes a los valores Personales (preg. 3, 6, 9, 12, 16 y 17).

3) Seis preguntas correspondientes a los valores Interpersonales (preg. 2, 5, 8, 11, 14 y 18)

(Anexo 1).

## 4.2. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO.

### 4.2.1. SUJETOS.

El número de población se obtuvo de la siguiente forma:

- Consistió en escoger una muestra significativa que pudiera servir para cumplir nuestro objetivo.

Esta muestra se escogió de una población total de 1915 alumnos consistente en 62 grupos, de la cual resultó un total de 304 alumnos representando a 13 grupos, es decir el 15.8 % de la población total .

- Mediante la tabla de números aleatorios de Spiegel (1970) se obtuvieron los 13 grupos distribuidos de la siguiente manera:

2do. Semestre 4 grupos

4to. Semestre 3 grupos

6to. Semestre 3 grupos

8vo. Semestre 3 grupos.



#### 4.2.2. ESCENARIO

La aplicación de este instrumento de evaluación se llevo a cabo en las diferentes clínicas de Odontología como lo son:

A) CUSI (ENEP IZTACALA)

B) CLINICA (ARAGON)

C) CLÍNICA (ECATEPEC)

D) CLINICA (ACATLAN)

E) CLINICA (CUAUTEPEC)

F) CLINICA (ALMARAZ).

#### 4.2.3. APLICACION DEL INSTRUMENTO.

Para la aplicación de este instrumento fue necesario pedir autorización a la jefatura de carrera de Odontología, para poder tener ingreso a las clínicas antes citadas.

Cabe señalar que en esta aplicación se presentaron varios contratiempos como el que se asignaron citas para un día y se tuvieron que realizar en otro distinto, o el que se tuvieron dos aplicaciones al

mismo tiempo en dos clínicas diferentes; pero que al final gracias a la cooperación y comprensión tanto de profesores como alumnos se pudieron realizar.

Una vez que se tenía localizado el grupo se procedía a pedir la autorización del profesor en turno para la aplicación del instrumento; posteriormente se pedía que todo el grupo estuviera presente, después el profesor daba una breve explicación de lo que se iba a realizar, otorgándonos así el manejo del grupo.

Se dieron las indicaciones haciéndose hincapié en que deberían contestar lo más rápido posible, no detenerse en pensar mucho tiempo la respuesta, que no usaran más de tres palabras y que no dejaran pregunta sin responder.

Posterior a esto se procedía a leer las preguntas simultáneamente con los alumnos para no dar demasiado tiempo a sus respuestas.

Una vez concluida la aplicación, se recogían los instrumentos y se les informaba a los alumnos que los resultados de la investigación se darían a conocer en la Jefatura de su carrera.

## CAPITULO V

### ANALISIS DE RESULTADOS

El método empleado para revisar los resultados en la investigación consistió en elaborar una base de datos, en donde se vaciaron todas las respuestas del instrumento de evaluación para su codificación y análisis, por medio del programa de software Fox base.

Posteriormente para una mejor interpretación de los resultados se procedió a contestar las preguntas claves que se realizaron al iniciar esta investigación:

- ¿ Cuáles son los valores predominantes en la Familia ?
  
- ¿ Cuáles son los valores predominantes en lo Personal ?
  
- ¿ Cuáles son los valores que predominan en lo Interpersonal ?
  
- De las tres áreas exploradas ( Familiares, Personales e Interpersonales ) ¿Cuál de ellas tiene más énfasis en los Cirujanos Dentistas ?
  
- ¿ Los valores cambian a través del tiempo ?
  
- ¿ Existe alguna relación entre tipo de valores y el ingreso mensual ?

- ¿ Existen algunos valores que predominan según el sexo ?

A continuación daremos respuesta a cada una de las preguntas anteriormente citadas, con el fin de cumplir con el objetivo planteado al inicio de esta investigación.

¿ Cuáles son los valores predominantes en la familia ?

Dentro de los valores familiares observamos que las categorías predominantes en los primeros semestres de la carrera de Odontología se encuentran :

Superación con 50%.

Estar bien 17%.

Unión con 33%.

Conforme va pasando el tiempo 4o. semestre se afianzan más, pero ya para 8o. semestre, hay un decremento en la frecuencia, aunque se puede decir que no es tan considerable en comparación con categorías como la comunicación y el respeto que no fueron consideradas por los estudiantes (véase gráfica 3 ).

¿ Cuales son los valores predominantes en lo personal ?

Como se menciona en el capítulo II, los valores personales son aquellos que residen en el interior del individuo, como son el amor y el respeto así mismo, la capacidad de amar, admirar, conocer y crecer, la honestidad, propiedad, tendencia a la libertad y al desarrollo.

Dentro de los valores personales las categorías predominantes fueron (gráfica 6 )

- Superación con un 33%
- Sinceridad con un 33%
- Originalidad con un 17%
- Apoyador con un 17%

¿ Cuáles son los valores que predominan en lo Interpersonal ?

Como es sabido en las relaciones interpersonales se propicia el establecimiento de relaciones amistosas basadas en la autenticidad y en la honestidad, en la confianza, comprensión y aceptación de los sentimientos de los demás; se valora la necesidad de buscar nuevas fuentes de gozo y enriquecimiento en la vida social.

Dentro de los valores interpersonales se puede observar en la gráfica numero 10, que las categorías predominantes en términos generales fueron solo dos:

- Sinceridad con un 67%
- Apoyador con un 33%

De las tres áreas exploradas ( Familiar, Personal e Interpersonal) ¿Cuál de ellas tiene más énfasis ?

Para obtener la respuesta a esta pregunta se obtuvieron las categorías de frecuencia mas altas integrando todas las respuestas de los encuestados obteniendose lo siguiente (gráfica numero 1).

- Sinceridad con un 33%.

- Superación 28%
- Apoyador con el 17 %.
- Unión 11%
- Original 6%
- Estar bien 6%

Estos resultados nos indican lo siguiente: Los estudiantes de la carrera de Cirujano Dentista priorizan el área interpersonal sobre la personal y familiar, ya que la categoría de "sinceridad" corresponde a lo interpersonal, posteriormente el área personal ya que la categoría de "superación" esta contenida en los valores personales posteriormente en la categoría de "apoyador" pertenece a los valores personales, en cuarto lugar aparece una categoría familiar que es la "unión "

¿ Los valores cambian a través del tiempo ?

Para contestar esta pregunta expondremos a continuación los análisis correspondientes a cada una de los tres tipos de valores exploradas:

#### VALORES FAMILIARES

Ver gráfica No.3 en donde se presentan las categorías, los semestres y las frecuencias de la intersección de ambas.

para saber si los valores cambian dependiendo el semestre se llevo acabo un análisis estadístico X<sup>2</sup> en donde se encontró diferencias significativas las siguientes categorías:

$$\text{SALUD } X^2 = 21.53 \alpha\alpha 8.5$$

$$\text{ECONOMICO } X^2 = 19.81 \alpha\alpha 0.00010.002$$

$$\text{SUPERACION } X^2 = 45.8 \alpha\alpha 0.0001$$

$$\text{UNION } X^2 = 45.8 \alpha\alpha 0.0001$$

$$\text{ESTAR BIEN } X^2 15.86 \alpha\alpha 0.0001$$

Es interesante notar que en la parte inferior de la gráfica No. 3 se encuentran las frecuencias con la que se efectuó la gráfica y que por ejemplo las categorías de superación convengan en los primeros semestres muy altas y muy bajas, es decir decrementaron.

### VALORES PERSONALES

Nuevamente metámonos a la gráfica No. 7 se llevo a cabo un análisis estadístico X2 para determinar si cambiara las frecuencias obtenidas en la diferentes categorías correspondientes a los semestres.

A continuación presentamos las categorías que presentaron diferencia significativa en el transcurso de los semestres.

$$\text{superación } X^2 = 21.53 \alpha\alpha 8.5$$

Apoyar  $X^2 = 14.452 \alpha\alpha 0.002$

Triunfar  $X^2 = 9.96 \alpha\alpha 0.01$

Aceptación  $X^2 = 13.04 \alpha\alpha 0.004$

Original  $X^2 = 19.33 \alpha\alpha 0.0002$

Simpatía superación  $X^2 = 21.53 \alpha\alpha$

$25.5 \alpha\alpha 1.04 - 5$

Felicidad  $x^2 = 19.66 \alpha\alpha 1.9 - 4$

De estas categorías ; las categorías superación, aceptación y felicidad decrementaron con el transcurso de las semestrales. en las demás categorías no se logra identificar tendencia pues hay gran variabilidad.

#### VALORES INTERPERSONALES

En estas valores hubo cambios entre las semestrales en las siguientes categorías.

Sinceridad  $X^2 = 26.74 \alpha\alpha 6.6 - 6$

Apoyar  $X^2 = 37.53 \alpha\alpha 3.5 - 8$

Comprensión  $X^2 = 21.97 \alpha\alpha 6.65$

Superación  $X^2 = 21.53 \alpha\alpha 1.8 - 7$



Siendo que las categorías sinceridad, apoyado y aceptación sus frecuencias disminuyeron conforme transcurrieron los semestres, es decir, se, reflejaron estas categorías en el octavo semestre respecto al primer semestre.

Una de las ultimas preguntas que contestaremos es : ¿ Existe alguna relación entre el tipo de valores y el ingreso mensual ?

El ingreso mensual se dividió en seis categorías, las cuales fueron :

500 a 1500

1600 a 3000

3100 a 5000

5100 a 8000

8100 o mas

No contesto

Ahora abordaremos su relación con los valores

## VALORES FAMILIARES

Se encontró entre el ingreso mensual y las siguientes categorías

Económico

X<sup>2</sup>=79

αα 2.2 – 16

Superación	X <sup>2</sup> =159	ααα= 0.0
Unión	X <sup>2</sup> =109	ααα= 0.0
Estar bien	x <sup>2</sup> =146	ααα= 0.0

La relación encontrada en las 4 categorías anteriores de los valores familiares fue la siguiente :

Conforme el salón disminuye a frecuencia con que se presenta dicha categoría

### VALORES PERSONALES

En los valores personales las categorías que se relacionaron con el ingreso mensual son :

En los valores personales las categorías que se relacionaron con el ingreso mensual son :

Superación	X <sup>2</sup> =132.49	ααα= 0.0
Aceptación	X <sup>2</sup> =58.31	ααα 6.512
original	X <sup>2</sup> =38.5	ααα 8.58
Felicidad	X <sup>2</sup> =86.7	ααα= 0.0

De estas categorías ; superación, aceptación y felicidad, disminuyeron conforme incrementan los ingresos, es decir, conforme hay mas estabilidad económica el valor de superarse, aceptarse y felicidad disminuyen.

## VALORES INTERPERSONALES

Las categorías que se relacionan con el ingreso mensual son:

Sinceridad	$X^2=179.17$	$\alpha\alpha\alpha= 0.0$
Confiable	$X^2=18.5$	$\alpha\alpha\alpha 9.7-4$
Apoyador	$X^2=22.2$	$\alpha\alpha\alpha= 0.0$
Comprensión	$X^2=506$	$\alpha\alpha\alpha 2.7-10$
Aceptación	$X^2=5.8$	$\alpha\alpha\alpha 9-11$

Sin embargo, a pesar de que es significativa la relación, no se encontró tendencia alguna en cada una de las categorías;

La última pregunta planteada por esta investigación es : ¿Hay algunos valores que predominen según el sexo?

## VALORES FAMILIARES

Ver gráfica numero 5, en ella podemos ver las categorías y sus frecuencias en base al sexo. Se llevo a cabo un estadístico que confirmo lo siguiente: Hubo diferencia significativa en las siguientes categorías

Económico	$X^2=11.41$	$\alpha\alpha\alpha 0.01$
Unión	$X^2=13.8$	$\alpha\alpha\alpha 0.01$
Comprensión	$X^2=4.9$	$\alpha\alpha\alpha 0.01$
Estar bien	$X^2=7.8$	$\alpha\alpha\alpha 0.01$

Lo Moral	$X^2=6.5$	$\alpha\alpha 0.01$
----------	-----------	---------------------

En todas estas categorías la diferencia se dio porque la mejor presenta una frecuencia, es decir; los valores de las mujeres en la carreras de odontología, rebasa por mucho a los varones en esta categoría

### VALORES PERSONALES

La gráfica No 9 nos muestra nos muestra la frecuencia obtenida en las categorías según el sexo, el análisis estadístico confirmo la diferencia significativa en las categorías :

Sinceridad	$X^2=22.5$	$\alpha\alpha 0.01$
Sencillo	$X^2=6.9$	$\alpha\alpha 0.01$
Honesto	$X^2=4.8$	$\alpha\alpha 0.01$
Fidelidad	$X^2=4.3$	$\alpha\alpha 0.01$

Siendo nuevamente la mujer quien reporta mayor frecuencia en estas categorías

### VALORES INTERPERSONALES

Por ultimo remitámonos ala gráfica No. 13, en la cual se presentan las categorías de los valores interpersonales, siendo significativos los siguientes:

Sinceridad	$X^2=30.4$	$\alpha\alpha 0.01$
Confiar	$X^2=4.6$	$\alpha\alpha 0.01$

Apoyado	$X^2=11.2$	$\alpha\alpha\alpha 0.01$
Comprensión	$X^2=7.2$	$\alpha\alpha\alpha 0.01$

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

A partir de los datos obtenidos se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Los estudiantes de la carrera Cirujano Dentista priorizan el Area Interpersonal sobre la personal y familiar
- Los valores predominantes en las familias son la superación, estar bien y la unión.
- Los valores predominantes en lo personal son la superación, sinceridad, originalidad y apoyador.
- Los valores predominantes en lo interpersonal fueron sinceridad y apoyador.

por otro lado se afirma que los valores con que ingresan los Cirujanos Dentistas se modifican a través del tiempo,

por lo tanto tenemos:

En el área familiar, categorías como superación, ego, y estar bien; en los primeros semestres tienen frecuencias muy altas y para los últimos semestres decrecientan.

En el área interpersonal las categorías de sinceridad, apoyador y aceptación se redujeron en el octavo semestre, respecto al primer semestre.

En lo que respecta a sí existe alguna relación entre el tipo de valores y el ingreso mensual, afirmamos que efectivamente en las categorías de económico, superación, unión, estar bien, aceptación, original y felicidad, conforme incrementa el salario disminuye la frecuencia con que se

presentan, es decir, conforme hay más estabilidad económica, los valores antes mencionados se encuentran menos en los cirujanos dentistas.

Sin duda algo relevante fue el hecho de que en los Cirujanos dentistas valores que predominan según el sexo, tal es el caso:

#### VALORES FAMILIARES

La mujer rebasa por mucho a los varones en la unión, economía, comprensión. estar bien y lo moral.

#### VALORES PERSONALES

De igual forma la mujer rebasa al varón en la sinceridad, honestidad y felicidad,

#### VALORES INTERPERSONALES

Nuevamente en las categorías de sinceridad, confiabilidad, apoyador y comprensión la mujer obtiene altas frecuencias en comparación con el varón

Por lo que se puede afirmar que la mujer es mas sensitiva en cuanto a los valores familiares, personales e interpersonales.

A manera de decisión tenemos que los valores son las guías que orientan nuestra conducta, nos ayudan a tomar decisiones congruentes con lo que pensamos y nos dan seguridad para actuar con independencia respecto a la presión de otros.

los valores surgen del entorno social, a través de la familia, la escuela, la iglesia, la comunidad, los amigos, etc. pero también podemos decir que todo ser humano trae consigo algo innato, porque sino que explicación daríamos a los hermanos que viven en el mismo entorno social y no tienen su misma "Escala de Valores".

Además se dice que los valores tienen distintas expresiones en las diversas culturas y en diversos niveles socioeconómicos y que en el individuo mismo su esquema de valores sufre cambios, ya que a lo largo de su vida se modifican o eliminan, los ya existentes y que adquieren otros diferentes.

Como lo menciona Spanger (1928) en su investigación citada en el capítulo tres en donde asegura que los valores se modifican a través del tiempo, lo cual se verificó en esta investigación, se observó que cuatro años son suficientes para que los Cirujanos Dentistas modifiquen sus valores familiares, personales e interpersonales.

Por otro lado, también esta tesis apoya las investigaciones realizadas por Rosemberg (1957), quien menciona que existen tres valores básicos en los universitarios como son: Trabajar con la gente para ayudarla, ganar dinero, posición social y además tener la oportunidad de ser creativos. Es lo mismo que encontramos en los resultados de esta investigación, estos valores que permiten distribuirse en un continuo que va desde el deseo de expresar la Creatividad y la Originalidad hasta el deseo de asegurarse un futuro como tal es el caso de los Cirujano Dentistas.

Para finalizar se presentan estas conclusiones, esperando que los resultados obtenidos en ella, sirvan como marco de referencia para futuras investigación de esta misma naturaleza.



- Sexo en los valores.
- El cambio de los valores a través de tiempo.
- Los valores en las clases sociales.

**BIBLIOGRAFIA**

- Anastasi, A. (1966). Tests Psicológicos. Aguilar S.A. Madrid.
- Allport, G. (1960). Estudio de Valores. El manual moderno. México D.F.
- Bandini, B.O. (1990). Las consecuencias Psicológicas de la crisis de los valores. Tesis. UIA.
- Bartolome, M. Ferreiros, P. Fondevilla, L. y Morilla M. (1975). Educación y Valores. Ediciones Narcea.
- Brugger, W. (1975). Diccionario de Filosofía. Ediciones Herder. Barcelona.
- De Finance, J. (1966). Ensayos sobre el obrar humano. Ediciones Gredos.
- Ferrater, M. (1982). Diccionario de Filosofía. Editorial Alianza. Madrid.
- Fronzizi R. (1987). ¿Que son los valores? Editorial Alianza México.
- Hildebrand, (1962). Ética Cristiana. Ediciones Herder. Barcelona.
- Maslow, A. (1979). El hombre autorrealizado. Ediciones Kairos. Barcelona.
- Matuk, G.D. (1973). Correlación entre las escalas de valores de Allport, Vernon y Lindzey y las calificaciones académicas del primero a cuarto año de la carrera de Psicología. Tesis. UIA
- Patterson, CH. (1975). Orientación Autodirectiva y Psicoterapia. Trillas. México.
- Reich, B. y Adcock Ch. (1980). "Naturaleza de los valores" En: Valores actitudes y cambios de conducta. CECSA.
- Rokeach, M. (1973). La Naturaleza Humana de los Valores. E.U.

Rogers, C. (1978). Persona a Persona. Ediciones Amorrouto. Buenos Aires.

Ruyer, R. (1969). La Filosofía del Valor. Fondo de Cultura Económica. México.

Sánchez, V. A. (1974). Ética. Ediciones Grijalvo.

Simon, S.B; Howe, L.W. (1977). La clarificación de los valores. Manual de estrategias practicas para maestros y alumnos. Avante. México.

Smith, M. (1977). A Practical Guide To Value Clarification. La Joya Cal.

Soto, de la R.L. (1985). Perfil del aspirante a la carrera de Odontología. ENEPI. Tesis.

Spiegel, R.M. (1970). Estadística. Mc Graw Hill. México.

# **ANEXOS**

## UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

LAS PREGUNTAS DE ESTE CUESTIONARIO SIRVEN PARA COMPRENDER QUE PIENSAN Y QUE DESEAN LOS JOVENES DE TU EDAD. DE MODO QUE NO HAY PREGUNTAS CORRECTAS O EQUIVOCADAS. CADA UNO CONTESTARA A SU MODO, QUE SEGURAMENTE SERA DISTINTO DEL DE OTROS. TODO LO QUE TIENES QUE HACER ES TRATAR DE RESPONDER DICHIENDO LO QUE REALMENTE PIENSAS Y DESEAS. ESPERAMOS QUE TUS RESPUESTAS SEAN SINCERAS Y BREVES. YA QUE PUEDES ESTAR SEGURO (A) QUE LA INFORMACION OBTENIDA SERA CONFIDENCIAL Y SOLAMENTE LA UTILIZAREMOS CON FINES ESTADISTICOS.

CARRERA \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_ TURNO \_\_\_\_ SEXO \_ FECHA \_\_\_\_\_

MARCA EL INGRESO FAMILIAR MENSUAL

- ( ) DE N\$ 500 A 1500
- ( ) DE N\$ 1600 A 3000
- ( ) DE N\$ 3100 A 5000
- ( ) DE N\$ 5100 A 8000
- ( ) MAS DE N\$ 8100

A continuación hallarás una lista de preguntas las cuales tendrás que completar lo más rápidamente posible. No te detengas mucho en pensar la respuesta, simplemente escribe lo primero que se te venga a la mente. NO USES MAS DE TRES PALABRAS. Por favor no dejes frase alguna sin responder. GRACIAS ANTICIPADAS.

1.- Lo que a mi familia más le preocupa es \_\_\_\_\_

2.- Acepto ser amigo de alguien que sea \_\_\_\_\_

3.- Yo soy una persona \_\_\_\_\_

4.- Hay un ambiente de felicidad en la familia cuando \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.- Lo que principalmente busco en la amistad es \_\_\_\_\_

6.- La virtud que creo que tengo es que soy \_\_\_\_\_

7.- Mi familia le da gran énfasis a \_\_\_\_\_

8.- Lo que más, aprecio de un amigo es \_\_\_\_\_

9.- Lo que mayormente intento que mi persona tenga es \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10.- Mi familia sería feliz si nunca le faltará \_\_\_\_\_

11.- Lo que espero encontrar en un amigo (a) es \_\_\_\_\_

12.- Cuando dejen volar mi imaginación me gustaría que la  
gente me percibiera como \_\_\_\_\_

13.- Lo que más desea mi familia es \_\_\_\_\_

14.- Un (a) amigo (a) "ideal" es aquel (la) que \_\_\_\_\_

15.- La meta principal de mi familia es \_\_\_\_\_

16.- Desearía que mis amigos me percibieran como una persona  
que es \_\_\_\_\_

17.- El mayor anhelo en mi vida es lograr \_\_\_\_\_

18.- Desearía tener un amigo (a) que siempre me \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**TE REITERAMOS**

**LAS**

**GRACIAS**

## CATEGORIZACIONES

### VALORES FAMILIARES

1.- SALUD.

2.- ECONOMICO. Dinero, superación económica, mas de lo necesario, estabilidad económica.

3.- SUPERACION. Estudiar, el porvenir, el futuro, salir adelante, ser profesionalista, la carrera, ser alguien importante, lograr metas y el éxito.

4.- UNION. Convivimos todos, nos encontramos reunidos, todos estamos juntos, calidad humana, buen humor, armonía, el amor entre nosotros.

5.- COMPRENSION.

6.- ESTAR BIEN. Seamos felices, tengamos seguridad, estamos bien. no tenemos problemas, nos va bien, no hay preocupaciones, estamos contentos, felicidad.

7.- COMUNICACION. Estamos de acuerdo todos.

8.- LOS VALORES MORALES. Comportarse bien, ser una buena familia, los valores.

9.- RESPETO.

10.- RESPONSABILIDAD.

11.- LOGROS. El trabajo, la lucha, el logro.

12.- NO CONTESTO.

13.- OTRAS.

14.- PARTICIPACION.

15.- FUTURO.

16.- EDUCACION. Darle educación a todos.

17.- CONFIANZA.

18.- HONESTIDAD.



## VALORES PERSONALES

1.- SINCERIDAD. Sincero, franco, abierto.

2.- SENCILLA.

3.- SUPERACION. Superarme, desarrollarme, ser alguien en la vida, lograr las metas, terminar la carrera, superior en muchos aspectos, realizar mis sueños, realizar mis proyectos, trabajadora, estudiosa, realizarme.

4.- APOYADOR. Ayudo, nunca falta, un buen amigo, escucha, buena "onda", sensible, comprensivo.

5.- TRIUNFADOR. Con personalidad, emprendedor, carismático, astucia, Inteligente, una persona capaz.

6.- ACEPTACION. Como soy, lo que soy, con defectos que cualidades.

7.- HONESTO. Decir la verdad, leal.

8.- ORIGINALIDAD. Muy especial, extraordinario, creativo, ser yo mismo, alguien diferente.

9.- SIMPATICO. Agradable, sociable, cooperativo, animador.

10.- FELICIDAD. Estabilidad emocional, tranquilidad.

11.- PULCRITUD. Limpia, asedosa, buen aspecto físico.

12.- PERSEVERANCIA. Voluntad.

13.- OTRAS.

14.- NO CONTESTO.

15.- AMOR.

16.- SITUACION ECONOMICA.

17.- FAMILIA.

18.- RESPONSABLE.

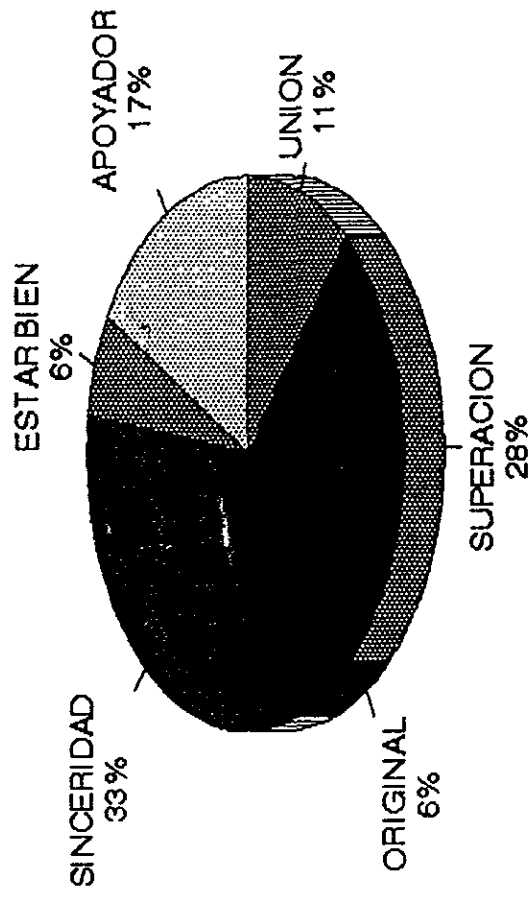
## VALORES INTERPERSONALES.

1.- SINCERIDAD. Franco, me dice mis errores.

2.- CONFIABLE. Responsable, seguro.

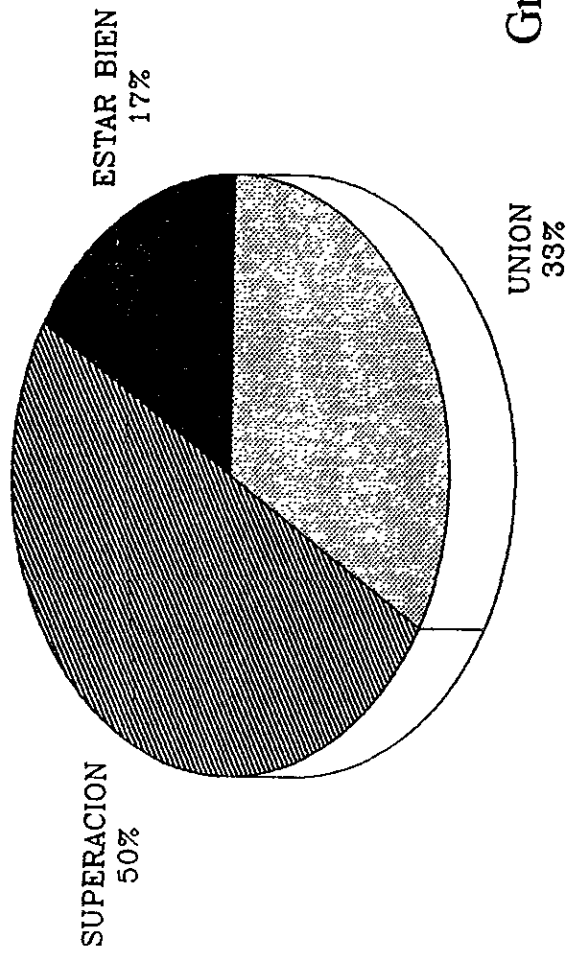
- 3.- SUPERACION. Superación en todos los aspectos.
- 4.- APOYADOR. Cuento con él, ayuda, impulsa, apoyo, presencia cuando lo necesito, esta en todo momento, en las buenas y en las malas, lo da todo.
- 5.- COMPRESION. No te juzga, te escucha, te comprende, buena persona, confidente.
- 6.- ACEPTACION. Me acepta como soy, se identifica conmigo "alma gemela".
- 7.- HONESTO. Que diga la verdad.
- 8.- ORIGINALIDAD. Muy especial.
- 9.- AMISTAD. Amigo.
- 10.- LEAL. Fidelidad.
- 11.- CARIÑO. Me da amor, que me quiera.
- 12.- VALOR COMO SER HUMANO. Su forma de ser y manera de pensar.
- 13.- OTRAS.
- 14.- NO CONTESTO.

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO CATEGORIAS SOBRESALIENTES EN LOS VALORES FAMILIARES, PERSONALES E INTERPERSONALES



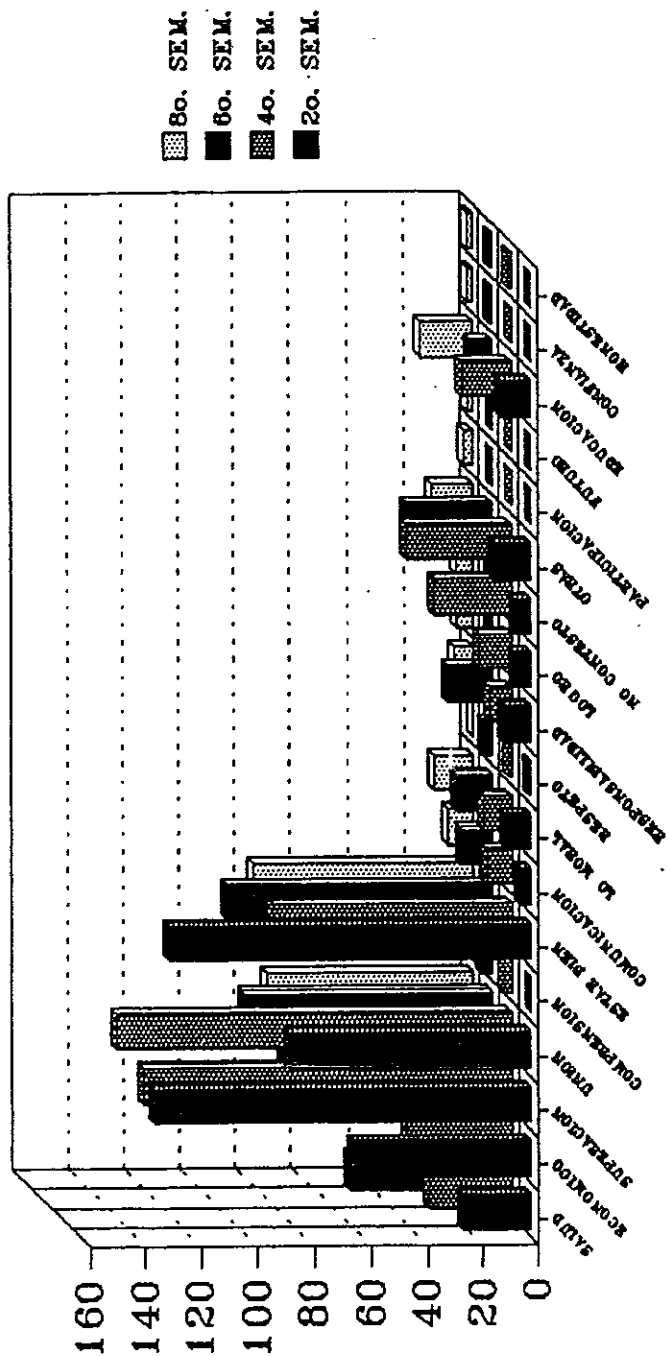
Gráfica 1

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
CATEGORIAS SOBRESALIENTES EN LOS VALORES  
FAMILIARES



Gráfica 2

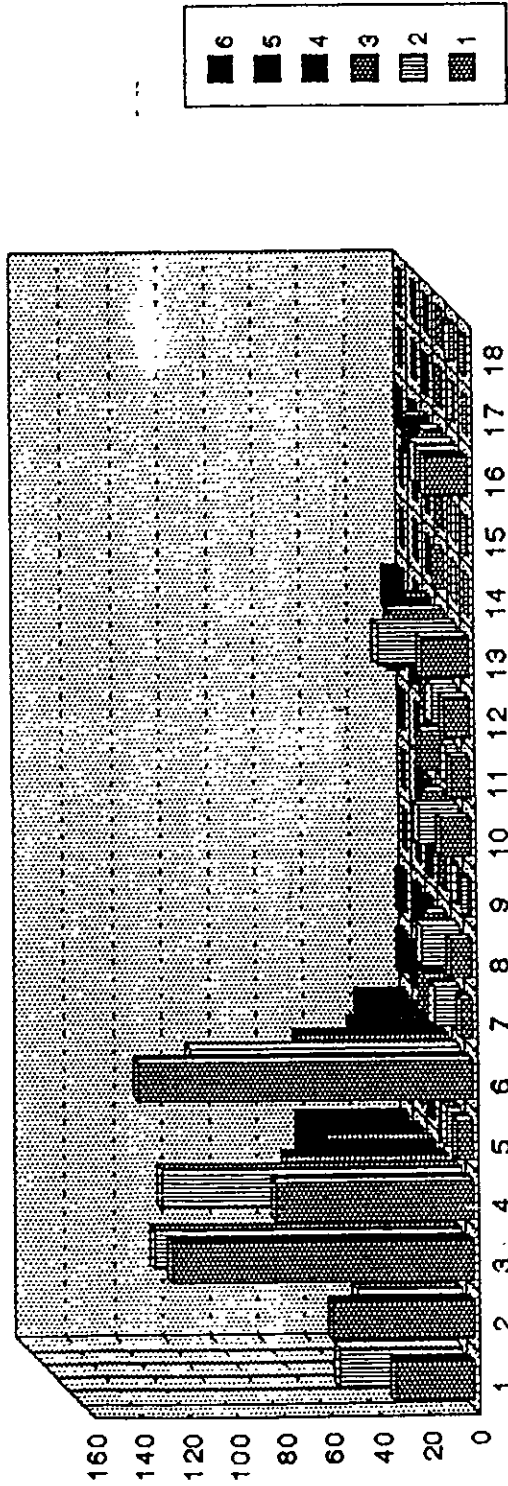
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
 FRECUENCIA TOTAL DE LOS VALORES  
 FAMILIARES POR SEMESTRE



Gráfica 3

8o. SEM.	20	30	58	73	10	78	9	14	0	7	6	6	15	3	2	19	2	2	2
6o. SEM.	51	31	74	88	4	94	11	13	3	16	1	1	31	0	0	8	1	1	1
4o. SEM.	30	38	131	141	3	85	9	10	1	8	12	28	38	0	0	18	0	1	1
2o. SEM.	25	64	134	86	0	129	4	9	1	10	6	6	13	0	0	11	0	0	0

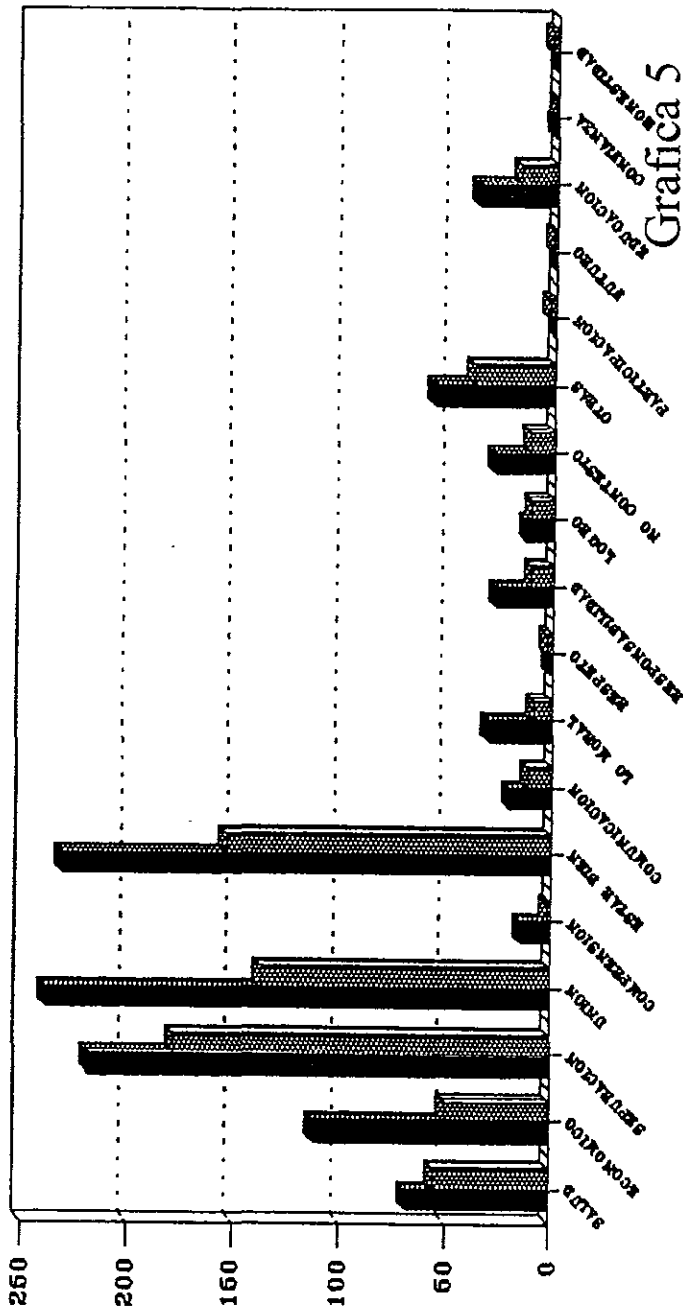
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
 CAMPUS IZTACALA  
 VALORES FAMILIARES VS. INGRESO MENSUAL



6	8	26	28	46	1	20	3	3	0	0	1	7	8	0	0	2	0	0
5	4	6	6	12	0	17	3	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0
4	11	5	42	43	1	34	1	3	1	3	1	3	10	0	0	9	1	0
3	19	26	67	67	2	62	10	8	1	8	10	8	23	3	1	8	1	0
2	50	43	128	125	6	113	11	16	1	17	5	11	33	0	0	17	1	2
1	33	58	126	62	7	140	5	6	2	13	6	11	20	0	1	18	0	1

Gráfica 4

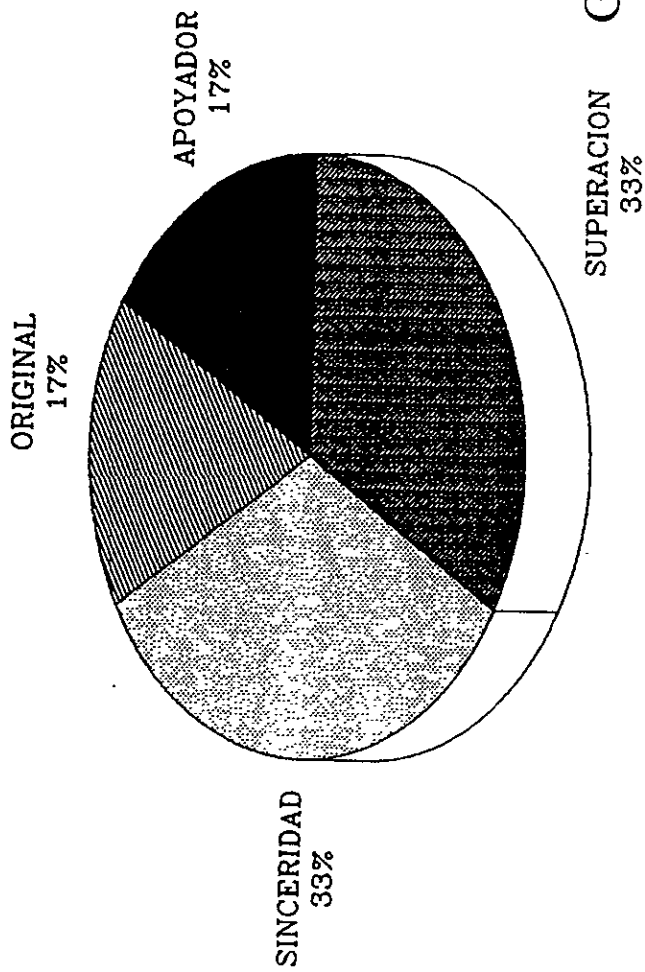
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
 CATEGORIA DE LOS VALORES FAMILIARES  
 POR SEXO



Gráfica 5

FEMENINO	69	112	219	239	15	232	21	31	2	28	14	29	58	0	0	38	2	1
MASCULINO	56	51	178	137	2	154	12	9	3	11	11	12	39	3	2	18	1	3

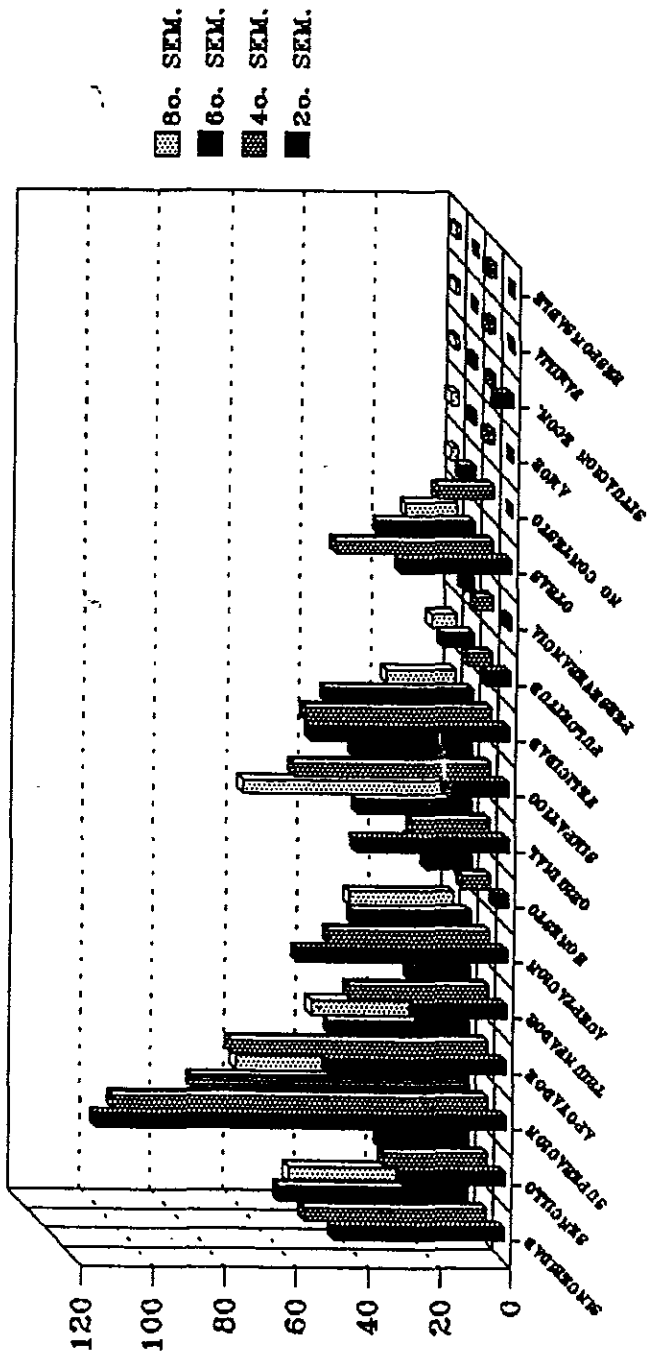
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
CATEGORIAS SOBRESALIENTES EN LOS VALORES  
PERSONALES



Gráfica 6



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
 FRECUENCIA TOTAL DE LOS VALORES  
 PERSONALES POR SEMESTRE

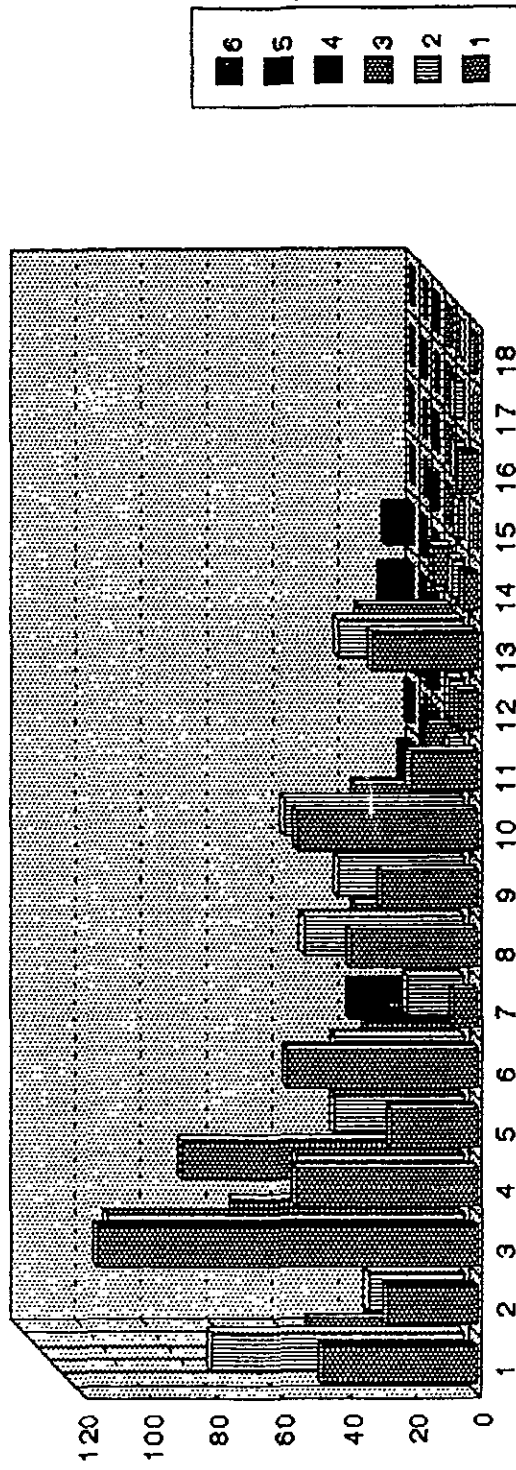


8o SEM.	45	13	60	39	23	29	12	59	22	19	7	5	14	2	2	1	1	1
6o SEM.	53	25	77	39	17	33	13	32	33	41	9	3	27	4	1	1	0	0
4o SEM.	51	29	105	72	39	45	8	22	55	52	7	5	44	16	2	1	2	2
2o SEM.	48	29	115	50	26	59	4	43	18	56	7	1	31	0	0	5	0	0

Gráfica 7

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO CAMPUS IZTACALA

## VALORES PERSONALES VS. INGRESO MENSUAL

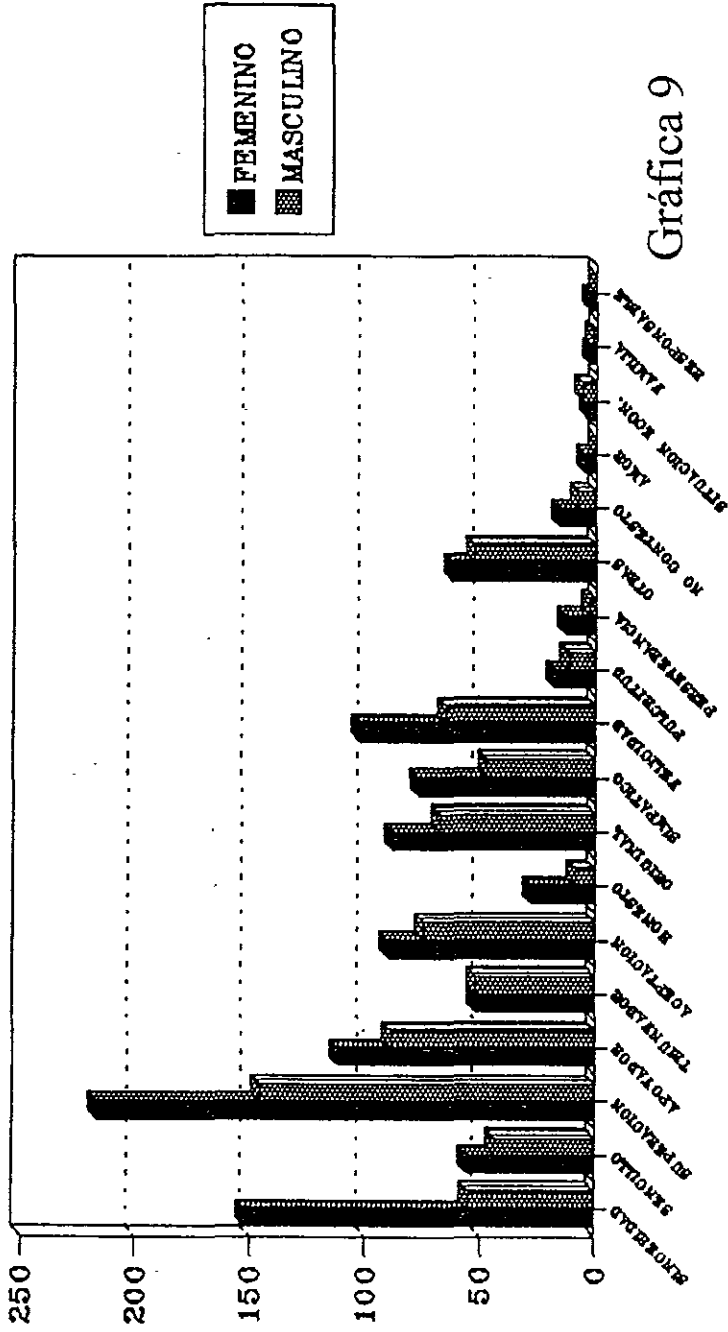


6	14	8	32	21	10	19	1	14	7	4	2	0	10	9	0	0	0	0
5	4	4	11	2	2	6	2	11	2	6	0	1	1	1	0	0	1	0
4	22	10	29	24	8	15	4	13	20	6	5	3	4	1	2	1	0	1
3	43	16	66	82	14	27	5	30	24	30	7	1	29	6	1	1	1	1
2	77	30	109	51	40	40	18	49	39	55	5	5	39	4	2	3	3	0
1	47	28	116	55	27	58	7	39	30	55	21	6	33	4	0	5	0	1

Gráfica 8

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

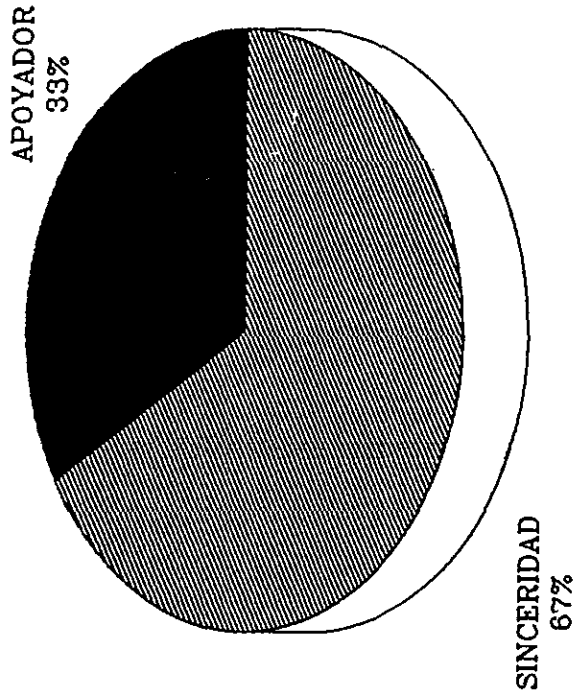
## CATEGORIA DE LOS VALORES PERSONALES POR SEXO



Gráfica 9

FEMENINO	152	56	217	112	52	90	28	88	77	103	18	13	63	16	5	4	3	3
MASCULINO	55	44	146	89	52	75	9	68	47	65	12	3	53	8	0	6	2	0

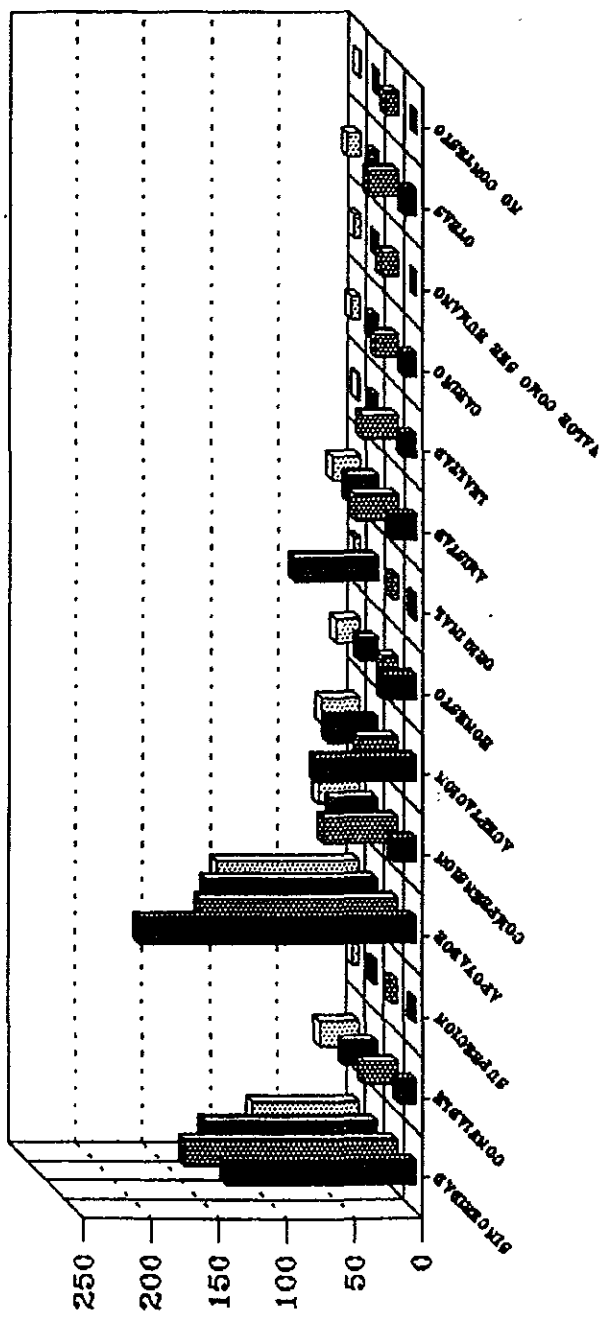
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
CATEGORIAS SOBRESALIENTES EN LOS VALORES  
INTERPERSONALES



Gráfica 10

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

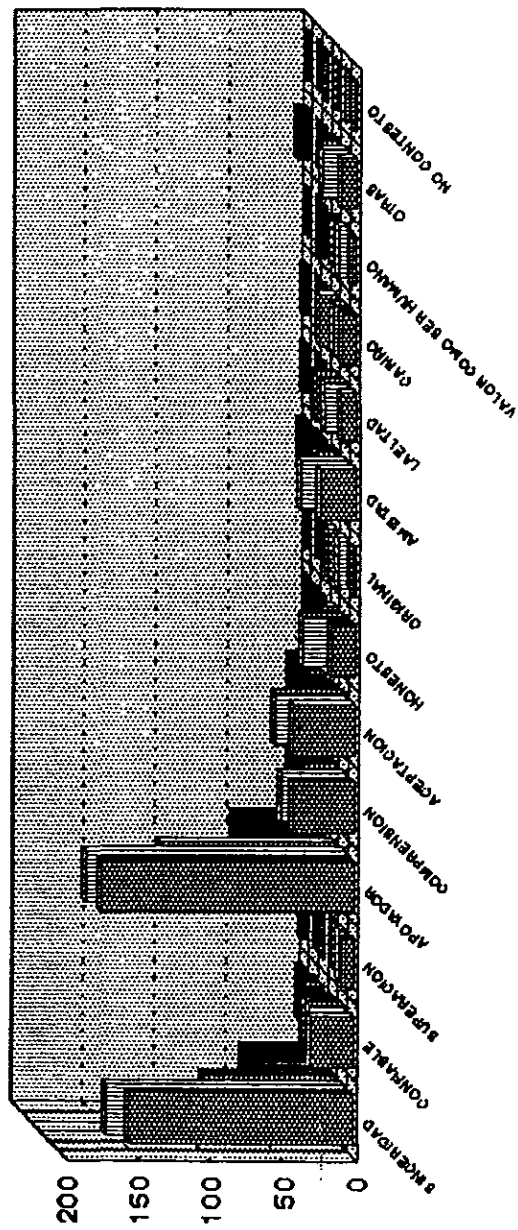
## FRECUENCIA TOTAL DE LOS VALORES INTERPERSONALES POR SEMESTRE



8o. SEM.	79	29	5	105	30	28	18	5	21	2	7	5	10	1
6o. SEM.	128	26	3	126	35	38	14	62	24	5	6	1	6	0
4o. SEM.	157	25	4	145	55	29	11	4	32	27	16	12	22	9
2o. SEM.	140	13	2	204	17	75	25	2	19	10	9	0	9	0

■ 2o. SEM. ■ 4o. SEM. ■ 6o. SEM. ■ 8o. SEM. ■ 10o. SEM. Gráfica 11

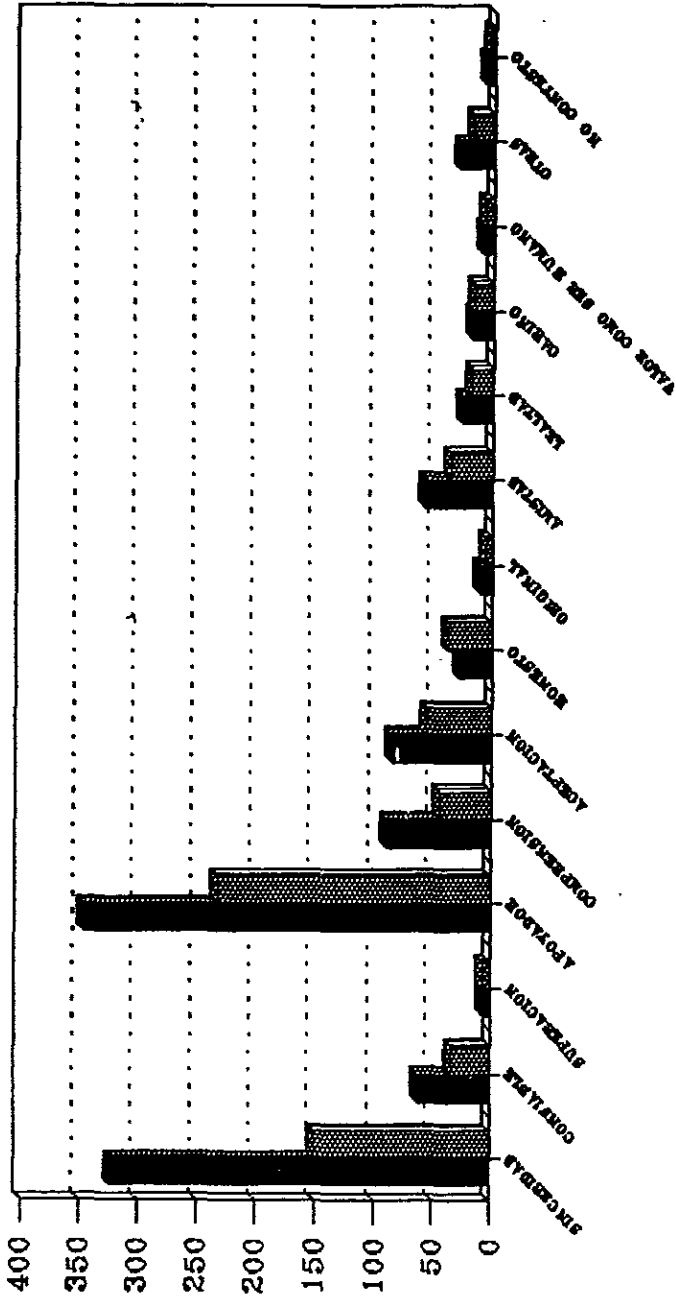
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
 CAMPUS IZTACALA  
 VALORES INTERPERSONALES VS. INGRESO MENSUAL



6	42	5	3	50	12	12	2	1	6	3	3	0	8	2
5	14	6	0	14	5	7	4	0	4	0	0	0	0	0
4	51	13	1	39	13	11	6	2	14	1	6	6	3	1
3	90	20	0	121	19	22	7	6	15	14	12	3	8	1
2	165	24	4	180	44	48	30	6	32	15	9	6	17	2
1	155	30	6	176	43	43	17	2	26	11	10	3	11	2

Gráfica 12

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
 CATEGORIA DE LOS VALORES INTERPERSONALES  
 POR SEXO



FEMENINO	322	63	7	347	91	87	28	11	59	26	19	10	29	7
MASCULINO	151	33	7	233	45	57	38	6	37	18	16	8	18	4

■ FEMENINO ■ MASCULINO

Gráfica 13