

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca



El presente formulario debe ser diligenciado en su totalidad como constancia de entrega del documento para ingreso al Repositorio Digital (Dspace).

TITULO	Comparación de los valores de los estudiantes de primer semestre de las facultades de Psicología y Administración de la Universidad de La Sabana		
SUBTITULO			
AUTOR(ES) Apellidos, Nombres (Completo) del autor(es) del trabajo	Montoya Rodríguez, Raúl Alberto		
PALABRAS CLAVE (Mínimo 3 y máximo 6)	Valores		
	Valores Psicología		
	Valores administración		
RESUMEN DEL CONTENIDO (Mínimo 80 máximo 120 palabras)	La presente investigación, comparó los valores de 104 estudiantes de primero y segundo semestre de las facultades de psicología y administración de la Universidad de La Sabana, por medio del inventario de valores de Schwartz (1993), para identificar si existen diferencias significativas en los valores de los estudiantes de primeros semestres, asociados a la carrera que inician. Dentro de las conclusiones se encontró que los valores de Universalismo, Conformidad y Benevolencia, son significativamente más altos para los estudiantes de la carrera de psicología, mientras que los valores de Logro, Poder y Hedonismo, son significativamente mayores para los estudiantes de Administración		

Autorizo (amos) a la Biblioteca Octavio Arizmendi Posada de la Universidad de La Sabana, para que con fines académicos, los usuarios puedan consultar el contenido de este documento en las plataformas virtuales de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Comparación de los valores de los estudiantes de primer semestre de las facultades de

Psicología y Administración de la Universidad de La Sabana

Raúl Alberto Montoya Rodríguez

Facultad de Psicología, Universidad de La Sabana

Junio de 2012

Resumen

La presente investigación, comparó los valores de 104 estudiantes de primero y segundo semestre de las facultades de psicología y administración de la Universidad de La Sabana, por medio del inventario de valores de Schwartz (1993), para identificar si existen diferencias significativas en los valores de los estudiantes de primeros semestres, asociados a la carrera que inician. Dentro de las conclusiones se encontró que los valores de Universalismo, Conformidad y Benevolencia, son significativamente más altos para los estudiantes de la carrera de psicología, mientras que los valores de Logro, Poder y Hedonismo, son significativamente mayores para los estudiantes de Administración.

Palabras Clave: Valores, Valores Psicología, Valores Administración,

Abstract

This study compared the values of 104 students of first and second semester of the faculties of Psychology and Management of the University of La Sabana, the analysis using the Schwartz (1993) values inventory, to identify if the values of the first semester students are significantly different in the values of the students of first semesters associated with the career starting. Among the findings was found that the values of Universalism, Conformity and Benevolence, are significantly higher for psychology students, while the values of Achievement, Power and Hedonism, are significantly higher for Administration students.

Keywords: Values, Psychology Values, Management Values

Comparación de los valores de los estudiantes de primer semestre de las facultades de Psicología y Administración de la Universidad de La Sabana

Este informe de investigación hace parte de un estudio longitudinal que pretende observar el cambio en los valores de los estudiantes de la Universidad de La Sabana desde su ingreso hasta su salida como profesionales. En esta fase, el objetivo de la investigación fue comparar los valores de los alumnos de los primeros semestres de la facultad de Psicología y Administración, a través de la aplicación del cuestionario de valores de Schwartz (1993) y analizarlos por medio del programa SPSS para determinar la existencia de diferencias significativas entre ambas carreras. El análisis de los valores se basa en la teoría motivacional de Schwartz y Blinsky (1987) la cual ha sido actualizada por el primer autor en otras ocasiones (Schwartz, 1993, 2003, 2005^a, 2006). Esta teoría permite delimitar las diferencias valorativas, así como el estado de los valores de los estudiantes y su similitud con los valores propios de cada carrera.

Para alcanzar este objetivo se realizó una revisión teórico- empírica de la literatura científica sobre los valores, permitiendo definir cual teoría es la más completa para la presente investigación; además se analizó y revisó el cuestionario de valores de Schwartz, el cual se aplicó a los estudiantes de ambas carreras, quienes fueron seleccionados de forma intencional. Los datos obtenidos fueron analizados bajo el programa estadístico SPSS, lo que permitió realizar el análisis de los datos.

La Universidad de La Sabana, afirma desde su Proyecto Educativo Institucional (PEI), que los estudiantes son formados en valores éticos y excelencia académica (Universidad de La Sabana, 2001, 2010b) enfocándose en la universalidad, la laboriosidad, el respeto y la búsqueda de la verdad desde un rigor crítico (Universidad de La Sabana, 2010a) y que esta educación se da a través de la “vivencia del valor” de parte de sus empleados (Universidad de La Sabana, 2010a),

la formación integral y personalizada de cada estudiante (Universidad de La Sabana 2001) y la educación formal de conceptos por medio de su currículo transversal.

Por otro lado, el Proyecto Educativo del Programa (PEP) de cada facultad, posee el perfil de cada carrera, mencionando los valores que guían el pensamiento académico y profesional de cada facultad, por lo que los estudiantes que cursen alguna carrera deberían tender a identificarse con los valores del PEP. A partir de esta información surge la hipótesis de la que parte este documento: debido a que los PEP de las facultades de psicología y administración de empresas, postulan propuestas diferentes, y hacen énfasis en diferentes valores, los valores de los estudiantes son diferentes en los primeros semestres, en correspondencia a los planteados en el perfil del PEP de cada facultad.

Esta investigación, establece la línea de base para las futuras fases de este proyecto longitudinal, permitiendo crear las listas de seguimiento de los estudiantes y exponer los valores presentes en ellos en las primeras fases de la vida universitaria, generando datos importantes para que los investigadores puedan determinar una línea base que permita estudiar la influencia de los valores propios de la institución y la carrera sobre los estudiantes de la Universidad de La Sabana..

La investigación adopta la teoría motivacional de los valores de Schwartz (Schwartz 1993, 2005^a, 2006, Schwartz & Blinsky, 1987, Schwartz & Saige, 2000, Schwartz & Bardi, 2001) debido a su fuerza estadística y conceptual, ya que contempla todos los aspectos estudiados previamente en la teoría de los valores y se ha construido empíricamente a partir del trabajo transcultural, por medio de su inventario de valores, el cual se ha aplicado a diferentes países y culturas, demostrando la existencia universal de estos planteamientos.

Los valores son constructos complejos que hacen parte de la vida (Kitayama, 2002; Lamb-Books, 2011; Powers, 2000; Ros & Gouveia, 2001; Schwartz, 2005^a; Schwartz & Blinsky, 1987;

Schwartz & Saige, 2000; Schwartz & Bardi, 2001; Marc, 2005) y son asociados a distintos patrones de conducta en las personas y las naciones (Schwartz, 2005; Marc, 2005), a lo bueno y a lo malo (Lamb-Books, 2011), a lo deseado y deseable (Schwartz & Blinsky, 1987, Schwartz & Boehnke 2004; Smith, Peterson & Schwartz , 2002). Debido a su complejidad, los valores se han convertido en un tema frecuente de discusión en la ciencia y de una abundante construcción teórica, que ha permitido una mejor comprensión y medición de este constructo.

La investigación en valores se ha llevado a cabo con mayor fuerza en las ciencias humanas, tales como la filosofía (Nuño, 2004), sociología (Hitlin & Piliavin, 2004; Lambad-Books, 2011) , antropología (Hitlin & Piliavin, 2004), psicología (Parsons, 1968; Powers, 2000; Ross & Gouevia, 2001) y administración (Ardichvili et al, 2012), ya que las características de este constructo ha facilitado un esbozo de la cultura y los fenómenos dados al interior de los grupos sociales (Hitlin & Piliavin, 2004), a partir de sus deseos, motivos y actitudes.

Los valores comenzaron a ser teorizados a partir de los primeros filósofos, quienes vieron en su explicación una forma de establecer un ideal de persona y cultivar la espiritualidad y la virtud (Nuño, 2004) , relacionarlos con la moral y lo bueno; sin embargo, lo que es “bueno” y “malo” varía de una sociedad a otra según como se perciba en la comunidad (Lamb-Books, 2011) haciendo referencia a la satisfacción corpórea de una necesidad; es por ello que la definición de valor comenzó a enfocarse en la acción o acto de valorar (May, 2000) ya que un valor no solo satisface una necesidad física, sino que también dota de significación los roles que se realizan en la vida (May, 2000; Mircica, 2011) y a las acciones, generando un sentido y una direccionalidad cognitiva hacia objetos intangibles.

Mirrica (2011) expone como Scheler ahonda en esta idea al plantear una jerarquía valorativa que permite organizar preferencias de los sujetos en la esfera ética y fenomenológica, lo que lo direccionan a un fin específico en la vida y tienen una fuerte connotación emocional

(Martinez, 2007). En este punto, se muestra la fuerza antropológica de los valores y su posterior relación con las teorías motivacionales, a partir de las cuales se han estructurado diferentes hipótesis, enfocadas en la acción valorativa, que es intrínseca al hombre y a la cultura, y permite la organización de las acciones y los significados que son dados a los fenómenos por una persona o sociedad (Schwartz & Blinsky, 1987).

La utilidad del valor en la descripción de grupos sociales, llevó a los sociólogos Thomas y Znaniecki (2004) a investigarlos en los años treinta, buscando diferenciar las costumbres y motivadores de los emigrantes polacos y su correspondiente socialización en los Estados Unidos. A partir de estos hallazgos, se definió al valor como una información con un contenido de fácil aprendizaje para el grupo, que dota de significado a las acciones de la vida cotidiana (Marc, 2005) Esta afirmación, generó una profundización en la influencia de los valores sobre la cultura (Parsons, 1968; Powers, 2000). Con base en estos resultados, la psicología industrial de la época, y la naciente psicología social cognitiva, adoptó el concepto del valor en sus investigaciones (Marc, 2005) y enfocó sus estudios en la diferenciación de este constructo del de la actitud, ya que marca una forma distinta de ver las normas sociales y establece una conexión entre los valores y las metas, estableciendo una direccionalidad en la teoría (Ros & Gouveía, 2001).

Al existir una direccionalidad en la teoría de los valores entre las metas y las acciones, los valores se relacionaron con fenómenos tales como la personalidad (Bardi & Schwartz, 2003; Lupart, 2004; Ronay & Do-Yeong, 2006; Watt, 2004), y la educación (Anderson, 2007; Carter, 1991; Mesa, 2004), lo que derivó en una alta concentración investigativa por parte de la psicología para definir empíricamente dichas interacciones, llevando al desarrollo de instrumentos con este objetivo (Ros & Gouveia, 2001; Sherman, 2008). Actualmente, la investigación en valores, desde la psicología, se ha cimentado en cuatro autores: Allport,

Rokeach, Inglehart, Hofstede y Schwartz, siendo las investigaciones más citadas la de los tres últimos autores (Ros & Gouveia, 2001; Sherman, 2008).

Allport (Ros & Gouveia, 2001) desarrollo el cuestionario de estudio de valores (SOV) para medir los intereses y la orientación del valor de las personas y así poder comparar la personalidad del individuo con el grupo (Blinsky & Schwartz, 1994; Kopelman, Prottas & Tatum, 2004; Ford, Nonis & Hodson, 2005; Triandis & Suh, 2002) por otro lado, Rokeach (Ros & Gouveia, 2001) planteó al valor como un constructo económico que permite describir las naciones y los grupos, e incluye las categorías: motivacionales, cognitivas y conductuales (Bernard, Maio & Olson, 2003).

Más adelante, Inglehart (2006) establece una jerarquía de valores, que se relaciona con los procesos políticos y económicos dados desde la socialización a partir de los fenómenos del materialismo y post-materialismo (Auhuvia & Wong, 2002; Shearman, 2008; Marc, 2005; Triandis & Suh, 2002; Triandis, 2001). Inglehart, también desarrollo un instrumento que aplicó transculturalmente y que sugiere que los valores se encuentran afectados generacionalmente por el desarrollo tecnológico de una sociedad (Auhuvia & Wong, 2002, Ingleheart & Baker, 2000; Ros y Gouvia, 2001; Marc, 2005).

Por otro lado, Hofstede (1994,2001, 2002), aporta una visión cultural del valor, donde hace referencia a la metáfora de la cebolla, en la cual su centro son los valores y el exterior los grados simbólicos de la cultura (Shearman, 2008), siendo la definición del valor más centrada a lo deseado (Ng, Lee & Soutar, 2007), y cognitivo que a lo deseable (García del Junco, Medina & Dutschke 2010). Hofstede propone una teoría con marcadas bipolaridades, que posteriormente es ampliada por Shalom Schwartz (García del Junco, Medina & Dutschke 2010), quién propone un análisis, no solo de lo deseado, sino también de lo deseable, y realiza un revisión transcultural en busca de los valores rectores que existan en las diferentes culturas, estableciendo una teoría

universal de los valores que contemple una visión integradora (García del Junco, Medina & Dutschke, 2010).

Sin embargo, los diferentes autores consienten en que las características de un valor son similares a las de una actitud, posee unas facultades: cognitivas, emotivas y volitivas (Hitlin & Piliavin, 2004; Lambad-Books, 2011; Ros & Gouveia, 2001, Schwartz, 1993, 2003, Schwartz & Blinsky, 1987). Un valor se diferencia de una actitud en la direccionalidad y fuerza que ejerce sobre una persona, siendo más sólido cognitivamente al servir como herramienta de socialización compartida con toda la cultura (Hitlin & Piliavin, 2004), lo que otorga un sentido ordenado y coherente a la realidad desde el consenso social (Ingleheart & Baker, 2000; Lamb-Books, 2011; Ros y Gouvia, 2001; Marc, 2005), brindando seguridad y estabilidad emocional (May, 2000; Ros y Gouvia, 2001; Marc, 2005), convirtiendo al valor en la base de las acciones de un pueblo y su gente (Ingleheart, 2000; Ros y Gouvia, 2001).

En razón a que como se mencionó al comienzo, se toma la teoría de los valores de Schwartz (2005a), la cual concuerda con otros autores al describir los valores como 1. Creencias vinculadas a las emociones y a las cogniciones, 2. Constructos motivacionales enfocados a metas deseadas, 3. De características abstractas y trascendentes, diferenciándolos de las normas y actitudes y que 4. Guían la selección de las acciones, sirviendo de estándares y criterios, 5. Ordenándose por la importancia que tienen, respecto de otros (García del Junco, Medina & Dutschke 2010; Samovar, Porter, & McDaniel, 2007).

En la teoría motivacional de Schwartz se contemplan diferentes estudios sobre valores, por lo que su diseño es uno de los más completos en la actualidad (García del Junco, Medina & Dutschke, 2010) Schwartz ha mejorado los planteamientos de Rokeach y Hofstede, planteando un modelo teórico que contempla la visión de constructo cognitivo, con la proyección de metas e integrando los conceptos de *Deseado* y *Deseable*. Su teoría también reconoce un modelo

transcultural, por lo que sus valores son universales y se presentan en todas las culturas, en mayor o en menor medida, según las variables ambientales (García del Junco, Medina & Dutschke 2010, Palacios & Medrano, 2007) ya que la estructura de medición contempla valores que son percibidos en todas las culturas (Davivov, Schmid & Schwartz, 2008; Ng, Lee & Soutar, 2007; Palacios & Medrano, 2007).

En síntesis, Schwartz (2005^a, 2006), define los valores como metas deseables que son jerarquizadas según su importancia y sirven como principios- guía en el actuar de las personas; estas metas se encuentran regidas por las necesidades biológicas, de interacción social y supervivencia del ser humano (Gómez & Villegas 2006). Estos principios de base, presentes en todos los humanos, le llevaron a establecer los diez categorías de valores descritas en la tabla 1 (Schwartz 2003, 2005^a).

Estos valores se han corroborado por medio de la recolección transcultural de datos, que se realizó en más de 63 países de todos los continentes y que usó grandes muestras poblacionales (Schwartz, 2006; Schwartz & Bohneke, 2004). Los 10 valores planteados por el autor, se organizan en un diagrama circular de características bipolares, que permiten una fácil análisis del comportamiento y correlación de los valores (Shearman, 2008).

El estudio de los valores en la educación se ha enfocado en describir los valores existentes en las áreas de la salud y su influencia en el trato que tienen los profesionales con las personas (Añaña Nique, 2010; Hamdy et al. 2006; Helkama et al. 2003) por lo que son escasos los estudios que permitan ver la influencia de los currículos en los valores del estudiante. Un estudio que tiene en cuenta esta influencia es el de Hoffman-Towfigh (2007), quien señala que los estudiantes que estaban expuestos a un currículo religioso sufrieron cambios en los valores de conformidad, tradición, benevolencia, hedonismo y poder. Por otro lado, Dudeck (2004) afirma que los

currículos que tienen un enfoque más espiritual, influyen en sus alumnos generando valores que estimulan las motivaciones intrínsecas, lo que se refleja en su posterior desempeño laboral.

A pesar de la amplia gama investigativa en el área de los valores y la educación (Beltran et al, 2005; Carter, 1991, Dundes, Cho & Kwak, 2009; Hamdy et al; 2006), no se reportan estudios que describan el proceso de influencia valorativa de las instituciones de educación superior sobre los estudiantes (Anderson , 2007), los cuales son de vital importancia para el desarrollo del profesional, ya que, según Hamptona & Xiaoa (2009), los estudiantes universitarios sufren un cambio importante en sus valores y pautas de socialización frente a las personas del común, sin embargo, tal como lo señala Anderson (2007), estos estudios no se han enfocado en observar las diferencias curriculares entre los cursos, sesgando los valores propios de cada carrera y la posibilidad de mejorar la integridad personal de los egresados.

La hipótesis de que la universidad interviene en los valores del estudiante se refleja en el pensamiento de Berchem (2006) quien cree que la institución educativa es un estado aparte, regido por sus propias leyes y auto-regulado, lo que lo aleja parcialmente de las contingencias del medio circundante permitiéndole crear un sistema de límites y significados distintos, y que es asimilado por los estudiantes en su proceso adaptativo a la universidad. Entonces, si se entiende a la universidad como una institución que capacita a las personas para realizar tareas específicas y que es generadora de sus propios valores, es posible afirmar que cada programa, posee paradigmas valorativos independientes.

Basado en la teoría motivacional de los valores, (Ingleheart, 2000; Ros y Gouvia, 2001; Schwartz & Blinsky, 1987; Schwartz & Saige, 2000; Schwartz & Bardi, 2001) los estudiantes deberán escoger un pensum que se relacione a su marco de referencia valorativo, por lo que sus aptitudes y competencias deberían concordar con la visión, misión y perfil académico creado por la carrera, ya que reflejará lo deseado y lo deseable, esto es corroborado por la investigación de

Añaña y Nique (2010), quienes señalan que los estudiantes tienden a tomar carreras relacionadas con sus valores ya que, como lo corrobora May (2000) esto generan un estado de menor ansiedad y mejor desempeño.

En La Universidad de la Sabana, los valores de cada programa se reflejan dentro del PEP, a partir del cual se genera un perfil y una proyección de vida que sirve al estudiante para escoger entre las opciones académicas. El PEP de la facultad de psicología describe a un alumno encaminado a la investigación y la interdisciplinariedad, curioso y con proyección social, ético y respetuoso de la familia, el pensamiento crítico y la diferencia; en la literatura no se encontraron estudios puntuales que afirmen estos valores, sin embargo, los perfiles del psicólogo son similares en otras universidades y suelen basarse en el manual deontológico y bioético del psicólogo (2010), el cual describe a este profesional como una persona responsable, leal, prudente y solidaria. Por otro lado, el PEP de la facultad de administración, señala que sus alumnos deben de ser emprendedores, orientados al liderazgo, exigentes consigo mismos y poseedores de iniciativa, enfocados a las actitudes éticas y humanas de la universidad, información reflejada en distintas investigaciones (Rawass, Swaidan&Isakson, 2007)

Siguiendo esta lógica, los valores de los estudiantes de la facultad de psicología deberían estar relacionados con los valores de Universalismo, Tradición y Benevolencia, mientras que los de los estudiantes de la facultad de Administración, estarán enfocados al Logro, Hedonismo, Poder y Autodirección, por lo que los valores de base de los estudiantes de primer semestre de la Universidad de La Sabana deben de ser significativamente diferentes entre sí.

Así, las Hipótesis de este trabajo son

HI: Existen diferencias significativas entre los valores de los estudiantes de primeros semestres de las carreras de psicología y administración de la Universidad de La Sabana

HN: No existen diferencias significativas entre los valores de los estudiantes de primeros semestres de las carreras de psicología y administración de la Universidad de La Sabana

Método

De acuerdo a los objetivos de la investigación, que fueron comparar los valores que poseen los estudiantes de primeros semestres de las facultades de Psicología y Administración de la Universidad de La Sabana por medio de la aplicación del cuestionario de valores de Schwartz (1993), se usó un estudio correlacional, que permitiera comparar los datos obtenidos entre sí para establecer diferencias significativas entre ambos grupos. Para cumplir este objetivo se usó de un diseño transversal, ya que, según Coolican (2005) permite examinar muestras poblacionales con características comunes en un periodo de tiempo determinado. Este modelo es el ideal para corroborar la hipótesis planteada por el investigador que afirma que los valores de los estudiantes de los primeros semestres de las carreras de Psicología y Administración son diferentes.

Participantes

104 estudiantes de la Universidad de La Sabana, quienes fueron informados de los objetivos de la investigación a través de un consentimiento informado (Anexo B). La muestra se dividió en dos grupos, 55 estudiantes de segundo semestre de Administración de Empresas y 49 de primer semestre de Psicología. La muestra fue escogida intencionalmente, siendo la característica común cursar primero o segundo semestre de los programas mencionados. La decisión de incluir muestras de semestres diferentes se basó en la afirmación de Schwartz (1987, 2006) e Inglehart (2000, 2005) de que la influencia contextual sobre los valores toma cierto tiempo.

Instrumento

Se usó la escala de valores desarrollada por Schwartz (1993), actualmente la más empleada para medir valores personales (Davivov, Schmid and Schwartz, 2008; Garcia del Junco et al, 2008; Palacios & Medrano, 2007), ya que permite calcular la importancia dada por las personas a los valores, y describe las posibles conductas que poseen (Davivov, Schmid and Schwartz, 2008; Schwartz & Blinsky, 1987; Schwartz & Saige, 2000; Schwartz & Bardi, 2001). El instrumento, demuestra tener validez de constructo, al haber sido aplicado a una gran muestra transcultural de más de 63 países (Palacios & Medrano, 2007), no obstante, ha recibido críticas de confiabilidad (Stewart, Bond; Deeds & Chung, 1999; Garcia del Junco et al, 2008) por usar el modelo estadístico de menor espacio (SmallestSpaceAnalysis, SSA) para corroborar sus constructos (Stewart, Bond; Deeds y Chung, 1999; Garcia del Junco et al, 2008; Palacios & Medrano, 2007), sin embargo, estudios recientes (Davivov, Schmid and Schwartz, 2008; Gouveia, Martínez, Meira & Lemos, 2001; Schwartz & Boehnke, 2004; Schwartz, 2005b, 2006) muestran una confiabilidad robusta al usarse el estadístico de Análisis Factorial.

Tabla 1

Descripción de los tipos de Valores según Schwartz

Categorías de Valores	Se definen como	Valores que representa
Poder	El estatus social y el prestigio, control o dominancia sobre la gente y los recursos	El poder social, la autoridad y la riqueza
Logro	Éxito personal a través de la demostración de competencia de acuerdo con un estándar social	Capaz, exitoso, ambicioso e influyente
Hedonismo	Placer y gratificación sensual para sí mismo	Placer y disfrute de la vida
Estimulación	Excitación, novedad y desafío en la vida	Audacia, una vida variada y una vida Excitante
Auto dirección	Pensamiento independiente y	La creatividad, la libertad, independencia,

	escogencia de las acciones, creación y exploración	curiosidad, selección de las propias metas
Universalismo	Entendimiento, apreciación, tolerancia y protección del bienestar de toda la gente y de la naturaleza	Mente amplia, sabiduría, justicia social, igualdad, un mundo de paz, un mundo de belleza, unidad con la naturaleza, protección del medio ambiente.
Benevolencia	Conservación y mejoría del bienestar de la gente con la cual uno está en frecuente contacto personal	Servicial, honesto, indulgente, leal, responsable
Tradicición	Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura y la religión tradicional le proporcionan a la persona	Humildad, aceptación de la porción que le corresponde en la vida, devoto, respeto por la tradición, moderado
Conformidad	Restricción de las acciones, inclinaciones e impulsos que probablemente afecten o molesten a otros y violen las expectativas y normas sociales	Decencia, obediencia, autodisciplina, honrar a los padres y a los ancianos.
Seguridad	Seguridad, armonía y estabilidad de la sociedad, de las relaciones y de sí mismo	Seguridad familiar, seguridad nacional, orden social, transparencia, reciprocidad de los favores.

Adaptada de Gómez & Villegas, 2006

El instrumento cuenta con un total de 57 ítems, que son calificados según la importancia dada por la persona de -1 a 7, donde -1 es *lo contrario a sus valores* y 7 es *muy importante, el valor que guía a la persona*. Los ítems están divididos en dos tablas: la primera evalúa lo deseado, refleja el componente conductual y perceptivo de la persona frente al valor; y la segunda lo deseable, que se enfoca a lo cognitivo y motivacional. Los ítems de ambas tablas se agrupan en los 10 valores planteados por Schwartz descritos en la tabla 1

Procedimiento

Se realizó un pilotaje del instrumento con diez estudiantes de diferentes carreras de la Universidad de La Sabana, con el objetivo de evaluar la comprensión del instrumento. Los resultados se mostraron a los estudiantes y se preguntó si representaban sus valores. También se

efectuó una entrevista indagando la descripción de una persona con x valores, lo que permitió encontrar la percepción de un sujeto con aquellas características. Los estudiantes se mostraron de acuerdo con la prueba y reportaron claridad en los ítems, por lo que únicamente se ajustó la semántica y la lingüística de algunos reactivos y se agregó a la segunda tabla la partícula “ser” para resaltar lo deseado, sin embargo, la prueba no sufrió modificaciones.

Paso siguiente se realizó el muestreo, y se buscó en el sistema de la universidad las materias con más créditos para cada una de las carreras, por lo que se procedió a hablar con los profesores a cargo para solicitar los respectivos permisos de aplicación del instrumento. A los participantes se les aclaró el objetivo del estudio y la confidencialidad de los datos obtenidos, solicitando su consentimiento para la participación en la investigación. Luego se explicaron los pasos a seguir para efectuar la prueba y se respondieron preguntas frente al instrumento.

Finalizada la aplicación, se revisó cada pregunta del cuestionario y de no estar diligenciada, o contestada correctamente, se procedía a devolvérselo y a asesorarle en la comprensión de los ítems. Para llevar a cabo el seguimiento de los estudiantes en las siguientes fases de la investigación, se les pidió llenar una hoja de asistencia a clase al terminar la prueba, donde los estudiantes anotaron su número de identificación, nombre y firma.

El análisis de los resultados se llevó a cabo con el software para análisis estadísticos SPSS, versión 17.0. para aplicar las pruebas estadísticas necesarias, para analizar la distribución normal en ambos grupos y escoger el estadístico de análisis más adecuado para cada ítem.

Resultados**Tabla 2**

Estadísticos descriptivos de los valores para psicología y administración

Valores	Psicología			Administración		
	N	Media	Desv. típ.	N	Media	Desv. típ.
Seguridad	49	4,1510	,90511	54	4,3111	,80345
Conformidad	49	5,0255	,70940	54	4,8194	,80156
Tradición	49	3,8531	1,05180	54	3,6407	1,13827
Benevolencia	49	5,1755	,83629	54	4,9852	,78846
Universalismo	49	4,4129	,89543	54	4,0116	,98133
Autodirección	49	4,9592	,72224	54	4,9630	,59314
Estimulación	49	3,5782	1,69800	54	4,0370	1,13763
Hedonismo	49	4,1769	1,36100	54	5,0247	,94913
Logro	49	4,5969	,85668	54	5,0324	,93421
Poder	49	3,1122	1,22800	54	4,0602	1,18951

Para el análisis de los datos se realizaron los análisis descriptivos observados en la tabla 2, que mostraron medias distintas para todos los valores, exceptuando autodirección, el cual puntuaba 4.9 para ambos grupos. Las medias para administración en los valores de Hedonismo, Logro y Poder, son más altas que las del grupo de psicología; por otro lado, las medias para los valores de Benevolencia, Conformidad y Universalismo, son mucho más altas para el grupo de psicología que para el de administración.

Tabla 3

Prueba de contraste U de Mann-Whitney para los valores de Hedonismo y Poder

	Hedonismo	Poder
U de Mann-Whitney	772.000	780.000
Sig. asintót. (bilateral)	*.000	*.000

Nota:* Valores significativo $p < 0.05$

Para hallar las diferencias significativas de cada grupo, se revisaron las varianzas y se aplicó la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov (KS), para escoger el mejor estadístico de análisis para cada sub-factor de la prueba. El estadístico de KS mostró que, los puntajes de Poder y Hedonismo no se distribuían normalmente, por lo que se usó la prueba de U Mann-Whitney (tabla 3) para corroborar su análisis, mostrando una diferencia significativa de $p=.000$ para ambos valores.

Tabla 4

Prueba t para todos los valores

Valores	T	Gl	Sig.
Seguridad	-.951	101	.344
Conformidad	1.376	101	.172
Tradicción	.980	101	.329
Benevolencia	1.189	101	.237

Universalismo	2.161	101	*.033
Autodirección	-.029	101	.977
Estimulación	-1.624	101	.107
Hedonismo	-3.694	101	*.000
Logro	-2.457	101	*.016
Poder	-3.977	101	*.000

Nota:* Valores significativo $p < 0.05$

En la tabla 4 se observan los valores obtenidos al aplicar la prueba “t” en los grupos de administración y psicología, los cuales se distribuían de forma normal. Los datos señalan puntajes significativos para los valores de Universalismo, Logro, Poder y Hedonismo.

Discusión

El objetivo del presente estudio fue comparar los valores de los estudiantes de la facultad de Psicología y Administración en primer semestre y observar las diferencias existentes entre ellos, así como su afinidad con los valores de cada programa. Los resultados muestran la existencia de diferencias significativas en los valores de los estudiantes de ambas facultades; los valores de cada grupo son coherentes con los del PEP de cada carrera, mostrando medias más altas para los valores de Universalismo, Conformidad y Benevolencia para psicología, y de Logro, Poder y Hedonismo para administración. Estos resultados permiten reafirmar la teoría motivacional del valor planteada por Schwartz (1987, 2004, 2005^a), quien señala, al igual que otros investigadores (Hofstede, 2001; Inglehart & Baker, 2000; Lamb-Books, 2011; May, 2000) que las personas se verán motivadas a buscar contextos relacionados con sus valores, para

sentirse realizadas y cómodas (Añaña & Nique; Duning, 2006; Hitlin & Pilavin, 2004; May, 2000), por lo que los valores para identificarse con cada carrera deben de ser distintos.

En el caso de los alumnos de Administración, los datos corroboran la información expuesta por Rawwas y colaboradores (2007) al señalar un enfoque valorativo más competitivo y dominante, información reflejada en las diferencias significativas en los valores de Logro y el Poder respecto a Psicología. Por otro lado, los datos señalan que, aunque las medias de los valores de Universalismo, Tradición y Benevolencia son más altas para los psicólogos, solo el Universalismo posee una diferencia significativa respecto a los mismos valores en los estudiantes de administración.

Es importante señalar la dificultad que tuvieron los estudiantes para responder la prueba y lograr una variabilidad en los datos. Este fenómeno se percibió en un efecto halo, detectado entre los puntajes 3, 5 y 6, de los diferentes reactivos, donde se localizaron la mayoría de las respuestas de los participantes de ambos grupos. Palacios y Mendrano (2007) sugieren que se debe a una falta de habilidad cognitiva en los estudiantes de primeros semestres para diferenciar sus valores, ya que, al no estar completamente desarrollada su identidad en la sociedad, por estar todavía en el proceso de socialización secundaria, los estudiantes tienden a reformar más fácilmente su valores (May, 2000). Palacios (2007) y Davivov (2008) proponen una adaptación más simple de la prueba para su aplicación en estudiantes, sin embargo, al ser este un estudio longitudinal, se espera poder confirmar el fortalecimiento de los valores y la consolidación de las jerarquías a medida que el estudiante madure académicamente.

A modo de conclusión, es posible afirmar que los valores de los estudiantes si son diferentes según su carrera, por lo que los alumnos tenderán a escoger carreras y universidades que sean congruentes con sus valores; no obstante, es importante continuar con investigaciones empíricas que permitan determinar cómo los diferentes grupos de socialización, tales como la

compañeros de grupo, familia y universidad, afectan los valores de los estudiantes durante su carrera.

Además, es necesario realizar en próximos estudios una adaptación del instrumento a la muestra poblacional Colombiana, debido a las diferentes críticas encontradas en la literatura (García del Junco, Medina & Dutschke, 2010; Palacios y Medrano, 2007; Shearman, 2008) y a la necesidad de adaptar de forma científica los reactivos, según la semántica y sintáctica propia de cada cultura (Samover, 2008). Como complemento, se propone la realización de grupos focales con los participantes de la investigación, con el objetivo de conocer con detalle la opinión de los estudiantes y las razones por las cuales le dan importancia a cada valor; la aplicación de esta técnica también permitirá observar como ha sido el proceso de socialización de los valores por parte de la familia y las instituciones de educación básica antes de entrar a la universidad.

Referencias

- Añaña, E. & Nique, W. (2010) Personal values in relation to graduate career choices. *International Journal of Public Sector Management*. Vol. 23 No. 2, pp. 158-168. DOI 10.1108/09513551011022500
- Anderson, N. (2007). Ethics and Ethnicity: Essentials of Best Practices for Our Students. *ASHA Leader*, 12(13), 32-33. <http://ehis.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=8e54b7b5-4adc-4ec3-9eb0-185459635d04%40sessionmgr10&vid=9&hid=5>
- Ahuvia, A., & Wong, N. (2002). Personality and Values Based Materialism: Their Relationship and Origins. *Journal of Consumer Psychology* (Lawrence Erlbaum Associates), 12(4), 389-402.
- Ardichvili, A., Jondle, D., Kowske, B., Cornachione, E., Li, J., & Thakadipuram, T. (2012). Ethical cultures in large business organizations in brazil, russia, india, and china. *Journal of Business Ethics*, 105(4), 415-428. DOI:10.1007/s10551-011-0976-9
- Bardi, A., & Schwartz, S. (2003). Values and behavior: Strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1207-1220.
- Beltrán, J., Torres, I., Beltrán, A., & García, F. (2005). Un estudio comparativo sobre valores éticos en estudiantes universitarios. *Enseñanza e investigación en psicología* . 10 (2) 397-415.
- Berchem, T. (2006). The University as an Agora - Based on Cultural and Academic Values. *Higher Education In Europe*, 31(4), 395-398. doi:10.1080/03797720701303541

- Bernard, M., Maio, G., & Olson, J. (2003). Effects of introspection about reasons for values: Extending research on values-as-truisms. *Social Cognition*, 21(1), 1.
- Blinsky, W., & Schwartz, S. H. (1994). Values and personality. *European Journal Of Personality*, 8(3), 163-181.
- Carter, R. (1991). Cultural Values: A Review of Empirical Research and Implications for Counseling. *Journal of Counseling and Development JCD*, 70(1), 164-173.
- Coolican, H. (2005) Métodos de investigación y estadística en psicología. Manual moderno. México.
- Davivov, E., Schmid, P., & Schwartz. H. (2008). Bringing values Back In. *Public Opinion Quarterly*, 72(3), 420-445. DOI:10.1093/poq/nfn035
- Dudeck, J. (2004) The Influence of Spirituality on the Career Development of College Seniors: An Examination of Work Values. *College Student Affairs Journal*; 23, 2; ProQuest pg. 185
- Dundes, L., Cho, E., & Kwak, S. (2009). The duty to succeed: honor versus happiness in college and career choices of East Asian students in the United States. *Pastoral Care In Education*, 27(2), 135-156. DOI:10.1080/02643940902898960
- Dunning, D. (2010) Contextual Influences on Career Values, Tesis de doctorado. University of Victoria. Canada
- Ford, C.; Nonis, S. & Hudson, G. (2005) A Cross-cultural comparison of value systems and consumer ethics, *Cross Cultural Management: An International Journal*, Vol. 12 Iss: 4, pp.36 – 50. DOI: [10.1108/13527600510798123](https://doi.org/10.1108/13527600510798123)
- García del Junco, J.; Medina, E. & Dutschke, G. (2010) Una revisión exploratoria del modelo de Schwartz. *Economía, Gestión y desarrollo*. n°. 9 35 - 66 Junio – 2010. http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_9/DelJunco.pdf

- Gomez, G. & Villegas, M. (2006) El desempeño moral en la organización. *Psicología Desde el Caribe*. N° 18 pág. 161-187
- Gouveia, V.; Martínez, E.; Meira, M. & Lemos, T. (2001) A estrutura e o conteúdo universais dos valores humanos: análise fatorial confirmatória da tipologia de Schwartz. *Estudos de Psicologia*, 6 (2), 133-142.
- Hamdy, H., Prasad, K., Anderson, M., Scherpbier, A., Williams, R., Zwierstra, R., & Cuddihy, H. (2006). BEME systematic review: Predictive values of measurements obtained in medical schools and future performance in medical practice*. *Medical Teacher*, 28(2), 103-116. DOI:10.1080/01421590600622723
- Hampton, N. Z., & Xiao, F. (2007). Attitudes toward people with developmental disabilities in chinese and american students: The role of cultural values, contact, and knowledges. *Journal of Rehabilitation*, 73(4), 23-32.
<http://search.proquest.com/docview/236327285?accountid=45375>
- Helkama, K., Uutela, A., Pohjanheimo, E., Salminen, S., Koponen, A., & Rantanen-Väntsi, L. (2003). Moral Reasoning and Values in Medical School: a longitudinal study in Finland. *Scandinavian Journal Of Educational Research*, 47(4), 399. <http://ehis.ebscohost.com/ehost/detail?sid=ad253041-c76e-494a-8242-649ef90f4b73%40sessionmgr12&vid=1&hid=23&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZlJnNjb3BIPXNpdGU%3d#db=aph&AN=10465963>
- Hitlin, S., & Piliavin, J. A. (2004). VALUES: Reviving a dormant concept. *Annual Review of Sociology*, 30, 359-393. <http://search.proquest.com/docview/199586916?accountid=45375>
- Hofmann-Towfigh, N. (2007). Do students' values change in different types of schools?. *Journal Of Moral Education*, 36(4), 453-473. doi:10.1080/03057240701688010
- Hofstede, G. (1994). Management Scientists are Human. *Management Science*, 40(1), 4.

- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequence: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (Second Edition). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hofstede, G. (2002). Commentary on "An International Study of the Psychometric Properties of the Hofstede Values Survey Module 1994: A Comparison of Individual and Country/Province Level Results". *Applied Psychology: An International Review*, 51(1), 170.
- Inglehart, R. (2006). Mapping global values. *Comparative Sociology*, 5(2), 115-136.
- Inglehart, R. & Baker, W. E. (2000). Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65, 19-51.
- Kitayama, S. (2002). Culture and basic psychological processes – toward a system view of culture: Comment on Oyserman et al. (2002). *Psychological Bulletin*, 128(1), 89-95.
- Kopelman, R., Prottas, D., & Tatum, L. (2004). Comparison of Four Measures of Values: Their Relative Usefulness in Graduate Education Advisement. *North American Journal of Psychology*, 6(2), 205-218. <http://web.ebscohost.com.ezproxy.unisabana.edu.co/ehost/detail?vid=16&hid=119&sid=b588b1b1-1018-4df6-93d0-1217cb6bfa2f%40sessionmgr111&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc210ZT1laG9zdC1saXZlJnNjb3BIPXNpdGU%3d#db=bth&AN=13757385>
- Lamb-Books, B. (2011). *Cognition and affect in sociological theory: Cognitive-affective linkages in values, mood, and boundaries*. University of Colorado at Boulder). *ProQuest Dissertations and Theses*, <http://search.proquest.com/docview/918693306?accountid=45375>
- Lupart, J. (2004). Gender differences in adolescent academic achievement, interests, values and life-role expectations. *High Ability Studies*, 15(1), 25-42.

- Marc, S. W. (2005). A social-value analysis of postmaterialism. *The Journal of Social Psychology, 145*(2), 209-24.
<http://search.proquest.com/docview/199800796?accountid=45375>
- Martínez, E. (2007). *Psicoterapia y Sentido de Vida: Psicología clínica de orientación logoterapéutica*. Bogota-Colombia: Herder.
- May, R. (2000) El dilema del hombre. 2º Ed, Gedisa, Barcelona España,
- Mesa, J. (2004). Tendencias actuales en la educación moral. *Revista latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud* , vol.2 N°1.
- Mircica, N. (2011). Schelers phenomenology of values. *Review of Contemporary Philosophy, 10*, 240-245. <http://search.proquest.com/docview/920893061?accountid=45375>
- Ng, S., Lee, J., & Soutar, G. (2007). Are Hofstede's and Schwartz's Value Frameworks Congruent?. *International Marketing Review, 24*(2), 164-180.
- Nuño, F (2004). Filosofía, ética, moral y valores. Thomson. México D.F, México
- Palacios, N. & Medrano, M. (2007) Elaboración y Validación de una Escala de Dominios de Valores Televisivos (EDVT). *Revista de Investigación Educativa*. Vol 25- 2 pág. 403-420. <http://revistas.um.es/rie/article/view/96931>
- Parsons, T. (1968). *Hacia una teoría general de la acción*. Buenos Aires: Kapeluz.
- Pontificia Universidad Javeriana (2010) *Manual deontológico y bioético del psicólogo*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Colombia. Recuperado el 19 de Mayo de 2012 de:
http://www.tribunales.colpsic.org.co/documentos/Manual_D_B_Ps.pdf
- Powers, W. (2000). The Harvard study of values: Mirror for postwar anthropology. *Journal of the History of the Behavioral Sciences, 36*(1), 15-29.

- Rawwas, M., Swaidan, Z., & Isakson, H. (2007). A Comparative Study of Ethical Beliefs of Master of Business Administration Students in the United States With Those In Hong Kong. *Journal Of Education For Business*, 82(3), 146-158.
- Ronay, R., & Do-Yeong, K. (2006). Gender differences in explicit and implicit risk attitudes: A socially facilitated phenomenon. *British Journal Of Social Psychology*, 45(2), 397-419. doi:10.1348/014466605X66420
- Ros, M. & Gouveia, V. (2001). *Psicología Social de los Valores: Una Perspectiva Histórica. Psicología Social de los Valores Humanos: Desarrollos Teóricos, Metodológicos y Aplicados*. Madrid, Editorial Biblioteca Nueva.
- Samover, L., Porter, R. & McDaniel, E. (2007). *Communication between cultures* (Sixth Edition). Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- Shearman, S. (2008). Culture, Values, and Cultural Variability: Reviews of Hofstede, Inglehart, and Schwartz Universal Value Frameworks. *Conference Papers -- International Communication Association*, 1-30. <http://web.ebscohost.com.ezproxy.unisabana.edu.co/ehost/detail?vid=6&hid=111&sid=bff05e60-149c-4549-b705-e379ca6ad483%40sessionmgr114&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZlJnNjb3BIPXNpdGU%3d#db=ufh&AN=36957236>
- Schwartz, S. (1993), Value priorities and behavior: applying a theory of integrated value systems. En Seligman, C., Olson, J. y Zanna, M. (Ed). *The psychology of value. The Ontario symposium* (Vol. 8, pp. 1-24). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schwartz, S., & Blinsky, W. (1987). Toward a Universal Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 550-562.

- Schwartz, S., & Sagie, G. (2000). Value consensus and importance: A cross-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 31, 465-497.
- Schwartz, S., & Bardi, A. (2001). Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 268-290.
- Schwartz, S. (2003) Basic human values: their content and structure across countries. In A. Tamayo & J Porto (Eds), *Valores e trabalho*. (Capitulo 1, pp. 1-37) Brasilia: Editora Universidade de Brasilia.
- Schwartz, S. & Boehnke, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, 38, 230-255.
- Schwartz, S. (2005a). Basic human values: Their content and structure across countries. In A. Tamayo & J. Porto (Eds.), *Valores e comportamento nas organizações [Values and behavior in organizations]* pp. 21-55. Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Schwartz, S. (2005b). Robustness and fruitfulness of a theory of universal individual human values. In A. Tamayo & J. Porto (Eds.) Pp. 56-95
- Schwartz, S. (2006). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5(2-3), 137-182.
- Smith, P., Peterson, M., & Schwartz, S. (2002). Cultural values, sources of guidance, and their relevance in the managerial behavior: A 47-nation study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33, 188-208.
- Stewart, S., Bond, M., Deeds, O. Y Chung, S. (1999) : Intergenerational patterns of values and autonomy expectations in cultures of relatedness and separateness. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 30 (5): 575-593. DOI: 10.1177/0022022199030005002

- Thomas, W. & Znaniecki, F. (2004). *El campesino polaco en Europa y en América* (Edición de Juan Zarco). Madrid: Boletín Oficial del Estado y Centro de Investigaciones Sociológicas (Colección: Clásicos del Pensamiento Español).
- Triandis, H. (2001). Individualism-Collectivism and Personality. *Journal of Personality*, 69(6), 907-924.
- Triandis, H., & Suh, E. (2002). Cultural Influences on Personality. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 133. DOI: 0084-6570/02/0201-0133\$14.00
- Universidad de La Sabana (2001) Formación Integral y Personalizada. Universidad de La Sabana. Chía, Colombia. Recuperado el 12 de Noviembre de 2011 de: http://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Documentos/Planeacion/documentos_institucionales/8_Formaci%C3%B3n_Integral_y_Educaci%C3%B3n_Personalizada.pdf
- Universidad de La Sabana (2005) Plan de Desarrollo Institucional 2006-2015. Universidad de La Sabana. Chía, Colombia. Recuperado el 12 de Noviembre de 2011 de http://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Documentos/Planeacion/Plan_de_Desarrollo_Institucional.pdf
- Universidad de La Sabana (2010a) El Estilo Humano en la Universidad de La Sabana. Universidad de La Sabana. Chía, Colombia. Recuperado el 10 de Febrero de 2012 de: http://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Documentos/Planeacion/documentos_institucionales/2_Proyecto_Educativo_Institucional_-_PEI.pdf
- Universidad de La Sabana (2010b) Programa de Educación Institucional (PEI). Universidad de La Sabana. Chía, Colombia. Recuperado el 10 de Febrero de 2012 de: http://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Documentos/Planeacion/documentos_institucionales/7_El_Estilo_Humano_en_la_Universidad_de_la_Sabana.pdf

Watt, H.,M.G. (2004). Development of adolescents self-perceptions, values, and task perceptions according to gender and domain in 7th- through 11th-grade australian students.

ChildDevelopment, 75(5), 1556-1574. doi:10.1111/j.1467-8624.2004.00757.x

Anexo 1

DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO PARA SER PRESENTADO Y FIRMADO POR UNO DE LOS PADRES DEL NIÑO O REPRESENTANTES LEGALES.

Investigación: Cuales son los valores existentes en los estudiantes de la Universidad de La Sabana

De acuerdo con los artículos 15 y 16 (CAPITULO I de los aspectos éticos de la investigación en seres humanos) de la Resolución No. 008430 de 1993 por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud, consideramos importante obtener el consentimiento informado de los participantes, aunque ésta investigación no implica riesgo alguno.

A continuación aparecen una serie de informaciones que usted deberá tener en cuenta para firmar el presente consentimiento:

Responsable de la investigación: Gustavo Eduardo Gomez Perdomo Docente de la Universidad de La Sabana, de la Facultad de Psicología y el estudiante Raúl Alberto Montoya Rodríguez

Explicación del Objetivo del Proyecto

Describir los valores existentes en los estudiantes de primeros semestres de la Universidad de La Sabana

DECLARACION DE CONSENTIMIENTO

He leído y entendido el presente documento y por consiguiente puedo firmar el consentimiento para participar en el estudio en mención. Guardo mi libertad para retirarme de esa participación, en caso que lo considere necesario. Igualmente he sido informado que ello no implica ningún beneficio económico y su uso es únicamente académico

Firma

Nombre

c.c.

Anexo 2

**CUESTIONARIO SOBRE VALORES PERSONALES
SECCIÓN I**

Programa: _____ Nivel-socioeconómico: _____
 Ciudad origen: _____ Edad: _____
 Colegio de grado: _____ Sexo: _____

Este cuestionario tiene como objetivo determinar cuáles son los valores presentes en los estudiantes de la *Universidad de La Sabana*, **entendido Valor como conductas o pensamientos usados a diario para cumplir objetivos propuestos, al convertirse en acciones que se tienen en estima por su relación con las metas de los seres humanos**; ya que no se consideran valores negativos o positivos

Para responder este Cuestionario, tiene que preguntarse: "*¿Qué Valores son más importantes para mí como principios que guían mi vida? y ¿Qué Valores son menos importantes para mí?*". En las páginas siguientes encontrará dos listas de Valores. En el paréntesis ubicado al lado de cada Valor hay una explicación que puede ayudarle a comprender su significado.

Su tarea consiste en evaluar la importancia que cada Valor tiene para usted como principio-guía en su vida. Utilice la siguiente escala:

COMO PRINCIPIO-GUIA EN MI VIDA, este Valor es:

OPUESTO A MIS VALORES	NADA IMPORTANTE			IMPORTANTE			MUY IMPORTANTE	DE SUMA IMPORTANCIA
		1	2		3	4		
-1	0	1	2	3	4	5	6	7

"0".- Significa que el Valor no es importante, ni relevante como principio-guía para usted.

"3".- Significa que el Valor es importante para usted.

"6".- Significa que el Valor es muy importante para usted.

Cuanto mayor es el número (0,1,2,3,4,5,6), más importante es el Valor como principio-guía en su vida.

"-1".- **Escoja esta opción para indicar cualquier Valor opuesto a los principios que le guían.**

"7".- **Escoja esta opción para indicar un Valor de suprema importancia como principio-guía en su vida. Generalmente no hay más de dos valores de este tipo.**

En la casilla "Importancia del Valor", escriba el número (-1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7) para indicar la relevancia que tiene ese Valor para usted. Trate de diferenciar todo lo posible entre cada Valor usando todos los números.

Antes de empezar, lea los Valores del 1 al 32, elija el más importante para usted y evalúelo según la tabla. A continuación, seleccione el Valor más opuesto a sus Valores y evalúe como "-1". Si no existe tal Valor, elija el Valor menos importante, y evalúe 0 ó 1, de acuerdo a su importancia. Luego evalúe el resto de los Valores (hasta el 30).

**SI LE QUEDÓ CLARO CÓMO CALIFICAR LA IMPORTANCIA DE CADA VALOR, POR FAVOR
CONTINUA**

NINGUNA CASILLA DEBE QUEDAR SIN CALIFICAR
LISTA (I) DE VALORES

Ite m	Importancia del valor para usted	VALORES
1		IGUALDAD (igualdad de oportunidades para todos)
2		ARMONIA INTERNA (en paz conmigo mismo)
3		PODER SOCIAL (control sobre otros, dominio)
4		PLACER (satisfacción al obtener logros)
5		LIBERTAD (capacidad de decisión y acción por voluntad propia)
6		UNA VIDA ESPIRITUAL (deseo de crecimiento, religioso o no, del espíritu, alejado de los bienes materiales tales como meditación, oración o superación personal)
7		SENTIMIENTO DE PERTENENCIA (sentirse parte de un grupo o comunidad y su respectivo apoyo)
8		ORDEN SOCIAL (conservacion de las leyes y políticas que dan estabilidad a la sociedad)
9		UNA VIDA EXCITANTE (experiencias estimulantes)
10		DAR SENTIDO A LA VIDA (construcción de metas que permitan crecer o direccionar la vida)
11		BUENOS MODALES (cortesía, buenas maneras)
12		RIQUEZA (posesiones materiales, dinero)
13		SEGURIDAD NACIONAL (proteger mi nación de sus enemigos)
14		AUTORESPEO (creer en mi propia valía)
15		RECIPROCIDAD DE FAVORES (evitar estar en deuda con los demás)
16		CREATIVIDAD (originalidad, imaginación)
17		UN MUNDO EN PAZ (libre de guerras y conflictos)
18		RESPETAR LA TRADICION (mantener las costumbres heredadas de los los antepasados)
19		AMOR MADURO (relación profunda de intimidad emocional, espiritual)
20		AUTODISCIPLINA (auto-control, resistencia a las distracciones)
21		PRIVACIDAD (el derecho a tener un ámbito privado)
22		SEGURIDAD FAMILIAR (seguridad para los seres queridos)
23		RECONOCIMIENTO SOCIAL (respeto, aprobación por parte de los demás)
24		UNION CON LA NATURALEZA (respetar y buscar integración con la naturaleza)
25		UNA VIDA VARIADA (una vida llena de desafíos, novedades y cambios)
26		SABIDURIA (comprensión asertiva y conciente de las acciones en la vida)
27		AUTORIDAD (Capacidad de dirección y de mando)
28		AMISTAD VERDADERA (amigos cercanos que me apoyen)
29		UN MUNDO DE BELLEZA (belleza en la naturaleza y en las artes)
30		JUSTICIA SOCIAL (corregir injusticias, preocuparse por los débiles)

LISTA (II) DE VALORES

Ahora evalúe la importancia de cada uno de los Valores siguientes como principios-guía en su vida. Estos Valores están formulados como formas de conducta que pueden ser más o menos importantes para usted. Trate de distinguir todo lo posible entre los Valores utilizando todos los números(-1,0,1,2,3,4,5,6,7).

Antes de empezar, lea los Valores del 31 al 57, elija el que sea más importante para usted y evalúelos según la escala que aparece en la primera hoja. A continuación, elija el Valor que sea más opuesto a sus Valores o, si no existe tal Valor, elija el menos importante; evalúe 0 ó 1, de acuerdo a su importancia. Luego evalúe el resto de los Valores

COMO PRINCIPIO-GUIA EN MI VIDA, este Valor es:

NINGUNA CASILLA DEBE QUEDAR SIN CALIFICACIÓN

Lista II

Item	Importancia del valor para usted	Valores como formas de conducta
31		SER INDEPENDIENTE (confiado en mi mismo, autosuficiente)
32		SER MODERADO (evito los extremos en sentimientos y acciones)
33		SER LEAL (fiel a mis amigos, a mi grupo, digno de confianza)
34		SER AMBICIOSO(trabajador infatigable, que tiene aspiraciones)
35		SER TOLERANTE (abierto a ideas y creencias diferentes)
36		SER HUMILDE (que esmodesto, que resta importancia a sus logros en busca de espiritualidad)
37		SER ATREVIDO (que busca aventuras y riesgos)
38		SER PROTECTOR DEL MEDIO AMBIENTE (que busca conservar la naturaleza)
39		SER INFLUYENTE (que tiene impacto sobre las personas y acontecimientos)
40		SER HONRADOR DE A LOS PADRES Y MAYORES (que les muestra respeto a las ideas y acciones)
41		ELEJIR MIS PROPIAS METAS (selecciono mis propios objetivos)
42		SER SANO (buscar tanto la salud física como mental)
43		SER CAPAZ (competente. eficaz, eficiente)
44		ACEPTO LO QUE ME TOCA EN LA VIDA (me someto a las circunstancias de la vida)
45		SER HONESTO (genuino, sincero)
46		CUIDAR MI IMAGEN PUBLICA (protejo mi "imagen")
47		SER OBEDIENTE (cumpló con mis deberes y obligaciones)
48		SER INTELIGENTE (lógico, que piensa)
49		AYUDAR (que trabaja por el bienestar de los demás)
50		DISFRUTAR DE LA VIDA (disfrutar la comida, las experiencias, el ocio, etc.)
51		SER DEVOTO (que mantiene creencias y fe religiosas)
52		SER RESPONSABLE (digno de confianza, fiable)
53		SER CURIOSO (interesado por todo, indagador)
54		NO SER RENCOROSO (dispuesto a perdonar a los demás)
55		SER TRIUNFADOR(logra sus metas)
56		SER LIMPIO (aseado, ordenado)
57		SER INDULGENTE CONMIGO MISMO (que me permito placeres)