

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA**



**PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE VALORES MORALES EN
LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL
ALTIPLANO – PUNO 2013**

TESIS

**PRESENTADA POR:
LARICO RIOS, MELVIN JESÚS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA**


**PUNO – PERÚ
2017**

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA


PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE VALORES MORALES EN
LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL
ALTIPLANO PUNO, 2013


TESIS PRESENTADA POR:
LARICO RIOS, MELVIN JESÚS


PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
SOCIOLOGÍA

PRESIDENTE : 
Dr. FERMÍN FRANCISCO CHAIÑA CHURA

PRIMER MIEMBRO : 
M.Sc. MANUEL ESTOFANERO SUCAPUCA

SEGUNDO MIEMBRO : 
M.Sc. FELIX QUISPE MAMANI

DIRECTOR : 
Lic. JESUS VENEGAS SOTOMAYOR

ASESOR : 
Lic. JESUS VENEGAS SOTOMAYOR

PUNO – PERÚ

Área: Cultura

2017

Línea: Relaciones comunitarias y resolución de conflictos

Dedicatoria

*A mis padres Tomas e Isabel.
Toda mi educación se la debo a
ellos y les dedico mis logros*

*A mis hermanos Nohemi, Henry,
Cecilia y Brandon por su apoyo
incondicional que me brindaron
en todo momento de mi vida.*

Melvin

Agradecimiento

Por el presente expreso mi reconocimiento a la Universidad Nacional del Altiplano Facultad de ciencias sociales escuela profesional de Sociología.

A los docentes de la Escuela Profesional de Sociología, quienes me brindaron sus conocimientos y experiencia que permitió mi formación profesional.

Al Lic. Jesús Venegas Sotomayor, por su reiterada comprensión y sus sabios conocimientos que fueron guía para concretizar la presente investigación

A los miembros del jurado revisor, por tener la paciencia y participación integra en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen	1
Introducción.....	2
CAPÍTULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.2. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.3.1. OBJETIVO GENERAL:	8
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	8
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	10
2.1. MARCO TEÓRICO	10
2.2. Marco conceptual	37
2.3. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	41
2.3.1 HIPÓTESIS GENERAL	41
2.3.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	41
2.3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	41
CAPÍTULO III.....	44
DISEÑO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1.1. NIVEL DE ANÁLISIS	44
3.1.2. EJES DE ANÁLISIS.....	44
3.1.3. DIMENSIONES DE ANALISIS	44
3.1.4. UNIDAD DE ANÁLISIS Y OBSERVACION	45

3.1.5.	TIPO DE INVESTIGACION	45
3.1.6	POBLACIÓN Y MUESTRA	45
3.1.7	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	46
3.1.8	TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	47
3.1.8.1	DISEÑO ESTADÍSTICO.....	47
CAPÍTULO IV		49
CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....		49
4.1	ASPECTOS GENERALES.....	49
4.1.1	UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	49
4.1.2	LIMITES	49
4.1.3	ACCESIBILIDAD	51
4.2	DIVISIÓN	51
4.3	HISTORIA	52
4.3.1	REAPERTURA	53
4.4	ASPECTO DEMOGRÁFICO.....	56
4.4.1	Población total	56
4.5	ASPECTO SOCIOECONÓMICO	57
4.6	ASPECTO SALUD	57
CAPÍTULO V.....		58
EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		58
5.1	PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE LA HONESTIDAD Y CONFIANZA EN LAS FUNCIONES DIRIGENCIALES DE LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES	58
5.2.	PERCEPCIONES SOBRE COMO LA PRÁCTICA DE LA VERDAD GENERA CREDIBILIDAD Y SEGURIDAD EN LAS FUNCIONES DIRIGENCIALES.....	72
5.2.1.	PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE CUMPLIMIENTO DE PROMESAS Y LA CONFIANZA EN LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES 72	
5.2.2.	PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DEL COMPAÑERISMO Y LEALTAD DE LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES.....	76
5.3.	PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE VALORES MORALES EN LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO, PUNO – 2013..	93
5.4.	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	95

5.1.2	Hipótesis general.....	95
5.1.3	Hipótesis específicas	97
	CONCLUSIONES	102
	RECOMENDACIONES	103
	BIBLIOGRAFÍA	104
	ANEXO	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de los valores.....	29
Tabla 2. Variables de investigación	56
Tabla 3. Muestra de investigación	60
Tabla 4. Valores Pearson.....	48
Tabla 5. Escuelas profesionales	65
Tabla 6. Demografía según Escuelas Profesionales	70

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	Los representantes estudiantiles practican la honestidad	59
Cuadro 2.	La honestidad de los representantes estudiantiles contribuye a su legitimidad.....	60
Cuadro 3.	La práctica de la honestidad de los representantes estudiantiles genera confianza en sus funciones	62
Cuadro 4.	Los representantes estudiantiles fiscalizan de manera transparente el manejo de los recursos económicos de la universidad.....	64
Cuadro 5.	La toma de decisiones que se realiza es transparente.....	65
Cuadro 6.	Las acciones de los representantes estudiantiles son transparentes	66
Cuadro 7.	La sinceridad de los representantes estudiantiles genera confianza en la población estudiantil	68
Cuadro 8.	Las expresiones de los representantes estudiantiles son sinceras	69
Cuadro 9.	Los representantes estudiantiles se comunican con sinceridad.....	71
Cuadro 10.	Los representantes estudiantiles cumplen sus promesas	73
Cuadro 11.	Las promesas ofrecidas de los representantes estudiantiles generan confianza	74
Cuadro 12.	El cumplimiento de promesas de los representantes estudiantiles fortalece la confianza	75
Cuadro 13.	Los representantes estudiantiles tienen correspondencia con los estudiantes	77
Cuadro 14.	Hay buena armonía entre los estudiantes y los representantes estudiantiles	78
Cuadro 15.	Los representantes estudiantiles se vinculan con todos los estudiantes	79
Cuadro 16.	Los representantes estudiantiles son leales a sus causas y principios	80
Cuadro 17.	Los representantes estudiantiles son leales a su movimiento político universitario.....	81
Cuadro 18.	Los representantes estudiantiles desempeñan con lealtad sus funciones y atribuciones.....	83
Cuadro 19.	Los representantes estudiantiles tienen intereses particulares	85
Cuadro 20.	Las acciones de los representantes estudiantiles tienen objetividad	86
Cuadro 21.	Las ideas de los representantes estudiantiles tienen objetividad.....	87

Cuadro 22.	Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles tienen credibilidad.....	89
Cuadro 23.	Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles expresan el valor de la verdad.....	90
Cuadro 24.	Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles son correctas	92
Cuadro 25.	En general percepciones sobre la práctica de valores morales	94
Cuadro 26.	Resultados diferenciales de las dimensiones	95
Cuadro 27.	Honestidad y su efecto en la legitimidad.....	97
Cuadro 28.	Verdad y credibilidad en el manejo administrativo	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Cuadro 1. Los representantes estudiantiles practican la honestidad	59
Cuadro 2. La honestidad de los representantes estudiantiles contribuye a su legitimidad.....	60
Cuadro 3. La práctica de la honestidad de los representantes estudiantiles genera confianza en sus funciones	62
Cuadro 4. Los representantes estudiantiles fiscalizan de manera transparente el manejo de los recursos económicos de la universidad.....	64
Cuadro 5. La toma de decisiones que se realiza es transparente	65
Cuadro 6. Las acciones de los representantes estudiantiles son transparentes	66
Cuadro 7. La sinceridad de los representantes estudiantiles genera confianza en la población estudiantil	68
Cuadro 8. Las expresiones de los representantes estudiantiles son sinceras.....	69
Cuadro 9. Los representantes estudiantiles se comunican con sinceridad	71
Cuadro 10. Los representantes estudiantiles cumplen sus promesas.....	73
Cuadro 11. Las promesas ofrecidas de los representantes estudiantiles generan confianza	74
Cuadro 12. El cumplimiento de promesas de los representantes estudiantiles fortalece la confianza.....	75
Cuadro 13. Los representantes estudiantiles tienen correspondencia con los estudiantes	77
Cuadro 14. Hay buena armonía entre los estudiantes y los representantes estudiantiles	78
Cuadro 15. Los representantes estudiantiles se vinculan con todos los estudiantes...	79
Cuadro 16. Los representantes estudiantiles son leales a sus causas y principios	80
Cuadro 17. Los representantes estudiantiles son leales a su movimiento político universitario	81
Cuadro 18. Los representantes estudiantiles desempeñan con lealtad sus funciones y atribuciones.....	83
Cuadro 19. Los representantes estudiantiles tienen intereses particulares.....	85

Cuadro 20. Las acciones de los representantes estudiantiles tienen objetividad.....	86
Cuadro 21. Las ideas de los representantes estudiantiles tienen objetividad	87
Cuadro 22. Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles tienen credibilidad	89
Cuadro 23. Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles expresan el valor de la verdad.....	90
Cuadro 24. Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles son correctas	92
Cuadro 25. En general percepciones sobre la práctica de valores morales.....	94
Cuadro 26. Resultados diferenciales de las dimensiones.....	95
Cuadro 27. Honestidad y su efecto en la legitimidad	97
Cuadro 28. Verdad y credibilidad en el manejo administrativo	99

Resumen

La investigación: “Percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2013”, cabe mencionar que las percepciones recogidas son de los estudiantes de dicha facultad.

Plantea como objetivo: analizar las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno. En cuanto a la metodología se adopta el enfoque funcionalista que permite hacer un análisis desde el punto de vista de las funciones que cumplen las instituciones o estructuras sociales. La hipótesis plantea que las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano son diferentes y heterogéneas. Se concluye afirmando que las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano son diferentes y heterogéneas, debido a que no existe ninguna similitud, exceptuando la dimensión de honestidad y objetividad que representan la categoría Algunas veces (honestidad: 2,7 puntos; Transparencia: 2,3; Sinceridad: 2,5; Cumplimiento de promesas: 2,4; Compañerismo: 2,6; Lealtad: 2,5; Objetividad: 2,7; Pragmatismo: 2,8). Los resultados se acercan a las categorías cuantitativas de 2 y 3 puntos; de lo que se infiere que raras veces y algunas veces los representantes estudiantiles practican valores.

Palabras clave: Valores morales, representación estudiantil, confianza, honestidad, verdad, política.

Introducción

La investigación: “Percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2013”, desde la óptica de los estudiantes parte de la premisa de que la representación estudiantil debe regirse por la práctica de valores morales, que surgen en el individuo por influjo y en el seno de la familia, de modo accesorio, se van recibiendo otros valores en las instituciones educativas y la sociedad misma. Los valores son fruto de cambios y transformaciones a lo largo de la historia. Surgen con un especial significado y cambian o desaparecen en las distintas épocas.

Por otro lado, la investigación está organizada, considerando los ejes de análisis primordiales y según los siguientes capítulos:

En primer capítulo se expone el planteamiento del problema, formulación y objetivos de la investigación. En el segundo capítulo se teoriza de modo detallado, las teorías en la cual está circunscrito la investigación. En el tercer capítulo se señala el diseño metodológico de la investigación. En el cuarto capítulo se caracteriza el área de investigación, señalando las características fundamentales de la Universidad Nacional del Altiplano. En el quinto capítulo se realiza el análisis de resultados de la investigación Finalmente se desarrollan las conclusiones, recomendaciones, y anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial el resquebrajamiento de los valores morales y éticos son exclusivos de estos tiempos que estamos viviendo, que se han dado en llamar post modernidad, desde tiempos atrás siempre existieron y seguirán existiendo, generados por personas perversas, con trastornos en su personalidad que nacieron con el designio de hacer el mal y que dañan y contaminan con su maldad a su entorno y a la sociedad en general habiendo llevado a la misma en diferentes oportunidades a tremendas crisis cada una con sus características particulares pero de las cuales es importante tener presente que de alguna manera siempre se salió y terminaron dejando entre tanto dolor, algún beneficio para la raza humana. La crisis actual nos manifiesta vehementemente una falta de educación en valores humanos práctica conveniente del capitalismo globalizado, ya que la ideología del capital imperante por siglos se ve sustentada en la liberalización de los mercados, conllevando en sus lineamientos a un abandono mecánico de los límites morales imponiéndose una incultura de tipo decorativa, a la vez violenta y propagadora de antivalores.

Nuestra sociedad Latinoamericana se encuentra hoy encrucijada entre diversos caminos, y una situación de crisis general de valores. Se está perdiendo en muchos

sectores la adhesión de nuestra tradición axiológica. Sin embargo existe un pequeño sector en la que se muestra un creciente interés por los valores autóctonos y por respetar la originalidad de las culturas indígenas y sus comunidades. Además, se tiene un gran amor a la tierra.

De acuerdo con los estudios de crisis de valores en el Perú, la crisis de valores descansa bajo los siguientes elementos que vale mencionar: caos en la vida cotidiana de las ciudades, violencia asociada con el terrorismo; actos de abuso de poder, corrupción en las instituciones públicas; deterioro en la formación de la persona, sobre todo dentro de su estructura familiar, escuela, universidades y entre otros; resquebrajamiento del ethos cultural propio del país que resulta, en buena medida de la presencia de valores ajenos mal asimilados por muchas personas inseguras de su propia identidad.

La universidad en esencia es una institución cuya razón de existir, es la formación integral de profesionales altamente competitivos y de sólidos valores, como una forma de realización personal y desarrollo humano, que sean capaces de contribuir con el desarrollo integral de la sociedad, en función a su campo profesional, para ser reconocidos como tales.

La universidad pública debe estar al servicio del desarrollo de todas las personas, sin embargo, en la actualidad podemos observar, particularmente en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, una serie de anomalías de carácter académico, administrativo, social y cultural, observados de manera particular en los representantes del estamento estudiantil, en donde podemos apreciar la ausencia de la práctica de valores morales. Los estudiantes y los docentes de la Universidad Nacional del Altiplano, son los actores más importantes en el quehacer universitario, es decir, en la formación académica que debe ser integral, de calidad y con sólidos valores ético-morales, que son los pilares básicos que direccionen la vida académica, científica, social y cultural de la universidad.

En este contexto universitario cada vez más complejo en todos sus aspectos, el accionar de los representantes estudiantiles está en función a buscar la satisfacción de intereses personales o de pequeños grupos y frentes políticos, para obtener beneficios del poder otorgado por el estamento estudiantil, olvidando por completo lo que implica ser un representante estudiantil de la comunidad universitaria, cometiendo atropellos, falta de ética y moral en los malos manejos en el ámbito económico, administrativo y académico.

por lo general, en los representantes estudiantiles se aprecia la presencia de valores morales mal asimilados, en el ámbito administrativo, se manifiesta de la siguiente manera: el grupo directivo exige a la máxima autoridad universitaria (Rector), que cada uno de sus miembros gocen de todos los servicios que ofrece la universidad a todos los estudiantes, tales como: comedores, residencias, becas de estudio y entre otros, sin importar la normatividad que regulan los procedimientos de la asignación de estos beneficios (proceso de selección) vulnerando la situación socio-económica de sus compañeros estudiantes, cometiendo de este modo un atropello en contra de los derechos e integridad de los estudiantes. En muchos casos los representantes estudiantiles al no encontrar beneficio alguno en los diferentes servicios de la universidad, apelan a formas de exigencia de derechos y beneficios, de manera impositiva hasta chantajista y poco coherentes, reflejando de este modo su accionar basado en anti valores, la cual tiene incidencia negativa en el ámbito académico y perjudica el libre desarrollo de las actividades académicas, y por ende la formación profesional en función a los objetivos educativos de la universidad.

Como bien sabemos, los estudiantes de la comuna universitaria en nuestro contexto de estudio, es la población más afectada por la crisis de valores morales en los representantes estudiantiles. Todo esto hace que nuestro centro de atención este orientado a llenar un vacío existente en este contexto.

En conclusión, el problema que planteamos gira en torno a las percepciones de los estudiantes acerca de la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Universidad Nacional del Altiplano.

1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

PREGUNTA GENERAL

- ¿Cuáles son las percepciones sobre la práctica de valores morales y niveles de confianza en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿De qué manera la práctica de la honestidad, contribuye a generar confianza en las funciones dirigenciales de los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno?
- ¿De qué forma la práctica de la verdad genera espacios de credibilidad en las funciones y actividades dirigenciales de los representantes estudiantiles en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno?

1.2. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Los estudios de los valores morales en el Perú son muy pocos, más aún si la investigación involucra a estudiantes universitarios de alguna universidad del país, por lo que su estudio, es una necesidad que no se puede dejar de lado. En ese entender existen algunos investigadores que desde esta óptica despertaron el interés y aportaron en el tema de valores humanos, en el tema de los valores, investigadores como:

Jimenez (2010) en el estudio: “*Valores morales y práctica política de los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*”, plantea como objetivo, determinar la relación de los valores morales con la práctica política de los estudiantes universitarios. El estudio es de tipo correlacional, el método es

cuantitativo. Se concluye afirmando que existe una relación significativa entre ambas variables, debido a que el coeficiente de Pearson arrojó un valor de 0,79, lo que indica que en un 79% ambas variables son explicadas en las percepciones de los estudiantes como ejes dinamizadores de la política en la universidad.

Balarezo (2006), en su obra: *“Propuesta de un plan de mercadeo social para Incrementar el conocimiento y práctica de valores Éticos de los estudiantes secundarios del distrito de Miraflores. Lima, Perú,”* sostiene que somos testigos de primera línea respecto a lo que está ocurriendo con los valores éticos en la sociedad peruana. La situación actual de la sociedad peruana tiene entre sus problemas principales la ausencia de valores éticos. Es muy fácil percatarse de la corrupción que existe básicamente entre la clase dirigente en el país, están a la vista en las encuestas de opinión, donde aparece la corrupción como uno de los problemas más importantes de las instituciones y del gobierno central; así como los constantes casos de corrupción difundidos por los medios de comunicación. El país está en medio de este caos ético que a la vez, complica y retrasa nuestro camino hacia el desarrollo.

Lo anterior no sería tan preocupante, si no se juzgara que lo que ocurre con los comportamientos de la clase dirigente, es un resultado de lo que ocurre en el centro de la sociedad: existe una falta generalizada de valores éticos, ya que las acciones no se guían por ellos. Los miembros de la clase dirigente también son resultado del tejido social de la sociedad; por tanto, hay que percatarse que ellos son la parte visible de lo que ocurre en el todo social.

Apaza (2004) en su obra *“Nivel de participación estudiantil en los movimientos Políticos de la Universidad Nacional del Altiplano –Puno”* indica que durante mucho tiempo, los estudiantes universitarios han tenido noción en mayor y menor grado sobre acepciones elementales de cuestiones políticas; cuando la universidad peruana, como muchas universidades del mundo se encontraban muy politizadas a tal extremo de ser considerados como el semillero de los políticos; percepción que en la actualidad varió. Históricamente los

universitarios han logrado constituirse en parte dinámica de la política, como protagonistas del debate político cotidiano, de conductores de infinidad de protestas sociales siempre en conquista y reivindicación de sus derechos.

Es muy común ver y escuchar la animadversión que sienten los alumnos universitarios hacia “la política”; cuyo reflejo evidente es la escasa cantidad de alumnos universitarios que se afilian, militan o simpatizan con una determinada agrupación política. Así mismo, todo esto contribuye toda una corriente interesada que aprovechándose de la situación y el desconocimiento estudiantil, hacen notar que la política es mala, y como efecto de ello, surgen estudiantes autodenominados, como: “apolíticos” que crecen día tras día; ellos ejemplifican el fracaso de la clase política peruana en su tarea histórica.

En la Universidad Nacional del Altiplano, solo un porcentaje mínimo de alumnos participa en actividades políticas y con muchas limitaciones en su actuar, quienes poseen un discurso político pobre. Mientras que existe otro gran sector cuya apatía es creciente que llama la atención con sus actividades individuales e indiferentes ante cualquier suceso; universitario que cada vez son más renuentes a encausar denuncias, propuestas y viejas reivindicaciones y que no tienen el más mínimo interés de involucrarse en el accionar social.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL:

- Analizar las percepciones sobre la práctica de valores morales y niveles de confianza en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Comprender de qué manera la práctica de la honestidad contribuye a generar confianza en las funciones dirigenciales en los estudiantes de

la facultad de ciencias sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno

- Analizar como la práctica de la verdad genera espacios de confianza en las funciones y actividades dirigenciales en los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

En la tarea de identificar, describir y explicar de manera sistemática las rutas del presente estudio, nos lleva a considerar una base teórica que esté sustentada en varios enfoques que nos permita situarnos en diferentes perspectivas. El cual se fundamenta en nuestra concepción de la teoría como un andamiaje conceptual, que aun dotado de un alto grado de abstracción, no debe ser estático, si no flexible y dinámico, susceptible de modificarse para incrementar su capacidad explicativa de los datos empíricos. Y los enfoques que nos ayudan en el presente estudio son:

ENFOQUE DE PERCEPCIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA.

Canan (2011, pág. 09) señala que la percepción puede definirse como el conjunto de procesos y actividades relacionados con la estimulación que alcanza los sentidos, mediante los cuales obtenemos información respecto a nuestro entorno, las acciones que efectuamos en él y nuestros propios estados internos. Esta definición presenta dos partes referidas respectivamente a: El tipo de información obtenida y la forma en que

esta se consigue. Asu vez La definición que seleccionamos parte del aprendizaje, y considera que la percepción de un individuo es subjetiva, selectiva y temporal.

- **Es subjetiva**, ya que las reacciones a un mismo estímulo varían de un individuo a otro.
- **La condición de selectiva** en la percepción es consecuencia de la naturaleza subjetiva de la persona que no puede percibir todo al mismo tiempo y selecciona su campo perceptual en función de lo que desea percibir.
- **Es temporal**, ya que es un fenómeno a corto plazo. La forma en que los individuos llevan a cabo el proceso de percepción evoluciona a medida que se enriquecen las experiencias, o varían las necesidades y motivaciones de los mismos.

Se conoce como opinión pública a la estimación general de una población acerca de un asunto determinado. La opinión pública es algo abstracta, ya que sólo puede recogerse mediante encuestas o trabajos similares. Los medios de comunicación son uno de los principales formadores de opinión pública ya que el tratamiento que realizan de la actualidad incide en el pensamiento de la sociedad: “El presidente no ha escuchado a la opinión pública”, “La opinión pública exige respuestas ante los problemas de inseguridad”. Entonces por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública.

Habermas (1981, pág. 145). Indica que hablamos de espacio público político, distinguiéndolo del literario, cuando las discusiones públicas tienen que ver con objetos que dependen de la praxis del Estado.

El poder del estado es también el contratante del espacio público político, pero no su parte. Ciertamente, rige como poder público, pero ante todo necesita el atributo

de la publicidad para su tarea, lo público, es decir, cuidar del bien general de todos los sujetos de derecho.

Cuando el ejercicio del dominio político se subordina efectivamente a la demanda pública democrática, logra el espacio público político una influencia institucional en el gobierno por la vía del cuerpo legislativo. El título opinión pública tiene que ver con tareas de crítica y de control, que el público de los ciudadanos de un estado ejercen de manera informal (y también de manera formal en las elecciones periódicas) frente al dominio estatalmente organizado

LA UNIVERSIDAD

Parent (2004, pág. 45), señala que “la universidad es el lugar donde el hombre aprende a pensar y a vivir”. Es el lugar donde el pensamiento se vuelve crítico y permite al hombre decidir consciente, libre y cabalmente. Es el lugar donde se forma al hombre auténtico; de esta manera, el ser de la Universidad se encuentra estrechamente vinculado con el ser del hombre, con su formación integral y con su misión en la sociedad.

Es por ello que el humanismo se constituye en función esencial de la universidad, pero se trata de un humanismo que lleva a pensar al hombre en su ser físico, psíquico, intelectual, moral y afectivo, al hombre en su totalidad. No se trata de un “humanismo” que se oriente a la enseñanza de las humanidades, sino de un humanismo como forma de ser, de un humanismo que rescata, promueve y crea valores.

En este sentido, la universidad es esencialmente humanista. Pensar en el ser de la universidad no es un reto sólo para la razón o para la ciencia, sino principalmente para la vida, pues es la universidad, universidad para la vida y no sólo para el conocimiento. No se puede confundir a la universidad con un lugar donde el estudiante se convierta en depósito de conocimientos.

ENFOQUE DE LOS VALORES

Balarezo (2006) indica que los valores representarían un mundo especial de esencias que son llamadas “cualidades valiosas” o “cualidades de valor”, dominando los objetos con sus particulares relaciones y conexiones. Las cualidades valiosas serán “objetos ideales”, como pueden ser los colores. Scheler habló de la distinción entre los valores, los bienes y los fines, ya que para él, los valores constituirían una esfera especial de las esencias

Por lo tanto, para este filósofo alemán, no hay valores porque haya bienes y fines (que sería lo que opinaba Santo Tomás de Aquino), ni hay valores porque haya normas (como decía Kant), sino que los valores serían independientes de las cosas, estarían en otra esfera diferente. Lo propio de las cosas es “ser”, pero lo propio de los valores no es “ser”, sino que es “valer”: las cosas son y los valores valen.

Leocata (2007) señala una escala de valores que puede parecer más concreta.

- Valores económicos: ligados a las necesidades corporativas a lo útil y la productividad.
- Valores sensitivo-afectivos o valores de la vitalidad: expresan la relación de la persona con su bienestar y con el placer sensible.
- Valores estéticos: identifican el tránsito de lo natural a lo cultural.
- Valores intelectuales: giran en torno de la verdad, el conocimiento, la investigación y la racionalidad.
- Valores morales: se vinculan con el modo como se vive la relación con la los demás donde se pone en juego la relación intersubjetiva, la conciencia y la conducta respecto a otros.
- Valores religiosos: donde el sentido de la vida alcanza su punto más alto.

Santisteban (2005, pág. 188), aclara desde su punto de vista antropológico que el valor es una cualidad atribuida a las cosas por un acuerdo común de los juicios colectivos (en la sociedad), No es el acto o la cosa misma a la que atribuimos valor, es decir, no es una cualidad objetiva que tengan las cosas como la forma o el color; el valor es *relacional*, un valor para alguien es aquello que tiene interés. Son valores lo que las personas valoran, lo que consideran importante y lo que vale la pena.

De otro lado, Korn (1930) encuentra nueve áreas de valoración humanas, definidas según el tipo circunstancias que producen las reacciones de las personas: económicas, instintivas, eróticas, vitales, sociales, religiosas, éticas, lógicas y estéticas.

Cada una de estas nueve áreas de valoración está caracterizada por tener una secuencia valorativa específica: una dualidad valorativa central, una finalidad, una realización histórica concreta y sistemas filosóficos que justifican o promueven el valor positivo.

Por ejemplo, el área económica: allí la dualidad valorativa central es "útil" o "nocivo"; la finalidad ideal (que nunca puede alcanzarse) es el "bienestar" y su concreción histórica (siempre perfectible) es la "técnica" (en el presente debiera agregarse la "tecnología"); como sistema filosófico que promovió el valor de la utilidad, Korn menciona al utilitarismo.

Luego del análisis detallado de cada una de las áreas de valoración, Korn concluye que todos los intentos de establecer un sistema jerárquico de valores a partir de la preeminencia de unos sobre otros, han fracasado. Lo mismo ha sucedido con los esfuerzos de hallar valores universales y permanentes. En gran medida Korn anticipa aquí puntos de vista característicos de las nuevas subjetividades aparecidas en la segunda mitad del siglo XX (Heifetz, 2007).

El eje de la *Axiología* es un análisis sistemático de los valores humanos, tal como se presentan en la vida real, que Korn sintetiza en un cuadro:

Tabla 1. Cuadro de los valores

Valoraciones	Conceptos fundamentales	Finalidades ideales	Valores históricos	Ejemplo de sistematización filosófica
1. Económicas	Útil-nocivo	Bienestar	Técnica	Utilitarismo
2. Instintivas	Agradable-desagradable	Dicha	Placer	Hedonismo
3. Eróticas	Amable-odioso	Amor	Familia	Misticismo
4. Vitales	Selecto-vulgar	Poder	Disciplina	Pragmatismo
5. Sociales	Lícito-vedado	Justicia	Derecho	Sistemas sociológicos
6. Religiosas	Santo-profano	Santidad	Culto	Escolástica
7. Éticas	Bueno-malo	Bien	Moral	Estoicismo
8. Lógicas	Cierto-falso	Verdad	Saber	Racionalismo
9. Estéticas	Bello-feo	Belleza	Arte	Intuicionismo

Fuente: Korn, A "Valoración humana y reacciones sociales"

Propuestas de análisis sobre el significado de Moral

Jiménez (2010, pág. 54) afirma que es la ciencia que trata del bien en general, y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia. Derivado de Mos "costumbre". Estudia el obrar del hombre en la perspectiva de su fin último: Dios, como vocación a la santidad en el amor, y, por consiguiente las obligaciones que de ella se derivan

Santisteban (2005) con la palabra moral se refiere al conjunto de normas de comportamiento específicas que rigen en cada cultura. Hace con este concepto, una

diferencia entre la ética -la moral absoluta- y la moral - moral situacional-, como la han diferenciado también otros autores.

Este autor señala que, en este sentido, no se puede enjuiciar el comportamiento de un individuo sino dentro de los propios contextos culturales del sujeto; puesto que la moral constituye el sistema de valores y evaluaciones que dan orden y sentido a la vida en sociedad (la de cada uno).

De forma similar las diferencia Arland (2002). En un oportuno y actual análisis de ética y corrupción. Moral –dice- se refiere al conjunto de los principios de conducta que hemos adquirido por asimilación de las costumbres y valores de nuestro ambiente; es decir, la familia, la escuela, la iglesia, el vecindario en que se desarrolla nuestra infancia.

También se refiere a las normas que se nos imponen en esos ambientes, con base en la autoridad; no desde luego la autoridad legal, sino precisamente moral: los imperativos de nuestros padres, sacerdotes o maestros, que recibimos pasivamente y sin cuestionamiento antes de adquirir el “uso de razón”.

ENFOQUE DE LOS VALORES MORALES

Scheler (2006), El estudio de los valores es un enfoque cada vez más difundido de la explicación del comportamiento humano. Un valor es una preferencia o prioridad, interés, gusto o disgusto de un sujeto sobre un objeto, evento o situación.

Cortina (2008) afirma que los valores morales son cualidades o características de las personas que consideramos importantes para actuar correctamente y, favorecen la sociabilidad, son todas aquellas cuestiones que llevan al hombre a defender y crecer en su dignidad en cuanto persona, porque indefectiblemente el valor moral conducirá al hombre hacia el bien moral, que como sabemos, es aquello que lo perfecciona, lo completa y mejora.

(Cou, 1996, pág. 03) El estudio de los Valores Humanos no es reciente, no es un tema de interés actual únicamente. Los intentos por encontrar una definición de los

mismos han existido desde tiempos remotos. Inicialmente, se hablaba de Valores como la Virtud, la Dignidad, la Honestidad, la Justicia, el Bien.

Los Valores valían por sí mismos e iban más allá de las personas. Además, eran considerados como: independientes e inmutables (la Belleza, el Amor, la Justicia son lo que son y no cambian); absolutos (por no estar condicionados a ningún hecho social e individual); inagotables (porque nadie puede agotar la Nobleza, la Sinceridad, la Bondad, etc.); y verdaderos y objetivos (porque se dan en las personas o las cosas independientemente de que se les conozca o no)

VALORES MORALES Y RELACIONES HUMANAS

Los Actos Humanos

Cou (1996, pág. 7) sostiene que existen dos tipos de actos, los Actos humanos y los Actos del hombre, ambos son ejecutados por el hombre pero poseen ciertas diferencias:

- **Los Actos Humanos.** Son ejecutados consciente y libremente, es decir, en un nivel racional. Son originados en la parte típicamente humana del hombre, es decir, en sus facultades específicas, como son la inteligencia y la voluntad. Estos son el objeto material de la Ética y son los que pueden ser juzgados como buenos o malos desde el punto de vista de la Moral.
- **Los Actos del Hombre.** Carecen de conciencia o de libertad o de ambas cosas, un ejemplo claro es por ejemplo la digestión, la respiración, etc. Los actos del hombre sólo pertenecen al hombre porque él los ha ejecutado, pero no son propiamente humanos porque su origen no está en el hombre en cuanto a hombre, sino en cuanto a animal. Estos actos carecen de moral (son amorales) por lo tanto no pueden juzgarse desde el punto de vista moral como buenos o malos, si pueden juzgarse como buenos o malos pero desde otro punto de vista, como por ejemplo el fisiológico.

Los actos, ya sean humanos o del hombre, tiene un cierto valor ontológico independiente del valor moral. El valor ontológico o metafísico de la conducta humana se refiere al hecho real, a la existencia, a la objetividad del acto. En cambio el valor moral depende de ciertas condiciones subjetivas y propias de la persona que ejecuta dicho acto, como la intención, la libertad, el grado conciencia, etc. El valor moral se encuentra solo en los actos humanos y el valor ontológico se encuentra en ambos.

Cuando se dice que un acto humano tiene un valor moral, se está implicando que este valor moral puede ser de signo positivo o de signo negativo. Trabajar, por ejemplo, tiene valor moral positivo, pero asesinar tiene un valor moral negativo. Normalmente hemos designado al valor moral negativo como "inmoral", pero esta palabra, en su etimología, indica mas bien un desligamiento del valor moral y los únicos actos que están desligados de los valores morales son los actos del hombre, pero estos ya han sido calificados como "amorales".

LOS VALORES EN EL LIDERAZGO

Para Yarse (2002) al comparar un trozo de buen mármol y sacar lo que sobra y rescatar lo valioso como una obra de arte. Podríamos decir que hoy en cada uno de nosotros hay que quitar cosas que sobran para que quede la obra de arte, lo valioso. Y eso no es otra cosa que nuestros valores, sobre todo los que nos definen como personas, como seres que tienen por misión ayudar a que otros descubran también lo más valioso que tienen, el valor que resume todo: la dignidad humana. Hay que vencer la pereza, la tristeza, el egoísmo, la vanidad, la indiferencia, el temor, y en su lugar descubrir y hacer lucir la diligencia, la generosidad, la sencillez, la amistad y la fortaleza, por mencionar sólo algunos de los que más urgencia tenemos. La calidad se mide por los valores, la publicidad de los productos habla insistentemente de la calidad. Es muy importante que si se pide calidad para las cosas que consumimos, exijamos calidad en la persona. En ella, la calidad se mide por los valores, por la

capacidad de virtud y de hacer el bien. Etimológicamente la palabra valor significa “ser fuerte”, “estar en buena forma”.

VISIÓN DEL LIDERAZGO COMO CUALIDAD HUMANA

(Yarce, pág. 21) El liderazgo basado en valores es un “liderazgo sin respuestas fáciles” pero presenta una meta ambiciosa y prometedora para quien se empeñe en trabajar por él. Las respuestas fáciles y los modelos estereotipados hay que superarlos por algo con mayores raíces antropológicas y con mayor proyección social. Este aspecto es de suma importancia. No se trata de afirmar un liderazgo que se encierre en el ámbito de la persona para que ésta luzca el resultado de unas tareas de influencia e incluso de ejemplaridad. Hay que pensar que el liderazgo basado en valores es, sin solución de continuidad, liderazgo social, compromiso con los demás, desarrollo de una vocación de servicio a la comunidad. No vivir de espaldas a ella como ocurre, por desgracia, en ciertos líderes, muy exitosos para sacar sus intereses adelante pero poco exitosos para sacar adelante el “partido” del bien común.

Para Heifetz (2007) sostiene que, el liderazgo suscita pasión. Su ejercicio e incluso su estudio agita los sentimientos porque se ven involucrados nuestros valores. Por cierto, la palabra en sí está cargada de valores. Cuando pedimos liderazgo en nuestras organizaciones y sistemas políticos, estamos reclamando algo que apreciamos.

Si alguien nos pregunta “¿Prefieres tener una reputación de líder o de gerente? ¿De seguidor o de líder?”, la respuesta habitual es “líder”. El término liderazgo implica nuestra imagen de nosotros mismos y nuestros códigos morales. Sin embargo, el modo en que hablamos del liderazgo revela la confusión existente: por una parte, utilizamos la palabra para designar a personas y acciones dignas de mérito.

Satisteban (2005, pág. 134) afirma que durante un año electoral, tenemos como presidente a “un líder”, y no a “un político más”. En nuestras organizaciones, evaluamos a los gerentes por su “capacidad de liderazgo”, por lo cual entendemos una cierta constelación de actitudes valoradas. Cuando miramos hacia el extranjero,

aplicamos la palabra a personas como Gorbachev, Walesa, De Klerk o Mandela, a las que admiramos por sus valores, su coraje, su compromiso y su capacidad. Por otra parte, insistimos en que el término “liderazgo” está exento de valores. Decimos que Pablo Escobar, jefe del cártel de la droga de Medellín, era “un líder”, aunque detestamos sus valores, porque él motivaba a sus simpatizantes a que comprendieran su visión

Korn (1930, pág. 56) señala que los medios de comunicación emplean rutinariamente la palabra “líder” para designar a las personas que tienen autoridad o seguidores. Hablamos del líder de la pandilla, de la multitud, de la organización: la persona a la que los otros otorgan una autoridad informal o formal, con independencia de los valores que ellos representan o del producto que se elabora con su participación. No podemos seguir haciendo las dos cosas al mismo tiempo. Nos gustaría emplear la palabra “liderazgo” como si estuviera libre de valores, en particular en una época de ciencia y matemática, para describir de modo congruente a personas y fenómenos de vasto alcance. Pero cuando lo hacemos así, ignoramos la otra mitad de nosotros mismos que al minuto siguiente habla del liderazgo como algo de lo que necesitamos desesperadamente una mayor cantidad. No se puede afirmar que hay una crisis de liderazgo y después que el liderazgo está exento de valores. ¿Sólo queremos decir que en medio de nuestra confusión tenemos muy pocas personas capaces de reunir seguidores?, sin duda, no estamos clamando por más mesías como los de Waco o Jamestown, que satisfacen las necesidades de la gente ofreciendo tentadoras visiones de éxtasis y pidiendo sacrificios

Apaza (2004) refiere que la contradicción que existe en nuestra comprensión corriente no sólo oscurece nuestro pensamiento y nuestra erudición; también da forma a la calidad del liderazgo que elogiamos, enseñamos y obtenemos en esta perspectiva es comprensible que los estudiosos que han examinado “el liderazgo” hayan tendido a favorecer la acepción libre de valores, porque se presta más al razonamiento analítico y al examen empírico.

Pero esto no les ayudará más de lo que ayuda a los profesionales del liderazgo que intervienen cotidianamente en las organizaciones y comunidades. El rigor de las ciencias sociales no exige que ignoremos los valores; simplemente requiere que seamos explícitos acerca de los valores que estudiamos. No hay ninguna base neutra sobre la cual puedan erigirse concepciones y teorías del liderazgo, *porque los términos del liderazgo, cargados de contenido emocional, llevan consigo normas y valores implícitos*. Por ejemplo, cuando equiparamos el liderazgo con ocupar un alto cargo o ejercer una gran influencia, reforzamos la tendencia a valorarla condición social y el poder. No nos limitamos a estudiar o utilizar el poder; inconscientemente, comunicamos la idea de que el poder tiene un valor intrínseco. Es necesario que tomemos partido. Cuando enseñamos el liderazgo, escribimos sobre él o presentamos modelos para ejercerlo, inevitablemente respaldamos o desafiamos las concepciones que las personas tienen de sí mismas, de sus roles y -lo que es más importante cuestionamos sus ideas sobre cómo los sistemas sociales resuelven los problemas. El concepto de liderazgo es normativo porque la gente lo piensa con las imágenes implícitas de un contrato social. Imagínense las diferencias de conducta que resultan según se piense que “el liderazgo significa influir sobre la comunidad para que siga a un líder”, o que “significa influir sobre la comunidad para que enfrente sus problemas”. En el primer caso, la característica del liderazgo es la influencia, un líder logra que la gente acepte su visión, y que las comunidades aborden sus problemas volviéndose hacia él. Si algo marcha mal, la culpa la tiene el líder.

En el segundo caso, la medida del liderazgo es el progreso en la solución de los problemas, y las comunidades logran ese progreso porque los líderes las desafían y las ayudan a hacerlo. Si algo marcha mal, la culpa es conjunta de los líderes y la comunidad.

Los antivalores más frecuentes en el ámbito social

- a) **Esclavitud:** La esclavitud es una forma de sometimiento del hombre por el hombre que se practicó desde la antigüedad y para vergüenza del hombre. Sin embargo, lo anterior no es del todo cierto.

- b) **Angustia:** La angustia es un estado afectivo de carácter penoso que se caracteriza por aparecer como reacción ante un peligro desconocido o impreciso.
- c) **Deshonestidad:** La deshonestidad no tendría ningún papel en un mundo en que imperara la realidad y estuviera habitado por seres humanos plenamente conscientes. Desgraciadamente, debemos de convivir con la deshonestidad
- d) **Arrogancia:** La Arrogancia es el estado de estar convencido del derecho a situarse por encima de los otros. El arrogante (o soberbio) pretende ser superior a los demás, y desdeña la Humildad.
- e) **Odio:** El odio es un sentimiento negativo, de profunda antipatía, disgusto, aversión, enemistad o repulsión hacia una persona, cosa, situación o fenómeno, así como el deseo de evitar, limitar o destruir aquello que se odia.
- f) **Irrespeto:** Irrespetamos nuestros sentimientos cuando no los valoramos, para cumplir con el mandato de no sentir o no expresar lo que sentimos, empleando muchas veces el rebusque como mecanismo de defensa.
- g) **Irresponsabilidad:** El culto a la irresponsabilidad muy difundido en nuestro país. Generando que “Dar la Palabra” no tenga ningún valor o significado. Pues el incumplimiento es casi tradición. Esto genera molestias entre personas que la sufren o compañías que dependen de proveedores, etc.
- h) **Altanería o soberbia:** La soberbia (del latín *superbiam*) u orgullo consiste en una estima exagerada de sí mismo, o amor propio indebido, que busca la atención y el honor. La causa por la que la soberbia ocupa este lugar tan principal se debe a que fue la pasión que provocó la rebelión y caída del cielo del ángel Lucifer.
- i) **Intolerancia social:** Es aquella donde el individuo quiere que solo su opinión sea escuchada y no acepta las ideas de los demás.

- j) **Perjuicio:** Perjuicio es todo aquel menoscabo material o moral que alguien sufre tanto en su persona como en sus bienes y que es causado en violación de una norma jurídica por la que otra persona ha de responder.

EL SER HUMANO COMO SER SOCIAL CON VALORES

Hernández (2011) argumenta que el ser humano se tífica de la siguiente manera:

El ser humano, ser moral: Existen tres características que describe al ser humano y que son las que permiten su carácter moral: vivir en sociedad, libertad y conciencia.

El ser humano, un ser social: El ser humano un ser social quiere decir que necesariamente para poder ser un ser humano tienes que vivir en sociedad. Una sociedad es un grupo de seres humanos que se relacionan entre sí.

- Social: Todos los seres humanos son sociables.
- Asocial: Es cuando una persona no tiene contacto con la sociedad. "El único caso de alguien asocial con los niños salvajes.
- Insociable: Es cuando una persona no se relaciona con los demás porque no quiere (tiene un comportamiento de rechazo a la sociedad).

ENFOQUE SOCIOLÓGICO

El paralelismo y la ambigüedad de "conciencia"

Para Mead (1984) "Conciencia" es un término sumamente ambiguo. A menudo uno identifica la conciencia con cierto algo que existe en determinadas condiciones y no existen otras. Se la encara de la manera más natural, suponiendo que es algo que sucede en ciertas condiciones del organismo; algo, pues, que puede ser concebido como paralelo a ciertos fenómenos del sistema nervioso, pero no paralelo a otros. Parece no haber conciencia ninguna que responda a, los procesos motores como tales; la conciencia que tenemos de nuestra acción es de tipo sensorial y

responde a la corriente que viene de los nervios sensoriales que son afectados por la contracción de los músculos. No tenemos conciencia de los procesos motores, pero poseemos un proceso sensorial que corre paralelo a ellos. Tal es la situación de la cual surge el paralelismo. Supone, por un lado, un organismo que es una organización en marcha, que aparentemente puede funcionar sin conciencia. Una persona continúa viviendo cuando se encuentra bajo los efectos de un anestésico general

Amitai (2009, pág. 54) señala que cuando usamos la palabra "conciencia", entonces, con referencia a las condiciones variables según la experiencia del individuo, ese empleo es completamente distinto del que le damos en el sentido de tornarnos inaccesibles al mundo. En un caso tratamos la situación de una persona que se duerme, distraendo o centrando su atención, es decir nos referimos a una exclusión completa o parcial de ciertas partes de un campo. El otro empleo concierne a la experiencia de un individuo, en tanto es distinta de la experiencia de cualquier otro, y no sólo diferente en ese sentido, sino también en cuanto difiere de su propia experiencia en distintas oportunidades. Nuestra experiencia varía, no simplemente con nuestro propio organismo, sino también de momento en momento, y, sin embargo, se trata de una experiencia de algo que no ha variado como varían nuestras experiencias; y como queremos estar en condiciones de poder estudiar esa experiencia en esta forma variable, nos es preciso establecer alguna clase de paralelismo. Podría intentarse establecer el paralelismo fuera del cuerpo, pero el estudio de los estímulos nos conduce inevitablemente al estudio del cuerpo mismo

Paradigma de los hechos sociales

Durkheim (1895) señala que los hechos sociales se deben tratar como cosas, lo que no significa rebajar las formas superiores del ser hasta las inferiores, sino reivindicar para las primeras un grado de realidad por lo menos igual al ampliamente reconocido en las segundas. No decimos que los hechos sociales son cosas materiales, sino que son cosas con el mismo título que las cosas materiales, aunque de otra manera.

Es cosa todo objeto de conocimiento que no es naturalmente penetrable para la inteligencia, lo que el espíritu puede llegar a comprender saliendo de sí mismo por vía de la observación y la experimentación, pasando de los caracteres más exteriores y accesibles a los menos visibles y profundos. Tratar de los hechos de un cierto orden como de cosas es observar frente a ellos una cierta actitud mental. Estos hechos son, en el momento en que nos ponemos a hacer de ellos ciencia, unos desconocidos, cosas ignoradas, porque las representaciones que hemos podido hacernos de ellos en el curso de la vida, hechas sin método ni crítica, carecen de todo valor científico. Los mismos hechos de la psicología individual presentan este carácter. La conciencia nos da de ellos impresiones confusas, pasajeras, subjetivas.

Paradigma de las representaciones sociales

Moscovici (2009) la representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psico-sociales gracias a las cuales los hombres hacen inteligible de la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación

Las representaciones sociales definidas por moscovici como “universos de opinión” pueden ser analizadas con fines didácticos y empíricos en tres dimensiones: la información, el campo de representación y la actitud.

- a) La información. Es la organización o suma de conocimientos con que cuenta un grupo acerca de un acontecimiento, hecho o fenómeno de naturaleza social. Conocimientos que muestran particularidades en cuanto a cantidad y a calidad de los mismos; carácter estereotipado o difundido sin soporte explícito; trivialidad u originalidad en su caso:

La dimensión o concepto, se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo respecto a un objeto social (Mead, 1984).

- b) El campo de representación. Expresa la organización del contenido de la representación en forma jerarquizada, variando de grupo a grupo e inclusive al interior del mismo grupo. Permite visualizar el carácter del contenido, las propiedades cualitativa o imaginativas, en un campo que integra informaciones de un nuevo nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas:

Nos remite la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de representación.

- c) *La actitud*. Es la dimensión que significa la orientación favorable o desfavorable en relación con el objeto de representación social. Se puede considerar, por lo tanto, como componente más aparente, factico y conductual de la representación, y como que suele resultar más generosamente estudiada por su implicación comportamental y de motivación.

Si bien esta clasificación no sustenta ninguna jerarquía o prioridad, el propio Moscovici lanza la hipótesis de su cronología que, al verse en conjunto, completa la estructura de la representación en términos de contenido y de sentido. Se deduce que la actitud es la más frecuente de las tres dimensiones y, quizá, primera desde el punto de vista social. En consecuencia, es razonable concluir que nos informamos y nos representamos una cosa únicamente después de haber tomado posición y en función de la posición tomada, (Moscovici, 2009).

Los filósofos, después de mucho tiempo, comprendieron que toda representación es una representación de alguien. Dicho de otro modo, es una forma de conocimiento a través de la cual el que conoce se coloca dentro de lo que conoce. De ahí proviene la alternación que la caracteriza: unas veces representar, otras representarse. También de ahí nace la tensión en el corazón de cada representación entre el polo pasivo de la impronta del objeto –la figura- y el polo activo de la elección del sujeto –el significado que le da y del cual la inviste-. En el pasado se

insistió mucho sobre el papel de los intermediarios entre la percepción y el concepto. Sobre esta base se esbozó una especie de desarrollo genético que va desde lo percibido a lo concebido, pasando por lo representado. Se trata de una construcción lógica. En lo real, la estructura de cada representación nos aparece desdoblada, tiene dos caras tan poco dissociables como lo son el anverso y el reverso de una hoja de papel, la faz figurativa y la faz simbólica. Escribimos. Entendiendo por representación la que permite atribuir a toda figura un sentido y a todo sentido una figura (Moscovici, 2009).

$$\text{Significado} = \frac{\text{Representación}}{\text{Figura.}}$$

LEGITIMACIÓN Y AUTORIDAD

Amitai (2009, pág. 123) señala que las organizaciones que Weber designa como burocracias, establecen normas y necesitan hacerlas cumplir; tienen reglas y reglamentos y emiten órdenes que deben ser obedecidas si las organizaciones han de funcionar efectivamente. Hasta cierto grado, la organización puede descansar en su poder para hacer que los participantes obedezcan. Es decir, puede usar algunos de sus recursos para recompensar a aquellos que siguen las reglas y castigar a aquellos que no lo hacen. Semejante disciplina no requiere que el que recibe la orden esté de acuerdo con ella y no la acepte como moralmente justificada. Puede cumplir una orden para evitar la pérdida de dinero o prestigio y para aumentar su renta o posición. Hasta cierto punto, la organización puede mantener la disciplina manejando diversas recompensas y sanciones a fin de asegurar el máximo de contento y el mínimo de decepción.

El ejercicio de poder, sin embargo, tiene mayor limitación: mantiene al súbdito, en cuanto se conforma, enajenado. Por otra parte, cuando el ejercicio de poder es considerado legítimo por sus súbditos, es decir, cuando las órdenes

emanadas o las reglas establecidas se conforman con los valores a los que están sometidos los súbditos, la obediencia será más profunda y más efectiva. El súbdito “interiorizará” las reglas. Encontrará la disciplina menos enajenadora y continuará cumpliendo las reglas y las órdenes cuando el poder de la organización se debilita o incluso falte. El estudio de Weber acerca de la legitimación introduce una dimensión nueva en el estudio de la organización:

Emplea la palabra poder para referirse a la capacidad de inducir a la aceptación de órdenes.

Legitimación para referirse a la aceptación del ejercicio del poder porque está de acuerdo con los valores sostenidos por los súbditos.

Autoridad para indicar la combinación de ambas; es decir: el poder que se considera legítimo.

La tipología de la autoridad de Weber se basa en las fuentes y en la clase de legitimación empleada más bien que en los tipos de poder aplicados. Se refiere a la autoridad como:

- a) Tradicional: cuando los súbditos (s) aceptan las órdenes de los superiores por considerarlas justificadas basándose en que esa es la forma en que las cosas se han hecho siempre.
- b) Racional-legal, o burocrática: cuando los s aceptan un reglamento como justificado porque está de acuerdo con una serie de reglas más abstractas que ellos consideran legítimas, y de las cuales se “deriva” el reglamento.
- c) Carismática: en la cual los s aceptan las órdenes de un superior en cuanto justificadas a causa de la influencia de su personalidad, con la cual ellos se identifican

Crisis de sucesión.

Amitai (2009, pág. 152) según el modelo de Weber, el compromiso racional de inferiores con los superiores y con la organización en general, hace “prescindibles” a los participantes individuales de rango superior. Los compromisos son con el cargo, no con su titular, y por eso deben ser fáciles de transferir. Solamente la marcha o la muerte de la cabeza no burocrática de una organización, la única persona con la cual los compromisos son personales antes que burocráticos, implica una importante crisis para la organización.

Incluso las diferencias claramente delimitadas entre un sucesor y un predecesor se cree que son fuente de dificultades. La crisis de sucesión no debe considerarse como una simple pérdida de efectividad de la organización, una crisis de la cual ha de recobrase la organización. En realidad, el período de sucesión es con frecuencia el punto en que se introducen las innovaciones necesarias para contrarrestar el deterioro anterior de la organización, o para defenderse del desafío al que se enfrenta durante el período sucesorio.

Poder y Liderazgo

Renate (2011, pág. 542) en el análisis del poder, actualmente conviven tres grandes teorías (unitaria, pluralista y radical).

- a) *Política unitaria (Parsons)*: Según esta perspectiva los intereses son comunes y compartidos por el conjunto de la organización de manera que todo su funcionamiento se encamina a conseguir esta meta. El conflicto es visto como resultado de una situación anómala en la organización y responde a causas exógenas. Es decir. No puede haber conflicto si los intereses son comunes. Así, la presencia de conflicto se considera un fracaso. Por lo tanto, el poder no se ve porque la organización está centrada en conseguir los fines comunes. No se habla tanto de poder, sino más bien de autoridad legitimadora para el análisis

del poder. Este concepto de autoridad nos lleva a hablar del concepto de liderazgo.

- b) *Política pluralista*: Está ligada a las teorías institucionalistas. El punto de partida es que en las organizaciones hay grupos con intereses particulares, las cuales pueden coincidir o no con los propios de la organización o de otros grupos. Por lo tanto, el conflicto es muy normal en una organización y tiene un carácter endógeno porque se da cuando los intereses entre los distintos grupos no coinciden. El poder deviene así central en el análisis de la organización. Este poder está distinto y desigualmente distribuido dentro de la organización y además hay distintas fuentes de poder según Morgan.
- c) *Política radical (Mounelis)*: Desde este punto de vista se entiende que los intereses particulares responden a los intereses diferenciados en función de la posición social que se ocupa en la sociedad capitalista. Es decir, el funcionamiento de la organización es un reflejo de la sociedad. Así pues, el conflicto es consustancial a una sociedad de clases. El poder tiene vigencia desde esta perspectiva porque el poder existente en la sociedad se da igualmente dentro de la organización

Moscovici (2009) señala que el liderazgo en primer término involucra a otras personas; a los seguidores y empleados. Los miembros del grupo, dada su voluntad para aceptar las órdenes del líder, ayudan a definir la posición del líder y permiten que transcurra el proceso del liderazgo; si no hubiera a quien dirigir, las cualidades de liderazgo serían irrelevantes

En segundo lugar, entraña una distribución desigual del poder entre los líderes y los miembros del grupo. Los miembros no carecen de poder, pueden dar forma, y de hecho lo hacen, las actividades del grupo de distintas maneras. Sin embargo por regla general el líder tendrá más poder.

En tercer lugar el liderazgo es la capacidad para usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de los seguidores, de diferentes maneras. El poder para influir nos lleva al cuarto aspecto del liderazgo.

El cuarto aspecto es una combinación de los tres primeros, pero reconoce que el liderazgo es cuestión de valores, James McGregor Burns argumenta que el líder que pasa por alto los componentes morales del liderazgo pasara a la historia como un malandrín o algo peor. El liderazgo moral se refiere a los valores y requiere que se ofrezca a los seguidores suficiente información sobre las alternativas para que, cuando llegue el momento de responder a la propuesta de liderazgo de un líder, puedan elegir con inteligencia.

Liderazgo político

Si se asume que el liderazgo no es bueno ni malo en sí mismo, sino que es un medio cuya bondad o maldad está dada por sus objetivos, se tiene también que asumir que el fin del liderazgo político es la cuestión crucial para determinar si favorece o no la comunidad o el grupo al que el líder pertenece.

En general, el análisis del liderazgo político parte de la comprensión de las formas de dominación; Max Weber señala básicamente tres tipos de dominación legítima, a saber la dominación legal, la dominación tradicional y la dominación carismática, siendo la primera y la tercera las más representativas en la realidad latinoamericana contemporánea (Moscovici, 2009).

- a. La dominación legal se da en virtud de la existencia de un estatuto, que establece que la obediencia de los seguidores no es hacia el líder o persona que detenta formalmente el poder, sino hacia la regla estatuida. Más aún, es la misma regla la que establece a quién y en qué medida se debe obedecer, obligando al líder a obedecer el imperio de esa ley o estatuto.
- b. La dominación tradicional nace en virtud de la creencia en la santidad de los ordenamientos y poderes señoriales existentes desde siempre. Su tipo más puro

es el dominio patriarcal, como tal poco frecuente en la historia actual de la región, dándose una relación entre señor – dominador – y súbditos – dominados –. La obediencia se da en virtud de la dignidad propia de la tradición, respondiendo a la idea de que el súbdito debe serle fiel al señor.

- c. La dominación carismática se da en razón de la devoción que sienten los seguidores en relación con el líder, dadas sus características personales, casi siempre extraordinarias. Así, desde las facultades mágicas y revelaciones de los profetas del pasado, hasta habilidades más políticas vinculadas al heroísmo, el poder intelectual o la capacidad oratoria, las cualidades personales se convierten en el factor que genera adhesión efectiva. (Núñez, 1999).

Democracia.

El concepto de democracia juega un papel clave en el estudio comparativo de la política. Primero, porque este tipo de estudio se preocupa inevitablemente por los diferentes tipos de regímenes presentes en las sociedades contemporáneas, y ello implica deslindar la democracia de otro tipo de sistemas políticos. Y segundo, porque debido a una compleja combinación de desarrollos políticos, económicos y culturales, el concepto de democracia se ha convertido, con frecuencia e insistencia crecientes, en la principal fuente de valides y legitimación de los regímenes políticos contemporáneos. De hecho el uso del término se ha llegado a hacer tan frecuente que uno de los objetivos del análisis comparativo ha consistido en separar aquellos regímenes que merecen auténticamente ser calificados como democracias de los que cumplen los requisitos necesarios para ello (Llamazares, 2000).

Los requerimientos mínimos para que un país pueda ser considerado democrático. Con el resurgimiento de un número significativo de países que se hacen llamar democracias por llevar a cabo elecciones libres y justas, algunos teóricos han desarrollado una lista de requerimientos mínimos para que así sea. Las elecciones por si solas no hacen que un país sea democrático. La siguiente lista de requerimientos mínimos ha sido extraída de un estudio sobre las democracias y de la lectura de varias

teorías sobre el tema. Ofrece una panorámica sobre el significado de la democracia y un parámetro para medir qué tan democrático es un país.

- El control sobre las decisiones políticas del gobierno es otorgado constitucionalmente a los representantes elegidos de manera legítima.
- Los representantes son elegidos a través de elecciones periódicas y justas
- Los representantes elegidos ejercen sus atribuciones constitucionales sin oposición de los funcionarios no elegidos
- Todos los adultos tienen derecho a votar
- Todos los adultos tienen derecho a competir por los cargos públicos.
- Los ciudadanos tienen derecho a expresarse libremente sobre todos los asuntos políticos, sin riesgo de ser castigados por el Estado
- Los ciudadanos tienen el derecho a buscar fuentes alternativas de información, tales como los medios noticiosos, y esas fuentes están protegidas por la ley
- Los ciudadanos tienen derecho a formar asociaciones y organizaciones independientes, incluyendo partidos políticos y grupos de interés

Los expertos argumentan que si uno de estos elementos no está presente, entonces el país no es una verdadera democracia. (Llamazares, 2000, pág. 15).

DIMENSIONES DE PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE VALORES MORALES

Honestidad

Cou (1996, pág. 21) afirma que proviene del Latín honestitas.-atis. Honor, dignidad, consideración de que uno goza. La honestidad es un valor o cualidad propia de los seres humanos que tiene una estrecha relación con los principios de justicia y con la integridad moral. Una persona honesta es aquella que procura siempre anteponer la

sinceridad en sus pensamientos, expresiones y acciones. Así, esta cualidad no sólo tiene que ver con la relación de un individuo con otro u otros o con el mundo, sino que también puede decirse que un sujeto es honesto consigo mismo cuando tiene un grado de autoconciencia significativo y es coherente con lo que piensa.

Transparencia

Gutiérrez (2015) remarca que la transparencia es una necesidad constante de la sociedad por conocer las reglas, normas y procedimientos de los funcionarios en sus diferentes cargos. Es sinónimo de confianza y libertad entre las diferentes dependencias gubernamentales y la sociedad, con el único propósito de hacer valer el derecho de acceso a la información; que se traduce en certeza y seguridad. Es también una característica peculiar que abre los esquemas de organizaciones políticas y burocráticas al escrutinio público mediante medios de difusión que sean accesibles para la mayoría de la población.

Sinceridad

Richard (2013, pág. 1) sostiene que la sinceridad es una actitud que las personas pueden tener para enfrentar su vida y que se caracteriza por la honestidad y la utilización de la verdad en todos los ámbitos de la vida cotidiana. La sinceridad es uno de los elementos o de los valores más importantes y más loables de una persona ya que se basa en ser y actuar tal como uno es, siente o piensa, dejando de lado todo tipo de fingimientos o hipocresías.

Cumplimiento de promesas

Richard (2013, pág. 1) En su sentido más amplio la palabra cumplimiento refiere a la acción y efecto de cumplir con determinada cuestión o con alguien. En tanto, por cumplir, se entiende hacer aquello que se prometió o convino con alguien previamente que se haría en un determinado tiempo y forma, es decir, la realización de un deber o de una obligación. Cumplir las promesas no sólo genera admiración y respeto, sino crean confianza para situaciones de apoyo y respaldo en el futuro.

Compañerismo

Richard (2013, pág. 1) Se utiliza el término compañerismo para designar a un tipo de relación o vínculo que se establece entre compañeros y que tiene como características principales las actitudes de bondad, respeto y confianza entre los miembros que son parte de ella. El compañerismo es especialmente característico de cierto tipo de vínculos como por ejemplo las relaciones fraternales, las relaciones de camaradas laborales, los compañeros escolares, etc.

Lealtad

Richard (2013) indica que el concepto de lealtad tiene que ver con la existencia de sentimientos de pura devoción, compromiso y confianza hacia otro, puede ser una persona, una comunidad, un gobierno, una autoridad o un animal, entre otros.

La lealtad, entonces, también puede sentirse hacia entes abstractos y no tan solo físicos, tales como una nación, una institución o una ideología y en todos estos casos se hace visible a través de la defensa de los ideales que esas entidades representan. La lealtad es, además, considerada una de las virtudes más sinceras y honorables que el ser humano (aunque no exclusivamente él) puede sentir.

Objetividad

Richard (2013) indica que la imparcialidad con que se trata o se considera un asunto prescindiendo de las consideraciones y los criterios personales o subjetivos, para ello es necesario que no tengan intereses particulares que perjudiquen a terceros; en suma, tanto las acciones como las ideas deben tener carácter de objetividad.

Pragmatismo

Rodríguez (1990, pág. 104) afirma que el pragmatismo, es una corriente filosófica que surgió a finales del siglo XIX en los Estados Unidos. Esta doctrina, se

caracterizó por la búsqueda de las consecuencias prácticas del pensamiento. El pragmatismo sitúa el criterio de verdad en la eficacia y valor del pensamiento para la vida. Se opone, por lo tanto, a la filosofía que sostiene que los conceptos humanos representan el significado real de las cosas.

Para los pragmáticos, la relevancia de los datos surge de la interacción entre los organismos inteligentes y el ambiente. Esto lleva al rechazo de los significados invariables y de las verdades absolutas: las ideas, para el pragmatismo, son sólo provisionales y pueden cambiar a partir de investigaciones futuras.

En conclusión el pragmatismo es una doctrina filosófica que considera que el único medio de juzgar la verdad de una doctrina moral, social, religiosa o científica consiste en considerar sus efectos prácticos.

Verdad

Richard (2013) indica que la Verdad suele definirse como la conformidad existente entre lo que se expresa y la situación real de algo o el concepto real que se tiene acerca de un tema. La verdad se hace evidente mediante un sistema de falsación que, llevado a sus últimas consecuencias, demuestra como las proposiciones que hemos tomado en cuenta y que nos motivaron en origen, son esenciales y necesarias para conocer si la firme convicción torna en verdad o no, dependiendo si el objetivo inicial se cumple en el acto final. Mientras las proposiciones no sean falsables, quedan dentro del ámbito de la lógica y la razón.

2.2. Marco conceptual

Valor.- El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española presenta hasta 13 diferentes conceptos de la palabra valor al que agrega otros 16 conceptos en relación a su uso y lugar de uso.

Según la RALE (2013) Valor proviene, según el diccionario, del latín valor, oris y significa: Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite. Cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables. Los *valores* tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos, y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores.

Percepción.- La percepción obedece a los estímulos cerebrales logrados a través de los 5 sentidos, vista, olfato, tacto, auditivo, gusto, los cuales dan una realidad física del medio ambiente.

La noción de percepción deriva del término latino “*perceptio*” y describe tanto a la acción como a la consecuencia de percibir (es decir, de tener la capacidad para recibir mediante los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas, o comprender y conocer algo).

Ética.- Es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio racional de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir. La ética se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana. El concepto proviene del término griego *ethikos*, que significa “carácter”. Una sentencia ética es una declaración moral que elabora afirmaciones y define lo que es bueno, malo, obligatorio, permitido, etc. en lo referente a una acción o a una decisión.

Moral.- La palabra “moral” tiene su origen en el término latino “*mores*”, cuyo significado es “costumbre”. *Moralis* (latín *mos* = griego “costumbre”). Por lo tanto “moral” no acarrea por sí el concepto de malo o de bueno. Son, entonces, las

costumbres las que son virtuosas o perniciosas. Las morales, pues hay muchas diferentes, se diferencian de la Ética o Filosofía moral en que ésta última reflexiona racionalmente sobre las morales con la finalidad de encontrar principios racionales que determinen las acciones éticamente correctas y las acciones éticamente incorrectas, es decir, busca principios absolutos o universales, independientes de la moral de cada cultura.

Cultural.- En el latín hablado en Roma significaba inicialmente "cultivo de la tierra", y luego, por extensión metafóricamente, "cultivo de las especies Humanas". El término cultura, que proviene del latín *cultus*, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. En general, la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

Política.- La política, del griego *politikós* ("ciudadano", "civil", "relativo al ordenamiento de la ciudad"), es el proceso por el cual el uso de la fuerza coercitiva es legitimado. Este se orienta ideológicamente hacia la toma de decisiones para la consecución de los objetivos de un grupo en asuntos públicos. Definiciones clásicas apuntan a definir política como el "ejercicio del poder" en relación a un conflicto de intereses. También está Max Weber, que define la política estrictamente en función del poder.

Desarrollo humano.- El desarrollo humano según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), es el proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos. También se considera como la cantidad de opciones que tiene un ser humano en su propio medio, para ser o hacer lo que él desea ser o hacer.

El Desarrollo Humano podría definirse también como una forma de medir la calidad de vida del ser humano en el medio en que se desenvuelve, y una variable fundamental para la calificación de un país o región. Es decir es la capacidad de participación por parte de los individuos efectivamente en la construcción de una civilización prospera en un sentido material como espiritual ético moral.

Crisis de valores morales.- El sistema de globalización mundial causó acelerados cambios que soportan las sociedades: el progreso económico desequilibrado, las formas de producción irracionales, la implementación de políticas alienantes, originaron incertidumbres de crisis en valores en la humanidad, una realidad que desagrada el futuro del vivir bien.

La crisis es un momento grave, en el que existen cambios, problemas o mala situación económica, política y social. Mientras la crisis en valores, es un fenómeno de acción distorsionada de valores; la ausencia cualitativa de determinadas normas morales y humanas orientadas a aseverar conductas individuales y/o colectivas en relación al bienestar social.

Confianza.- (R.A.L.E, 2013) Para la psicología social y la sociología, la confianza es una hipótesis que se realiza sobre la conducta futura del prójimo. Se trata de una creencia que estima que una persona será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determina situación.

Dirigente.- Es aquel que dirige. El verbo dirigir, por su parte, refiere a llevar algo hacia un término o lugar señalado; guiar; encaminar la acción y la intención a un determinado fin; gobernar; regir el manejo de una empresa; orientar; o aconsejar la conciencia de alguien.

Liderazgo.- El liderazgo es el conjunto de capacidades que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos.

También se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo. En la administración de empresas el liderazgo es el ejercicio de la actividad ejecutiva en un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

Libertad:

Libertad: Es la capacidad o facultad de elegir libremente las cosas de la vida, en uso de derechos y obligaciones

Libertad + Omnipotencia = hacer lo que uno quiere

El origen de la libertad es la neotenia.

- Neotenia: Es el número reducido de instintos que hay en el ser humano

Hay dos tipos de libertad:

- Libertad externa: Es la capacidad que tiene el ser humano de decidir actuar, de elegir que hacer.
- Libertad interna: Es la libertad de pensamiento.

Valores morales.- Surgen primordialmente en el individuo por influjo y en el seno de la familia, y son valores como el respeto, la tolerancia, la honestidad, la lealtad, el trabajo, la responsabilidad, etc.

Se puede valorar de acuerdo con criterios estéticos, esquemas sociales, costumbres, principios éticos o, en otros términos, por el costo, la utilidad, el bienestar, el placer, el prestigio; tanto para quien realiza el acto como para los que se ven afectados por dicho acto, positiva o negativamente. Los valores son fruto de cambios y transformaciones a lo largo de la historia. Surgen con un especial significado y cambian o desaparecen en las distintas épocas.

Antivalores.- Relacionado con el ámbito de la sociedad, de la ética y la moral, el concepto de antivalores es aquel que hace referencia al grupo de valores o actitudes que pueden ser consideradas peligrosas o dañinas para el conjunto de la comunidad en la que tienen lugar. Los antivalores son lo opuesto de los valores tradicionalmente considerados como apropiados para la vida en sociedad, aquellos que se dan naturalmente en el ser humano y cuya presencia asegura la convivencia de unos con otros.

2.3 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1 HIPÓTESIS GENERAL

- Las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano son diferentes y heterogéneas

2.3.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- La práctica de la honestidad contribuye a generar mayor confianza en los representantes y sus funciones dirigenciales, propiciando mayor legitimidad en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.
- La práctica del valor de la verdad genera espacios de credibilidad y seguridad en el manejo administrativo de las funciones y espacios diligenciales de los representantes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno.

2.3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2. Variables de investigación

DIMENSION	VARIABLES GENERALES	VARIABLES INTERMEDIAS	INSTRUMENTOS
Percepción sobre la práctica de valores en los representantes de los estudiantes	HONESTIDAD	Los representantes estudiantiles practican la honestidad La honestidad de los representantes estudiantiles contribuye a su legitimidad La práctica de la honestidad de los representantes estudiantiles genera confianza en sus funciones	- Cuestionario - Entrevistas - Grabadora
	TRANSPARENCIA	Los representantes estudiantiles fiscalizan de manera transparente el manejo de los recursos económicos de la universidad La toma de decisiones que se realiza es transparente Las acciones de los representantes estudiantiles son transparentes	- Cuestionario - Entrevistas - Grabadora
	SINCERIDAD	La sinceridad de los representantes estudiantiles genera confianza en la población estudiantil Las expresiones de los representantes estudiantiles son sinceras Los representantes estudiantiles se comunican con sinceridad	- Cuestionario - Entrevistas - Grabadora
	CUMPLIMIENTO DE PROMESAS	Los representantes estudiantiles cumplen sus promesas. Las promesas ofrecidas de los representantes estudiantiles generan confianza. El cumplimiento de promesas de los representantes estudiantiles fortalece la confianza.	- Cuestionario - Entrevistas - Grabadora
	COMPAÑERISMO	Los representantes estudiantiles tienen correspondencia con los estudiantes. Hay buena armonía entre los estudiantes y los representantes estudiantiles. Los representantes estudiantiles se vinculan con todos los estudiantes.	- Cuestionario - Entrevistas - Grabadora
	LEALTAD	Los representantes estudiantiles son leales a sus causas y principios. Los representantes estudiantiles son leales a su movimiento político universitario. Los representantes estudiantiles desempeñan con lealtad sus funciones y atribuciones.	- Cuestionario - Entrevistas - Grabadora
	OBJETIVIDAD	Los representantes estudiantiles tienen intereses particulares. Las acciones de los representantes estudiantiles tienen objetividad. Las ideas de los representantes	- Cuestionario - Entrevistas - Grabadora

		estudiantiles tienen objetividad.	
	PRAGMATISMO	<p>Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles tienen credibilidad.</p> <p>Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles expresan el valor de la verdad.</p> <p>Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles son correctas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario - Entrevistas - Grabadora

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. NIVEL DE ANÁLISIS

El nivel de análisis del estudio es de carácter local dado que su ámbito es la ciudad universitaria, Facultad de Ciencias Sociales.

3.1.2. EJES DE ANÁLISIS

Para la presente propuesta se ha definido por un solo eje de análisis: práctica de valores morales en los representantes estudiantiles

3.1.3. DIMENSIONES DE ANALISIS

Las dimensiones de análisis son las siguientes: honestidad, transparencia, sinceridad, cumplimiento de promesas, compañerismo, lealtad, objetividad y pragmatismo.

El procedimiento que se utilizara para nuestro análisis y sistematización de la información es mediante la escala de Likert, es una herramienta cuyo objetivo es facilitar el análisis cuantitativo.

3.1.4. UNIDAD DE ANÁLISIS Y OBSERVACION

La unidad de análisis de la investigación es la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano, y la unidad de observación del estudio son los estudiantes de la facultad de ciencias sociales.

3.1.5. TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación es no-experimental cuantitativo porque *“se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables”* (Sampieri, pág. 149). Así mismo es de diseño descriptivo porque se describió el fenómeno, decir como es y cómo se manifiesta. Es decir se analizó las percepciones sobre la práctica de valores morales de los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Del Altiplano Puno – 2013

3.1.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población muestral está conformada por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales.

Nuestra muestra es intencional o convencional, la cual está compuesta por cuarenta informantes, seleccionados tomando en cuenta los indicadores: alumnos del tercio superior, alumnos de los últimos semestres, alumnos regulares, sexo y edad proporcionalmente.

Tabla 3. Muestra de investigación

Escuelas Variables	SOCIO-LOGIA		ANTROPO-LOGIA		Cs. DE LA COMUNICA-CIÓN SOCIAL		ARTE		TURISMO		TOTAL	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F		
Alumnos del tercio superior del 9° y 10°mo semestre	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
Alumnos de base y alumnos regulares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
Total	8		8		8		8		8			40

FUENTE: Elaboración propia

3.1.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.1.7.1 Técnica

Esta investigación se realizó a través de la observación directa y de la encuesta en la modalidad de cuestionario.

3.1.7.2 Instrumentos

Se utilizó un cuestionario con afirmaciones, que se redactaron de manera sencilla, que pudieran ser entendidas claramente.

La información ha sido recolectada a través de un cuestionario que se aplicó a los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de la Universidad Nacional del

Altiplano – Puno en escala de Likert con alternativas de respuestas: siempre (5), casi siempre (4), algunas veces (3), rara vez (2) y nunca (1). El cuestionario se elaboró con 24 afirmaciones, el encuestado debía marcar sólo una de las alternativas.

Este cuestionario se destinó para recabar la información de los encuestados sobre las variables que guiaron el estudio, y atendiendo a la forma como se había dimensionado cada variable.

3.1.8 TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS

Los datos han sido procesados por medios electrónicos y su análisis se hizo a través del uso de los programas estadísticos. Se utilizó la estadística descriptiva, distribución de frecuencias, cuyo análisis porcentual se muestra a través de porcentajes y gráficos. Asimismo, se trabajó con la estadística inferencial, coeficiente de correlación de Pearson por la capacidad de agrupar y mostrar la correlación que existen entre dos grupos de variables y la prueba de hipótesis respectivamente.

3.1.8.1 DISEÑO ESTADÍSTICO

Se utilizó el análisis de correlación Pearson, que permite saber si las variables y/o dimensiones en estudio guardan algún tipo de relación. El tratamiento de hipótesis está enfocado en la distribución bidimensional. Por otro lado, el coeficiente de correlación lineal midió el grado de intensidad de esta posible relación entre las variables. Por ello se optó por la relación lineal.

La correlación de Pearson se simplifica en el siguiente enunciado:

A mayor X, mayor Y (+)
A mayor X, menor Y (-)

Mediante la fórmula de Correlación Pearson:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Con el fin de emplear de forma práctica la magnitud de r de Pearson como un indicador del grado de asociación entre variables, se opta por la siguiente tabla:

Tabla 4. Valores Pearson

Valores de r	Relación
-1	Negativa perfecta
$-1 < r \leq -0,8$	Negativa fuerte
$-0,8 < r \leq -0,5$	Negativa moderada
$-0,5 \leq r < 0$	Negativa débil
0	No existe
$0 < r \leq 0,5$	Positiva débil
$0,5 < r < 0,8$	Positiva moderada
$0,8 \leq r < 1$	Positiva fuerte
1	Positiva perfecta

Según el nivel de investigación (explicativo), también se utilizó el Análisis de Regresión Lineal, para evitar la situación de poco ajuste, se incluye una o más variables predictoras adicionales, para observar que la inclusión produce cambios adecuados a R cuadrado. En el caso presente, se considera tres variables predictoras, por tanto se plantea el siguiente modelo:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Y = Representación estudiantil

X_1, X_2, X_3 = Valores morales

a, b_1, b_2, b_3 = Coeficientes

CAPÍTULO IV

CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

4.1 ASPECTOS GENERALES

4.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La Universidad Nacional del Altiplano se ubica el barrio bellavista zona norte del Distrito de Puno Provincia de Puno, Región Puno una altitud promedio de 3,827 m.s.n.m. Ubicado al norte de la provincia de Puno, entre las siguientes coordenadas geográficas: 13°00'66"00" y 17°17'30" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

4.1.2 LIMITES

- Por el Norte: Barrio San José
- Por el Sur: Cercado de Puno.
- Por el Este: Lago Titicaca
- Por el Oeste: Alto Puno.



Fuente: <http://www.depuno.com/mapas/mapa-puno/>

4.1.3 ACCESIBILIDAD

La accesibilidad a la Universidad Nacional del Altiplano se realiza mediante el servicio de transporte interprovincial este servicio es utilizado por más del 75% de la población estudiantil debido a que la gran mayoría tiene procedencia de los distintas provincias distritos de la región Puno. Del mismo modo también existe transporte urbano en la ciudad de Puno, sin embargo la Universidad cuenta con el servicio de transporte universitario el cual beneficia a los estudiantes del residentes en la ciudad de Puno

4.2 DIVISIÓN

Las 37 escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano, académicamente están divididas en 3 áreas: Biomédicas, ingenierías y sociales, estas 3 áreas a su vez están organizadas en 19 facultades las que detallo a continuación:

Tabla 5. Escuelas profesionales

AREAS	FACULTAD	ESCUELA PROFESIONAL
BIOMEDICAS	Facultad de Ciencias Biológicas	Escuela Profesional de Ciencias Biológicas
	Facultad de ciencias de la salud	Escuela profesional de odontología
		Escuela profesional de Nutrición Humana
	Facultad de Enfermería	Escuela profesional de Enfermería
	Facultad de Medicina Humana	Escuela profesional de Medicina Humana
	Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia	Escuela profesional Medicina Veterinaria y Zootecnia
INGENIERÍAS	Facultad de Ciencias Agrarias	Escuela profesional de Ingeniería Agronómica
		Escuela profesional de Ingeniería Agroindustrial
		Escuela profesional de Ingeniería Topográfica y Agrimensura
		Escuela profesional de Ingeniería Agrícola
	Facultad de Ingeniería Agrícola	Escuela profesional de Arquitectura y Agrimensura
	Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura	Escuela profesional de Físico-Matemática
		Escuela profesional de Ingeniería Civil
Facultad de Ingeniería económica	Escuela profesional de Ingeniería Estadística e Informática	
Facultad de Ingeniería Estadística e	Escuela de profesional Ingeniería	

	Informática	Geológica
	Facultad de Ingeniería Geológica y Metalúrgica	Escuela profesional de Ingeniería Metalúrgica
		Escuela profesional de Ingeniería Mecánica Eléctrica
	Facultad de Ingeniería Mecánica Eléctrica, Electrónica y Sistemas	Escuela profesional de Ingeniería Electrónica
		Escuela profesional de Ingeniería de Sistemas
	Facultad de Ingeniería de Minas	Escuela profesional de Ingeniería de Minas
	Facultad de Ingeniería Química	Escuela profesional de Ingeniería Química
SOCIALES	Facultad de Ciencias contables y Administrativas	Escuela profesional de Ciencias Contables
		Escuela profesional de Administración
	Facultad de Ciencias de la Educación	Escuela profesional de Física
		Escuela profesional de Inicial
		Escuela profesional de Primaria
	Facultad de ciencias Jurídicas y Políticas	Escuela profesional de Derecho
	Facultad de Ciencias Sociales	Escuela profesional de Sociología
		Escuela profesional de Antropología
		Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social
		Escuela profesional de Turismo
		Escuela profesional de Arte
	Facultad de Trabajo Social	Escuela profesional de Trabajo Social

4.3 HISTORIA

La Creación de la Universidad en Puno es producto de la exigencia de intelectuales y políticos. La sociedad puneña considerada cuna de los intelectuales más brillantes del Perú. Los diputados Ramos, Aguirre y Quiñonez fueron autores de este proyecto de Ley de creación (RAMOS A. 1987: 21 -25).

En el año de 1856, la convención Nacional dictaminó la Ley No. 406 de creación de la Universidad de Puno, promulgada el 23 de agosto de 1856 y firmada el 29 de agosto del mismo año, por el Presidente de la República Don Ramón Castilla. La Ley No. 406 contiene 04 artículos : el primero más resaltante señala que, "Se erige en la ciudad de Puno una Universidad, para la enseñanza de la Teología, Jurisprudencia, Medicina, Filosofía y Letras, Matemáticas y Ciencias Naturales y para que en estas mismas Facultades se confieran Grados Académicos". El segundo dispone: "La Universidad observará el Reglamento de Instrucción Pública del 07 de abril de 1855". Como sucede con toda institución

que nace, no se contaba con Estatuto propio, local necesario y la respectiva asignación presupuestal. El artículo tercero indica que, "se regirá por el Estatuto de la Universidad San Agustín de Arequipa, y que sus funciones universitarias se celebrarán en el Colegio Nacional de Puno". Asimismo, dispone que los gastos que originen las Cátedras de esta novísima Universidad serán afectados a las rentas del Colegio.

Las razones por las cuales la universidad dejó de funcionar se relacionan con problemas socio-políticos y económicos. Otra razón que determinó su cierre oficial es el hecho de que no fue considerada en el Reglamento Nacional de Instrucción Pública de 1876.

Respecto a la actividad y vigencia de la Universidad, Torres E. (1958: 15), indica que desde su instalación del 01 de mayo de 1859 hasta su clausura en 1866, registra aproximadamente 06 años de vida institucional, Ramos A. (1987: 22) señala que la duración fue de 17 años con tres meses. Por otro lado, el Ing. Alberto Barreda Cuentas, en su primer discurso con motivo de la inauguración de las labores académicas, manifestó que la universidad tuvo vigencia, de 08 años de funcionamiento lectivo.

Respecto al nombre de la universidad, existe otra confusión; el destacado autor del proyecto de Ley de Reapertura de la Universidad de Puno, Ing. Enrique Torres Belón, puntualiza que, legalmente no existe la Universidad de "San Carlos" de Puno, como se le ha nombrado, en varios Proyectos Legislativos. Lo que tiene vida y vigencia legal es la Universidad de Puno.

4.3.1 REAPERTURA

La reapertura de nuestra Universidad es producto de varios proyectos de Ley. Destaca el primer proyecto de Ley presentado el 02 de noviembre de 1954 por el Dr. José Antonio Encinas, en su condición de Senador por Puno. Proyecto que contenía 03 artículos. El Proyecto propone que se organizara la Universidad en Facultades, Institutos y Escuelas.

El siguiente proyecto de Ley fue presentado el 15 de noviembre de 1955 por el Senador Carlos A. Barreda Ramos. Este proyecto que contenía 04 artículos proponía la creación de las Facultades de Agronomía, Veterinaria, Química Industrial y de las secciones de Pedagogía, Letras, Ciencias Económicas y Comerciales y Bellas Artes.

El 20 de noviembre de 1957, los diputados Teófilo Monroy Solórzano, Fernando Manrique Enríquez y Roger Cáceres Velásquez presentaron ante su respectiva Cámara un nuevo proyecto compuesto de 14 artículos, en los que se proponía la instalación de 02 Facultades: Facultad de Estudios Agropecuarios y la Facultad de Estudios Sociales.

Los tres proyectos de Ley presentados no tuvieron la acogida necesaria. En ese entonces, imperaba un gobierno dictatorial y no le convenía crear y reaperturar más universidades. Por cuanto, estas se constituían en un peligro para su gobierno.

El día 15 de noviembre de 1958, el Senador Enrique Torres Belón, presenta en su Cámara el histórico Proyecto de Ley de Reapertura de la Universidad de Puno. Proyecto que contenía 23 artículos y proponía como nombre UNIVERSIDAD TECNICA DEL ALTIPLANO, que debía iniciar su funcionamiento con la sola Facultad de INGENIERIA AGROPECUARIA. Este proyecto, luego de una brillante exposición y sustentación. Fue aprobado por unanimidad en la Cámara de Senadores. Sin embargo, como lo tipifica RAMOS, A. (1987: 55): "la noche triste del 04 de noviembre de 1960", fecha que estaba determinada para su discusión y aprobación, no fue tratada ni menos aprobada, causa que se le imputa al diputado Róger Cáceres Velásquez y otros que habían boicoteado nuestra justa aspiración, a quienes el pueblo de Puno los declaró como traidores.

A raíz de este problema, el pueblo de Puno fue convocado a una reunión de emergencia, que se realizó el 26 de noviembre de 1960, en la que a la renuncia irrevocable del presidente del Comité Pro Reapertura de la Universidad de Puno,

fue elegido como presidente el Dr. Juan Zea Gonzáles y se cambió la denominación a Frente Departamental Pro Universidad de Puno.

En la primera sesión de la Legislatura Extraordinaria, de la noche del 27 de diciembre de 1960, fue aprobado el proyecto de Ley propuesto por el Senador Enrique Torres Belón. En esta sesión 82 diputados votaron a favor y 10 en contra.

Finalmente, después de dos meses, el 10 de febrero de 1961 fue promulgada la Ley No. 13516 que reabría la Universidad con el nombre de Universidad Técnica del Altiplano, siendo Presidente Constitucional de la República el Dr. Manuel Prado y Ugarteche. Este proyecto se había aprobado tal como fuera presentado inicialmente, con sus 23 artículos, sin que se alterara ni una coma; conforme era el deseo de su autor, quien dijera "Yo soy responsable de los defectos o las virtudes de dicha Ley".

El 29 de abril de 1962 se inició la actividad académica de la Universidad Técnica del Altiplano, en las aulas aún no concluidas, debido a la demora en la entrega de la Quinta Valderrama por el Ministerio de Guerra. Se inicia con la Facultad de Ingeniería Agropecuaria y el Instituto de Estudios Socio Económicos. Este singular día, con participación de las principales autoridades del departamento de Puno y delegaciones de las universidades del Cusco, Agraria y de la Universidad Técnica de Aquisgrán, en una ceremonia histórica en el patio central de la ciudad universitaria se da inicio a la actividad académica con un discurso a manera de Memoria dado por el presidente de la Junta Organizadora, seguido por el Dr. Juan Luis Mercado (Prefecto del departamento) y el Dr. J. Alberto Catacora Pino (Presidente del Comité Pro Reapertura de la Universidad). De esta manera se encamina la labor académica en la Universidad con la Creación de Facultades y Escuelas Profesionales.

Con la Promulgación de la Ley Universitaria No. 23733, de fecha 09 de diciembre de 1983, se establece una nueva estructura académica y administrativa para las universidades del país. Además esta nueva Ley, norma la denominación de las universidades del país, otorgándole a nuestra Universidad el nombre de Universidad Nacional del Altiplano - Puno.

4.4 ASPECTO DEMOGRÁFICO

4.4.1 Población total

Tabla 6. Demografía según Escuelas Profesionales

Código	Escuela profesional	De 15 a 20 años	De 21 a 25 años	De 26 a 30 años	De 31 a 35 años	De 36 a 40 años	Más de 40 años	A1_T
1090001	ADMINISTRACIÓN	159	314	79	23	2	2	579
1090002	ANTROPOLOGÍA	104	200	50	8	2	3	367
1090003	ARQUITECTURA Y URBANISMO	200	218	67	29	1	4	519
1090004	ARTE	114	185	56	15	5	5	380
1090005	BIOLOGÍA	136	245	54	15	1	3	454
1090006	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	200	271	59	14	4	3	551
1090007	CIENCIAS CONTABLES	220	350	97	25	9	6	707
1090008	DERECHO	131	239	91	40	13	19	533
1090009	EDUCACIÓN SECUNDARIA	291	591	174	16	7	6	1,085
1090010	EDUCACIÓN FÍSICA	38	118	44	4	4	1	209
1090011	EDUCACIÓN INICIAL	70	142	40	4	0	0	256
1090012	EDUCACIÓN PRIMARIA	107	214	43	3	1	0	368
1090013	ENFERMERÍA	175	267	50	13	4	1	510
1090014	CIENCIAS FÍSICO-MATEMÁTICAS	51	128	64	9	4	1	257
1090015	INGENIERÍA AGRÍCOLA	93	169	119	23	4	3	411
1090016	INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL	124	182	59	25	7	1	398
1090017	INGENIERÍA AGRONÓMICA	77	144	104	36	4	2	367
1090018	INGENIERÍA CIVIL	165	305	141	44	15	2	672
1090019	INGENIERÍA DE MINAS	181	255	80	21	0	0	537
1090020	INGENIERÍA DE SISTEMAS	197	244	57	16	6	3	523
1090021	INGENIERÍA ECONÓMICA	228	334	120	41	19	11	753
1090022	INGENIERÍA ELECTRÓNICA	155	214	66	15	0	0	450
1090023	INGENIERÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA	96	185	57	16	3	3	360
1090024	INGENIERÍA GEOLÓGICA	131	151	90	13	2	1	388
1090025	INGENIERÍA MECÁNICA ELÉCTRICA	166	220	122	19	2	0	529

1090026	INGENIERÍA METALÚRGICA	70	76	73	11	3	1	234
1090027	INGENIERÍA QUÍMICA	51	118	74	15	4	0	262
1090028	INGENIERÍA TOPOGRÁFICA Y AGRIMENSURA	66	136	55	19	4	2	282
1090029	MEDICINA HUMANA	61	170	115	27	21	9	403
1090030	MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA	120	248	132	41	9	4	554
1090031	NUTRICIÓN HUMANA	82	174	55	14	1	0	326
1090032	ODONTOLOGÍA	147	188	60	23	5	2	425
1090033	SOCIOLOGÍA	137	289	66	9	3	1	505
1090034	TRABAJO SOCIAL	172	268	86	12	11	3	552
1090035	TURISMO	200	281	60	15	2	1	559
1090999	NO ESPECIFICA	11	15	17	16	5	11	75
TOTAL		4,726	7,848	2,776	689	187	114	16,340

Fuente: PERÚ, II Censo Nacional Universitario 2010

4.5 ASPECTO SOCIOECONÓMICO

La universidad Nacional del Altiplano, cuenta con estudiantes provenientes de diversos sectores, principalmente de provincias diferentes a la provincia de Puno. Su nivel socioeconómico es medio o bajo. Por tal razón la Universidad cumple con políticas de apoyo a los estudiantes más destacados; de modo general ofrece beneficios en cuanto al comedor universitario, intercambio mediante becas de CRISCOS, centro de idiomas, entre otros.

4.6 ASPECTO SALUD

La Universidad Nacional del Altiplano ofrece servicios de medicina y otras áreas similares, dirigida no sólo a los estudiantes sino al público en general, con la finalidad de mejorar la salud de las personas.

CAPÍTULO V

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1 PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE LA HONESTIDAD Y CONFIANZA EN LAS FUNCIONES DIRIGENCIALES DE LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

5.1.1 Percepción sobre la práctica de la honestidad en su legitimidad y confianza de los representantes estudiantiles

(Cou, 1996, pág. 21) La honestidad es un valor o cualidad propia de los seres humanos que tiene una estrecha relación con los principios de justicia y con la integridad moral. Una persona honesta es aquella que procura siempre anteponer la sinceridad en sus pensamientos, expresiones y acciones.

Por otro lado (Amitai, 2009) Max Weber emplea el concepto de Legitimación para referirse a la aceptación del ejercicio del poder porque está de acuerdo con los valores sostenidos por los súbditos.

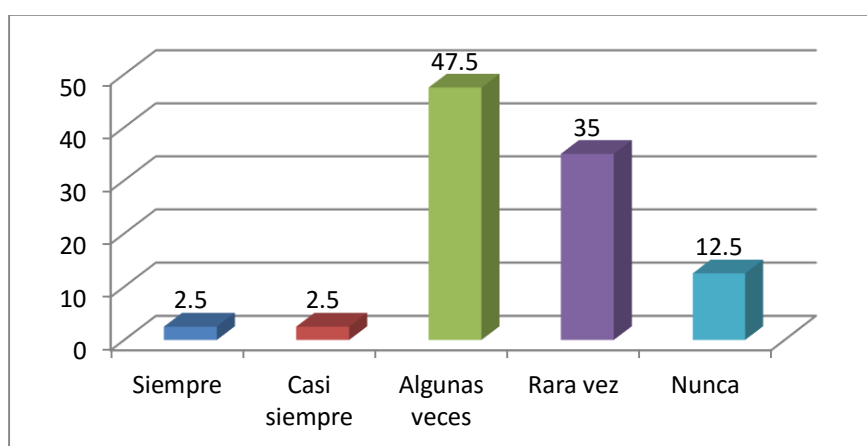
Y finalmente el concepto de Confianza (R.A.L.E, 2013) Para la psicología social y la sociología, la confianza es una hipótesis que se realiza sobre la conducta futura del prójimo. Se trata de una creencia que estima que una persona será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determinada situación.

Cuadro 1. Los representantes estudiantiles practican la honestidad

Categoría	Nº	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	1	2,5
Algunas veces	19	47,5
Rara vez	14	35
Nunca	5	12,5
TOTAL	40	100

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1
Cuestionario Ítem 1



Fuente: Cuadro N° 01

En el cuadro y gráfico N° 01, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles practican la honestidad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (47,5%) y rara vez (35%) los representantes estudiantiles practican la honestidad; además un sector considerable afirma que nunca practican el valor mencionado (12,5%).

Esta percepción está vinculada con actos indecentes, corrupción, descuido en roles académicos. De igual modo ello repercute en la poca aceptación que presentan a la hora de solicitar respaldo de sus compañeros.

Ante ello precisa practicar la honestidad con la finalidad de revertir la negativa imagen de los dirigentes estudiantiles.

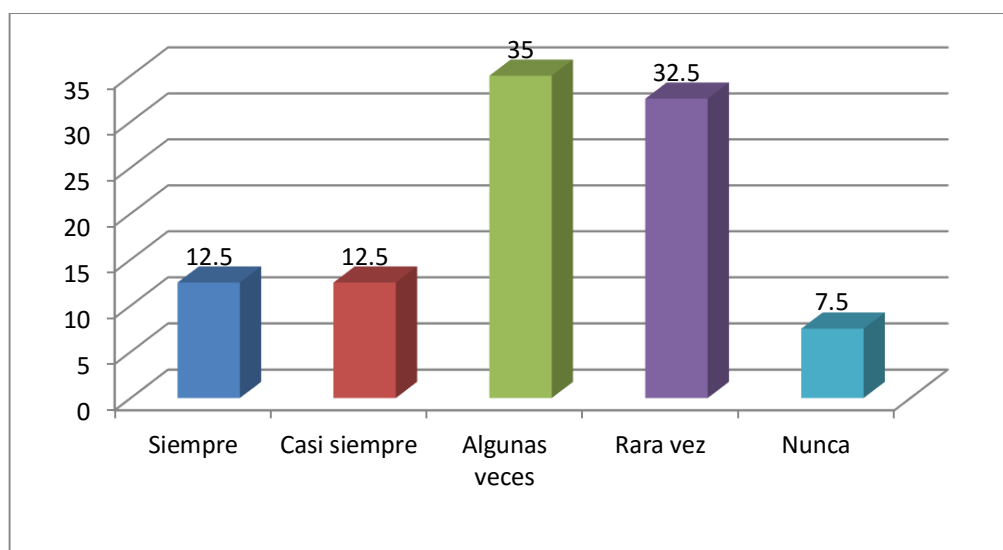
Debe entenderse como honestidad como el valor de decir siempre la verdad y guardar coherencia transparente con los actos propios de la decencia.

Cuadro 2. La honestidad de los representantes estudiantiles contribuye a su legitimidad

Categoría	N°	%
Siempre	5	12,5
Casi siempre	5	12,5
Algunas veces	14	35
Rara vez	13	32,5
Nunca	3	7,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 02
Cuestionario Ítem 2



Fuente: Cuadro N° 02

En el cuadro y gráfico N° 02, en relación al indicador: “La honestidad de los representantes estudiantiles contribuye a su legitimidad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (35%) y rara vez (32,5%) los representantes estudiantiles mediante la práctica de la honestidad, contribuyen a su legitimidad; además un sector considerable afirma que no contribuyen a su legitimidad (7,5%).

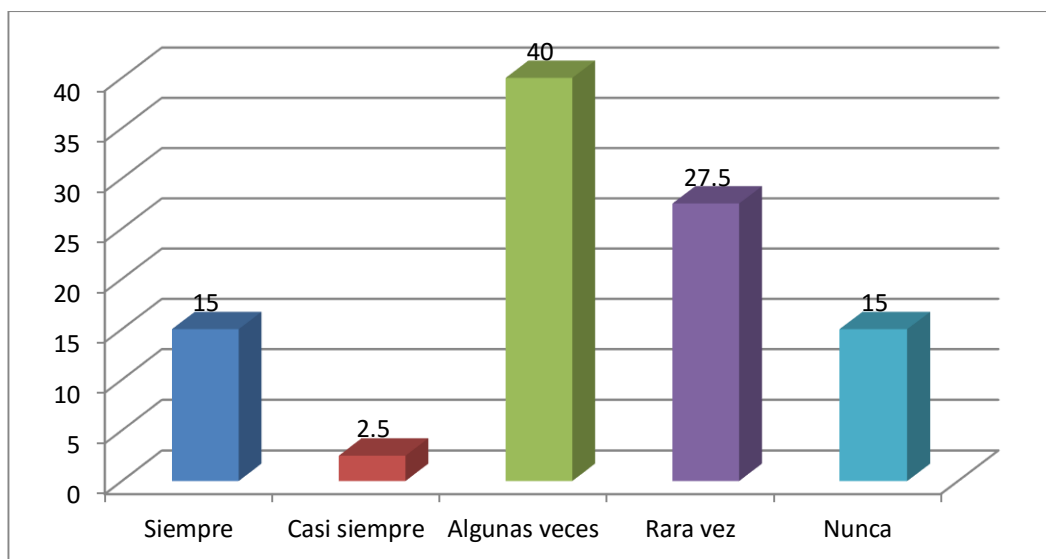
Lo descrito es información que complementa el cuadro anterior; como se indicó los estudiantes universitarios no confían en sus compañeros dirigentes a pesar de que algunos muestran honestidad, su legitimidad es parcial porque reciben la influencia negativa de otros dirigentes que guardan amplia distancia con este valor significativo.

Cuadro 3. La práctica de la honestidad de los representantes estudiantiles genera confianza en sus funciones

Categoría	Nº	%
Siempre	6	15
Casi siempre	1	2,5
Algunas veces	16	40
Rara vez	11	27,5
Nunca	6	15
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 03
Cuestionario ítem 3



Fuente: Cuadro N° 03

En el cuadro y gráfico N° 03, en relación al indicador: “La práctica de la honestidad de los representantes estudiantiles genera confianza en sus funciones”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (40%) y rara vez (27,5%) los representantes estudiantiles mediante

la práctica de la honestidad, generan confianza en sus funciones; además un sector considerable afirma que nunca generan confianza en sus funciones (7,5%).

Al igual que los cuadros anteriores, por el simple hecho de que los estudiantes universitarios no perciban que sus compañeros dirigentes son honestos, entonces ello repercute tanto hasta en el supuesto hecho de que si los dirigentes fueran honestos sus compañeros no confiarían en ello, porque la situación de deshonestidad a calado profundamente en la percepción estudiantil.

5.1.2 PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE LA TRANSPARENCIA EN LAS ACCIONES QUE REALIZAN LOS DIRIGENTES ESTUDIANTILES

Moscovici (2009) la representación social es una modalidad particular de la acción, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psico-sociales gracias a las cuales los hombres hacen inteligible de la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación

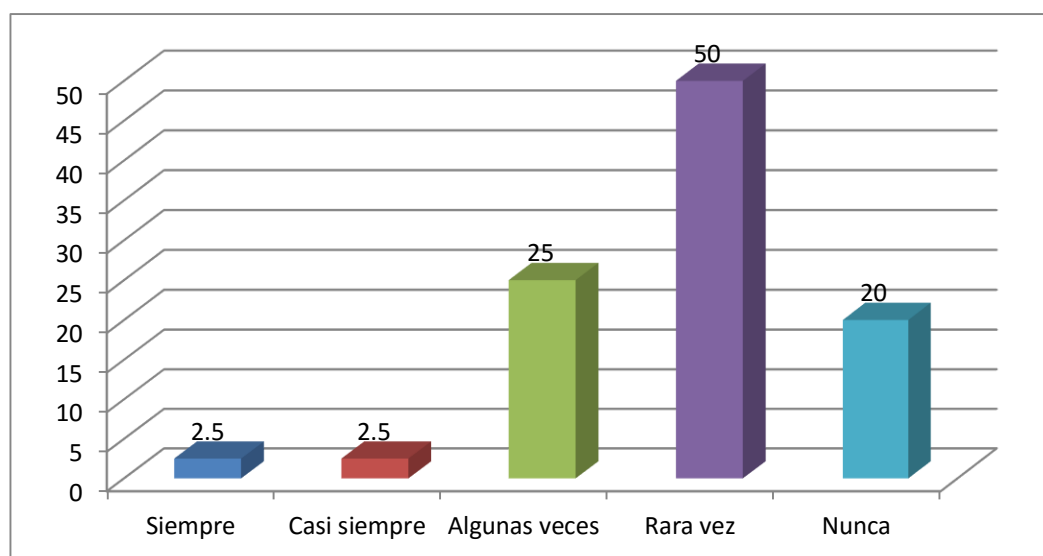
(gutierrez, 2015) La transparencia es una necesidad constante de la sociedad por conocer las reglas, normas y procedimientos de los funcionarios en sus diferentes cargos. Es sinónimo de confianza y libertad entre las diferentes dependencias gubernamentales y la sociedad.

Cuadro 4. Los representantes estudiantiles fiscalizan de manera transparente el manejo de los recursos económicos de la universidad

Categoría	N°	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	1	2,5
Algunas veces	10	25
Rara vez	20	50
Nunca	8	20
TOTAL	40	100

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 04
Cuestionario ítem 4



Fuente: Cuadro N° 04

En el cuadro y gráfico N° 04, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles fiscalizan de manera transparente el manejo de los recursos económicos de la universidad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (25%) y rara vez (50%) los representantes estudiantiles fiscalizan de manera transparente el manejo de los

recursos económicos de la universidad; además un sector considerable afirma que nunca fiscalizan de manera transparente (20%).

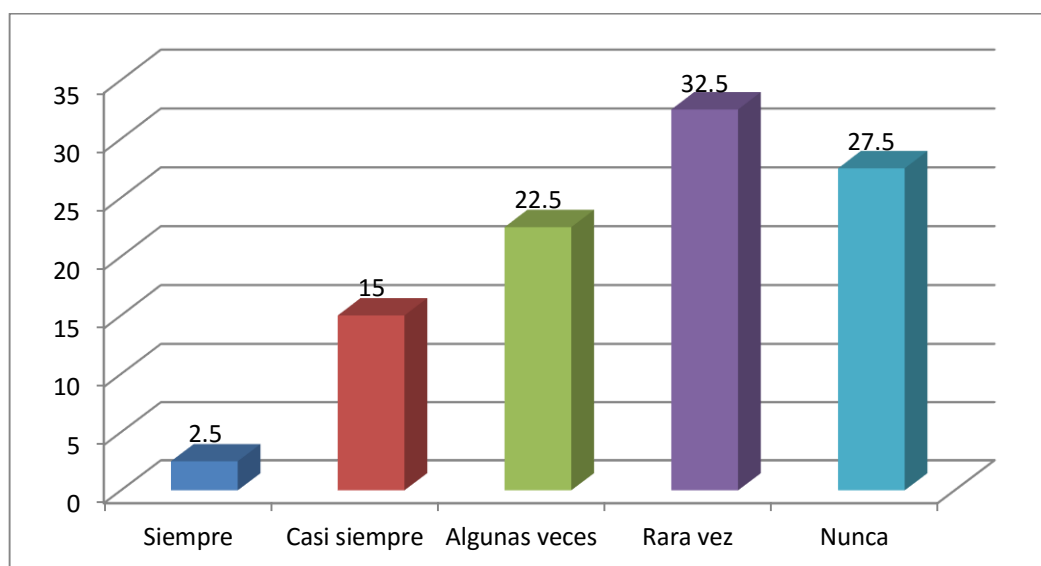
Se aprecia que los estudiantes dirigentes no manejan los recursos de modo adecuado, algunas veces son transparentes, pero esta transparencia se debe a procesos fiscalizadores que en su momento se dan, pero si no se dieran de igual modo los manejos serían completamente irregulares.

Cuadro 5. La toma de decisiones que se realiza es transparente

Categoría	Nº	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	6	15
Algunas veces	9	22,5
Rara vez	13	32,5
Nunca	11	27,5
TOTAL	40	100

Fuente: Guía de entrevista

Gráfico N° 05
Cuestionario ítem 5



Fuente: Cuadro N° 05

En el cuadro y gráfico N° 05, en relación al indicador: “La toma de decisiones que se realiza es transparente”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (22,5%) y rara vez (32,5%) los representantes estudiantiles toman decisiones que son transparentes; sin embargo, un sector considerable afirma que nunca toman decisiones de modo transparente (27,5%).

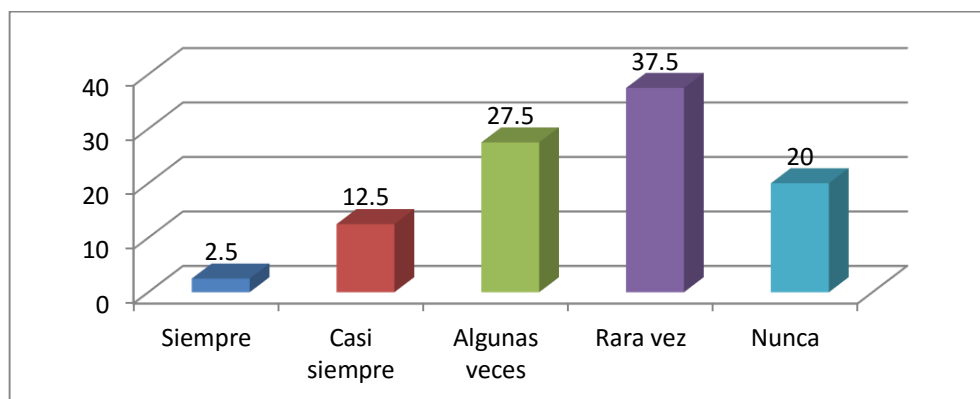
Muchas veces la toma de decisiones no es democrática sino autoritaria o ejecutada en grupos cerrados, ello repercute en la falta de transparencia de los estudiantes.

Cuadro 6. Las acciones de los representantes estudiantiles son transparentes

Categoría	N°	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	5	12,5
Algunas veces	11	27,5
Rara vez	15	37,5
Nunca	8	20
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 06
Cuestionario ítem 6



Fuente: Cuadro N° 06

En el cuadro y gráfico N° 06, en relación al indicador: “Las acciones de los representantes estudiantiles son transparentes”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (27,5%) y rara vez (37,5%) los representantes estudiantiles realizan acciones que son transparentes; sin embargo, un sector considerable afirma que dichas acciones nunca son transparentes (20%).

Esta apreciación de los estudiantes de lleno significa que los estudiantes dirigentes tienen una debilidad profunda que es que sus acciones no son ejemplo o modelo a seguir, por lo contrario son signo de debilidad y sobretodo de deshonestidad.

5.1.3 PERCEPCIONES SOBRE COMO LA PRÁCTICA DE LA SINCERIDAD GENERA CONFIANZA EN LAS FUNCIONES DE LOS DIRIGENTES ESTUDIANTILES

Para Mead (1984) "Conciencia" es un término sumamente ambiguo. A menudo uno identifica la conciencia con cierto algo que existe en determinadas condiciones y no existen en otras. Se la encara de la manera más natural, suponiendo que es algo que sucede en ciertas condiciones del organismo; algo, pues, que puede ser concebido como paralelo a ciertos fenómenos del sistema nervioso, pero no paralelo a otros. Parece no haber conciencia ninguna que responda a, los procesos motores como tales; la conciencia que tenemos de nuestra acción es de tipo sensorial y responde a la corriente que viene de los nervios sensoriales que son afectados por la contracción de los músculos. No tenemos conciencia de los procesos motores, pero poseemos un proceso sensorial que corre paralelo a ellos.

(Richard, 2013, pág. 1) La sinceridad es una actitud que las personas pueden tener para enfrentar su vida y que se caracteriza por la honestidad y la utilización de la verdad en todos los ámbitos de la vida cotidiana. La sinceridad es uno de los elementos o de los valores más importantes y más loables de una

persona ya que se basa en ser y actuar tal como uno es, siente o piensa, dejando de lado todo tipo de fingimientos o hipocresías.

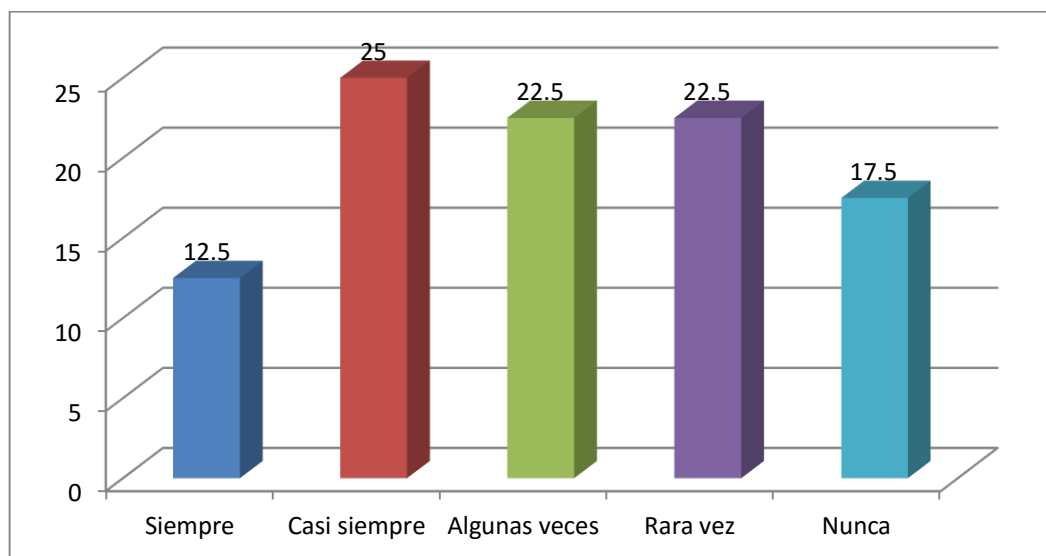
El concepto de Confianza (R.A.L.E, 2013) Para la psicología social y la sociología, la confianza es una hipótesis que se realiza sobre la conducta futura del prójimo. Se trata de una creencia que estima que una persona será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determina situación.

Cuadro 7. La sinceridad de los representantes estudiantiles genera confianza en la población estudiantil

Categoría	N°	%
Siempre	5	12,5
Casi siempre	10	25
Algunas veces	9	22,5
Rara vez	9	22,5
Nunca	7	17,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 07
Cuestionario ítem 7



Fuente: Cuadro N° 07

En el cuadro y gráfico N° 07, en relación al indicador: “La sinceridad de los representantes estudiantiles genera confianza en la población estudiantil”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que casi siempre (25%), algunas veces (22,5%) y rara vez (22,5%) los representantes estudiantiles practican la sinceridad que genera confianza en la población estudiantil; sin embargo, un sector considerable afirma que nunca la sinceridad genera confianza (17,5%). Lo que implica que este porcentaje considera que los representantes estudiantiles no practican el valor sinceridad.

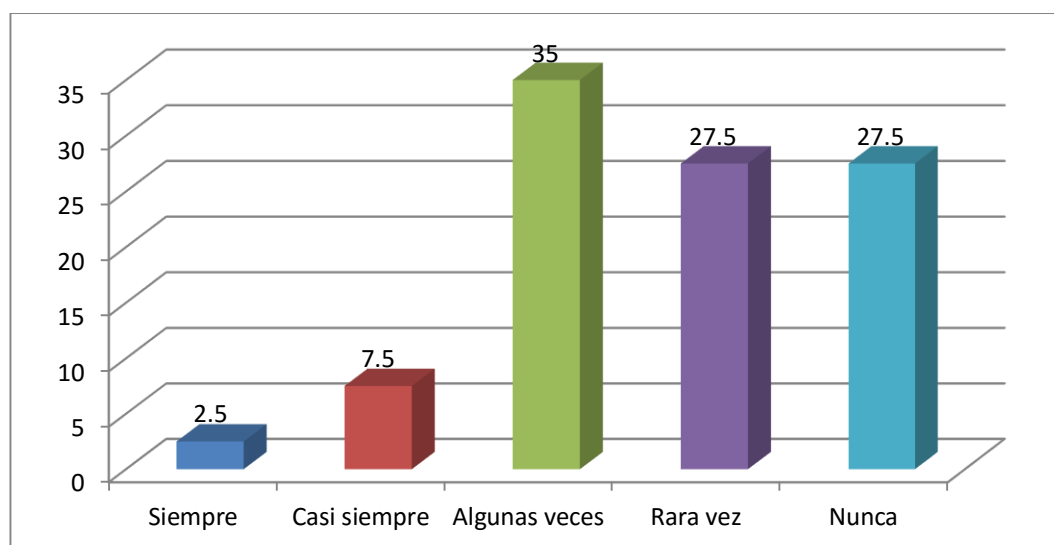
Esta apreciación de los estudiantes está relacionado al hecho de que muchas promesas o compromisos de acciones anteriores no son cumplidos en su momento sea por causas justificables o por mala saña de los estudiantes, esta situación hace que los dirigentes mientan y sean poco sinceros.

Cuadro 8. Las expresiones de los representantes estudiantiles son sinceras

Categoría	N°	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	3	7,5
Algunas veces	14	35
Rara vez	11	27,5
Nunca	11	27,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 08
Cuestionario ítem 8



Fuente: Cuadro N° 08

Interpretación de los resultados: en el cuadro y gráfico N° 09, en relación al indicador: “Las expresiones de los representantes estudiantiles son sinceras”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (35%) y rara vez (27,5%) los representantes estudiantiles tienen expresiones que son sinceras; empero, un sector considerable afirma que sus expresiones nunca son sinceras (27,5%).

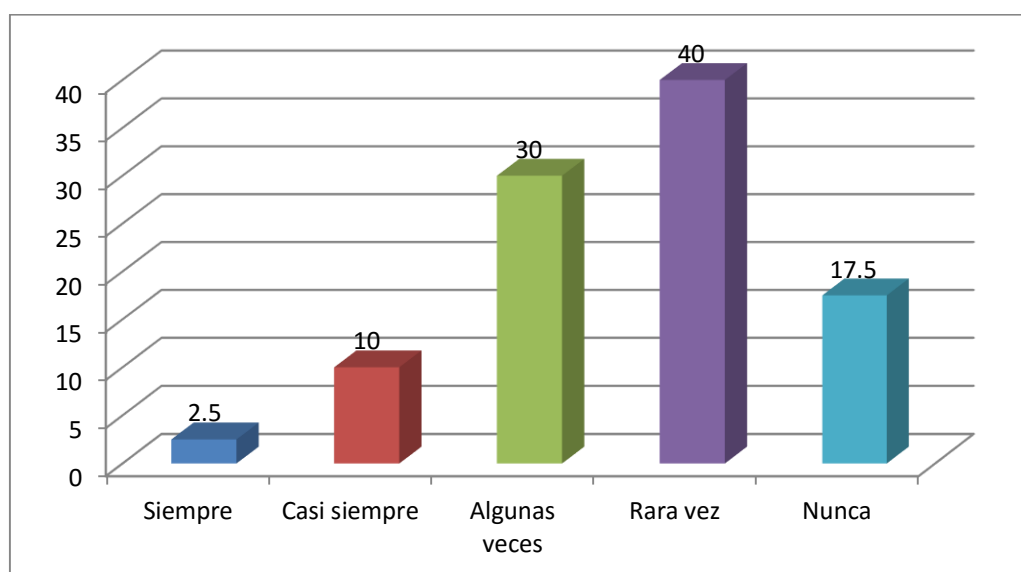
Las expresiones de los estudiantes dirigentes no son del todo sinceras sobre todo cuando se trata de prometer, el afán por querer persuadir a sus compañeros universitarios utilizan estrategias verbales y de oratoria que no les permite presentar o exteriorizar expresiones sinceras.

Cuadro 9. Los representantes estudiantiles se comunican con sinceridad

Categoría	Nº	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	4	10
Algunas veces	12	30
Rara vez	16	40
Nunca	7	17,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 09
Cuestionario ítem 9



Fuente: Cuadro N° 09

Interpretación de los resultados: en el cuadro y gráfico N° 09, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles se comunican con sinceridad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (30%) y rara vez (40%) los representantes estudiantiles se comunican con sinceridad; empero, un sector considerable afirma que nunca se comunican con sinceridad (17,5%).

En la mayoría de casos los estudiantes o representantes estudiantiles no transmiten mensajes que presenten verdad, por lo contrario, están deslegitimados desde el inicio por sus mensajes y promesas demagógicas.

5.2. PERCEPCIONES SOBRE COMO LA PRÁCTICA DE LA VERDAD GENERA CREDIBILIDAD Y SEGURIDAD EN LAS FUNCIONES DIRIGENCIALES

5.2.1. PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE CUMPLIMIENTO DE PROMESAS Y LA CONFIANZA EN LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Rodríguez (1990, pág. 104) Pragmatismo, es una corriente filosófica que surgió a finales del siglo XIX en los Estados Unidos. Esta doctrina, se caracterizó por la búsqueda de las consecuencias prácticas del pensamiento. El pragmatismo sitúa el criterio de verdad en la eficacia y valor del pensamiento para la vida. Se opone, por lo tanto, a la filosofía que sostiene que los conceptos humanos representan el significado real de las cosas. En conclusión el pragmatismo es una doctrina filosófica que considera que el único medio de juzgar la verdad de una doctrina moral, social, religiosa o científica consiste en considerar sus efectos prácticos.

Richard (2013) La Verdad suele definirse como la conformidad existente entre lo que se expresa y la situación real de algo o el concepto real que se tiene acerca de un tema. La verdad se hace evidente mediante un sistema de falsación que, llevado a sus últimas consecuencias, demuestra como las proposiciones que hemos tomado en cuenta y que nos motivaron en origen, son esenciales y necesarias para conocer si la firme convicción torna en verdad o no, dependiendo si el objetivo inicial se cumple en el acto final. Mientras las proposiciones no sean falsables, quedan dentro del ámbito de la lógica y la razón.

El concepto de Confianza (R.A.L.E, 2013) Para la psicología social y la sociología, la confianza es una hipótesis que se realiza sobre la conducta futura

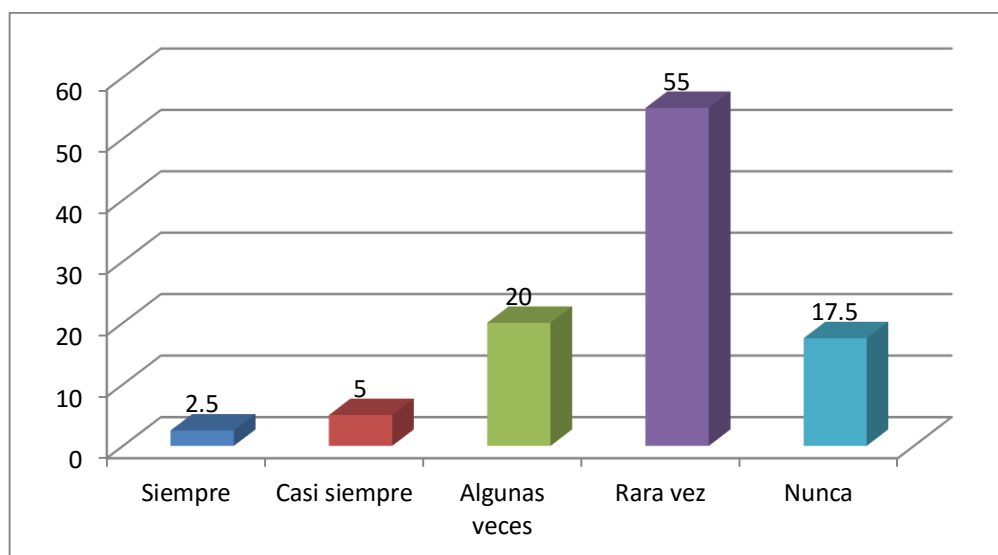
del prójimo. Se trata de una creencia que estima que una persona será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determina situación.

Cuadro 10. Los representantes estudiantiles cumplen sus promesas

Categoría	N°	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	2	5
Algunas veces	8	20
Rara vez	22	55
Nunca	7	17,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 10
Cuestionario ítem 10



Fuente: Cuadro N° 10

En el cuadro y gráfico N° 10, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles cumplen sus promesas”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (20%) y rara vez (55%) los

representantes estudiantiles cumplen sus promesas; en cambio, un sector importante afirma que nunca cumplen dichas promesas (17,5%).

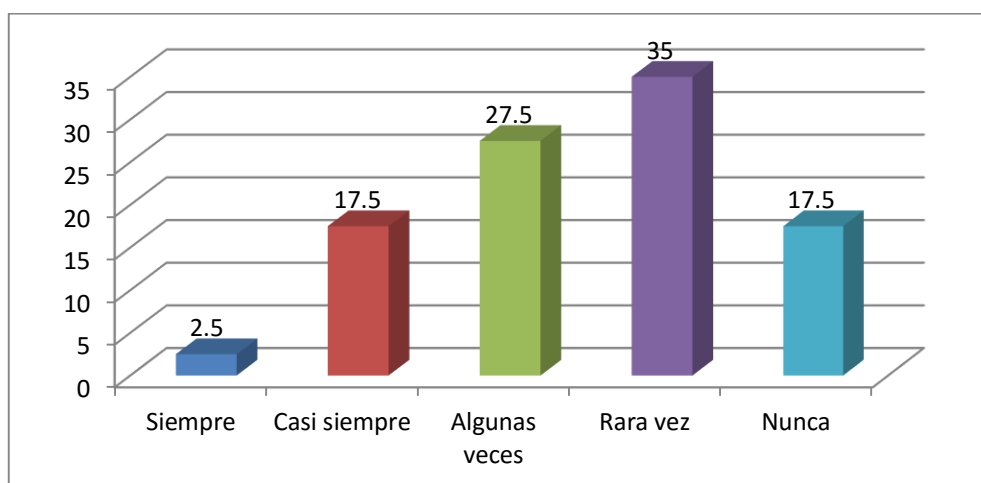
Los representantes estudiantiles, en la mayoría de casos no cumplen lo que prometen, esta situación profundiza la desconfianza de sus compañeros estudiantes y hasta de sus docentes, porque los deslegitima.

Cuadro 11. Las promesas ofrecidas de los representantes estudiantiles generan confianza

Categoría	Nº	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	7	17,5
Algunas veces	11	27,5
Rara vez	14	35
Nunca	7	17,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 11
Cuestionario ítem 11



Fuente: Cuadro N° 11

En el cuadro y gráfico N° 11, en relación al indicador: “Las promesas ofrecidas de los representantes estudiantiles generan confianza”, se observa que

los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (27,5%) y rara vez (35%) los representantes estudiantiles cuando prometen generan confianza; en cambio, un sector importante afirma que nunca generan confianza al realizar promesas (17,5%).

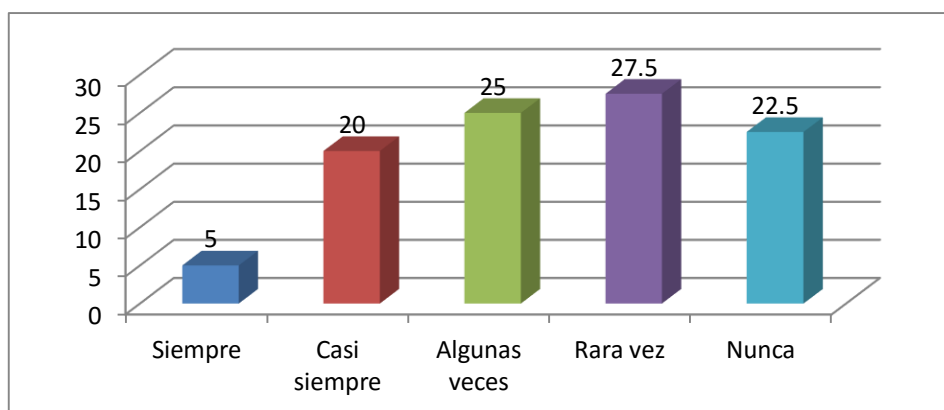
Algunas veces causan una buena impresión, cuando se trata de actividades en los que participan casi todos y están involucrados docentes y autoridades, pero si sólo participan unos cuantos estudiantes, entonces no generan confianza.

Cuadro 12. El cumplimiento de promesas de los representantes estudiantiles fortalece la confianza

Categoría	Nº	%
Siempre	2	5
Casi siempre	8	20
Algunas veces	10	25
Rara vez	11	27,5
Nunca	9	22,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12
Cuestionario ítem 12



Fuente: Cuadro N° 12

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 12, en relación al indicador: “El cumplimiento de promesas de los representantes estudiantiles fortalece la confianza”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (25%) y rara vez (27,5%) los representantes estudiantiles cuando cumplen lo que prometen generan confianza; en cambio, un sector importante afirma que nunca generan confianza al cumplir promesas (22,5%).

Por simple lógica debiera de fortalecer la confianza. En realidad tanto a calado las malas acciones de los dirigentes que este fortalecimiento es mínimo, pero si se practicara el cumplimiento constante seguramente se consolidaría fuertemente la confianza.

5.2.2. PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DEL COMPAÑERISMO Y LEALTAD DE LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Richard (2013) Se utiliza el término compañerismo para designar a un tipo de relación o vínculo que se establece entre compañeros y que tiene como características principales las actitudes de bondad, respeto y confianza entre los miembros que son parte de ella. El compañerismo es especialmente característico de cierto tipo de vínculos como por ejemplo las relaciones fraternales, las relaciones de camaradas laborales, los compañeros escolares, etc.

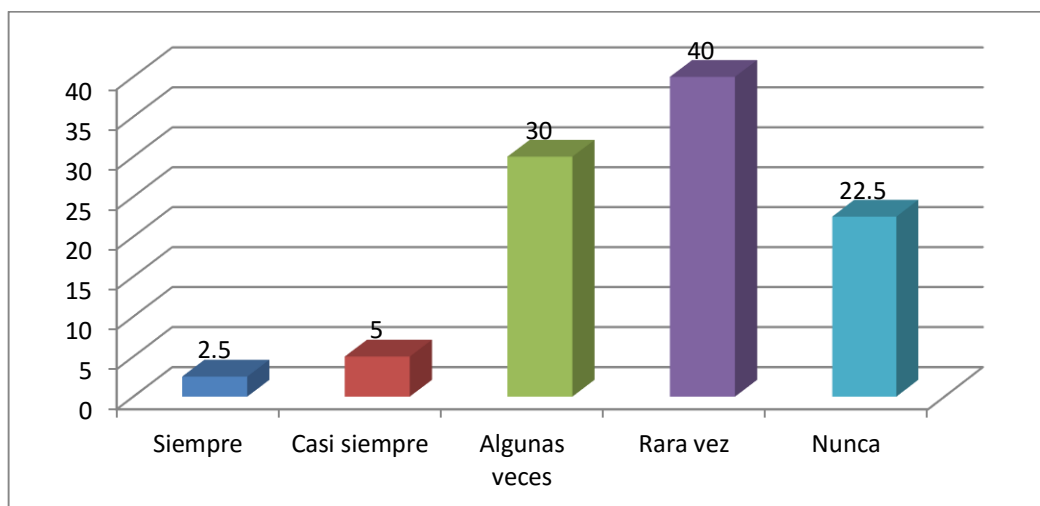
Richard (2013) La sinceridad es una actitud que las personas pueden tener para enfrentar su vida y que se caracteriza por la honestidad y la utilización de la verdad en todos los ámbitos de la vida cotidiana. La sinceridad es uno de los elementos o de los valores más importantes y más loables de una persona ya que se basa en ser y actuar tal como uno es, siente o piensa, dejando de lado todo tipo de fingimientos o hipocresías.

Cuadro 13. Los representantes estudiantiles tienen correspondencia con los estudiantes

Categoría	N°	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	2	5
Algunas veces	12	30
Rara vez	16	40
Nunca	9	22,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 13
Cuestionario ítem 13



Fuente: Cuadro N° 13

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 13, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles tienen correspondencia con los estudiantes”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (30%) y rara vez (40%) los representantes

estudiantiles tienen correspondencia con sus compañeros; en cambio, un sector importante afirma que nunca generan correspondencia con los estudiantes (22,5%).

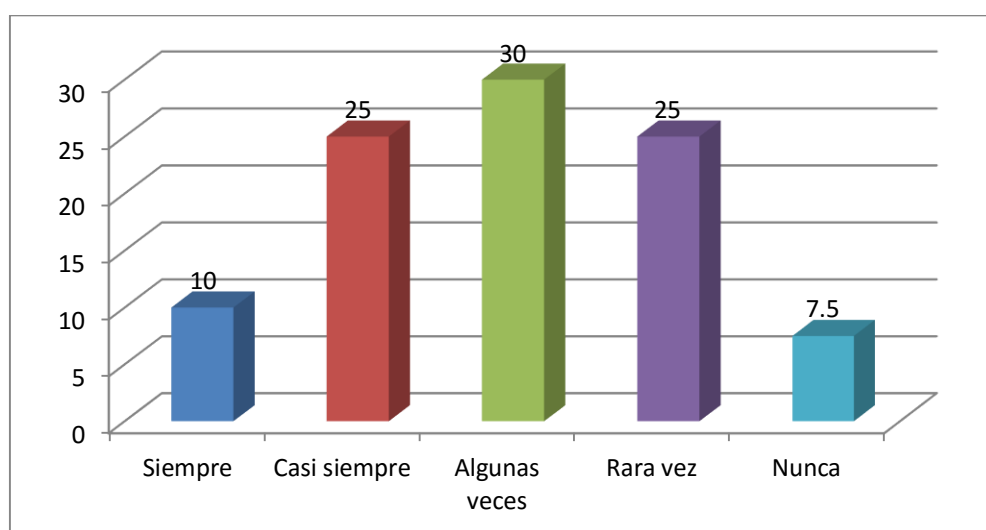
La correspondencia con los estudiantes sólo se da en gran medida en situaciones y coyunturas electorales o cuando los intereses de grupos cerrados están en juego, pero cuando se trata del beneficio de los estudiantes, rara vez existe esta correspondencia.

Cuadro 14. Hay buena armonía entre los estudiantes y los representantes estudiantiles

Categoría	Nº	%
Siempre	4	10
Casi siempre	10	25
Algunas veces	12	30
Rara vez	10	25
Nunca	3	7,5
TOTAL	39	97,5

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 14
Cuestionario ítem 14



Fuente: Cuadro N° 14

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 14, en relación al indicador: “Hay buena armonía entre los estudiantes y los representantes estudiantiles”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (30%) y rara vez (25%) existe dicha armonía; en cambio, un sector importante afirma que casi siempre existe armonía (25%).

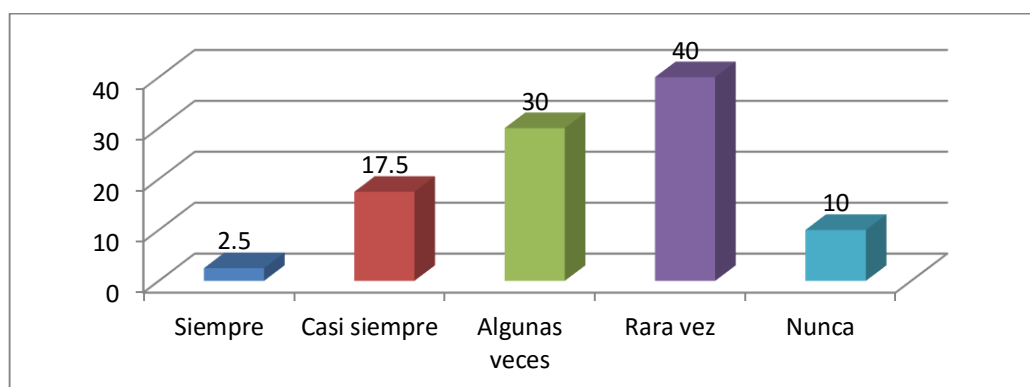
Al igual que el cuadro y gráfico anterior, la armonía está presente en algunos casos, pero debido a que no perjudica su estabilidad académica o no los afecta directamente, aunque las acciones de los malos representantes a la larga afecta a todos los estudiantes.

Cuadro 15. Los representantes estudiantiles se vinculan con todos los estudiantes

Categoría	N°	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	7	17,5
Algunas veces	12	30
Rara vez	16	40
Nunca	4	10
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 15
Cuestionario ítem 15



Fuente: Cuadro N° 15

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 15, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles se vinculan con todos los estudiantes”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (30%) y rara vez (40%) los representantes estudiantiles no se vinculan con sus compañeros; en cambio, un sector importante afirma que casi siempre se vinculan con los estudiantes (17,5%).

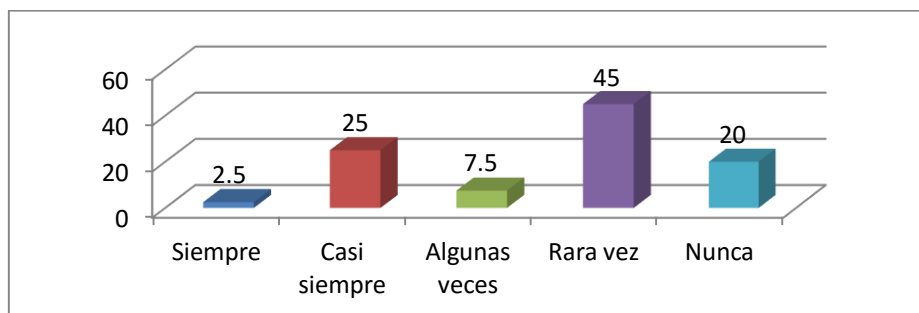
Rara vez se vinculan con todos los estudiantes, como se indicó, sobre todo en ocasiones y coyunturas electorales, porque están en juego los intereses particulares o de grupos cerrados que pretenden tener el control de los órganos de gobierno o bien de la universidad a través de sus autoridades.

Cuadro 16. Los representantes estudiantiles son leales a sus causas y principios

Categoría	N°	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	10	25
Algunas veces	3	7,5
Rara vez	18	45
Nunca	8	20
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 16
Cuestionario ítem 16



Fuente: Cuadro N° 16

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 16, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles son leales a sus causas y principios”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que casi siempre (25%) y rara vez (45%) los representantes estudiantiles son leales a sus causas y principios; en cambio, un sector importante afirma que nunca son leales (20%).

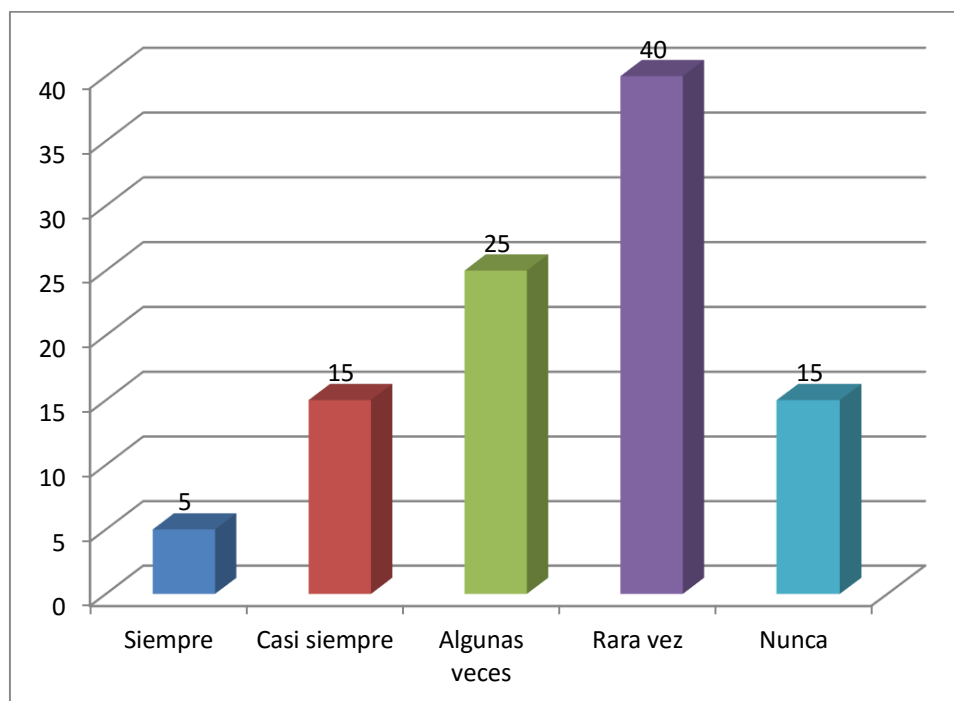
La mayoría no son leales a sus principios, por esta razón andan cambiando de nombre a sus partidos y casi nunca mantienen su línea ideológica firme, es más, no saben qué ideología practican.

Cuadro 17. Los representantes estudiantiles son leales a su movimiento político universitario

Categoría	N°	%
Siempre	2	5
Casi siempre	6	15
Algunas veces	10	25
Rara vez	16	40
Nunca	6	15
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 17
Cuestionario ítem 17



Fuente: Cuadro N° 17

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 17, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles son leales a su movimiento político universitario”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (25%) y rara vez (40%) los representantes estudiantiles son leales a sus movimientos políticos; en cambio, un sector importante afirma que nunca son leales (15%).

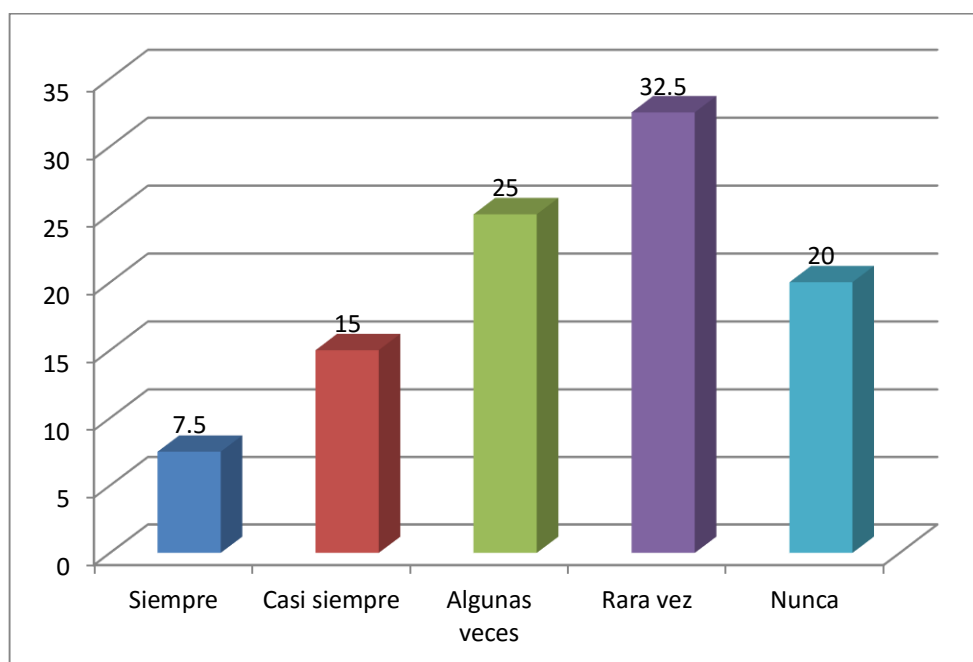
Al igual que el cuadro anterior, los representantes muchas veces se cambian de movimiento debido a que le ofrecieron alguna dádiva con la finalidad de beneficiar con algún voto al grupo opositor. Esta práctica es común y deslegitima la práctica de la política estudiantil, perjudicando a la gran mayoría.

Cuadro 18. Los representantes estudiantiles desempeñan con lealtad sus funciones y atribuciones

Categoría	N°	%
Siempre	3	7,5
Casi siempre	6	15
Algunas veces	10	25
Rara vez	13	32,5
Nunca	8	20
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 18
Cuestionario ítem 18



Fuente: Cuadro N° 18

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 18, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles desempeñan con lealtad sus

funciones y atribuciones”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (25%) y rara vez (32,5%) los representantes estudiantiles se desempeñan lealmente en cuanto a sus funciones y atribuciones; en cambio, un sector importante afirma que nunca se desempeñan lealmente (20%).

En la mayoría de casos no informan de sus acciones a sus compañeros que le dieron sus votos, es más trabajan para sus propios intereses.

5.1.1 PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE LA OBJETIVIDAD Y PRAGMATISMO EN LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Richard (2013) Imparcialidad con que se trata o se considera un asunto prescindiendo de las consideraciones y los criterios personales o subjetivos, para ello es necesario que no tengan intereses particulares que perjudiquen a terceros; en suma, tanto las acciones como las ideas deben tener carácter de objetividad.

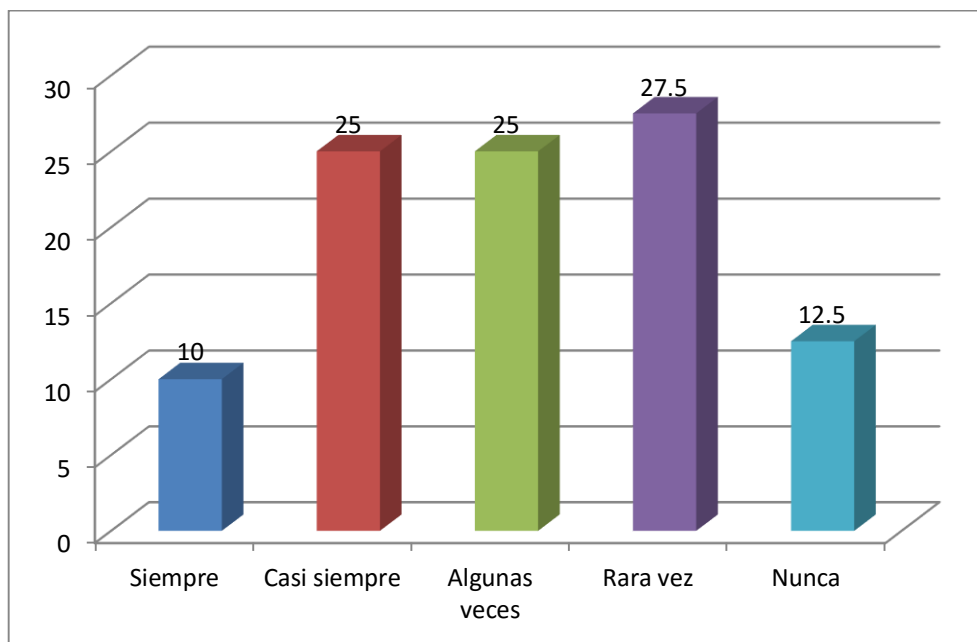
Richard (2013) Pragmatismo, es una corriente filosófica que surgió a finales del siglo XIX en los Estados Unidos. Esta doctrina, se caracterizó por la búsqueda de las consecuencias prácticas del pensamiento. El pragmatismo sitúa el criterio de verdad en la eficacia y valor del pensamiento para la vida. Se opone, por lo tanto, a la filosofía que sostiene que los conceptos humanos representan el significado real de las cosas. En conclusión el pragmatismo es una doctrina filosófica que considera que el único medio de juzgar la verdad de una doctrina moral, social, religiosa o científica consiste en considerar sus efectos prácticos.

Cuadro 19. Los representantes estudiantiles tienen intereses particulares

Categoría	N°	%
Siempre	4	10
Casi siempre	10	25
Algunas veces	10	25
Rara vez	11	27,5
Nunca	5	12,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 19
Cuestionario ítem 19



Fuente: Cuadro N° 19

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 19, en relación al indicador: “Los representantes estudiantiles tienen intereses particulares”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que casi

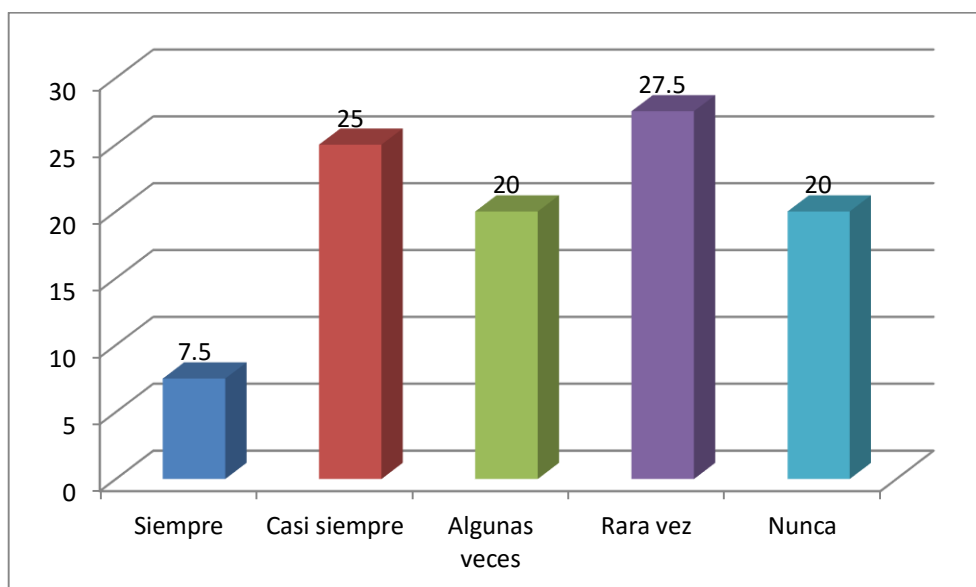
siempre (25%) algunas veces (25%) y rara vez (27,5%) los representantes estudiantiles tienen intereses particulares; en cambio, un sector importante afirma que nunca tienen intereses particulares (12,5%). Por supuesto que la mayoría de estudiantes que son representantes trabajan por sus propios intereses o bien por sus grupos que son cerrados percibiendo dádivas en muchas ocasiones no informando a sus compañeros de base ni a la comunidad universitaria en general.

Cuadro 20. Las acciones de los representantes estudiantiles tienen objetividad

Categoría	Nº	%
Siempre	3	7,5
Casi siempre	10	25
Algunas veces	8	20
Rara vez	11	27,5
Nunca	8	20
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 20
Cuestionario ítem 20



Fuente: Cuadro N° 20

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 20, en relación al indicador: “Las acciones de los representantes estudiantiles tienen objetividad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que casi siempre (25%), algunas veces (20%) y rara vez (27,5%) los representantes estudiantiles realizan acciones que tienen objetividad; en cambio, un sector importante afirma que nunca tienen objetividad (20%).

Existe un fuerte soporte de objetividad en algunos estudiantes pero ello no significa que generen confianza total, hasta cierta medida sí generan tal valor, pero se requiere algo más que la simple objetividad para generar la confianza manifestada.

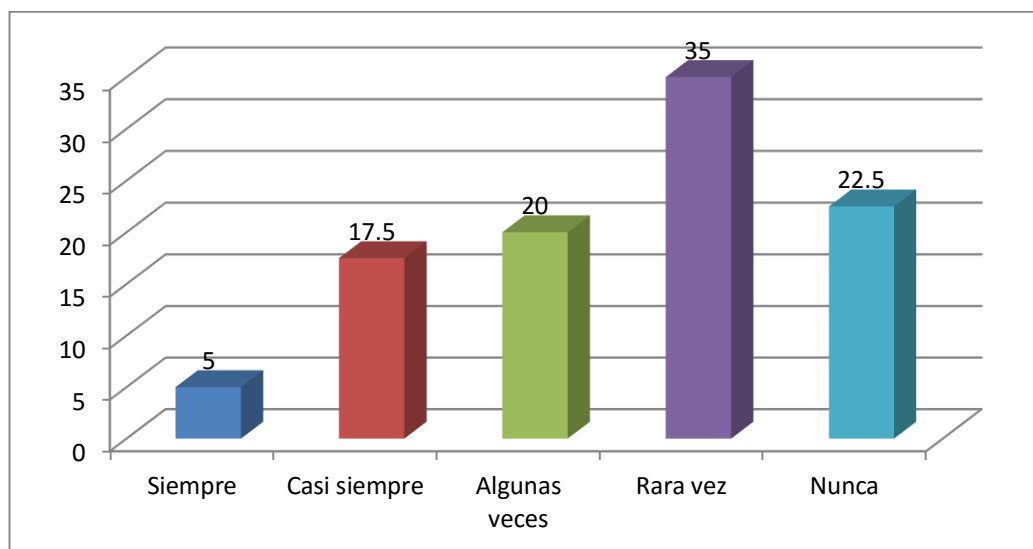
Cuadro 21. Las ideas de los representantes estudiantiles tienen objetividad

Categoría	N°	%
Siempre	2	5
Casi siempre	7	17,5
Algunas veces	8	20
Rara vez	14	35
Nunca	9	22,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 21

Cuestionario ítem 21



Fuente: Cuadro N° 21

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 21, en relación al indicador: “Las ideas de los representantes estudiantiles tienen objetividad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que algunas veces (20%) y rara vez (35%) los representantes estudiantiles exponen ideas que tienen objetividad; en cambio, un sector importante afirma que nunca tienen objetividad (27,5%).

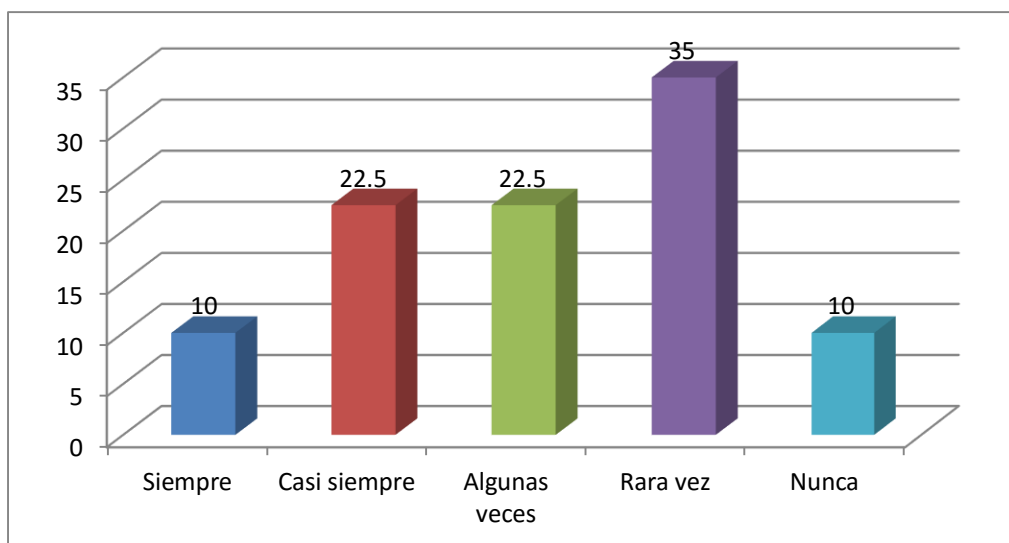
En algunas ocasiones sí tienen objetividad, pero en otras, se observa improvisación total y desinformación sobre determinados asuntos.

Cuadro 22. Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles tienen credibilidad

Categoría	N°	%
Siempre	4	10
Casi siempre	9	22,5
Algunas veces	9	22,5
Rara vez	14	35
Nunca	4	10
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 22
Cuestionario ítem 22



Fuente: Cuadro N° 22

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 22, en relación al indicador: “Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles tienen credibilidad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que casi siempre (22,5%), algunas veces (22,5%) y rara vez (35%) los

representantes estudiantiles en este aspecto tienen credibilidad; en cambio, un sector importante afirma que nunca tienen credibilidad (10%).

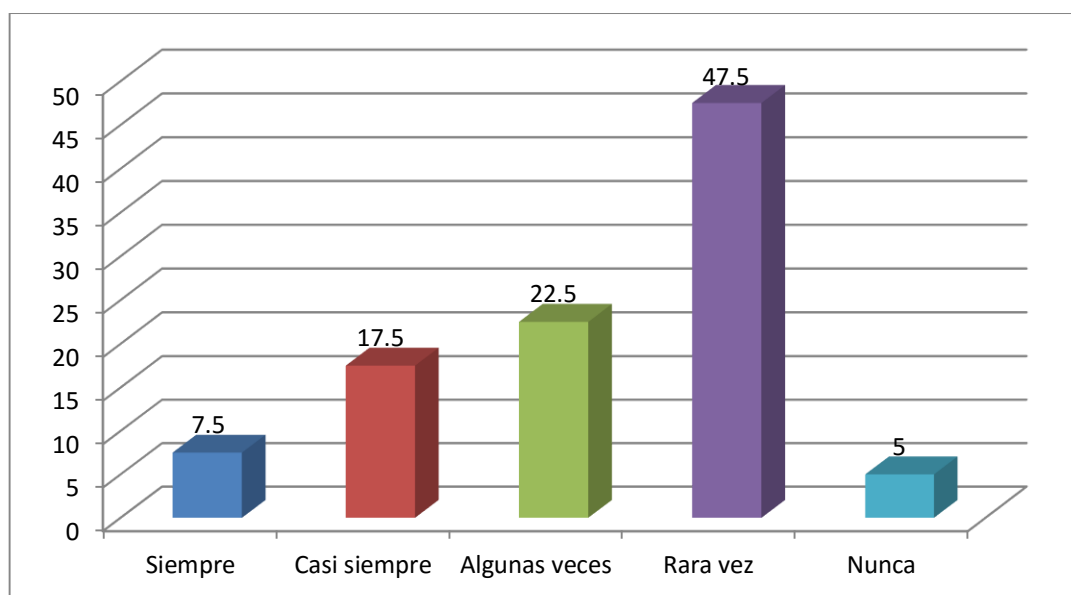
Por lo expuesto anteriormente, en la mayoría de casos los estudiantes han perdido credibilidad en todo sentido. Pero debe destacarse que algunos estudiantes sí presentan credibilidad debido a que académicamente se dedican a sus cursos, presentan y practican valores, pero ello no es muy bien visto por culpa de los demás representantes que hacen quedarlos mal.

Cuadro 23. Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles expresan el valor de la verdad

Categoría	Nº	%
Siempre	3	7,5
Casi siempre	7	17,5
Algunas veces	9	22,5
Rara vez	19	47,5
Nunca	2	5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 23
Cuestionario ítem 23



Fuente: Cuadro N° 23

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 23, en relación al indicador: “Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles expresan el valor de la verdad”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que casi siempre (17,5%), algunas veces (22,5%) y rara vez (47,5%) los representantes estudiantiles presentan acciones prácticas que expresan el valor de la verdad.

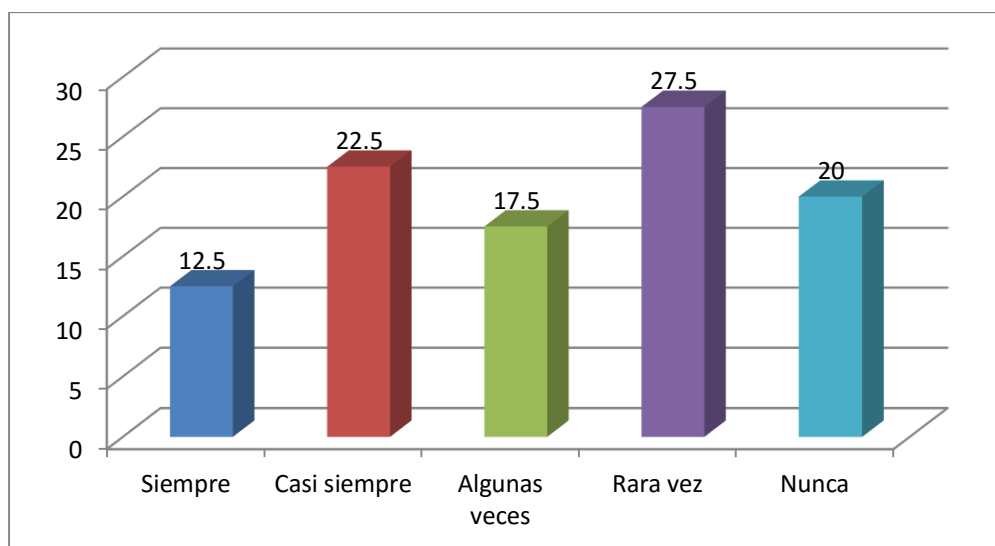
En algunas ocasiones sí, pero en la mayoría de casos no expresan el valor de la verdad, no son sinceros consigo mismos ni con los demás, incumplen sus promesas y no dan tregua a los malos actos.

Cuadro 24. Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles son correctas

Categoría	N°	%
Siempre	5	12,5
Casi siempre	9	22,5
Algunas veces	7	17,5
Rara vez	11	27,5
Nunca	8	20
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 24
Cuestionario ítem 24



Fuente: Cuadro N° 24

Interpretación de los resultados: En el cuadro y gráfico N° 24, en relación al indicador: “Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles son correctas”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que casi siempre (22,5), algunas veces (17,5%) y rara vez (27,5%) los representantes estudiantiles tienen acciones prácticas que son correctas; en cambio, un sector importante afirma que nunca son correctas (20%).

En algunos caso sus acciones sí son correctas pero en otros se equivocan sea por malas influencia o por decisión propia, esta última situación se da cuando los estudiantes actúan con malicia y a sabiendas de que lo que hacen está mal.

5.3. PERCEPCIONES SOBRE LA PRÁCTICA DE VALORES MORALES EN LOS REPRESENTANTES ESTUDIANTILES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO, PUNO – 2013

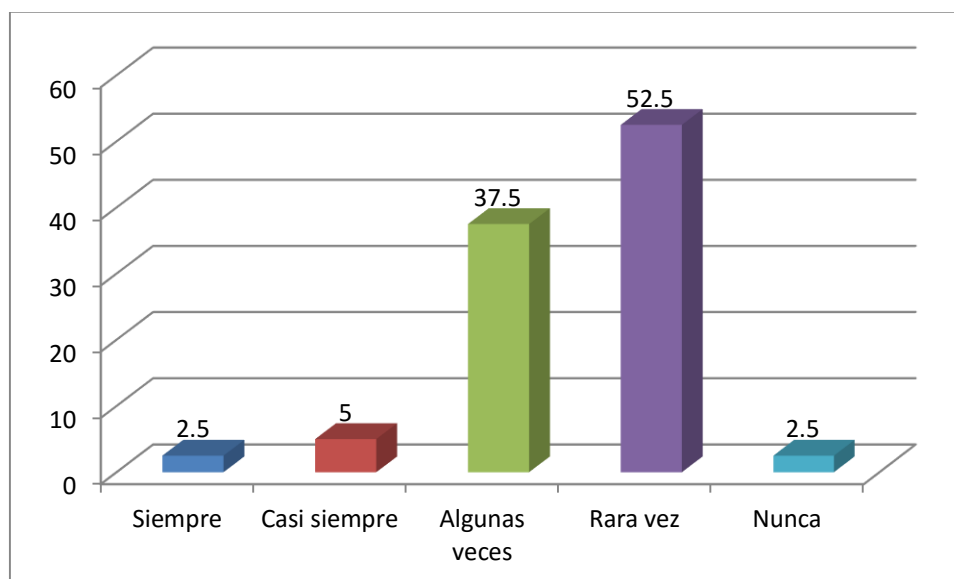
Canan (2011) señala que la percepción puede definirse como el conjunto de procesos y actividades relacionados con la estimulación que alcanza los sentidos, mediante los cuales obtenemos información respecto a nuestro entorno, las acciones que efectuamos en él y nuestros propios estados internos. Del mismo modo (Cortina, 2008) afirma que los valores Morales son cualidades o características de las personas que consideramos importantes para actuar correctamente y, favorecen la sociabilidad, son todas aquellas cuestiones que llevan al hombre a defender y crecer en su dignidad en cuanto persona, porque indefectiblemente el valor moral conducirá al hombre hacia el bien moral, que como sabemos, es aquello que lo perfecciona, lo completa y mejora.

Cuadro 25. En general percepciones sobre la práctica de valores morales

Categoría	Nº	%
Siempre	1	2,5
Casi siempre	2	5
Algunas veces	15	37,5
Rara vez	21	52,5
Nunca	1	2,5
TOTAL	40	100

Fuente: Elaboración propia

En general percepciones sobre la práctica de valores morales



Fuente: Cuadro Nº 25

Interpretación de los resultados: en el cuadro y gráfico Nº 01, en relación a las “Percepciones sobre la práctica de valores morales”, se observa que los estudiantes entrevistados, predominantemente, perciben que rara vez (52,5%) y algunas veces (37,5%) los representantes estudiantiles practican valores morales.

Se observa que no practican con integridad los valores señalados en todos los cuadros anteriores. Esta situación es preocupante y requiere un tratamiento o intervención a nivel de conciencias.

Estos resultados evidencian que existen limitaciones en cuanto a demostración de práctica de valores morales por parte de los representantes estudiantiles. Esta percepción se produce por las características generales con pésimos resultados de la representación política en puestos y cargos.

5.4. PRUEBA DE HIPÓTESIS

5.1.2 Hipótesis general

Ho: Las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano no son diferentes y heterogéneas

Ha: Las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano si son diferentes y heterogéneas

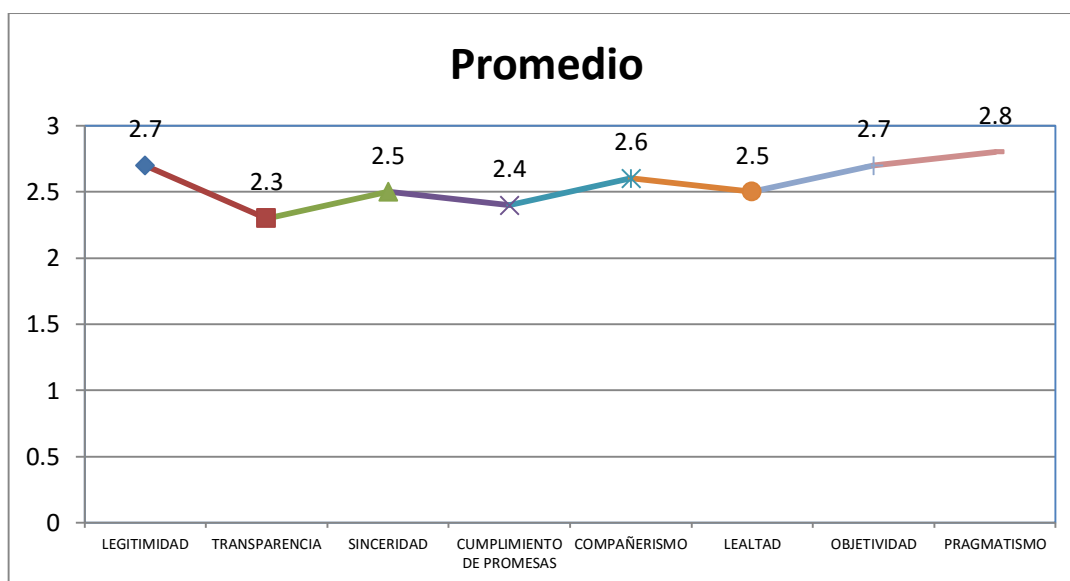
Cuadro 26. Resultados diferenciales de las dimensiones

Dimensión	Promedio
Honestidad	2,7
Transparencia	2,3
Sinceridad	2,5
Cumplimiento de promesas	2,4
Compañerismo	2,6
Lealtad	2,5
Objetividad	2,7
Verdad	2,8

Fuente: Anexo 2

Gráfico N° 26

Resultados diferenciales de las dimensiones



Fuente: Cuadro N° 26

De acuerdo al cuadro y gráfico N° 26, en relación a los resultados de las dimensiones, se observa que existen diferencias significativas y heterogeneidad, debido a que no existe ninguna similitud, exceptuando la dimensión de honestidad y objetividad que representan la categoría Algunas veces.

a) Regla de decisión

Los datos cuantitativos de las dimensiones de la investigación confirman un grado significativo de desigualdades; por lo tanto se confirma la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula; se concluye afirmando que las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles son diferentes y heterogéneas desde los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano.

PRUEBA DE HIPÓTESIS

5.1.3 Hipótesis específicas

Honestidad y confianza

Ho: La práctica de la honestidad no contribuye a generar mayor confianza en los representantes y sus funciones dirigenciales tampoco propicia mayor legitimidad en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Ha: La práctica de la honestidad contribuye a generar mayor confianza en los representantes y sus funciones dirigenciales, propiciando mayor legitimidad en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

Cuadro 27. Honestidad y su efecto en la legitimidad

Sujeto de investigación	X	Y	XY	X ²	Y ²	r	r ²
40	117	325	1034	397	2837	0,8039	0,646254

Fuente: Anexo N° 03

Donde:

X = Honestidad

Y = Legitimidad

Reemplazo de datos:

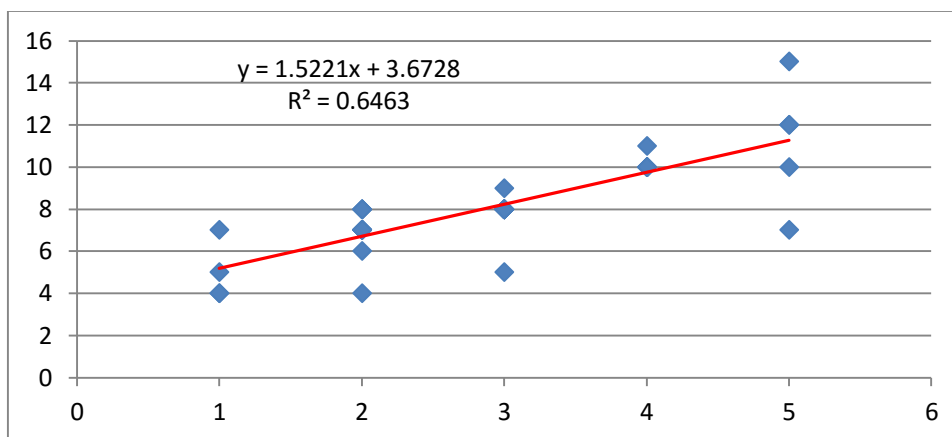
$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} =$$

$$r = \frac{40(117 * 325) - (117)(325)}{\sqrt{[40(397) - (117)^2][40(2837) - (325)^2]}} =$$

$$r = \frac{3335}{4148,5} = 0,8039$$

Gráfico N° 27

Dispersión de la honestidad y su efecto en la legitimidad



Fuente: Cuadro N° 27

a) Regla de decisión

$$GL = 40 - 2 = 38$$

$$\alpha = 0,05$$

$$rc = 0,8039$$

$$rt = 0,223 \text{ (Tabla de valores críticos de Kendall con dos colas) (Anexo 5)}$$

$rc > rt$ (relación objetiva es mayor que valor crítico), entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que la práctica de la honestidad contribuye a generar mayor confianza en los representantes y sus funciones dirigenciales, propiciando mayor legitimidad en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno. Por otro lado, la relación es positiva fuerte ubicada entre los intervalos: $0,8 \leq r < 1 = 0,8039$).

La dispersión de datos es positiva y el coeficiente de determinación (R^2) es 0,646, lo que significa que la legitimidad es explicada o se debe a la

honestidad en un 64,6%, mientras que la diferencia (35,4%) de la legitimidad se debe a otros factores. El valor 3,672 es el intercepto, es decir, indica el nivel promedio de las unidades de la honestidad cuando el nivel de legitimidad es cero (0). Es un modelo confiable porque el coeficiente de determinación (R^2) se acerca a la unidad (1) = 0,646

Verdad en la credibilidad y seguridad

Ho: La práctica de la verdad no genera espacios de credibilidad y seguridad en el manejo administrativo de las funciones y espacios dirigenciales de los representantes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno.

Ha: La práctica del valor de la verdad genera espacios de credibilidad y seguridad en el manejo administrativo de las funciones y espacios dirigenciales de los representantes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno.

Cuadro 28. Verdad y credibilidad en el manejo administrativo

Sujeto de investigación	X	Y	XY	X ²	Y ²	r	r ²
40	110	119	373	352	411	0,8615	0,742152

Fuente: Anexo N° 04

Donde:

X = Verdad

Y = Credibilidad

Reemplazo de datos:

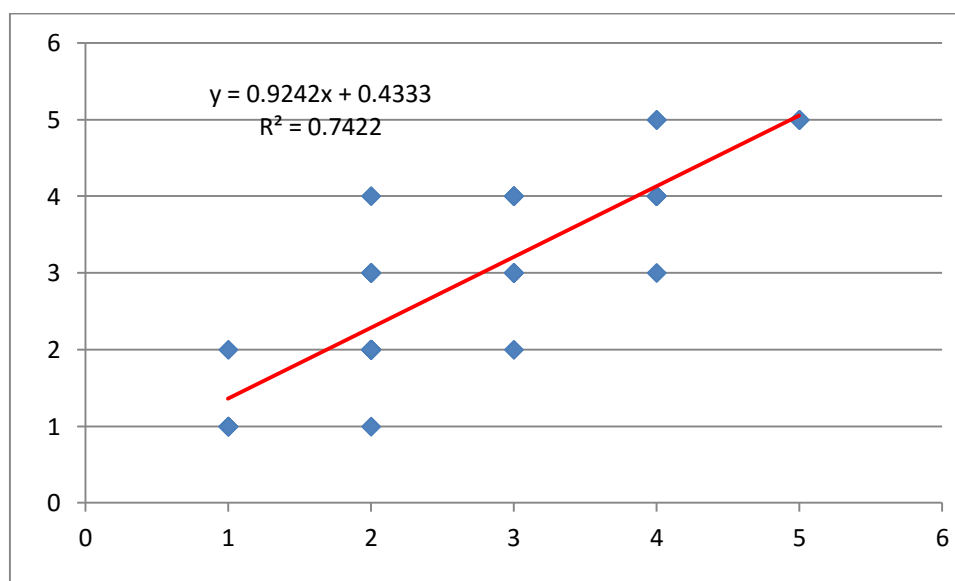
$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} =$$

$$r = \frac{40(110 * 119) - (110)(119)}{\sqrt{[40(352) - (110)^2][40(411) - (119)^2]}}$$

$$r = \frac{1830}{2124,2} = 0,8615$$

Gráfico N° 28

Dispersión de la honestidad y su efecto en la legitimidad



Fuente: Cuadro N° 28

a) Regla de decisión

$$GL = 40 - 2 = 38$$

$$\alpha = 0,05$$

$$r_c = 0,8615$$

$r_t = 0,223$ (Tabla de valores críticos de Kendall con dos colas) (**Anexo 5**)

$r > r_t$ (relación objetiva es mayor que valor crítico), entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que la práctica del valor de la verdad genera espacios de credibilidad y seguridad en el manejo administrativo de las funciones y espacios dirigenciales de los representantes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno. Por otro lado, la relación es positiva fuerte ubicada entre los intervalos: $0,8 \leq r < 1 = 0,8615$).

La dispersión de datos es positiva y el coeficiente de determinación (R^2) es 0,742, lo que significa que la credibilidad es explicada o se debe a la práctica del valor de la verdad en un 74,2%, mientras que la diferencia (25,8%) de la credibilidad se debe a otros factores. El valor 0,433 es el intercepto, es decir, indica el nivel promedio de las unidades de la práctica del valor de la verdad cuando el nivel de credibilidad es cero (0). Es un modelo confiable porque el coeficiente de determinación (R^2) se acerca a la unidad (1) = 0,74,2.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Las percepciones sobre la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano son diferentes y heterogéneas, debido a que no existe ninguna similitud, exceptuando la dimensión de honestidad y objetividad que representan la categoría Algunas veces (honestidad: 2,7 puntos; Transparencia: 2,3; Sinceridad: 2,5; Cumplimiento de promesas: 2,4; Compañerismo: 2,6; Lealtad: 2,5; Objetividad: 2,7; verdad: 2,8). Los resultados se acercan a las categorías cuantitativas de 2 y 3 puntos; de lo que se infiere que raras veces y algunas veces los representantes estudiantiles practican valores.

SEGUNDA: La práctica de la honestidad contribuye a generar mayor confianza en los representantes y sus funciones dirigenciales, propiciando mayor legitimidad en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, debido a que existe la relación entre variables es positiva fuerte ubicada entre los intervalos: $0,8 \leq r < 1 = 0,8039$); del mismo modo, la dispersión de datos es positiva y el coeficiente de determinación (R^2) es 0,646, lo que significa que la legitimidad es explicada o se debe a la honestidad en un 64,6%, mientras que la diferencia (35,4%) de la legitimidad se debe a otros factores.

TERCERA: La práctica del valor de la verdad genera espacios de credibilidad y seguridad en el manejo administrativo de las funciones y espacios dirigenciales de los representantes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, debido a que la relación es positiva fuerte ubicada entre los intervalos: $0,8 \leq r < 1 = 0,8615$); por otra parte la dispersión de datos es positiva y el coeficiente de determinación (R^2) es 0,742, lo que significa que la credibilidad es explicada o se debe a la práctica del valor de la verdad en un 74,2%, mientras que la diferencia (25,8%) de la credibilidad se debe a otros factores.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: A las autoridades universitarias, a los docentes, representantes estudiantiles y estudiantes, propicien espacios de información de la práctica de valores morales en los representantes estudiantiles, con la finalidad de que la representación tenga un nivel democrático y transparente en todas las esferas de la universidad, cuidando de situaciones poco honestas y empañadas.

SEGUNDA: A los representantes estudiantiles, practiquen la honestidad con la finalidad de contribuir y generar mayor confianza en sus funciones dirigenciales, propiciando mayor legitimidad en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno y de toda la universidad, preparándose para asumir responsabilidades fuera de la universidad y mejorar la función pública con la confianza de quienes depositaron sus votos.

TERCERA: A los representantes estudiantiles, practiquen el valor de la verdad para generar espacios de credibilidad y seguridad en el manejo administrativo de las funciones y espacios dirigenciales, de tal modo que quienes les confiaron responsabilidades, vuelvan a confiar y recomienden e informen a sus pares las tareas de representación que realizaron o realizan.

BIBLIOGRAFÍA

- Amitai, A. (2009). *Sociología de las organizaciones*. México: Caribe.
- Apaza, Z. (2004). *Nivel de participación estudiantil en los movimientos Políticos de la Universidad Nacional del Altiplano –Puno*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Arland, R. (2002). *Ética o Corrupción, el dilema del nuevo milenio*. Mendoza: Documento incluido dentro de la Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo.
- Balarezo, R. (2006). *Propuesta de un plan de mercadeo social para Incrementar el conocimiento y práctica de valores Éticos de los estudiantes secundarios del distrito de Miraflores. Lima, Perú*. Lima: San Marcos.
- Canan, A. J. (2011). La teoría McLuhaniana de la percepción.
- Cortina, A. (2008). *valores morales y comportamiento social*. España : Grill.
- Cou, C. (1996). valores humanos. *Monografias.com*
<http://www.monografias.com/trabajos15/valores-humanos/valores-humanos.shtml> , 03.
- Durkheim, E. (1895). *Las reglas del método sociológico*. México: Mac Graw Hill.
- gutierrez, t. (2015). *procuraduría general de justicia del estado. chiapas*:
<http://www.pgje.chiapas.gob.mx/Transparencia/>.
- Habermas, J. (1981). *Facticidad y validez*. Bruselas: JFD.
- Heifetz, R. (2007). *Liderazgo sin respuestas fáciles*. Buenos Aires: Paidós.
- hernandez, c. (2011). *ser humano, ser moral*. <http://valoresmorales-carmen.blogspot.com/>.
- Jiménez, J. (2010). *Valores morales y práctica política de los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San marcos*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San marcos.
- Korn, A. (1930). *Valoración humana y reacciones sociales*. Santiago de Chile: Zigzag.
- Leocata, S. (2007). *Valores morales en la práctica política*. Madrid: Cantabrias.

- Llamazares, I. (2000). *La democracia en America Latina*. Bogotá: Magisterio.
- Mead, G. (1984). *persona espíritu y sociedad*. México: Progreso.
- Moscovici, S. (2009). *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Ed. Huemul.
- Núñez, E. (1999). *Liderazgo Político*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Parent, J. (2004). *Universidad y humanidad, una lectura de las relaciones políticas*. México: Mc Graw Hill.
- R.A.L.E. (2013). *que es, significado y concepto*.
<http://definicion.de/confianza/#ixzz3j7RPzamQ>.
- Renate, M. (2011). *Sociología de las organizaciones*. Madrid: Gibraltar.
- Richard, R. (2013). *Diccionario de términos, recogidos por la Real Academia de la Lengua*. España: catedra.
- Rodriguez, M. L. (1990). *conocimiento y verdad en el pragmatismo de William james*. Enrahonar.
- Santisteban, S. (2005). *Juicios colectivos y antropología contemporánea*. Lima: Asamblea Nacional de Rectores.
- Scheler, M. (2006). *El formalismo en ética y ética material de los valores*. México: Mc Graw Hill.
- Yarce, J. (2002). *cátedra liderazgo siglo XXI*. Buenos Aires: Instituto Latinoamericano de Liderazgo.
- Yarce, J. (2002). *el lider se hace*. bogota: ILL.

ANEXOS

ANEXO N° 01

GUIA DE ENTREVISTA

PERCEPCIÓN SOBRE LA PRÁCTICA DE VALORES EN LOS REPRESENTANTES DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO

1. DATOS GENERALES:

NOMBRES				
EDAD		SEX O	MASCULINO	FEMENINO
LUGAR				
ESCUELA PROFESIONAL				
SEMESTRE		CONDICION DE ALUMNO	REGULAR	TERCIO SUPERIOR

Lea atentamente las afirmaciones y responda Marcando con un aspa la respuesta que mejor considere según su percepción

2. AFIRMACIONES	(5) Siempre	(4) Casi siempre	(3) Algunas veces	(2) Rara vez	(1) Nunca
Honestidad					
1.- Los representantes estudiantiles practican la honestidad.					
2.- La honestidad de los representantes estudiantiles contribuye a su legitimidad.					
3.- La práctica de la honestidad de los representantes estudiantiles genera confianza en sus funciones.					
Transparencia					
4.- Los representantes estudiantiles fiscalizan de manera transparente el manejo de los recursos económicos de la universidad.					
5.- Cree usted que la toma de decisiones se realiza de forma transparente.					
6.- las acciones de los representantes estudiantiles son transparentes.					
Sinceridad					
7.- La sinceridad de los representantes estudiantiles generan confianza en la población estudiantil.					
8.- Cree usted que las expresiones de los representantes estudiantiles son sinceras.					
9.- Los representantes estudiantiles se comunican con sinceridad.					
Cumplimiento de promesas					
10.- Los representantes estudiantiles cumplen sus promesas.					

11.- Las promesas ofrecidas por parte de los representantes estudiantiles generan confianza.					
12.- El cumplimiento de promesas de los representantes estudiantiles fortalecen la confianza.					
Compañerismo					
13.- Los representantes estudiantiles tienen correspondencia con los estudiantes.					
14.- Hay buena armonía entre los estudiantes y los representantes estudiantiles.					
15.- Los representantes estudiantiles se vinculan con todos los estudiantes.					
Lealtad					
16.- Los representantes estudiantiles son leales a sus causas y principios.					
17.- Los representantes estudiantiles son leales a su movimiento político universitario.					
18.- Los representantes estudiantiles desempeñan con lealtad sus funciones y atribuciones.					
Objetividad					
19.- los representantes estudiantiles tienen intereses particulares.					
20.- Las acciones de los representantes estudiantiles tienen objetividad.					
21.- Las ideas de los representantes estudiantiles tienen objetividad.					
Verdad					
22.- Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles tienen credibilidad.					
23.- Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles expresan el valor de la verdad.					
24.- Las acciones prácticas de los representantes estudiantiles son correctas.					

ANEXO N° 02

BASE DE DATOS GENERAL

LEGITIMIDAD	TRANSPARENCIA			SINCERIDAD		CUMPLIMIENTO DE PROMESAS			COMPañERIS MO			LEALTAD			OBJETIVIDAD			PRAGMATIS MO			
	D	IA	IA	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
2	3	3	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2
3	2	5	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	1
2	5	5	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	5	4	4	3	4	3
3	3	2	2	1	1	1	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1
2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	1	3	2	3	2	5	4	4	2	2	2
3	3	2	2	3	2	2	3	3	1	3	2	2	1	2	2	3	4	3	3	2	2
3	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	4	2	2	1	1	2
3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4
3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	3	2	4
1	1	5	2	1	5	1	4	5	2	2	2	1	2	1	4	4	2	2	2	2	1
3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	2

3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4
2	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	1	3	3	3	2
2	5	3	2	3	4	2	3	3	2	2	4	5	4	3	3	4	5	2	4
1	3	1	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	2	4	4	4	5
3	2	2	2	2	1	3	3	1	2	2	3	5	4	4	2	4	2	2	1
2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	1	2	3	4	3	3	4	2	1	3
2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	4	2	2	1	4	3	4	1
3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	1	2	3	4
3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	3
1	5	1	1	2	4	5	2	2	1	2	2	1	4	2	4	3	3	2	5
2	3	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	2	2	5	2	4	5	4
3	2	5	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	4
2	5	5	3	2	5	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	2	5	4
3	3	2	1	1	3	1	1	1	2	2	3	1	2	2	5	3	1	2	4
2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	3	1	2	4	2
3	3	2	2	4	2	2	3	2	2	3	1	3	2	1	4	3	3	5	5
3	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	4	2
3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	1	2	1	4
3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	4	3	2	1
1	3	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	3	2
3	2	2	2	2	1	3	3	1	2	2	3	2	5	4	2	2	3	2	2
3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	5	4	4	2	2	3	3	2
2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	1	2	2	3	3	2	3	1	2	2
2	4	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1
2	5	5	3	2	5	3	2	3	3	2	4	2	3	2	3	2	2	5	4
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	1	2	3	4	3	4	2	1	1	3
2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	3	4	3	1
3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	1	2	3	4
3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	5	5	5	3
1	5	1	1	2	4	5	2	2	1	2	2	1	4	2	4	3	3	2	5
2	3	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	2	2	5	2	4	5	4
3	2	5	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	4
2	5	5	3	2	5	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	2	5	4
3	3	2	1	1	3	1	1	1	2	2	3	1	2	2	5	3	1	2	4
2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	1	2	4	4
3	3	2	2	4	2	2	3	2	2	3	1	3	2	1	4	3	3	4	2
3	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	4	2
3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	1	2	1	4
3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	4	3	2	1
1	3	1	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	3	2
3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2	5	4	2	2	3	3	2
2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	1	2	3	4	4	2	2	3	2	2
2	2	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	1	2	5	3
2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	4	2	2	1	3	3	1	2
3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	1	2
2	3	3	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2
2,47	2,7	2,17	2,32	2,92	2,4	2,2	2,525	2,575	2,25	3,02	2,62	2,4	2,5	2,57	2,92	2,72	2,47	2,87	2,8
5	2,9	5	5	2,4	5	2,3	2,4	2,5	2,25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2,8
2,7			2,3		2,5		2,4		2,6		2,5		2,5		2,7		2,8		

ANEXO N° 03
BASE DE DATOS DE HONESTIDAD Y LEGITIMIDAD

N°	HONESTIDAD (X)	LEGITIMIDAD (Y)	XY	X ²	Y ²
1	3	8	24	9	64
2	4	10	40	16	100
3	5	12	60	25	144
4	3	8	24	9	64
5	3	8	24	9	64
6	3	8	24	9	64
7	2	8	16	4	64
8	4	10	40	16	100
9	2	7	14	4	49
10	1	7	7	1	49
11	2	8	16	4	64
12	2	6	12	4	36
13	2	4	8	4	16
14	4	11	44	16	121
15	3	9	27	9	81
16	5	15	75	25	225
17	2	8	16	4	64
18	5	10	50	25	100
19	3	5	15	9	25
20	2	7	14	4	49
21	2	7	14	4	49
22	1	4	4	1	16
23	4	10	40	16	100
24	3	8	24	9	64
25	5	7	35	25	49
26	3	8	24	9	64
27	4	10	40	16	100
28	5	12	60	25	144
29	3	8	24	9	64
30	3	8	24	9	64
31	3	8	24	9	64
32	2	8	16	4	64
33	4	10	40	16	100
34	2	7	14	4	49
35	1	5	5	1	25
36	2	7	14	4	49
37	2	7	14	4	49
38	1	4	4	1	16
39	4	10	40	16	100
40	3	8	24	9	64
TOTAL	117	325	1034	397	2837

ANEXO N° 04
BASE DE DATOS DEL VALOR DE VERDAD Y CREDIBILIDAD

N°	VERDAD (X)	CREDIBILIDAD (Y)	XY	X ²	Y ²
1	2	2	4	4	4
2	3	3	9	9	9
3	3	3	9	9	9
4	2	2	4	4	4
5	2	2	4	4	4
6	2	3	6	4	9
7	1	1	1	1	1
8	4	4	16	16	16
9	2	3	6	4	9
10	2	2	4	4	4
11	4	4	16	16	16
12	5	5	25	25	25
13	2	2	4	4	4
14	2	3	6	4	9
15	2	2	4	4	4
16	3	4	12	9	16
17	3	3	9	9	9
18	2	2	4	4	4
19	4	4	16	16	16
20	2	2	4	4	4
21	2	1	2	4	1
22	3	4	12	9	16
23	3	3	9	9	9
24	5	5	25	25	25
25	2	3	6	4	9
26	4	5	20	16	25
27	1	2	2	1	4
28	4	5	20	16	25
29	4	3	12	16	9
30	2	4	8	4	16
31	3	4	12	9	16
32	4	4	16	16	16
33	4	4	16	16	16
34	2	2	4	4	4
35	3	3	9	9	9
36	3	2	6	9	4
37	5	5	25	25	25
38	2	2	4	4	4
39	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1
TOTAL	110	119	373	352	411

ANEXO N° 05

VALORES CRÍTICOS DE KENDALL

Table A19 Table of Critical Values for Kendall's Tau

Critical values for both τ and S are listed in the table.

Two-tailed One tailed	.01		.02		.05		.10		.20	
	S	τ	S	τ	S	τ	S	τ	S	τ
4	8	1.000	8	1.000	8	1.000	6	1.000	6	1.000
5	12	1.000	10	1.000	10	1.000	8	.800	8	.800
6	15	1.000	13	.867	13	.867	11	.733	9	.600
7	19	.905	17	.810	15	.714	13	.619	11	.524
8	22	.786	20	.714	18	.643	16	.571	12	.429
9	26	.722	24	.667	20	.556	18	.500	14	.389
10	29	.644	27	.600	23	.511	21	.467	17	.378
11	33	.600	31	.564	27	.491	23	.418	19	.345
12	38	.576	36	.545	30	.455	26	.394	20	.303
13	44	.564	40	.513	34	.436	28	.359	24	.308
14	47	.516	43	.473	37	.407	33	.363	25	.275
15	53	.505	49	.467	41	.390	35	.333	29	.276
16	58	.483	52	.433	46	.383	38	.317	30	.250
17	64	.471	58	.426	50	.368	42	.309	34	.250
18	69	.451	63	.412	53	.346	45	.294	37	.242
19	75	.439	67	.392	57	.333	49	.287	39	.228
20	80	.421	72	.379	62	.326	52	.274	42	.221
21	86	.410	78	.371	66	.314	56	.267	44	.210
22	91	.394	83	.359	71	.307	61	.264	47	.203
23	99	.391	89	.352	75	.296	65	.257	51	.202
24	104	.377	94	.341	80	.290	68	.246	54	.196
25	110	.367	100	.333	86	.287	72	.240	58	.193
26	117	.360	107	.329	91	.280	77	.237	61	.188
27	125	.356	113	.322	95	.271	81	.231	63	.179
28	130	.344	118	.312	100	.265	86	.228	68	.180
29	138	.340	126	.310	106	.261	90	.222	70	.172
30	145	.333	131	.301	111	.255	95	.218	75	.172
31	151	.325	137	.295	117	.252	99	.213	77	.166
32	160	.323	144	.290	122	.246	104	.210	82	.165
33	166	.314	152	.288	128	.242	108	.205	86	.163
34	175	.312	157	.280	133	.237	113	.201	89	.159
35	181	.304	165	.277	139	.234	117	.197	93	.156
36	190	.302	172	.273	146	.232	122	.194	96	.152
37	198	.297	178	.267	152	.228	128	.192	100	.150
38	205	.292	185	.263	157	.223	133	.189	105	.149
39	213	.287	193	.260	163	.220	139	.188	109	.147
40	222	.285	200	.256	170	.218	144	.185	112	.144