



**SISTEMA INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE  
ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY**

**Valores y Actitudes de la Población  
de Nuevo León**

**Lic. Marcia Campos Serna  
Lic. Ma. Isabel Tejeira Troitiño**

*Cuadernos del Centro de Estudios Estratégicos*



**CENTRO DE ESTUDIOS ESTRATEGICOS**

Junio de 1992  
DR- JU92- 02

## INDICE

INTRODUCCION .....	1
ANTECEDENTES .....	2
I. ASPECTOS TEORICOS .....	3
II. VALORES Y ACTITUDES EN EL ESTADO DE NUEVO LEON .....	6
II.1 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA FAMILIA .....	9
II.2 LOS VALORES RELACIONADOS CON EL TRABAJO .....	15
II.3 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA RELIGION .....	19
II.4 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA SOCIEDAD Y LA PATRIA .....	22
II.5 LOS VALORES RELACIONADOS CON EL EXTERIOR DEL PAIS .....	26
II.6 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA POLITICA .....	29
III. CONCLUSIONES .....	31
APENDICE METODOLOGICO .....	33
GLOSARIO DE TERMINOS .....	35
BIBLIOGRAFIA .....	36

## INTRODUCCION

El presente estudio tiene como objetivo revisar y analizar los principales valores que conforman actualmente la manera de ser del neoleonés a fin de identificar hasta qué punto la población de Nuevo León muestra signos de cambios hacia una sociedad más avanzada o continúa siendo tradicionalista.

Se ha considerado de relevancia conocer el grado de permeabilidad de la sociedad neoleonés hacia cambios económicos y sociales en virtud de las posibilidades que enfrenta México de participar en un mercado global norteamericano con los Estados Unidos y Canadá.

La identidad de una sociedad se manifiesta en los valores y actitudes expresados por sus miembros en su comportamiento. El tipo de valores éticos, morales, religiosos, etc. predominantes, son los que conforman las características de una población. Si éstos son tradicionales o no, nos señalan el grado de penetración de otras culturas o el grado de permeabilidad hacia cambios provenientes del exterior.

Ante una situación económica de apertura hacia el exterior bajo la cual se acentuarán las relaciones de intercambio entre estos países es importante conocer cuál es la actitud del mexicano hacia los extranjeros, qué tipo de percepciones son las predominantes y hasta qué punto podrían ser un obstáculo en las relaciones con el exterior.

Ampliar el conocimiento de nuestras actitudes hacia valores como el trabajo, la familia, la religión y otros valores fundamentales, permite definir el perfil no solamente del individuo como ser humano sino como recurso económico del cual depende el éxito de la participación de México en el exterior.

Conscientes de que globalización implica no solamente intercambio de relaciones económicas sino la aportación del capital humano con sus capacidades e idiosincrasia debemos conocer el sentir y manera de ser de nuestros individuos para delinear lo mejor posible nuestras estrategias de competitividad internacional.

Lo anterior ha motivado al Centro de Estudios Estratégicos a realizar el análisis de los valores y actitudes en el estado de Nuevo León como una aportación al diagnóstico económico y social de la entidad.

## ANTECEDENTES

En relación a los valores y actitudes no existe una homogeneidad en cuanto su definición teórica y análisis empírico. Para algunos autores no pasan de ser manifestaciones de origen psicológico cuyas causas están más en factores de índole personal que social. Sin embargo para otros la asociación entre el estrato social al que se pertenezca y el comportamiento están directamente relacionados.

La conducta que asuma un grupo social es el reflejo de diversos factores que conforman sus valores y patrones culturales. La definición que se haga de los términos aquí empleados depende en gran medida del enfoque o teoría que se adopte.

Independientemente del enfoque que se asuma en el análisis de la conducta de una sociedad, lo cierto es que esta caracterización existe y se manifiesta en todos los órdenes. La conducta social obedece a la serie de valores y actitudes que predominan.

Otro elemento importante en el análisis de los valores es ¿qué se considera como "valor"? y ¿cómo pueden ser generalizados para un grupo social?

Lo anterior nos llevó en el presente estudio a adoptar un marco teórico que consideramos relevante para el caso de la sociedad mexicana y específicamente la neoleonense.

## I. ASPECTOS TEORICOS

Cuando nos referimos a valores que rigen una sociedad estamos haciendo alusión al esquema de percepciones que tienen los individuos en relación a otros individuos y al medio ambiente que les rodea. No existe un consenso teórico acerca de la definición de "valor", la connotación con que es manejado este concepto va desde el plano meramente biológico hasta el metafísico pasando por consideraciones morales y religiosas.

Uno de los primeros problemas que se enfrentan al abordar el estudio de los valores y actitudes es el conceptual, ¿qué es lo que se entiende por valor?, y ¿cómo se definen las actitudes?

De acuerdo a Milton Rokeach (Rokeach, 1973), valor es "la creencia perdurable de que una conducta específica o forma de vida es personal o socialmente preferible a otra", esto es, un valor es una creencia sobre la cual el hombre actúa por preferencias y donde se involucran tres componentes básicos: el conocimiento, el sentimiento y la conducta.

Son estos tres elementos los que en un momento determinado definen la conducta del individuo frente al mundo, para Rokeach son tres pasos que se siguen en la relación con el exterior:

- 1) primero, el conocimiento del objeto frente a nosotros; este conocimiento se mezcla con el aprendizaje que se tenga y el cual depende del entorno en que se viva, aquí se incluyen antecedentes étnicos, culturales y sociales;
- 2) en segundo lugar interviene el aspecto afectivo hacia el objeto, o sea que se provoca una reacción afectiva por parte del individuo generada por los sentimientos y afectada por el entorno, y
- 3) por último, se manifiesta una conducta hacia el objeto en donde se entremezclan los dos elementos anteriores.

Este proceso de conocimiento-reacción del individuo es lo que conforma y define un "valor", la conducta que se asuma frente a él representa una actitud.

De acuerdo a esta teoría sociológica los valores de los individuos no tienen todos la misma importancia dentro del rango de las percepciones ya que depende de la circunstancia individual donde se genere la reacción, algunos son trascendentes y otros no, de aquí que exista una escala de valores de acuerdo a su categorización. No es lo mismo la creencia que se tenga acerca de la existencia de un ser supremo a la creencia que se tenga de un objeto común como la existencia de una mesa o cualquier otro objeto.

La escala de valores va estar determinada por todo aquello que se considere fundamental y lo que no lo sea, la misma

sociedad define esa escala de acuerdo a lo que en su entorno se considere importante.

De aquí se deriva la conceptualización de un grupo social como tal, donde el término sociedad estaría definido como "un grupo de personas cuya conducta es regulada por un patrón cultural común y donde la respuesta de ese grupo a su ambiente esta determinada por los valores y actitudes que se tengan".

Para algunos autores como Gunnar Myrdal (Myrdal, 1967) el esquema de valores operando a un nivel de generalidad es lo que se denomina "estereotipos" o "teorías populares" y son estos hechos sociales los que pueden ser estudiados empíricamente ya que dan lugar a conjuntos de creencias que caracterizan una sociedad en particular.

Estas creencias son las que caracterizan la existencia de un grupo social a través de las siguientes funciones:

- a) confieren identidad social al grupo;
- b) permiten llegar a un consenso de las reacciones de los individuos ante el exterior;
- c) por ende dan cohesión al grupo como tal, y
- d) dan origen y apoyan el surgimiento de otros valores fundamentales.

La posibilidad de realizar conclusiones y predicciones acerca del sentir de las personas y sus posibles reacciones frente a diversos objetos genera la complejidad del análisis de los valores y actitudes, pues si bien éstos tienen un origen subjetivo, dichos valores se objetivan y posteriormente se consideran "valores en sí", esta dimensión del concepto valores y la actitud derivada hacia ellos enmarca y determina el análisis de los mismos.

Dentro de un mismo país los valores pueden diferir de acuerdo a los grupos sociales existentes; en México, dado que existen diferentes estratos sociales los valores difieren de acuerdo al grupo de referencia que se considere, y aunque no son diametralmente opuestos, si se distinguen diferencias de grado.

Si se consideran las diferentes regiones en que se divide el país se encuentra que a veces es difícil creer que se este refiriendo al mismo país. ¿Hasta dónde se puede hablar de homogeneidad en cuanto a valores? A veces es difícil de definir el límite territorial donde son vigentes ciertos preceptos regionales. Tomemos como ejemplo el tratamiento que se le da a la sexualidad en el sur de México; las creencias y conducta de los grupos sociales en cuanto a este aspecto tienden a ser más rígidas e inflexibles a como es considerada en el norte del país.

A las dificultades conceptuales se añade la dificultad de selección de cuáles son los valores trascendentales para una población. Si finalmente lo que define el perfil de conducta son las manifestaciones expresas ante lo que se considera trascendental para esa población, esas manifestaciones pueden diferir de acuerdo a su escala particular de valores.

En el caso de la población mexicana consideramos que un análisis de valores debe comprender aquellos que impacten el quehacer diario y aquellos otros que sin llegar a hacerlo sí contribuyen de una manera significativa a definir la personalidad del mexicano.

Entre los primeros se pueden incluir los relacionados con la familia, la religión y el trabajo los cuales representan el entorno inmediato en el que se vive; entre los segundos estarían aquellos relacionados con la patria, la política y todo aquello que se relacione con elementos que vengan del resto del mundo.

Si quisiéramos llegar a una clasificación más detallada podríamos definir los valores según su fuente de origen, o sea donde se genera la reacción del individuo hacia el sujeto u objeto de relación y entonces se podrían clasificar en: individuales, éstos serían aquellos en los que el individuo "cree" por ser adquiridos en su medio ambiente familiar como serían los relacionados con la familia.

Por otra parte se encuentran los institucionales, aquellos otros adquiridos fuera del ámbito familiar como serían los referentes al trabajo, la religión, la política, la patria y el exterior (entiéndase por este último concepto lo relacionado con el extranjero).

## II. VALORES Y ACTITUDES EN EL ESTADO DE NUEVO LEON

En relación a los valores y actitudes de una población, existe casi un consenso en cuanto a la manera de ser del neoleonés. Por años se ha considerado que el habitante del norte del país presenta características que lo distinguen del resto de las regiones y que resaltan su personalidad. De acuerdo al estudio realizado sobre el comportamiento de los mexicanos por Hernández y Narro (Hernández y Narro, 1987) en el que se dividió al país por regiones para analizar los valores prevaletentes en cuanto a la familia, la patria y la religión se encontró que sí se presentan diferencias entre las cinco regiones en que fue dividido el país. Así por ejemplo las discrepancias entre las actitudes sexuales de padres a hijos son mas acentuadas en la región Norte, Guadalajara y Monterrey.

Las diferencias no solamente están determinadas por la categoría de medio urbano o rural sino también por los antecedentes culturales de cada región que marca la diferente acepción que se tenga de algunos valores.

De acuerdo a la selección hecha de los valores que se consideran relevantes, para el neoleonés se hicieron las siguientes consideraciones: primero, identificar aquellos valores que siguen siendo tradicionales y que conforman el antecedente cultural del individuo.

Segundo, identificar aquellos otros que van marcando el cambio, la evolución natural de la cultura por influencias del exterior. Esto nos lleva a categorizar las actitudes hacia un mismo valor de acuerdo al patrón cultural tradicional o bien con alguna modificación que signifique un cambio hacia la apertura o modernización. (Ver glosario de términos).

Tercero, seleccionar los valores que representen la idiosincracia del habitante de esta parte del país. Aquí nos podemos remitir a los antecedentes culturales de los grupos asentados en esta región. Nuevo León corresponde a una región que antes de la conquista española no tenía asentamientos humanos importantes, en general eran grupos nómadas y dispersos que recorrían estos territorios de acuerdo a las circunstancias climatológicas en busca de alimento, por lo tanto no formaron una cultura prehispánica destacada.

Al llegar los españoles a lo que formaba el Nuevo Reino de León (Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas) fue un reino difícil de conquistar, en el sentido de dominar las tribus existentes pues no tenían la cohesión de grupo y eran extremadamente salvajes. Aunado a lo anterior las características físicas de la región hacían poco atractivo

para el conquistador español venir a establecerse en estas apartadas tierras.

La asimilación de la cultura española no se dio en la misma forma que en el resto del país pues no existían grupos con los cuales entremezclarse, entonces el predominio de la cultura española fue casi instantáneo (Israel Cavazos, 1980).

No fueron solamente los españoles quienes poblaron Nuevo León; durante el siglo XIX, otros grupos europeos se asentaron sobre todo en el norte del estado, en donde existía explotación minera de algún tipo, italianos, polacos, franceses entre otras nacionalidades pasaron a formar la población neoleonés. Estos grupos trajeron consigo sus antecedentes culturales así como sus costumbres y formas de conducta.

Otro antecedente cultural importante fue el formar parte de la franja que pasó a poder de los norteamericanos a mediados del siglo pasado, la delimitación del territorio mexicano a través del Río Bravo no significó la ruptura de las relaciones culturales y comerciales con el lado americano.

Durante la segunda mitad del siglo XIX, la Guerra Civil Americana dio la oportunidad a comerciantes de la Ciudad de Monterrey de desarrollar un comercio fronterizo aprovechando el cierre de los puertos norteamericanos a sus productos; podríamos decir que gran parte del capital regiomontano que posteriormente sirvió para despegar la industria neoleonés tuvo sus orígenes bajo esta circunstancia.

A diferencia del centro y sur del país donde la cultura española sufrió un proceso de asimilación y adaptación con las culturas indígenas y donde prevalecieron las costumbres y modelos de conducta españoles, en el norte la mezcla anteriormente señalada dio un cariz diferente al comportamiento de la población, algunos historiadores señalan el origen sefardita de muchas de las costumbres del neoleonés lo que lo diferencia del resto del país (Ricardo Elizondo, 1980).

Características como inclinación al trabajo arduo, responsabilidad, independencia, rasgos de liderazgo, cuidado y celo de las propiedades personales son algunas de las actitudes que identifican al habitante del norte del país, especialmente al neoleonés.

¿Cuántos de estos valores y actitudes continúan siendo predominantes? ¿Hasta qué punto el desarrollo económico y demográfico que ha tenido la entidad a reforzado algunos de estos valores o los ha deteriorado para dar paso a otros?

Estas son algunas interrogantes que dieron pie a este estudio y a las cuales tratamos de dar respuesta. A continuación describiremos los valores seleccionados y algunas consideraciones en torno a ellos.

## II.1 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA FAMILIA

¿Existen en Nuevo León todavía familias con características tradicionales? ¿Persisten aún en la sociedad neoleonense el paradigma de familia que era prevaleciente hace 50 años? Esto es, ¿una familia caracterizada por el modelo de padre, madre e hijos integrados como un núcleo dentro de la sociedad y que constituyen la base de la sociedad? ¿Hasta qué punto los preceptos de ser "una familia" han desaparecido y han sido sustituidos por modelos más flexibles de conducta?

En México existe el consenso de considerar la familia como la base misma de la sociedad donde los valores y las actitudes son generados, como se señaló anteriormente; los valores adquiridos en el seno familiar modelan algunos de las actitudes trascendentales del individuo. Su comportamiento ante el mundo exterior esta determinado por aquellos conceptos que se manejan dentro del hogar y que posteriormente son reproducidos ante los demás; sin embargo la familia es, a su vez, receptora de las influencias del mundo que la rodea.

La fortaleza del núcleo familiar para resistir o permear esas influencias es lo que en una sociedad permite el cambio o la evolución de los valores y actitudes. Cada uno de sus miembros constituye una célula de la sociedad cuya integración es lo que va a conformar la sociedad misma, la aportación de cada individuo en su comportamiento es lo que define el perfil social del grupo como tal.

Uno de los elementos importantes en el núcleo familiar es la toma de decisiones. Dentro de nuestra encuesta a la pregunta al jefe de familia de con quién consulta las decisiones importantes de la familia, un 62.8% respondieron que comparten la decisión con el cónyuge, un 18.7% consultan con la esposa(o) e hijos y un 11%, que toman las decisiones ellos solos. Cuadro 1.

CUADRO 1  
TOMA DE DECISION FAMILIAR  
Distribución porcentual

DISCUTE LA DECISION FAMILIAR CON:					
Con el cónyuge	Con los Hijos	Cónyuge e hijos	Fuera de la familia	Con nadie	No respuesta
62.8	5.1	18.7	0.6	11.0	1.8

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

En cuanto a la opinión de en quién debe caer la responsabilidad de formar a los hijos en el cuadro 2 vemos que un 84.8% respondió que deben ser ambos padres. Un 9.8% se inclina por que sea solo la madre y tan solo un 3.6% que sea el padre. De aquellos que contestaron que sea la madre un 50% son de familias con 10 hijos, de los que contestaron que sea el padre un 33% son familias con 3 hijos, y de los que contestaron que ambos un 27% tienen 2 hijos. Aquí podemos concluir que si bien existe una variación en cuánto a considerar quién debe formar a los hijos dependiendo del número de hijos que se tenga, si predomina la actitud de que sean ambos padres quienes tengan la obligación de velar y educar por los hijos.

CUADRO 2  
FORMACION DE LOS HIJOS  
Distribución porcentual

QUIEN DEBE FORMAR A LOS HIJOS:				
La madre	El padre	Ambos	No respuesta	Total
9.8	3.6	84.8	1.8	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Quando en una sociedad predominan las familias tradicionales se dan en alta proporción las familias extensas donde conviven en una misma vivienda varios núcleos familiares.

Para identificar si éste es un hecho que todavía es aceptado en Nuevo León y conocer cuál es la actitud en este aspecto, se preguntó las razones del por qué los hijos casados pueden convivir con los padres de alguno de los cónyuges (cuadro 3).

CUADRO 3  
RAZONES PORQUE LOS HIJOS CASADOS PUEDEN VIVIR  
CON LOS PADRES  
Distribución porcentual

LOS HIJOS CASADOS PUEDEN VIVIR CON LOS PADRES POR:						
Cuidar a los padres	No separarse de padres	Padres cuiden nietos	Necesidad econó.	Mientras establecen casa	No, por ninguna razón	No respuesta
2.7	2.4	0.3	25.9	28.3	37.2	3.3

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Mayoritariamente los individuos rechazan que los hijos una vez casados sigan conviviendo con los padres. Lo aceptan únicamente bajo dos condiciones: ante una necesidad económica y mientras el nuevo matrimonio establece su casa, pero lo rechazan como una situación permanente.

En una sociedad donde los diferentes miembros de la familia dedican la mayor parte de su tiempo a realizar actividades fuera del hogar, el tiempo de convivencia con la familia es un indicador importante del tipo de relaciones familiares que se está dando. A la pregunta de cuánto tiempo dedica el jefe de familia a compartir con la familia el 77.9% señaló que dedican al menos tres horas, el 15.8% dedican de 1 a 3 horas y solamente 1.6% dedican menos de 1 hora. Cuadro 4.

CUADRO 4  
TIEMPO COMPARTIDO CON LA FAMILIA  
Distribución Porcentual

HORAS DEDICADAS AL DIA A CONVIVIR CON ESPOSA E HIJOS:				
3 horas o más	De 1 a 3 horas	Menos de 1 hora	No respuesta	Total
77.9	15.8	1.6	4.7	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Otro indicador del cambio de la familia tradicional a otra con actitudes hacia una sociedad más avanzada es la participación de los varones en los quehaceres del hogar. En el cuadro 5 se observa la participación de los varones en las tareas domésticas.

CUADRO 5  
APOYO DEL VARON EN LAS TAREAS DOMESTICAS  
Distribución porcentual

AYUDA EN LAS TAREAS DOMESTICAS:			
Sí	No	No respuesta	Total
65.3	20.8	13.9	100

FUENTE: ITESM: encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Como se observa el 65.3% de los varones comparten las tareas del hogar, de éstos, son aquellos entre 31 y 40 años los que más participan (77.7%), mientras que los que menos ayudan son los varones entre 61 y 70 años, cuadro 6. Aunque también

puede verse que aquellos entre 19 y 30 años tienen un porcentaje bajo de participación (62.3%). La información anterior nos lleva a suponer que si bien no son los más jóvenes los que colaboran más a las tareas del hogar, si existe una fuerte tendencia de los varones a aligerar la tradicionalmente carga femenina, especialmente los matrimonios jóvenes.

CUADRO 6  
APOYO DEL VARON EN LAS TAREAS DOMESTICAS  
SEGUN GRUPOS DE EDAD  
Distribución porcentual

AYUDA EN LAS TAREAS DOMESTICAS:				
EDAD	SI	NO	NO respuesta	Total
19 - 30	62.3	18.0	19.7	100
31 - 40	77.7	16.5	5.8	100
41 - 50	66.7	20.3	13.0	100
51 - 60	53.9	27.7	18.5	100
61 - 70	51.9	29.6	18.5	100
71 - 86	54.6	18.2	27.3	100
Total	65.3	20.8	13.9	100

FUENTE: ITESM: encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Algunos de los valores más fuertemente arraigados en relación a la familia es el vínculo matrimonial considerado indisoluble. En relación a si se está de acuerdo con la disolución del matrimonio a través del divorcio un 15.2% señalaron que no lo aceptarían bajo ningún motivo; un 19.4%, que no lo haría por motivos religiosos, según se observa en el cuadro 7. La mayoría, un 35.7% se divorciaría como último recurso, un 8.9% optaría sólo por la separación y un 11.3% definitivamente sí aceptaría el divorcio.

CUADRO 7  
ACEPTACION DEL DIVORCIO  
Distribución porcentual

RECURRIRIA AL DIVORCIO:						
Sí lo acepta	Solo por la separación	Como último recurso	No, mi relación me impide	No, bajo ningún motivo	No res- puesta	Total
11.3	8.9	35.7	19.4	15.2	9.5	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

En el caso de valores como el respeto a la vida en una situación de aborto más del 50% (56.5%) no lo aceptarían nunca, un 24.2% lo aceptarían en caso de peligrar la salud de la madre, un 9.8% en caso de violación y un 6.2% cuando exista malformación genética. El porcentaje que sí esta de acuerdo en el aborto cuando la madre es soltera es bastante bajo, 0.6% al igual que cuando ya se tienen muchos hijos como se observa en el Cuadro 8.

CUADRO 8  
ACEPTACION DEL ABORTO  
Distribución Porcentual

APROBARIA EL ABORTO:								
Viola- ción	Peligrar la madre	Mal- forma- ción	Madre sol- tera	Muchos hijos	Otro	Nunca	No res- puesta	Total
9.8	24.2	6.2	0.6	0.6	1.2	56.5	0.9	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

La aceptación de algún método de planificación familiar para no tener más hijos es signo de que la familia muestra una actitud más abierta hacia nuevos esquemas de vida familiar. En el caso de nuestra encuesta el 67.3% de los informantes estuvieron de acuerdo en seguir algún método de planificación familiar a fin de darles mejor educación y por considerar que pocos hijos es mejor a muchos. Sólo un 9.5% se inclina por nunca aplicar ningún método como puede observarse en el cuadro 9.

CUADRO 9  
ACEPTACION DE LA PLANIFICACION FAMILIAR  
Distribución Porcentual

OPTARIA POR ALGUN METODO DE PLANIFICACION FAMILIA:						
Para mejor educación	Mejor pocos que muchos hijos	Si ya tengo muchos hijos	Otro	Nunca	No res- puesta	Total
35.5	31.8	10.1	8.0	9.5	5.1	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

De acuerdo a los valores seleccionados para identificar si las familias neoleonesas continúan siendo tradicionales o si ya existen fuertes rasgos de apertura podemos concluir lo siguiente:

1) Se continúa teniendo algunos valores fuertemente tradicionales como la no aceptación del divorcio, el rechazo al aborto y el tiempo compartido con la familia.

2) Se presentan signos de cambio como la mayor participación del varón en los quehaceres domésticos, la toma de decisiones con la pareja y el seguimiento de métodos de planificación familiar.

Podríamos tipificar a las familias neoleonesas con valores tradicionales pero con fuertes signos de cambio hacia valores de una sociedad más abierta.

## II.2 LOS VALORES RELACIONADOS CON EL TRABAJO

El segundo lugar donde el individuo transcurre más tiempo después del hogar es el trabajo, al interactuar con sus compañeros de trabajo es donde manifiesta sus valores y actitudes y a la vez es influenciado por los demás. La actitud que guarde con todo lo relacionado a su desempeño laboral nos indica cuáles son sus valores predominantes en el ámbito social.

En el cuadro 10 se observan las diferentes respuestas a si el trabajador se encuentra satisfecho en su trabajo. En general, la mayoría señaló que sí lo está, 64.7%. Un 15.3% opinó que no lo está y un 16.9% se inclinan por cambiar a otra actividad.

CUADRO 10  
SATISFACCION EN EL TRABAJO  
Distribución porcentual

EN LA ACTIVIDAD QUE DESARROLLA ACTUALMENTE SE SIENTE:				
Muy satisfecho	A veces satisfecho	Preferiría cambiar	No respuesta	Total
64.7	15.3	16.9	3.1	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

De acuerdo a la opinión de los encuestados los factores que se consideran los más importantes que debe ofrecer la empresa a sus trabajadores son de acuerdo al orden asignado:

1. Sueldo
2. Prestaciones
3. Capacitación
4. Ambiente de trabajo
5. Posibilidades de ascenso

Si observamos por ocupación principal quiénes son los trabajadores que manifiestan estar satisfechos con su trabajo podemos ver en el cuadro 11 que en general todos los trabajadores expresaron sentirse satisfechos en su trabajo, y que aquellos que desean cambiar de actividad son principalmente los oficinistas, obreros, trabajadores domésticos y empleados en servicios quienes tienen los más altos porcentajes de insatisfacción.

CUADRO 11  
SATISFACCION EN EL TRABAJO POR OCUPACION PRINCIPAL  
Distribución porcentual

EN LA ACTIVIDAD QUE DESARROLLA ACTUALMENTE SE SIENTE:					
	Muy satisfe- cho	A veces satisfecho	Preferiría cambiar	No respuesta	Total
1	85.0	5.0	10.0	0	100
2	75.8	13.8	6.9	3.5	100
3	86.2	0	13.8	0	100
4	67.9	14.3	10.7	7.1	100
5	59.3	18.7	22.0	0	100
6	51.1	21.6	21.6	5.7	100
7	100	0	0	0	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

\* Ocupaciones principales:

1. Puestos de administración y dirección
2. Profesionales
3. Altos puestos de supervisión e inspección y otras ocupaciones no manuales
4. Bajos puestos de supervisión e inspección y otras actividades no manuales
5. Ocupaciones de mano de obra clasificada y ocupaciones rutinarias no manuales
6. Ocupaciones manuales semiclasificadas y no clasificadas
7. Trabajadores agrícolas

En cuanto a cualidades que debe tener un trabajador para desempeñar bien su trabajo se consideran:

1. Honestidad
2. Hacer bien su trabajo
3. Dedicación
4. Puntualidad
5. Llevarse bien con sus compañeros
6. Llevarse bien con el jefe

La aceptación de cambios en la actividad que se desarrolla se manifiesta ambigua a la pregunta de cuál sería la actitud al cambiar a dueños extranjeros la empresa o negocio en que trabaja, ya que un 30.6% señala que estaría muy dispuesto a seguir trabajando ahí y un 30.9% opina que depende de quién quedaría al frente para decidir continuar en la empresa; un 13% le sería indiferente y cerca de un 10% definitivamente cambiaría de empresa. Es en las ocupaciones menos calificadas donde se detecta un mayor temor al cambio a dueños extranjeros. Cuadro 12.

CUADRO 12  
ACTITUD HACIA EL CAMBIO DE DUEÑOS EXTRANJEROS  
Distribución porcentual

SI LA EMPRESA DONDE ESTA UD. ACTUALMENTE CAMBIARA A DUEÑOS EXTRANJEROS ESTARIA:						
	Muy dis- puesto a seguir	Me daría lo mismo	Depende de quien quede como jefe	Cambiaría de empresa	No res- puesta	Total
1	60.0	0	30.0	5.0	5.0	100
2	48.3	10.3	24.1	6.9	10.4	100
3	24.1	34.5	27.6	0	13.8	100
4	32.1	14.3	35.7	7.2	10.7	100
5	32.2	11.8	25.4	15.3	15.3	100
6	19.3	9.1	37.5	10.2	23.9	100
7	0	50.0	0	50.0	0	100
Tot	30.6	13.0	30.9	10.0	15.5	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

A la pregunta de sí para ascender en el trabajo estarían dispuestos a volver a estudiar la mayoría, 72.6%, contestó afirmativamente, un 6.2% señaló que preferiría cambiar de empresa y un 7.5% le sería indiferente, según se observa en el cuadro 13.

CUADRO 13  
DISPONIBILIDAD A VOLVER A ESTUDIAR  
Distribución porcentual

SI PARA ASCENDER TUVIERA UD. QUE VOLVER A ESTUDIAR:					
	Estaría muy dispuesto	Me es indi- ferente	Preferiría cambiar de empresa	No res- puesta	Total
	72.6	7.5	6.2	13.7	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

De los valores revisados con relación al trabajo podríamos concluir que :

a) La mayoría de los neoleoneses se sienten satisfechos con su trabajo, en el cual estarían dispuestos a permanecer

aunque tuvieran que hacer un esfuerzo adicional de volver a estudiar.

b) Casi una tercera parte de nuestra muestra no estaría dispuesta a aceptar jefes extranjeros hasta saber quiénes serían.

c) La mayoría consideran la honestidad como la cualidad más importante que debe tener un trabajador, seguida por el saber hacer bien su trabajo.

d) Para el empleado, son el sueldo y las prestaciones los elementos más importantes que se le deben ofrecer para que sea atractivo el trabajo.

### II.3 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA RELIGION

La religión es uno de los valores que reflejan de manera más precisa el modo de ser de una sociedad. Las creencias y preceptos religiosos manifiestan en gran medida la idiosincracia de los individuos. Tradicionalmente se ha considerado a los mexicanos como fuertemente arraigados al catolicismo.

Al igual que en otros sondeos en relación a la religión, en nuestra encuesta que se muestran en el cuadro 14: el 88.9% de los informantes se manifestaron como católicos, el 8.3% como profesantes de otra religión, y el 2.4% como no creyentes. En cuanto a otras religiones son principalmente la Evangélica y los Testigos de Jehová las predominantes. Estos porcentajes muestran una excelente concordancia al compararse con los resultados del XI Censo General de Población y Vivienda del estado de Nuevo León que reporta 90.0% católicos, 7.8% profesantes de otra religión, y 2.2% no creyentes.

CUADRO 14  
RELIGION FAMILIAR  
Distribución porcentual

EN SU FAMILIA QUE RELIGION TIENEN:					
	Católicos	Otra religión	Ninguna religión	No res- puesta	Total
ALTO	90.9	4.6	4.5	0	100
MEDIO ALTO	89.6	10.4	0	0	100
MEDIO BAJO	88.9	9.7	0.7	0.7	100
BAJO	87.7	6.7	5.6	0	100
MARGINAL	90.6	6.3	3.1	0	100
TOTAL	88.9	8.3	2.4	0.4	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

La penetración de estas dos religiones ha sido reciente, así el 33.3% de los evangélicos declararon que siguen esta religión desde 1980 y el 60% de los Testigos de Jehová a partir de 1985.

CUADRO 15  
FIRMEZA EN LAS CREENCIAS RELIGIOSAS  
Distribución porcentual

	CONSIDERA QUE:				Total
	Hay una sola re- ligión verdadera	Cada reli- gión ofrece algo verdadero	Ninguna re- ligión es verdadera	No res- puesta	
Católica	36.8	60.6	1.3	1.3	100
Otra re- ligión	39.3	53.6	7.1	0	100
Ninguna religión	25.0	25.0	50.0	0	100
No res- puesta	0	0	0	100	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

La firmeza de las convicciones religiosas puede ser detectada a través del cuadro 15 donde se observa los porcentajes de respuesta a si se considera que sólo hay una religión verdadera. En general, la mayor parte no cree que exista una sola religión verdadera y opinan que cada persona puede tomar su propia decisión en cuanto a creencias religiosas.

Es de notarse el hecho de que los individuos que expresaron ser católicos, en un 60.6% señalan que cualquier religión puede ofrecer algo verdadero. Siendo uno de los principales preceptos de esta religión el creer que la católica es la única religión verdadera, lo anterior nos lleva a pensar que si bien este núcleo se declara como creyente católico, en realidad no son practicantes de la misma. La flexibilidad en preceptos tan importantes significa que hay un debilitamiento dentro de la fe católica y que sus feligreses se están volviendo permeables a cambios.

Así también la práctica de la religión puede observarse en la frecuencia de la asistencia a los servicios religiosos la cual refleja el grado de firmeza en la religión. En el cuadro 16 se observa las frecuencias declaradas por los informantes a los servicios religiosos.

CUADRO 16  
ASISTENCIA A SERVICIOS RELIGIOSOS  
Distribución porcentual\*

RELIGION	ASISTE A LOS SERVICIOS RELIGIOSOS			
	Más de una vez a la semana	Una vez a la semana	Sólo en fechas especiales	Nunca
Católicos	7.0	36.8	47.8	7.7
Otra religión	35.7	17.8	39.3	0.6

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

\* La sumatoria no da el 100% por no considerarse las no respuestas y los que no creen en ninguna religión.

Tanto para los católicos como para los que no los son manifestaron que mayoritariamente asisten a los servicios religiosos sólo en fechas especiales. Si bien un 43.8% de los católicos declaró asistir una vez o más a la semana los no católicos declararon hacerlo una vez o más en un 53.5%.

Es de notarse la diferencia entre los católicos que no asisten nunca, casi un 8%, a los no católicos de tan solo un 0.6%.

En cuanto a la religión podemos concluir de acuerdo a los indicadores considerados lo siguiente:

a) Que si bien la mayoría de nuestros encuestados se declararon católicos, se detecta una apertura religiosa.

b) El precepto básico de creer en una sola religión no es válido para la mayoría de los que se dicen católicos.

c) La asistencia a servicios religiosos, tanto para católicos como para los que no lo son, es en una alta proporción esporádica y sólo en fechas especiales.

d) Además de la católica, las religiones que tienen más seguidores son la Evangélica y Testigos de Jehová. La mayoría de sus creyentes declararon pertenecer a ellas a partir de 1980.

De lo anterior podríamos señalar que si bien los neoloneses continúan siendo mayoritariamente católicos se manifiesta un debilitamiento en sus creencias y una propensión a cambiar a otras religiones.

#### II.4 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA SOCIEDAD Y LA PATRIA

La expresión de aquellos valores relacionados con la idiosincracia nacional o regional nos permiten conocer hasta qué punto existe todavía el arraigo patriótico y hasta qué grado el neolónés esta sometido a influencias del exterior.

Para identificar aquellos conceptos que son relevantes en cuánto que es lo que identifica en común a los neoloneses en nuestra encuesta hicimos la pregunta de qué es lo que más enorgullece de ser mexicanos. De un total de 43 diversas respuestas que van desde conceptos como la paz, la religión hasta el himno nacional y el aguante del mexicano, el mayor porcentaje de respuestas, 27.7%, estuvo de acuerdo en que es la libertad lo que más enorgullece a los neoloneses de ser mexicanos.

En segundo lugar con un 21.4% el simple hecho de ser mexicano es lo que más orgullo produce, sin una concreción de conceptos específicos. En tercer lugar, 13.1%, el haber nacido en México, vivir en este país y servir a la patria es motivo de orgullo.

Solamente un 1.5% opinó que no siente ningún orgullo de ser mexicano ya que identifican a México con conceptos negativos tales como la mentira, la contaminación y ciudades sucias.

Si tomamos en consideración la edad del informante, son las personas entre 30 y 40 años quienes mayoritariamente expresaron que la libertad es el valor más grande del mexicano, seguido por el hecho de ser mexicano y el amor a la patria.

Para identificar si los individuos conocen las acciones de política económica y si estan de acuerdo con ellas las respuestas a si consideran que el pacto de solidaridad ha funcionado puede verse en el cuadro 17.

CUADRO 17  
ACEPTACION DE LA POLITICA ECONOMICA ACTUAL  
Distribución porcentual

CONSIDERA QUE EL PACTO DE SOLIDARIDAD HA FUNCIONADO:			
SÍ	No	No sabe	No respuesta
62.8	20.6	16.0	0.6

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Como se observa, la mayoría, 62.8%, considera que la política económica de los últimos tres años ha sido la

acertada y aunque un 36.6% no sabe o no está de acuerdo predomina la mayoría que la apoya.

Para corroborar lo anterior a la pregunta de cómo se considera la situación económica del país a partir de la presidencia de Carlos Salinas de Gortari, la mayoría, un 55.9%, consideró que ha mejorado. Cuadro 18.

CUADRO 18  
OPINION DEL REGIMEN DEL PRESIDENTE SALINAS  
Distribución porcentual

LA SITUACION ECONOMICA CON EL PRESIDENTE SALINAS HA:			
Mejorado	Igual	Empeorado	No respuesta
55.9	35.8	6.8	1.5

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Otro elemento importante ha considerar es hasta qué grado la población se encuentra informada de lo que sucede a su alrededor. Uno de los medios más accesibles para conocer la información es a través de la noticia escrita.

En el cuadro 19 podemos ver la frecuencia con que se lee la prensa diaria del Area Metropolitana de Monterrey, un 44.9% lee el periódico diariamente, un 21.7% lo lee una vez a la semana, un 11.6% una vez al mes, un 10.1% no lee nunca el periódico y un 8.4% lo hacen dos o tres veces a la semana. Podemos decir que el 70% de la población tienen acceso a la noticia escrita con regularidad.

CUADRO 19  
ACCESO A LA NOTICIA ESCRITA  
Distribución porcentual

LEE USTED EL PERIODICO:					
Diaria- mente	Dos o tres veces a la semana	Una vez a la se- mana	Una vez al mes	Nunca	No res- puesta
44.9	8.4	21.7	11.6	10.1	3.3

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

En cuánto al periódico más leído:

CUADRO 20-A  
LECTORES DE LOS PERIODICOS LOCALES  
Distribución porcentual

PERIODICO LOCAL QUE LEE MAS FRECUENTEMENTE:						
PERIODICO	Alto	Medio Alto	Medio Bajo	Bajo	Marginal	Total
Norte	10.2	22.3	47.6	16.0	3.9	100
Porvenir	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	100
Diario	0	0	100	0	0	100
Sol	0	0	44.5	40.7	14.8	100
Extra	0	0	20.9	45.8	33.3	100
Metro	0	0	8.4	83.3	8.3	100
A B C	0	0	50.0	50.0	0	100
Nacional	0	0	100	0	0	100
El Regio	0	0	0	0	100	100
Más Noticias	0	0	100	0	0	100
Otros	0	0	44.5	33.3	22.2	100
No resp.	0	2.2	40.0	42.2	15.6	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

CUADRO 20-B  
PERIODICO LOCAL MAS LEIDO  
Distribución porcentual

PERIODICO LOCAL QUE LEE MAS FRECUENTEMENTE:						
PERIODICO	Alto	Medio Alto	Medio Bajo	Bajo	Marginal	Total
Norte	95.5	95.8	67.6	37.1	25.0	61.3
Porvenir	4.5	2.1	0.7	1.1	3.1	1.5
Diario	0	0	2.1	0	0	0.9
Sol	0	0	8.3	12.4	12.5	8.0
Extra	0	0	3.4	12.4	25.0	7.1
Metro	0	0	0.7	11.2	3.1	3.6
A B C	0	0	0.7	1.1	0	0.6
Nacional	0	0	0.7	0	0	0.3
El Regio	0	0	0	0	3.1	0.3
Más Noticias	0	0	0.7	0	0	0.3
Otros	0	0	2.8	3.4	6.3	2.7
No resp.	0	2.1	12.4	21.3	21.9	13.4
Total	100	100	100	100	100	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

El cuadro 20-A muestra la distribución de los lectores de cada periódico de la localidad. Así, los lectores de El Norte son 10.2% del estrato alto, 22.3% del medio alto, 47.6% del medio bajo, 16.0% del bajo y 3.9% del marginal.

En cuanto al periódico más leído (cuadro 20-B) el 61.3% declaró que leen El Norte, el 8.0% leen El Sol y el 7.1% El Extra, éstos dos últimos son considerados boletines de información sin cumplir los requerimientos de diario o periódico de circulación y los cuales son leídos en su gran mayoría (más del 80%) por los estratos bajo y marginal. El resto de los periódicos son leídos por pequeños porcentajes de la población.

En conclusión acerca de los valores en relación a la sociedad y la patria podemos decir lo siguiente:

a) Que los neoloneses tienen como primer valor la libertad de que se goza en este país, que son los individuos entre 30 y 40 años quienes creen más firmemente en este concepto.

b) Que además de la libertad no existe otro valor específico tan arraigado, valores como el simple hecho de ser mexicano no determinan específicamente cómo se identifican los neoloneses con la patria.

c) Podemos decir que la población de Nuevo León está de acuerdo con el actual régimen presidencial al considerar que la política económica ha tenido éxito.

d) En cuanto al grado de información la mayoría de los neoloneses tienen acceso a la noticia escrita aunque no podríamos concluir que estén bien informados.

e) La mayoría de los que leen periódicos en Nuevo León leen El Norte, uno de los periódicos de mayor circulación con cerca de 200,000 ejemplares de tiraje diario. Este periódico se podría clasificar, de acuerdo a su estilo de publicación, como de vanguardia y que tiene como objetivo proveer al lector de información sintetizada de una manera dinámica usando los modernos recursos de la tecnología.

f) La información para los estratos bajo y marginal es obtenida a través de boletines de información los cuales proporcionan la noticia de una manera breve.

## II.5 LOS VALORES RELACIONADOS CON EL EXTERIOR DEL PAIS

La cercanía con los Estados Unidos nos llevaría a considerar que la influencia de la cultura norteamericana en Nuevo León es fuerte. El contacto con el exterior a través de familiares viviendo del otro lado de la frontera o de trabajadores que pasan parte de su tiempo laboral en territorio estadounidense ha convertido a gran parte del Estado como recipiente de las costumbres y manera de ser del norteamericano.

Sin embargo, para la generalidad de la población ¿hasta qué punto es aceptada esa influencia extranjera? Para conocer el sentir de los neoloneses en relación con el exterior, específicamente los Estados Unidos recurrimos a una serie de preguntas que tocan temas relacionados con esto.

En primer lugar un tema que ha causado mucha inquietud en todos los círculos del país es la posibilidad de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los Estados Unidos, México y Canadá. El conocimiento que se tenga del mismo y la opinión al respecto podría llevarnos a conocer si a las personas les ha interesado o simplemente les ha sido indiferente.

A la pregunta de si había escuchado acerca del TLC el 83.6% de los informantes contestaron que si, el 12.8% que no y un 2.9% que no lo recordaba. En relación a si se tiene conocimiento de los que significa el TLC para México el cuadro 21 presenta las respuestas.

CUADRO 21  
SIGNIFICADO DEL TLC PARA MEXICO  
Distribución porcentual

SABE LO QUE SIGNIFICARA EL TLC PARA MEXICO:			
Si	Tengo alguna idea	No	No respuesta
36.3	28.6	28.6	6.5

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

La mayoría considera que sí saben o al menos tienen alguna idea de las implicaciones del TLC para México. En cuanto a si consideran que de firmarse el TLC afectará a su actividad económica, la mayoría 40.5% opinan que no les afectara en nada, el 25.9% que les afectará positivamente, el 7.1% que sera negativo y el 6.8% que el efecto será muy poco.

La disposición a aprender otro idioma es también un indicador del deseo de realizar intercambios con el exterior

sobre todo con los Estados Unidos si este idioma es el inglés. En el cuadro 22 observamos que la mayoría de los informantes están dispuestos a aprender el inglés, 46.5%, mientras que el 23.2% no lo estaría y para el 23.8% aunque lo considera difícil si lo intentaría.

CUADRO 22  
DISPOSICION A APRENDER OTRO IDIOMA  
Distribución porcentual

APRENDERIA EL INGLES:			
Rápidamente	Lo creo difícil pero lo intentaría	Definitivamente no	No respuesta
46.5	23.8	23.2	6.5

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

La influencia del exterior también puede verse en algunos gustos populares como por ejemplo si existe preferencia por cantantes nacionales o extranjeros. De acuerdo a las respuestas el orden de los cantantes por gusto de los informantes es el siguiente:

1. Vicente Fernández
2. Juan Gabriel
3. Gloria Trevi
4. Madonna
5. Michael Jackson
6. New Kids on the Block

La preferencia es por cantantes nacionales, ocupando el primer lugar el cantante de lo folklórico, quedando los norteamericanos en los últimos ordenes de preferencia.

Del total de nuestra muestra el 55.0% han estado al menos una vez en los Estados Unidos, el 23.5% hicieron su última visita en el año del levantamiento de la encuesta, 1991; el 63.4% tiene familiares viviendo allá. En cuanto al internamiento en los Estados Unidos el 46.4% visitó el Estado de Texas y de este estado principalmente las ciudades de McAllen, San Antonio y Brownsville.

Con lo anterior vemos que la mayoría de los informantes tienen relaciones de cercanía con los norteamericanos ya sea

por haber estado en ese país o por tener familiares radicando. Sin embargo, a la pregunta de si les gustaría vivir permanentemente en los Estados Unidos, cuadro 23, el 78.9% de los que tienen familiares viviendo en ese país contestaron negativamente y el 76.9% de los que no tienen familiares del otro lado de la frontera también contestaron que no les agradaría dejar permanentemente México.

CUADRO 23  
PREFERENCIAS POR VIVIR EN LOS ESTADOS UNIDOS  
Distribución porcentual

LE GUSTARIA VIVIR EN LOS ESTADOS UNIDOS PERMANENTEMENTE:				
	Si	No	No respuesta	Total
Aquellos con familiares en EEUU	20.2	78.9	0.9	100
Aquellos sin familiares en EEUU	23.1	76.9	0	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

En relación a valores provenientes o con influencias del exterior podemos concluir lo siguiente:

- a) Los neoleoneses muestran una actitud positiva a relacionarse con el exterior manifestándose en el deseo de aprender otro idioma, específicamente el inglés. Además manifiestan una actitud de acuerdo a ampliar las relaciones comerciales con el país del Norte a través de la firma del TLC.
- b) Si bien existe una fuerte relación con los norteamericanos a través de lazos familiares o de convivencia, la mayoría de los neoloneses no optarían, si la tuvieran, por la oportunidad de irse a vivir a los Estados Unidos; sin embargo mantienen la cercanía realizando frecuentes visitas a territorio norteamericano.
- c) La influencia norteamericana no se manifiesta en gustos populares como los cantantes ya que predominan los nacionales, sobre todo de corte folklórico.

## II.6 LOS VALORES RELACIONADOS CON LA POLITICA

La participación como ciudadanos ejerciendo sus derechos del voto permiten conocer en qué medida los neoloneses tienen conciencia de su papel como integrantes de esta sociedad y de la influencia que pueden tener en las decisiones de orden público.

A la pregunta (dirigida a mayores de 18 años) de si está o no empadronado el 86.0% contestó que si, el 13.1% que no y tan solo el 0.8% no respondió. A la pregunta de si acudiría a votar la respuesta mayoritaria fue sí, con un 79.2%, cuadro 24. Si se observan las respuestas por grupos de edad, aquellos individuos entre 41 y 50 años señalaron en un 91.4% su deseo de acudir a votar. Así como los de 51 a 60 años en un 90.8%. Cuadro 25.

CUADRO 24  
PARTICIPACION POLITICA  
Distribución Porcentual

DE ESTAR EMPADRONADO ACUDIRIA USTED A VOTAR:				
SÍ	NO	No lo sé	No respuesta	Total
79.2	2.6	5.4	12.8	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Cabe hacer notar que el período del levantamiento de la información coincidió con el de elecciones para gobernador y puestos al congreso local del estado de Nuevo León. De acuerdo a la información proporcionada por la comisión responsable del seguimiento de dichas elecciones, el abstencionismo, esto es, aquellos electores que no acudieron a las urnas, ascendió al 40%, a pesar de que casi el 90% de la población mayor de 18 años estaba empadronada.

Paralelamente al presente estudio, Francisco García (García, 1991) desarrolló un análisis de preferencias de partido del electorado previo al día de las elecciones. Los resultados mostraron una fuerte cercanía con los dictaminados por la Comisión Electoral, los cuales fueron los siguientes:

	Oficial	Encuesta
Partido Revolucionario Institucional (PRI):	60.0	56.0
Partido Acción Nacional (PAN):	31.5	16.0
Partido de la Revolución Democrática (PRD):	2.7	2.0
Otros partidos	5.8	0.0
No respuesta	0.0	26.0
TOTAL	100.0	100.0

La diferencia entre la información dada por los encuestados en relación al voto del Partido Acción Nacional y los resultados oficiales nos lleva a considerar que al momento de la entrevista los votantes de este partido se negaron a mostrar abiertamente su afiliación o preferencia electoral.

CUADRO 25  
PARTICIPACION POLITICA SEGUN GRUPOS DE EDAD  
Distribución porcentual

DE ESTAR EMPADRONADO ACUDIRIA USTED A VOTAR:						
	19-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71-86
Sí	68.3	74.8	91.4	90.8	74.1	45.5
No	5.0	3.9	0.0	3.1	0.0	0.0
No Sé	5.0	6.8	4.3	0.0	14.8	9.1
No Resp.	21.7	14.6	4.3	6.2	11.1	45.5
Total	100	100	100	100	100	100

FUENTE: ITESM: Encuesta sobre movilidad social, valores y actitudes

Lo anterior nos lleva a dos conclusiones: primero, que es difícil obtener información concerniente a aspectos políticos que sea verídica, y segundo, que existen serias dificultades para delinear la participación política del ciudadano neolonés, pues de acuerdo a lo expresado esperaríamos una fuerte participación a través del voto; sin embargo, de acuerdo a los electores efectivos que emitieron su sufragio, ésto no parece ser el caso.

### III. CONCLUSIONES

En cuanto a los valores y actitudes prevaletentes entre la población de Nuevo León podemos definir al neoleonés como practicante de valores tradicionales en la religión, la familia y su ámbito social pero con fuertes tendencias a adquirir los valores de las sociedades de países más desarrollados.

De acuerdo a la información analizada no se manifiestan cambios radicales en las actitudes hacia los valores individuales. La familia sigue siendo el núcleo central alrededor de la cual giran las actividades de los individuos. El matrimonio continúa conservando su papel fundamental de unión entre las parejas, el divorcio según opinión de la mayoría no constituye una solución a los problemas matrimoniales, aunque las nuevas generaciones manifiestan tendencias favorecedoras hacia este estado civil.

El rol que ahora desempeñan los miembros de la familia es más dinámico que en décadas pasadas, la participación de la mujer en la vida económica activa ha llevado a que sus, hasta hace poco, exclusivas tareas hogareñas sean compartidas por el esposo y los hijos. Este hecho tiene fuertes implicaciones en la dinámica familiar. Las decisiones familiares deben ahora ser tomadas considerando la opinión de cada uno de sus miembros desconcentrando la autoridad paterna entre toda la familia.

En cuanto a la religión, si se notan fuerte cambios en la concepción de los preceptos religiosos, sobre todo de aquellos que se declaran como católicos, que aunque constituyen la mayoría, también en su mayoría se declaran como no practicantes.

La proliferación de otras religiones, como los testigos de Jehová, señalan la penetración de grupos religiosos extranjeros que han logrado hacer proselitismo sobre todo ha partir de 1980.

Siendo la religión uno de los pilares de la cultura e idiosincracia de cualquier grupo social, es importante tomar en consideración los cambios que se están llevando a cabo en este rubro, pues indican que la sociedad se está volviendo más permeable a nuevos valores y actitudes.

En relación a valores institucionales como el trabajo, la patria, la política y el exterior también manifiestan cambios sobre todo las nuevas generaciones. Las actitudes manifiestas hacia colaboración con patrones y empresarios extranjeros denotan el deseo de cambio en los esquemas tradicionales de organización económica, hecho que es

reforzado por la percepción positiva que se tiene de los efectos del Tratado Trilateral de Libre Comercio y en general de cualquier colaboración con inversionistas extranjeros.

A pesar de la apatía demostrada en las urnas, la población en general se manifiesta satisfecha con las autoridades gubernamentales. La aceptación de la política económica actual indica que se considera la mejor opción ante la situación económica que vive el estado y en general el país.

El neolonés se precia de vivir en un régimen de libertad, el cual consideran la mayor satisfacción de ser mexicano. Detrás de este hecho subyace el reconocimiento de que a pesar de las dificultades por las que se pudiera atravesar en nuestro estado y país, existen privilegios que no fácilmente se encuentran en otra parte.

Esto último también es expresado en el rechazo a vivir fuera de México y en la prevalencia de gustos hacia tradiciones nacionales como es la música mexicana. A pesar de la cercanía con los Estados Unidos se manifiesta la preferencia por nuestras tradiciones y a seguir viviendo en territorio nacional.

## APENDICE METODOLOGICO

### Diseño de la muestra

Se utilizó el diseño de muestreo denominado "muestreo por conglomerados estratificado en tres etapas". Este muestreo tiene mayor varianza que el "muestreo aleatorio simple", por lo que es menos eficiente pero tiene un menor costo total de levantamiento ya que las unidades a incluir en la muestra están más concentradas geográficamente.

En la fase inicial de la investigación se requirió obtener información sobre la estratificación socio-económica del Area Metropolitana de Monterrey. La información más actualizada la tiene el Instituto de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). Esta información está contenida en un conjunto de mapas, los cuales fueron adquiridos para este propósito específico. Cada mapa está dividido en "Áreas Geográficas-Estadísticas" que se denominan AGEBS. Cada AGEBS se divide en manzanas y cada manzana en viviendas.

Las unidades primarias de muestreo fueron los AGEBS dentro de los estratos; las secundarias fueron las manzanas dentro de los AGEBS y las terciarias fueron las viviendas dentro de las manzanas. En cada vivienda se entrevistó a la persona que se declaró como jefe de familia ya fuera hombre o mujer y sin poner limitaciones de edad.

La muestra seleccionada consistió de: a) 35 unidades primarias (AGEBS), asignadas en forma proporcional al tamaño del estrato; b) dos unidades secundarias dentro de los AGEBS (manzanas); y c) cinco unidades terciarias (viviendas) dentro de cada manzana. La selección de las viviendas se hizo utilizando las tablas de números aleatorios un vez que se censó cada manzana.

Se diseñaron los estimadores que corresponden al diseño de muestreo sugerido por Taro Yamane (Yamane, 1967) respecto a proporciones y en base a Sukhatme y Sukhatme (Sukhatme, 1970) respecto a los componentes de la varianza.

El tamaño de la muestra resultó de 336 individuos, 287 varones y 49 mujeres distribuidos por estrato socioeconómico de la siguiente manera:

ESTRATO	INDIVIDUOS	PORCENTAJE
Alto	22	6.6
Medio Alto	48	14.3
Medio Bajo	145	43.1
Bajo	89	26.5
Marginal	32	9.5

### Levantamiento de la información

El cuestionario (ANEXO) consistió de 56 preguntas divididas en siete secciones, iniciándose con preguntas de índole general hasta llegar a cuestiones más personales. Cabe destacar que dada la naturaleza de la mayoría de las preguntas, en cuánto que su validez dependía de la calidad y veracidad de la respuestas para el levantamiento de las mismas se contó con estudiantes de los últimos semestres del Departamento de Economía del ITESM.

A través de una Escuela Práctica durante el verano de 1991 (el objetivo de este tipo de cursos es involucrar al estudiante en el ejercicio práctico de alguna de las áreas de su profesión) se llevó a cabo el levantamiento de la información, adiestrando y capacitando a los estudiantes para obtener la mejor calidad posible.

### Procesamiento de la información

Para realizar las estimaciones necesarias en cada una de las variables se utilizó el paquete estadístico SAS, a través del cual se obtuvieron las diferentes tablas de contingencias y de frecuencias y las pruebas de independencia de Chi cuadrada.

## GLOSARIO DE TERMINOS

**ACTITUD:** Es la disposición del individuo a pensar, sentir y actuar en cierta forma de acuerdo a tres factores fundamentales:

a) El pensamiento: se refiere a las creencias que una persona tiene respecto de un objeto y su relación con el mundo.

b) El sentimiento: el componente afectivo varía en dirección e intensidad y es el que provee la evaluación del objeto.

c) La conducta: el componente conductual es el que introduce tendencias de acción hacia el objeto.

**IDEOLOGIA:** Es un sistema de ideas que se crea como un mecanismo de identidad grupal y que esta en relación a la posición de dicho grupo en la sociedad global.

**VALOR:** Es la creencia perdurable de que una conducta específica o forma de vida es personal o socialmente preferible a otra. Un valor es una creencia sobre la cual el hombre actúa por preferencias y tiene los siguientes componentes:

a) Cognoscitivo: un valor es una concepción de lo deseable, o sea que cuando una persona tiene un valor, cognoscitivamente él sabe que su conducta o creencia esta correcta.

b) Afectiva: La persona puede sentir acerca del valor, o sea sentir emociones ya sea de aceptación o de rechazo.

c) Conducta: Un valor es una variable de intervención, o sea que genera acciones.

**SISTEMA DE VALORES:** Es una organización perdurable de creencias acerca de que una conducta o forma de vida es preferible a otras dentro de un continuo de importancia relativa.

## BIBLIOGRAFIA

1. Balán, Jorge, L. Harley Browning y Elizabeth Jelín. MEN IN A DEVELOPING SOCIETY: GEOGRAPHIC AND SOCIAL MOBILITY IN MONTERREY, MEXICO. Austin, University of Texas Press. 1973.
2. Basañez, Miguel. EL PULSO DE LOS SEXENIOS. 20 AÑOS DE CRISIS EN MEXICO. México, Siglo XXI. 1990.
3. Cavazos, Israel. EL MUY ILUSTRE AYUNTAMIENTO DE MONTERREY DESDE 1596. Monterrey, Ed. Ricardo Covarrubias, 1980.
4. Díaz Guerrero, Rogelio. PSICOLOGIA DEL MEXICANO. México. Ed. Trillas. 1982.
5. Elizondo, Ricardo. MONTERREY, 1930. Alfonso Rangel Guerra: Una Ciudad para Vivir. Monterrey, Fondo Editorial Nuevo León, 1991.
6. García Hernández, Francisco. BREVE ANALISIS DE LA SITUACION POLITICA DEL ESTADO DE NUEVO LEON. Monterrey, ITESM, 1991.
7. UNA VISION MACROECONOMICA DEL ESTADO DE NUEVO LEON. Monterrey, ITESM, 1991.
8. Hernández, Alberto y Luis Narro. COMO SOMOS LOS MEXICANOS. México, Centro de Estudios Educativos. 1987.
9. Himmelfarb, Samuel y Alice H. Eagly. READINGS IN ATTITUDE CHANGE. New York, John Willey & Son, NC., 1974.
10. Iturraga, José E. LA ESTRUCTURA SOCIAL Y CULTURAL DE MEXICO. México, SEP, 1987.
11. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. CUADERNOS DE INFORMACION OPORTUNA. México, 1990.
12. Leñero, Luis. VALORES IDEOLOGICOS Y LAS POLITICAS DE POBLACION EN MEXICO. México, Edicol. 1979.
13. López Cámara, Francisco. EL DESAFIO DE LA CLASE MEDIA. México, Cuadernos de Joaquín Mortiz, 1971.
14. Myrdal, Gunnar. OBJECTIVITY IN SOCIAL RESEARCH. New York, Pantheon Books, 1967.
15. Puente Leyva, Jesús. DISTRIBUCION DEL INGRESO EN UN AREA URBANA: EL CASO DE MONTERREY. México. Siglo XXI, 1965.
16. Rokeach, Milton. THE NATURE OF HUMAN VALUES. New York, The Free Press, 1973.

17. Stavenghagen, Rodolfo. LAS CLASES SOCIALES EN LAS SOCIEDADES AGRARIAS. México, Siglo XXI, 1974.
18. Sukhatme, P. V. y Sukhatme, B. V. SAMPLING THEORY OF SURVEYS WITH APPLICATIONS. Iowa, Iowa State University Press, 1970.
19. Vellinga, Menno y Edgar López. INGRESO: DISTRIBUCION Y REDISTRIBUCION. MOVILIDAD SOCIAL Y NIVELES DE VIDA. 1965 - 1985. México, Centro de Investigaciones Económicas, UANL, 1986.
20. Yamane, Taro. ELEMENTARY SAMPLING THEORY. N.J., Prentice-Hall, 1967.