

## FORMACIÓN DE VALORES EN LOS ESTUDIANTES PARA LA OBTENCIÓN DE PERFILES DE ALTO DESEMPEÑO

Área de investigación: Educación en Contaduría,  
Administración e Informática

### **Marcela Rojas Ortega**

Escuela Superior de Comercio y Administración. Unidad Tepepan  
Instituto Politécnico Nacional  
México  
[marojas@ipn.mx](mailto:marojas@ipn.mx)

### **María de la Luz Pirrón Curiel**

Escuela Superior de Comercio y Administración. Unidad Tepepan  
Instituto Politécnico Nacional  
México  
[mpirron@ipn.mx](mailto:mpirron@ipn.mx)

### **Lucía Esparza Zamudio**

Escuela Superior de Comercio y Administración. Unidad Tepepan  
Instituto Politécnico Nacional  
México  
[lesparza@ipn.mx](mailto:lesparza@ipn.mx)

XVIII  
CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE  
CONTADURÍA  
ADMINISTRACIÓN  
E  
INFORMÁTICA



Octubre 2, 3 y 4 de 2013 ♦ Ciudad Universitaria ♦ México, D.F.



ANFECA  
Asociación Nacional de Facultades y  
Escuelas de Contaduría y Administración

## FORMACIÓN DE VALORES EN LOS ESTUDIANTES PARA LA OBTENCIÓN DE PERFILES DE ALTO DESEMPEÑO

### Resumen

Hoy en día las empresas incluyen en los perfiles de alto potencial valores como la honestidad, el respeto y la integridad. Los valores organizacionales y la cultura, están directamente vinculados con la satisfacción de los empleados, su compromiso y su permanencia en la empresa. La falta de valores tiene un alto costo y daña la imagen de las empresas, causa rotación de personal, disminuye la oportunidad de atraer profesionales valiosos y provoca pérdida de oportunidades de hacer buenos negocios. En el personal causa baja moral, estrés elevado, falta de efectividad, menos creatividad y baja productividad. Existe una estrecha relación entre una sólida cultura y el logro de altos niveles de confianza, orgullo, camaradería y éxito financiero en las organizaciones.

Este trabajo subraya la necesidad imperiosa de que las instituciones educativas, especialmente del área de ciencias sociales y administrativas, incluyan los valores como parte fundamental de la formación profesional, a través de programas académicos y de un enfoque integrador en el plan de estudios, incorporando estrategias novedosas y resaltando los valores a cada una de las competencias que deberá adquirir el estudiante y subrayando su importancia para el desarrollo personal, organizacional y nacional.

**Palabras clave:** Valores, Estudiantes, Alto desempeño



## FORMACIÓN DE VALORES EN LOS ESTUDIANTES PARA LA OBTENCIÓN DE PERFILES DE ALTO DESEMPEÑO

### Introducción

La civilización humana actual es el resultado del conjunto de culturas que han habitado el planeta, está determinada con base a los juicios de los hombres que constituyen una sociedad, así como en el tiempo y contexto en que han ocurrido los hechos, de acuerdo a su propia racionalidad y a las relaciones que sostienen. En este proceso los valores han jugado un papel preponderante como elementos básicos para conformar criterios de validez que justifiquen las ideologías que guían a la sociedad.

La complejidad de la estructura de las instituciones sociales hace sumamente difícil el abordaje de los valores y la ética, no obstante, es urgente retomar y clarificar estos aspectos, puesto que la identidad del hombre y sus organizaciones están determinadas por sus valores.

Atendiendo al planteamiento expresado anteriormente, se presenta este trabajo cuyo objetivo principal fue realizar una propuesta para la formación en valores desde la perspectiva de las instituciones de educación superior, atendiendo a la necesidad imperiosa de que a través de programas académicos y de un enfoque transversal los valores sean integrados a los planes de estudios de las carreras del área de administración. Esto permitirá que los egresados cuenten con una sólida formación integral que les permita incorporarse con seguridad y efectividad al campo laboral, contribuyendo al logro de los objetivos personales y organizacionales, coadyuvando así al desarrollo de México, con una imagen que dignifique al país.

### Antecedentes

Collins y Jerry Porras (1995) sostienen que las empresas que perduran mantienen un fuerte control normativo, pero a la vez conservan autonomía operacional. Los autores llaman *visionarias* a este tipo de empresas caracterizadas por preservar una *ideología central* que las distingue y a la vez estimula el progreso.

La comprensión de la compleja red de valores, creencias y modelos mentales que operan como principios esenciales y permanentes en una organización, genera grandes desafíos metodológicos. “La consideración sistemática de los valores en el terreno de la teoría y la práctica plantea grandes retos a los investigadores, principalmente en lo referente a estudios académicos con componentes axiológicos que involucran a las organizaciones y la tecnología” (Petrella, 2013: 1).

Como se observa, existen importantes dificultades para el abordaje sistemático del tema valores, considerando desde su definición conceptual hasta su interpretación objetiva, por lo que se considera que el término valores se define de muchos modos y significa distintas cosas para diferentes personas.



La aproximación propuesta por Bonilla (2006) rescata la consideración de tres dimensiones fundamentales (la racional, la emocional y la fáctica), “propone abordarlas de manera integrada señalando las limitaciones que generan los enfoques reduccionistas, que insisten en la *separabilidad* de cuestiones como lo racional y lo emocional al considerar los valores en el marco del pensamiento y la acción humana” (Petrella, 2013: 3). Este enfoque se toma como punto de partida para este trabajo debido a que presenta una visión integral de los valores enfocados al comportamiento humano y a las organizaciones.

Existen gran cantidad de valores que pueden ser ordenados jerárquicamente de acuerdo a sus características y a la comparación que se hace de éstas. “es claro que no es igual lo material que lo espiritual, lo animal a lo intelectual, lo humano a lo divino, lo estético a lo moral” (Palafox y Gómez, 2008: 153).

La importancia de una correcta jerarquía de valores se centra en la sencillez que proporciona para orientar al individuo a lo largo de su vida, permitiéndole actuar con congruencia y de manera decidida. Quienes no cuentan con una jerarquía de valores bien estructurada con frecuencia dudan al tomar decisiones.

Los valores pueden ser estudiados desde los enfoques de las diferentes ciencias y disciplinas del comportamiento: sociología, psicología, antropología, derecho, criminalística, ética, etc. En todos los casos, se enfocan a consideraciones en torno a propuestas de comportamiento ideal que son reconocidos y sancionados por la sociedad.

De acuerdo al enfoque de este estudio son especialmente importantes los valores en las organizaciones y sus procesos de preservación y cambio. “Analizados desde una perspectiva antropológica, los valores representan las normas ideales de comportamiento sobre las que descansa la cultura como un modo de vida integrado. En ese sentido, los valores dicen algo de lo que el grupo es y de lo que quiere y debe ser (visión y misión)” (Siliceo, Casares y González, 1999: 50).

Las decisiones empresariales que convencionalmente corresponden a factores económicos y operativos, también se encuentran cargadas de valores que inciden en el accionar de las organizaciones. El problema es que muchos de estos valores, generan críticas al sistema social o económico que se mantiene como imagen de un mundo ideal y utópico; es decir, están al margen del mundo real y sus condicionamientos.

La consideración de los valores como algo significativo para la comprensión de las organizaciones y su capacidad de administración, está asociada con la existencia de una cultura organizacional. Actualmente se considera que las organizaciones tienen personalidad. “Pueden ser rígidas o flexibles, amables o desagradables, innovadoras o conservadoras” (Robbins, 2011: 619).

“La cultura de una organización es el patrón general que orienta el comportamiento, desarrolla las creencias compartidas y consolida los valores que los integrantes tienen en común” (Petrella, 2013: 5). Los valores compartidos por los miembros de una organización permiten que ésta pueda distinguirse claramente de las demás.



Las normas son las reglas que indican el comportamiento adecuado en cada situación y los valores son los criterios que establecen lo deseable, con fundamento en las normas vigentes y también sirven de base para la aceptación o rechazo de situaciones no previstas en las normas.

James Collins y Jerry Porras (1995) plantean la importancia de identificar los valores centrales (como los principios esenciales y permanentes) en cada organización, que están asociados con su propósito. “Esto permite identificar dos aspectos relevantes: a) aquello que está dispuesto a defender más allá de tendencias pasajeras o cambios en el mercado y b) por qué realmente existe la compañía, más allá de *hacer dinero*. Todo ello apostando a la *autenticidad* y la *permanencia* de las declaraciones esenciales sobre la compañía y al mismo tiempo, pensando en la importancia de *preservar el núcleo* y *estimular el progreso*, manteniendo la identidad de la organización y a la vez, su capacidad para adaptarse” (Petrella, 2013: 6).

Los valores considerados como puntos de referencia de las personas o las organizaciones con la realidad, son las bases que permiten fijar posturas sobre aquello que está bien o mal, en la realidad social y cultural. Los valores dan sentido y dirección a la vida de cada individuo. “Los valores cohesionan a los miembros de las organizaciones porque permiten distinguirse o ser reconocidos en el entorno, generando la dimensión natural de la organización” (Etkin, 2006: 66).

Para los profesionales de la administración es importante entender que el conjunto de significados construidos por distintos grupos y para diferentes fines, a partir de lineamientos fundamentales de una organización, va delineando una forma propia de comprender la realidad y de actuar frente a ella. En este contexto, los valores y las creencias comunes de la organización forman el núcleo de su propia cultura organizacional. Todo eso es apoyado y consolidado por las costumbres y las prácticas compartidas que dan lugar a la cultura organizacional, definida como el conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de las personas que forman una organización. Consecuentemente, tanto para mantener la realidad actual como para cambiarla, se debe trabajar sobre estos valores, creencias, costumbres y prácticas comunes y proporcionar modelos de referencia a imitar, junto con liderazgos que marquen el rumbo.

El desarrollo de la cultura organizacional y de la identidad corporativa es una labor inherente a los directivos de la organización. Sin embargo, son pocas las organizaciones que cuentan con directivos conscientes de dicha responsabilidad y personal del área de administración capacitado para favorecer dichos aspectos; es por ello que actualmente existen pocas empresas e instituciones que han desarrollado una identidad corporativa, lo que constituye una importante debilidad.

Una de las consecuencias de la falta de una identidad corporativa sólida es que las organizaciones generalmente no manejan los valores que se requieren como principios básicos organizacionales; los cuales deben ser diseñados y difundidos entre los miembros que la conforman.



Es fundamental que los valores que se determinen para la organización formen parte de sus características y sean comunicados con claridad, difundiéndolos ampliamente entre la comunidad para que sean adoptados como valores individuales y colectivos, sirviendo de base para el surgimiento de creencias, actitudes, opiniones y conductas. Lo anterior dará lugar a una cultura organizacional sólida que pueda diferenciarse como identidad corporativa.

“Un estudio detectó que la honestidad e integridad son los valores que buscan los perfiles de alto potencial en las empresas. Los valores organizacionales y la cultura, tienen una fuerte relación en la satisfacción de los empleados, el compromiso y la intención de quedarse en la empresa” (Right Management, 2008: 1).

La falta de satisfacción laboral del personal tiene un alto costo para las organizaciones, este fenómeno causa, entre otras cosas: daño en la imagen de la empresa, rotación de personal, bajas en la capacidad para atraer el talento, pérdida de oportunidades de negocios, baja moral en el personal, niveles de estrés elevados, menor efectividad en el trabajo en equipo, poca creatividad y baja productividad.

De acuerdo a lo reportado por la revista Fortune (2010), en una investigación sobre los mejores empleadores de los Estados Unidos Americanos, se comprobó que dichas empresas tienen en común que cuentan con una cultura organizacional caracterizada por altos niveles de confianza, orgullo, camaradería y éxito financiero. Por otra parte, Harvard Business Review reporta que la mitad de los gerentes no confía en sus líderes y que en las organizaciones donde existe falta de confianza, el estrés, la desunión y la escasa productividad hace que los empleados más valiosos prefieran irse a empresas más motivantes. También se reporta que un buen clima laboral permite a los empleados resolver desacuerdos, tomar riesgos más inteligentes y permanecer más tiempo trabajando para la empresa y contribuir con mejores ideas.

Un estudio realizado por Right (2006), se basa en un cuestionario sobre las causas más comunes de la pérdida de confianza hacia las empresas, por parte de los empleados, concluyendo que los factores detonantes son: mentir o decir verdades a medias, inconsistencia entre lo que se dice y lo que se hace, retener información, actitudes denigrantes y falta de apoyo al desarrollo del trabajador.

Para que surja la confianza del empleado se necesitan soluciones e ideas concretas que eviten las consecuencias negativas que causa la falta de ésta. Se propone que los directivos y ejecutivos, como estrategia administrativa ayuden al personal a construir más la confianza en sus equipos tratando con respeto a los empleados, demostrando honestidad e integridad, involucrando a la gente a su cargo con la visión y la estrategia de la empresa, compartiendo información con su grupo de trabajo y comprometiéndose con el desarrollo de las personas.

Estos factores mencionados en el párrafo anterior son especialmente importantes durante la planificación y la implementación de cambios organizacionales y pueden hacer la diferencia entre el éxito o el fracaso. Llevar un cambio sin prestar atención al personal generalmente tiene un efecto dañino en la confianza del empleado, debido a esto es recomendable la participación de un profesional en el área de recursos humanos.



Como estrategias clave para fomentar la integración, la motivación y la confianza del personal se encuentran la evaluación organizacional, la gestión efectiva de la comunicación y el *coaching*. Right (2006) recomienda la realización de un proceso proactivo para asegurar que los directivos están bien situados e identifican y encausan los problemas hacia su mejor solución, el proceso consta de tres partes:

1. Evaluación organizacional. Consiste en realizar una valoración comprensiva de las actitudes de los empleados, opiniones y niveles de satisfacción, lo que brindará información sólida y útil para identificar problemas y desarrollar soluciones objetivas. Es fundamental descubrir dónde y por qué la gente pierde la confianza en la organización y en sus líderes para determinar cuales serán los pasos a seguir para modificar positivamente esta situación.
2. Gestión efectiva de la comunicación. Se refiere a cuidar el correcto contenido y el flujo de la comunicación, ya que ayuda a manejar las expectativas del personal, a mostrar confianza hacia el capital humano al compartir información crítica y a prevenir el crecimiento de rumores y malos entendidos, contribuyendo a crear entusiasmo hacia las iniciativas corporativas entre los miembros del grupo de trabajo.
3. Evaluación individual y *coaching*. Se basa en la apreciación de que “nada construye la confianza más rápido en una organización que la práctica de descubrir y reconocer el talento, y las habilidades de liderazgo y el compromiso de desarrollarlas” (Right Management, 2008: 2). Involucra la evaluación de altos potenciales y de líderes emergentes, identificando oportunidades de desarrollo y proporcionando la formación apropiada a los empleados prometedores, lo que cuida la inversión en capital humano, enriquece la reserva de talentos de la organización y crea un liderazgo sólido.

La persona es considerada como “el activo más importante de la empresa, en sus relaciones hace que la empresa genere riqueza” (Palafox y Gómez, 2008: 163). La generación de riqueza puede ser apreciada a través de una cadena de valor que consiste en que todos los componentes de la empresa pueden crear valor en lo que hacen y combinar éste con los sistemas donde reciben y entregan valor.

Los egresados de las escuelas de administración y negocios deben tener claro que al acumular experiencia en el trato con proveedores, colaboradores y clientes se establece una cadena de valor que fortalece a la empresa. El valor de los colaboradores radica en sus conocimientos, experiencia, habilidades, actitudes, aptitudes y demás aspectos que enriquecen a la empresa con la realización de su trabajo diario. Cuando las empresas son humanas y valoran a sus colaboradores pueden desarrollar mejores personas y obtener excelentes resultados, ya que permiten que las personas potencialicen el crecimiento de la organización y crezcan al mismo ritmo. En este caso el valor humano se transforma en valor económico.

Debido a lo anterior las instituciones educativas también deben realizar su parte en la formación de capital humano valioso para las organizaciones y para el país. Actualmente los sistemas universitarios están siendo sometidos a profundos cambios, y entre las funciones de la educación superior se encuentra como tema central la capacitación para el



ejercicio de las actividades profesionales, resulta ineludible revisar los aspectos de la formación en competencias para el empleo, que las universidades deben proporcionar.

La necesidad de la capacitación científico-técnica es evidente, sin embargo “se considera que un modelo exclusivamente intelectual y tecnicista resulta limitado si ha de capacitar también para un desempeño laboral que sea fuente de crecimiento personal, de satisfacción para las empresas y de progreso social, más allá de la mera productividad y del rendimiento económico; ambos imprescindibles, pero insuficientes desde un punto de vista humanizador” (Casares, Carmona y Martínez-Rodríguez, 2010: 2).

Los educadores deben tener claro que la calidad de la educación superior no se resuelve en el logro de un producto acorde con sus metas y objetivos de calidad en cuanto a la eficacia; debido a que además debe haber coherencia entre éstos, los valores y las necesidades sociales.

Una de las funciones esenciales de las instituciones de nivel superior es proporcionar capacitación para el ejercicio de actividades profesionales, junto al desarrollo científico, técnico y cultural. La interpretación de la formación universitaria como capacitadora de futuros profesionales se encuentra en la educación superior como expectativa y necesidad del propio mundo laboral, que trasciende a la universidad y pone de manifiesto su compromiso social.

Esta misión corresponde a los gobiernos, los alumnos y los profesionales directamente implicados en la educación superior, también es compartida por los empleadores y empresarios, quienes cuentan con las universidades como centros de capacitación encargados de la formación de profesionales de alto nivel y de producción del conocimiento y la tecnología necesarios para mantener su ritmo de desarrollo.

En el contexto educativo de las ciencias sociales y administrativas las competencias deben asumirse como una compleja estructura de atributos necesarios para el desempeño en situaciones donde se combinan conocimientos, habilidades, actitudes y valores, con tareas que tienen que desempeñarse en determinadas situaciones. Las competencias tienen lazos estrechos con los valores y con los conocimientos.

Esta vinculación entre competencias y valores también está presente en la conceptualización de las competencias profesionales. Una competencia profesional puede ser entendida como la capacidad de trabajo constituida por conocimientos, aptitudes, actitudes, hábitos, motivaciones y valores encaminados al desempeño profesional. Se trata de la capacidad de respuesta que permite actuar de manera apropiada ante todo tipo de situaciones, en la que se conjugan el saber hacer procedimental con los conocimientos, las motivaciones, los valores éticos, las actitudes y las emociones, al igual que con otros elementos sociales que surgen en paralelo para tomar acciones eficaces.

La competencia integra las cualidades del sujeto, su comportamiento y sus valores, es un conjunto estructurado de atributos requeridos para la interpretación de situaciones específicas y permite desempeñarse de manera inteligente. De acuerdo con esta noción integradora, las competencias involucran no sólo conocimientos y técnicas, sino que





además requieren de la ética y los valores como elementos fundamentales para lograr un desempeño competente. En este sentido se considera que las competencias tienden hacia una formación integral de las personas para la convivencia y para la productividad.

El profesional del área administrativa debe ser un experto que resulte competente en su especialidad y, al mismo tiempo, una persona moralmente madura. La competencia y los valores en conjunto tienen una gran potencia para impulsar a las personas y contribuyen a configurar y determinar la autoestima positiva. Lo anterior contribuye al crecimiento humano y promueve la satisfacción personal y laboral.

En consecuencia, la formación universitaria en ciencias sociales y administrativas debe contemplar el crecimiento de la persona en todos los aspectos. Los valores deben fundamentar y guiar el desarrollo de competencias para el empleo. Las universidades deben proporcionar una formación satisfactoria para la sociedad, para el mundo laboral y para los individuos, desde un punto de vista humano.

“Los valores adquiridos a través de la socialización motivan las acciones dándoles dirección, sentido e intensidad emocional, y actúan como criterios para juzgar y justificar la acción” (Ros y Gouveia, 2001: 34).

“Torregrosa (1993) comparó personas con puestos directivos, técnicos, profesionales medios y trabajadores básicos, procedentes de familias profesionales diferenciadas (industriales, servicios, financieros), y encontraron que, mientras los trabajadores básicos y los técnicos valoraron la profesión como medio de subsistencia y protección de sus familias, los profesionales medios definieron la actividad laboral como una cuestión de logro; por otra parte, para los trabajadores básicos, su puesto correlacionó negativamente con promoción social, y para los técnicos la correlación fue positiva con la tendencia a buscar el bienestar de todos (universalismo)” (Casares, Carmona y Martínez-Rodríguez, 2010: 9).

Por lo que se refiere a los valores personales para el empleo, el estudio de Carmona et al. (2004) mostró que son los valores morales, junto con los sociales, las categorías que obtuvieron una media más alta. Los valores morales fueron los más apreciados, por encima de las competencias instrumentales del saber y del saber hacer. Incluso el cuidado personal que es paralelo al saber ser y al saber estar, puntuó más alto que otros factores de carácter instrumental. La noción de competencia ética supone una necesaria visualización del saber y del saber hacer ético-profesionales que deben incorporarse a la formación universitaria.

Otras investigaciones abordan los valores relacionados con la ética de profesiones específicas. En efecto, si bien en la ética profesional pueden considerarse grandes principios o valores como directrices comunes, también ha de plantearse su desarrollo en la especificidad de diferentes profesiones y puestos profesionales.

Es necesario, no sólo atender las cualidades cognitivas y técnicas que requiere el profesional del área de ciencias sociales y administrativas, sino también los aspectos personales, sociales y morales que actualmente se demandan en la vida profesional. Se toma en cuenta que cada sociedad, de acuerdo con sus necesidades, crea un sistema de



representaciones cuya significación social se expresa en ideales, principios y metas, y se considera que cada individuo, a través del aprendizaje mediante la práctica educativa, conforma su propio sistema subjetivo de valores.

Lo anterior puede llevar a pensar, en un primer momento, que la formación de un buen profesional requiere, sobre todo, de desarrollar las competencias cognitivas y técnicas con los valores asociados a las mismas, mientras que los valores ético-morales quedarían relegados a un segundo plano en la jerarquía de las prioridades formativas. Sin embargo Gardner, Csikszentmihalyi y Damon (2002) consideran que el distanciamiento entre las competencias profesionales y la dimensión ética en los procesos de formación no sólo conllevan el riesgo de descuidar las capacidades y habilidades relevantes que requiere la evolución de los campos laborales, sino también las cualidades sociales y morales que contribuyen al desarrollo de la profesionalidad en sintonía con la sociedad contemporánea.

En este punto adquiere significado la ética aplicada al campo de las profesiones, concebida como un conjunto de principios, códigos y normas que constituyen el comportamiento moral de la profesión, Lo profesional y su ejercicio trascienden la actuación técnico-económica y el beneficio particular, para convertirse en una acción dirigida al bienestar de la comunidad.

## **Desarrollo**

La literatura científica en cuanto a aspectos educativos y organizacionales pone de manifiesto el peso de la ética en cuanto a las expectativas, las necesidades y los valores que llevan a la funcionalidad y al éxito, tanto de los individuos como de las empresas.

Desde una perspectiva enfocada a la formación integral de cada persona contribuye a mejorar la calidad de vida y el progreso de los individuos y de la sociedad, se considera que los valores éticos forman parte de la estructura de las competencias profesionales, por lo que es necesario planificar expresamente competencias éticas como parte de la formación de los universitarios.

A partir de lo anterior, esta ponencia tiene como objetivo proponer la inclusión de los valores en los planes y programas de estudio del área de ciencias sociales, de manera tanto implícita como explícita y con un enfoque ligado a la reflexión y a la práctica.

Este trabajo subraya la necesidad de que las instituciones educativas tengan entre sus prioridades el desarrollo de los valores, como parte fundamental de la formación profesional. Se propone su inclusión a través de programas académicos y de un enfoque que los integre a lo largo del plan de estudios, incorporando estrategias novedosas, resaltando la aplicación de los valores a cada una de las competencias que deberá adquirir el estudiante y subrayando su importancia para el desarrollo personal, organizacional y nacional.



## **Problemática**

En la actualidad se requiere de empresas basadas en valores sólidos que formen parte de su cultura organizacional para lograr los objetivos planteados, una buena imagen corporativa y la satisfacción laboral de los integrantes de la organización, lo que contribuirá en beneficio del país.

Sin embargo actualmente se vive una crisis de valores en una sociedad con claras tendencias materialistas, donde predomina la generación de profesionales con un enfoque técnico dirigido a las tareas específicas de su área de formación, sin tomar en cuenta la formación en valores como asunto prioritario. Solamente algunas empresas han conservado o retomado el rumbo hacia la administración con valores, con excelentes resultados.

El actual modelo educativo a nivel nacional e internacional prioriza el aprendizaje centrado en el estudiante y la formación integral del mismo, lo que involucra ampliamente el tema de los valores como parte de la tarea educativa.

Los profesionales del área de ciencias sociales y administrativas tienen una enorme necesidad de ser formados en valores, debido a que en muchas ocasiones dirigirán los recursos humanos de un área específica o de toda una empresa, por lo que deben generar una cultura organizacional que permita la interacción armónica de los miembros de la organización, lo que facilitará el logro de las metas fijadas por la institución.

## **Pregunta de investigación**

A partir de la problemática presentada se decidió plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué acciones concretas pueden tomarse en la actualidad para formar en valores a los estudiantes del área de ciencias sociales y administrativas?

## **Objetivo**

Proponer técnicas y estrategias para el abordaje de la formación en valores de los estudiantes del área de ciencias sociales y administrativas.

## **Justificación**

“Una de las funciones esenciales de la universidad es capacitar para el ejercicio de actividades profesionales, junto al desarrollo científico, técnico y cultural, los cuales, por otra parte, han de encontrarse en el fundamento de las acciones emprendidas por un profesional competente” (Cásares, Carmona y Martínez Rodríguez, 2010: 3).

En el contexto actual, la formación que brindan las instituciones de enseñanza superior, especialmente las del área de ciencias sociales y administrativas deben preparar al estudiante para la vida y no únicamente para el desempeño de una actividad profesional específica, por lo tanto resulta fundamental que su estructura de personalidad integre



valores que le permitan enfrentar con seguridad y certeza las situaciones que se le presenten, actuando con honestidad, respeto, justicia, lealtad, solidaridad y responsabilidad.

Los valores son la base para vivir en comunidad, permiten establecer relaciones armónicas con las demás personas, buscando el bienestar colectivo. Los valores organizacionales se reflejan en lo que hacen diariamente la mayoría de los integrantes de la empresa, debido a que guían sus actos y decisiones.

Los estudiantes de las Escuelas y Facultades del área de ciencias sociales y administrativas de hoy tendrán que enfrentarse a un entorno social y organizacional en el que los valores serán una parte importante para el logro del éxito o el fracaso. Debido a esto es fundamental proporcionar las bases necesarias para la formación integral de profesionales comprometidos consigo mismos, con la organización para la que trabajan y con su país, contando con los valores necesarios para la convivencia y la toma de decisiones.

Por lo tanto se considera fundamental realizar una propuesta para el abordaje de la formación en valores de los estudiantes del nivel superior en el área de ciencias sociales y administrativas, más allá de la inclusión de programas específicos para revisar aspectos teóricos de ética y valores.

### **Método**

El trabajo que se presenta está basado en una investigación documental sobre los valores en el contexto escolar y laboral, con la finalidad de realizar una propuesta para la formación en valores de los estudiantes de nivel superior, del área de ciencias sociales y administrativas, con base en el análisis del marco teórico referencial.

### **Propuesta**

Tomando en cuenta las necesidades actuales de las organizaciones, del país y del contexto a nivel internacional, es evidente que hoy, más que nunca, se requiere de profesionales de la administración con una sólida formación en valores, lo que contribuirá a transformar positivamente a la sociedad, creando las condiciones necesarias para la convivencia armónica y responsable de los seres humanos.

Las instituciones de educación superior han sido depositarias de la responsabilidad de formar profesionales capaces de enfrentar los retos que se presentan en cada una de sus áreas de especialidad, transformando día a día a sus empresas, al país y al mundo globalizado; sin embargo, para lograr este fin no basta con las habilidades y los conocimientos técnicos y científicos, es necesaria la formación humana para ponerlos en práctica y uno de los aspectos fundamentales de ésta es la clarificación y desarrollo de valores.

Para lograr la formación en valores en el área de ciencias sociales se requiere de la experiencia profesional de los docentes, la formación de éstos en aspectos psicodidácticos,



mucha creatividad y un enorme compromiso, tanto para el diseño de los planes de estudio como para realizar la planeación de los contenidos y actividades de los programas que los integran, así como para llevarlos a la práctica.

Se propone la inclusión de una unidad de aprendizaje específica sobre formación en valores, durante el primer semestre de las carreras, iniciando con contenidos básicos sobre la Ética y posteriormente abordando los valores con un enfoque reflexivo y práctico, a través del análisis y solución de casos, la elaboración de ensayos y, la realización de actividades colectivas planeadas por los estudiantes bajo la supervisión del profesor, donde atiendan problemas reales relacionados con el compromiso social, la responsabilidad y la solidaridad.

Durante el desarrollo de los estudios en los niveles subsecuentes se recomienda seleccionar un proyecto por semestre, relativo a alguna o algunas de las asignaturas, para aplicar, analizar y comentar los valores durante el desarrollo de éste. Este procedimiento entrenará al estudiante en la reflexión sobre las implicaciones de sus decisiones y la congruencia entre su esquema de valores, su comportamiento y las implicaciones de éste en las personas y en el entorno.

Además es conveniente la inclusión de lecturas sobre casos de éxito en las empresas e historias de profesionales que lograron reconocimiento, como consecuencia de los valores que han guiado sus actos.

Para alcanzar buenos resultados, la formación en valores debe involucrar a toda la comunidad escolar incluyendo personal directivo, personal administrativo y de apoyo a la docencia, profesores y estudiantes. Lo anterior implica el diseño de talleres sobre formación en valores para capacitar al personal de los diferentes niveles, así como actividades que impliquen la práctica y reflexión colectiva sobre las repercusiones de éstos en los seres humanos y el medio que los rodea.

También es recomendable que la institución educativa revise sus planteamientos previos de valores y en su caso los replantee de una forma sencilla y actual, haciéndolos del conocimiento de la comunidad escolar mediante comunicaciones agradables, empleando pláticas y carteles y, de ser posible videos, invitando a la comunidad a mostrar dichos valores en su conducta diaria, integrándose y haciendo sinergia con su institución.

Es importante hacer notar que los valores se viven diariamente y no son frases hechas que sólo quedan en el papel, deben ser parte de cada persona y ser mostrados y compartidos con los demás, para lograr un efecto multiplicador que ayude a mejorar los ambientes de convivencia diaria, coadyuvando al desarrollo del país.

Al tomar estas medidas, las escuelas y facultades de ciencias sociales y administrativas contribuirán al logro de la formación de profesionales con valores, cumpliendo con los requerimientos de las empresas actuales, tanto en México como a nivel internacional.

Seguramente, los egresados que se conducen con valores, serán elementos fundamentales para crear en sus sitios de trabajo una cultura organizacional que permita aumentar la



productividad en un ambiente armónico y crear satisfacción laboral. Los profesionales del área de ciencias sociales y administrativas estarán mejor preparados para asumir puestos que requieren responsabilidad y capacidad de liderazgo, ya que su formación en valores les permitirá afrontar situaciones difíciles tomando buenas decisiones, asumiendo compromisos y facilitando la interacción entre los miembros de su grupo de trabajo, brindando un trato justo y respetuoso a sus subordinados.

## Conclusiones

En la sociedad del siglo XXI, de forma predominante y en ocasiones exclusiva, la actividad profesional se ha asociado con el saber técnico y la eficacia en la práctica. Sin embargo, es imprescindible combinar las competencias técnico-cognitivas con el desarrollo de conocimientos y valores personales en los estudiantes, evitando diseñar sistemas de formación dirigidos exclusivamente a la capacitación técnica

Tanto la reflexión como la investigación documental y empírica identifican la necesidad de una formación ético-profesional en los estudios universitarios. El conocimiento que generan la reflexión y la investigación acerca de los valores éticos relacionados con la efectividad en el empleo permiten deducir competencias, criterios y procedimientos que deben emplearse en las acciones docentes dirigidas a los alumnos.

La difusión del enfoque sobre la formación en valores, en la educación superior, puede generar un efecto de refuerzo en quienes la suscriben, abrir nuevas vías a otros docentes e investigadores, crear redes de intercambio y sugerir iniciativas de acción.

Para formar en valores es fundamental establecer un nexo entre los aspectos teóricos y su aplicación práctica, ligada a la reflexión, lo que logrará realmente la incorporación y empleo de los valores de manera congruente. Sin embargo, no hay que perder de vista que la formación en valores requiere del compromiso global de quienes integran la institución educativa y constituye todo un proceso en el que deberán hacerse las adecuaciones correspondientes, de manera permanente, como parte de un proceso de mejora continua.

## Referencias Bibliográficas

- Collins, James y Porras. (2005) *Empresas que perduran. Principios exitosos de compañías triunfadoras*. Bogotá: Editorial Norma.
- Casares, Carmona y Martínez-Rodríguez. (2010) *Valores profesionales en la formación universitaria*. Revista Electrónica de Investigación Educativa. Número Especial.
- Etkin, J. (2006) *Gestión de la complejidad en las organizaciones*, Buenos Aires: Ediciones Granica.
- González, L. J. (2009) *Excelencia personal: valores*. Argentina: Lumen.



- Palafox y Gómez (2008) *Ética, persona y generación de riqueza en la empresa*. México: Patria.
- Patiño G., S. (1994) *El profesor como transmisor de valores*. Monterrey: ITESM Centro de Valores Éticos.
- Petrella, C. *El abordaje axiológico en las organizaciones*. Ilustrados. Uruguay <http://www.ilustrados.com/tema/12859/abordaje-axiologico-organizaciones.html> Recuperado el 20 de abril de 2013.
- Planas F., E. (2009) *Valores en la empresa*. México: Trillas.
- Ramírez, Sánchez y Quintero (2005) *El papel de los valores en la identidad corporativa*. Rev Negotium Año 1 / N° 1.
- Robbins, S. (2011) *Comportamiento organizacional* México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Right Management (2008) Revista NEGOTIUM. <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/997-honestidad-e-integridad-valores-que-buscan-los-perfiles-de-alto-potencial-en-las-empresas.html> Recuperado el 5 de marzo de 2013.
- Ros y Gouveia, (2001) *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados*. Madrid: Biblioteca Nueva.

