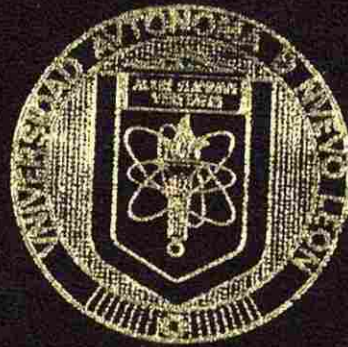


UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA Y ADMINISTRACION



"LA IMPORTANCIA DE LOS VALORES EN EL
DESARROLLO HUMANO DE LA
ORGANIZACION"

TESIS QUE PRESENTA
LIC. ARTURO COTA OLMOS

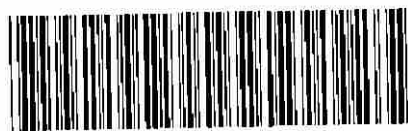
PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESPECIALIDAD EN RECURSOS HUMANOS

CD. UNIVERSITARIA

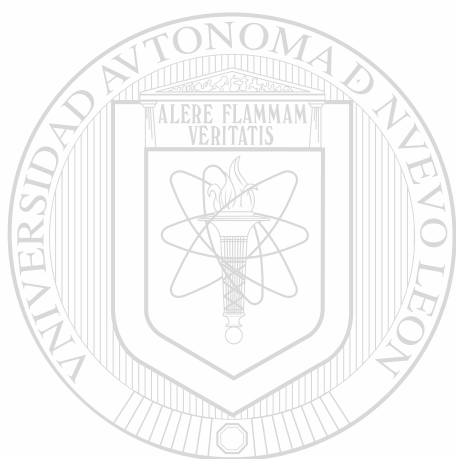
MARZO DEL 2002

TM
Z7164
.C82
FCPYA
2002
.C6

"LA IMPORTANCIA DE LOS VALORES EN EL
DESARROLLO HUMANO DE LA
ORGANIZACION"



1020147482



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA Y ADMINISTRACION



LA IMPORTANCIA DE LOS VALORES EN EL
DESARROLLO HUMANO DE LA
ORGANIZACION¹²

UANL

TESIS QUE PRESENTA

LIC. ARTURO GOTA OLMOS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

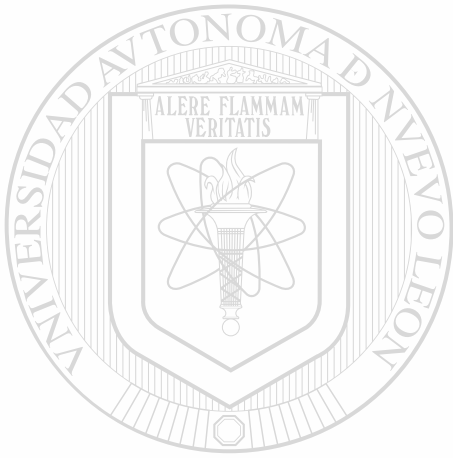
PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESPECIALIDAD EN RECURSOS HUMANOS

CD. UNIVERSITARIA

MARZO DEL 2002

309 935 Vir con

TM
27164
• C8
F P
— 0
• C6



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS



**FONDO
TESIS**

INDICE

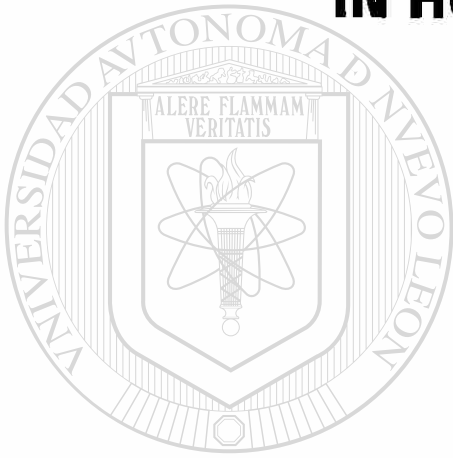
Introducción	1
Planteamiento del problema.....	1
Objetivos de la investigación.....	2
Preguntas de investigación.....	2
Justificación.....	2
Hipótesis.....	3
CAPÍTULO 1: DESCUBRIENDO LOS VALORES	4
1.1 ¿Qué son los valores.....	4
1.2 La ética como constante humana.....	12
1.2.1 La ética como disciplina filosófica.....	13
1.2.2 Ética y Metaética.....	16
1.2.3 Universalidad y relatividad de la ética.....	17
1.2.4 Ética y moral.....	19
CAPITULO 2 ASPECTOS TÉCNICOS DE LA EDUCACIÓN EN VALORES	21
2.1 Definición de valor.....	21
2.1.1 Características del valor.....	23
2.1.2 Propiedades de los valores.....	24
2.1.3 Jerarquización del valor.....	24
2.1.4 Diferencia entre los valores morales y humanos.....	27
2.1.5 ¿Qué es un valor? ¿Qué valoramos?.....	27
2.1.6 ¿Dónde aprendemos los valores?.....	28
2.1.7 Valores humanos en el ámbito profesional.....	28
2.2 El trabajo humano y las virtudes.....	29
2.2.1 Competitividad profesional.....	29
2.3 Clasificación de valores.....	29
2.3.1 La calidad como valor.....	30
2.4 Análisis de teorías.....	32
2.5 Teoría de Louis Raths, Merrill Harmin y Sidney Simon.....	33
2.6 Teoría de Jean Piaget.....	35
2.7 Teoría de Lawrence Kohlberg.....	38

CAPITULO 3: FILOSOFÍA DE LA CAPACITACIÓN	39
3.1 La importancia de los valores en la capacitación.....	39
3.2 ¿Qué es capacitación?.....	43
3.2.1 Impacto de la administración en la capacitación.....	45
3.3 Enfoques y conceptos.....	45
3.4 Principios de la capacitación.....	48
3.5 Papel de los valores en la administración.....	49
3.5.1 Valores Humanos del dirigente.....	50
3.6 Características del valor.....	51
3.6.1 Rasgos fundamentales.....	52
3.6.2 La objetividad de los valores.....	53
3.6.3 Valores morales.....	53
3.7 Los valores humanos en las industrias.....	53
3.8 Valores y actitudes del profesionista del tercer milenio.....	56
3.9 Los valores del desarrollo organizacional.....	56
3.10 Valores de un empleado.....	57
CAPITULO 4: ESTUDIO DE CASO	58
4.1 Cronología de la telefonía en México.....	58
4.2 Una alternativa en Telecomunicaciones: AXTEL	70
4.3 Misión e infraestructura.....	70
4.4 Red digital.....	71
4.5 Tecnología.....	73
4.5.1 Cable de fibra óptica.....	73
4.5.2 Acceso Inalámbrico Fijo.....	74
4.5.3 Radio punto a multipunto.....	75
4.5.4 Radio punto a punto.....	75
4.6 Socios tecnológicos.....	76
4.7 Socios inversionistas.....	76
4.8 Fundamentos institucionales.....	77
4.9 Programa de Valores de la empresa.....	77
4.10 Principios generales.....	80

4.10.1 Propósito.....	80
4.10.2 ¿Por qué un código de ética?.....	80
4.10.3 Responsabilidad.....	80
4.10.4 Alcance.....	81
4.11 Lineamientos.....	81
4.11.1 Comportamiento en el trabajo.....	81
4.11.2 Comunicación.....	82
4.11.3 Conflictos de intereses.....	82
4.11.4 Contratación de personal.....	84
4.11.5 Honestidad, lealtad e integridad.....	84
4.11.6 Información confidencial.....	85
4.11.7 Seguridad en el trabajo.....	86
4.11.8 Relación con los clientes.....	87
4.11.9 Relación con la comunidad.....	87
4.11.10 Relación con el gobierno.....	87
4.11.11 Relación con los proveedores.....	88
4.11.12 Promoción y venta.....	88
4.11.13 Responsabilidad ambiental.....	88
4.12 Valores para el desarrollo humano y profesional.....	88
<hr/>	
Conclusión.....	90
Bibliografía.....	91



IN HOC SIGNO VINCES



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

A DIOS
POR PERMITIRME UNA OPORTUNIDAD MAS

A MIS PADRES
POR DARMER LA VIDA,
BRINDARME EDUCACIÓN Y OFRECERME TODO SU AMOR
LOS AMO ETERNAMENTE

A MI ESPOSA
POR SU INCONDICIONAL APOYO DURANTE TODOS
LOS AÑOS QUE LLEVAMOS JUNTOS Y PERMANECER CONMIGO
GRACIAS

A MI HIJO
POR SER FUENTE DE INSPIRACIÓN Y MOTIVO DE VIVIR
ESPERO SER UN DIGNO EJEMPLO A SEGUIR Y SUPERAR



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

INTRODUCCIÓN

Valor es el carácter de las cosas que explica el que sean más o menos estimadas o deseadas y que puedan satisfacer un cierto fin. Sin voluntad y sin inteligencia no hay valores. Llamamos, por tanto, valores a algo estimable, apreciable. Los valores son cualidades positivas de las cosas o de las personas. Según sean los valores que uno tiene así serán los proyectos de vida que haga. El proyecto personal, comunitario ó de la empresa, está determinado por los valores.

Los valores y la educación van íntimamente unidos. De ambos depende el ser y la calidad de la vida. Lo lamentable sería querer educar sin tener una escala de valores como referencia, sin tener una idea clara de la meta a la que deseamos conducir al educando o sin conocer el entorno y los "signos de los tiempos" que, con visión de futuro, nos está interpelando.

La idea de realizar este proyecto, es motivado por la observancia de la carencia de valores que impera en la sociedad, en la familia, en los jefes, empleados, operarios, personal administrativo y aún de los dueños de las empresas. Vicios generados por la carencia de un trabajo de equipo en gente que sólo mira y busca satisfacer sus intereses personales y que sus metas son sólo propias y no de grupo.

Se pretende despertar en las personas que lean la presente tesis, la inquietud de tomar conciencia sobre lo importante que es contar con valores como seres humanos y profesionistas, que nos sirvan de trampolín en la realización plena de los ideales forjados.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

- ¿Pueden los valores, adquiridos ó aprendidos, lograr que el recurso humano sea más eficiente, productivo y leal a la empresa?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Determinar si los valores intrínsecos del individuo son importantes para su desarrollo dentro de la empresa.
- Determinar si los valores aprendidos por la persona se aplican en el desempeño de sus responsabilidades.
- Evaluar si la organización considera importantes los valores para su propio desarrollo.
- Analizar si existen programas de desarrollo, difusión ó capacitación en valores dentro de las empresa que ayuden al fortalecimiento del recurso humano.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Los valores que cada individuo adquiere durante su vida, son realmente los que requerirá a través de su desarrollo profesional?
- ¿Será necesario que las empresas impartan capacitación en valores para obtener en los empleados una satisfacción laboral ?
- ¿Una educación formativa en valores, desde niveles básicos, lograría individuos más eficientes, motivados y productivos?
- ¿Las empresas realizarán proyectos de valores como parte de un desarrollo y de una visión más encaminada a satisfacer a sus recursos humanos?

JUSTIFICACIÓN

- La investigación propuesta, pretende abarcar un área de conocimiento respecto a los valores, la ética y la moral. Hoy en día se habla de que en nuestra sociedad, en las empresas, en las entidades públicas, etc, existen crisis de valores. Nada más erróneo que el considerar que hay tal crisis. Los valores allí están,

lo que sucede es que no se aplican. Realizaremos esta investigación delimitándola en el sector empresarial, en las industrias de Nuevo León en el área de las telecomunicaciones, desarrollando un estudio de caso de la compañía Axtel, S.A. de C.V., la cuál desarrolló un código de ética para impulsar sus valores organizacionales.

HIPÓTESIS

Un programa de desarrollo de valores permitirá que el recurso humano se encuentre más motivado, productivo y eficiente.

Cuando las personas participan en programas de desarrollo de valores, las compañías obtienen un personal más productivo, eficiente y comprometido.

Una compañía que no tiene programas de desarrollo de valores para su recurso humano, no generará personal más productivo, eficiente y comprometido.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN[®]
DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

1. DESCUBRIENDO LOS VALORES

1.1 ¿Que son los valores?

Durante la estancia del hombre sobre la tierra, éste ha desarrollado conjuntamente con sus semejantes una serie de normas y estilos de vida que de alguna manera han regido su conducta en sociedad. Esta serie de actividades se conocen como valores humanos y son pautas probadas por la experiencia con las cuales se guían en el mundo todas las culturas que lo habitan. Estos patrones de comportamiento no son los mismos para todos, puesto que en cada grupo social son aprobadas, sin estar escritas, distintas formas de proceder. Conforme el mundo evoluciona, también se han ido modificando las conductas de la humanidad, las cuales en muchos de los casos proceden conforme a las leyes morales, religiosas, y estéticas que marcan el camino por donde la sociedad transita sin dificultades, ya sea en el trabajo, en el hogar, la iglesia, etc. siendo éstas comprendidas como “valores” inherentes al ser humano, el cual reflexiona en ellos pues nos dan muestra de su importancia siendo utilizados para la educación de cada núcleo social en particular.

Los valores se derivan de una elección personal basada en convicciones, opiniones, prejuicios y estándares. Son dinámicas las personas que buscan valores, los prueban y los cambian. Sin embargo el proceso es lento ya que la tendencia humana es repetir y continuar las formas de vida por todo el tiempo que sea posible.

Analizando desde un punto de vista crítico nuestros valores, profundizamos el entendimiento y nuestras propias reacciones, situaciones y comportamientos. Examinar los valores propios es una de las mejores formas de mantenerse mentalmente vivo, alerta y flexible.

Para una mejor comprensión, digamos que la cultura puede considerar un sistema de valores como una forma de vida. En un sentido general, la cultura se refiere al comportamiento aprendido o a los patrones de vida predominantes. En

un sentido más concentrado la cultura se considera como un sistema de valores y sensaciones de la sociedad. La cultura determina lo que es conveniente y lo define por medio de institución. Ya que tanto la cultura como la institución varían entre las personas, las comunidades y las naciones.

Ya que una institución es un establecimiento de carácter público que afecta a una comunidad. En realidad una institución sirve en calidad de unidad cultural por medio de la cual se ejerce influencia sobre un individuo.

Una institución hace las veces de un mecanismo equilibrador entre la estructura de valores y el entorno. Es un medio determinante y determinado y como tal amerita consideración en las actividades administrativas.

Los valores son una base para una filosofía administrativa, es la aceptación de diferentes valores por un gerente y ayuda a formular la filosofía administrativa de esa persona. Los valores revelan lo que realmente es importante para un gerente.

También podemos decir que existen diferentes tipos de valores presentes en nuestra vida cotidiana; por ejemplo, al decir cosa como:

“El valor de los alimentos básicos aumenta día a día”, nos estamos refiriendo al precio o *valor económico* de ciertos bienes.

Lo más valioso de la película de ayer fue la fotografía, me pareció hermosísima”, refleja un *valor estético*, donde importa la forma, belleza o perfección más que la utilidad o precio de algo.

“Cómo éste año cambiaron el programa, esta guía de estudio ya no tiene valor, no sirve para preparar el examen”, se refiere a un *valor utilitario*, es decir, a la capacidad de cumplir con la finalidad a que se destina algo.

Nuestros valores concuerdan con nuestras concepciones de la vida del hombre.

Los valores influyen en nuestra forma de pensar, en nuestros sentimientos y formas de comportarnos.

Los valores se proyectan a través de actitudes y acciones ante personas y situaciones concretas, suponen un compromiso real y profundo de la persona ante sí misma ante la sociedad en que vive, los valores no existen en abstracto

ni de manera absoluta: están ligados a la historia, a las culturas, a los diferentes grupos humanos, a los individuos y a las circunstancias que enfrentan.

En nuestra época, podemos identificar valores que son aceptados universalmente, en todo tiempo y lugar, porque posibilitan la existencia de una sociedad más justa y democrática.

Hay quienes sostienen que los valores existen "en sí", independientemente de que los apreciemos o no. Por eso hablan de que percibir un valor no es crearlo, sino descubrirlo: estos son *valores trascendentes*.

los valores trascendentes no dependen de la estima o acciones de una persona aislada, porque valen en sí mismos (derecho y respeto a la vida, verdad, libertad, equidad, fraternidad, justicia, espiritualidad)

No siempre somos conscientes de nuestros valores, como tampoco lo somos de la influencia que ejercen los demás en ellos.

Así como existen valores, también podemos identificar contravalores: los que se oponen a un valor concreto (como maldad a bondad, a justicia) en general, los contra- valores (llamados también antivalores o valores negativos) impiden o van en contra del desarrollo pleno de las personas y de la convivencia libre e igualitaria.

Un valor no es simplemente una preferencia momentánea, sino una preferencia que se cree, se sostiene y se considera justificada moralmente (porque así debe ser), como fruto de un proceso de razonamiento o como consecuencia de un juicio personal.

No existe una forma única de interpretar que son los valores. De hecho, existen diferentes posturas o teorías que buscan explicar qué y cuáles son los valores fundamentales que rigen el comportamiento del ser humano y la vida en sociedad. Aunque en ésta tesis no se exponen dichas teorías, por ir más allá de nuestros objetivos, sí recalcamos el sentido histórico, antropológico y cultural de los valores. Esto quiere decir que los valores (sean éticos, estéticos, afectivos, etc.) se han ido construyendo y transformando a través de la historia, manifestándose de diversas maneras en culturas y grupos humanos diferentes.

A manera de ilustración y con la intención de propiciar la reflexión sobre éste punto, se ofrecen éstos ejemplos:

- Los espartanos de la Grecia clásica arrojaban desde el monte taigeto a los recién nacidos con deformidades congénitas. Actualmente, en sociedades como la nuestra, se reconoce jurídica y socialmente el derecho a una vida integrada y normal de las personas discapacitadas.
- Los hebreos en la antigüedad aplicaban la "ley de talión" que consistía en hacer sufrir al acusado el mismo daño que éste había causado ("ojo por ojo y diente por diente") prácticamente ningún código penal moderno opera bajo este principio.
- En algunas culturas mesoamericanas teocráticas se consideraba que solo mediante sacrificios humanos se podía mantener la vida, el orden y continuidad del mundo. Así, los mayas arrojaban doncellas a los cenotes y los aztecas ofrendaban el corazón de los guerreros enemigos caídos en combate.
- En el siglo pasado y el comienzo de éste, en diversas guerras independentistas y revolucionarias, tanto en Europa como en América o África, los jóvenes combatientes manifestaban un sentimiento marcadamente bélico y nacionalista ("luchar contra el enemigo y morir por la patria") pero después de la mitad de este siglo, surge un movimiento creciente de ideas pacifistas: muchos jóvenes rehúsan ir a guerras como la de Vietnam por razones de conciencia y adoptan el lema "practica el amor y no la guerra".

Si ubicamos el momento histórico en que se reconocen jurídicamente los derechos individuales de los ciudadanos, esto ocurre hasta el siglo xviii, mientras que los derechos económicos y sociales aparecen legislados a finales del siglo xix, y los que atañen a la humanidad en su conjunto se incorporan sólo recientemente.

Hoy, cuando la humanidad se halla en el umbral del tercer milenio, la reflexión sobre la dimensión valorativa resulta para algunos especulativa y hasta intrascendente. La fuerte tendencia pragmática que domina las presiones

sociales cotidianas desvían la atención de la cuestión valorativa en la práctica diaria. Pareciera que el ritmo de vida conduce a eludir la apreciación de un ámbito de valores dinámicos y en constante cambio.

La cambiante dinámica de la sociedad actual marcha a la par de una excesiva cuantificación y mecanización de diversas manifestaciones de la vida moderna que generan la ruptura de algunas de nuestras creencias y la alteración de valores socio-culturales. Tal proceso de ruptura y alteración se evidencia en cierta incertidumbre en cuanto a la concepción del ser humano, de la sociedad, de la cultura y de nosotros mismos. Los valores y la moral parecen estar cuestionados.

La dinámica social cotidiana es el producto de las tendencias sociales de la época; en este sentido, los individuos manifiestan interpretaciones valorativas y formas de actuación cultural propias del momento histórico que viven. Por ello, quienes estamos involucrados en la acción educativa debemos considerar siempre el contexto socio-histórico en el cual nos desenvolvemos, atendiendo los sistemas de valores vigentes en la cultura y en la sociedad.

Entendemos que el desenvolvimiento cotidiano está impregnado de opciones valorativas que comparten individuos y grupos de una misma cultura quienes las reflejan a través de su interacción comunicativa, sus acciones y comportamientos. De modo que, si deseamos comprender, interpretar y explicar el significado de la dimensión valorativa que subyace en una determinada realidad, en su contexto témporo-espacial específico, es preciso conocer el discurso explícito y oculto que subyace en la interacción social, así como al significado que se otorga a dicho discurso. Podemos preguntarnos entonces: ¿Qué valores expresamos en nuestro desenvolvimiento cotidiano? ¿Qué significado le otorgamos? ¿Reflejan esos valores la particularidad de la propia cultura?

Nitzsche¹ opina que el hombre moderno está perdiendo, o ha perdido la capacidad de valorar y, con ella, su humanidad. En el actual agotamiento de

¹ Bloom, A. 1989. El cierre de la mente moderna. Barcelona, Plaza & James Editores.

valores tradicionales, los seres humanos sienten temor ante la perspectiva de lo que podría llegar a ser de ellos. Deben volverse hacia el interior de ellos mismos y reconstituir las condiciones de su creatividad para así generar valores (Bloom, 1995). Esta pérdida de la capacidad de valorar se enmarca en la llamada "Crisis de Occidente" determinada por el destronamiento del racionalismo que conlleva la "Crisis de la Filosofía", la pérdida de la fe en la Razón y la Ciencia, y también la crisis de valores que genera un vacío en la credibilidad del individuo cuyos efectos parecen afectar a toda la humanidad actual.

Al observar la realidad que nos rodea pareciera dominar un confuso sentido de las valoraciones, un desaliento creciente en los seres humanos, un estado de incredulidad y desconfianza no sólo ante las personas, sino ante las instituciones. Ello se debe a los efectos de una crisis valorativa que se ha proyectado en todos los ámbitos: social, económico, político, familiar, cultural, escolar. El marco contextual que parece definir la situación social, cultural, económica y política de nuestros países Latinoamericanos está afectado por el desempleo, la marginalidad, el caos financiero, el alcoholismo, la drogadicción, la profunda contradicción entre ricos y pobres, la corrupción, el delito, la inseguridad, entre otros. Valores como el dinero y no el trabajo son los que parecen generar prestigio social, a lo cual se une el hecho de que se exalta el poder sin importar cómo se logra.

Ante el momento de conmoción y la sensación de pesimismo que enfrenta la sociedad actual, el panorama se agrava por el hecho de que el sistema educativo hace énfasis en el componente informativo, con el consiguiente descuido del aspecto formativo. ¿Qué hacer ante tal situación? Definitivamente no tenemos -o quizá no haya- una respuesta, al menos no una respuesta simple. Entendemos que una crisis de valores no es accidental ni momentánea, sino la consecuencia de acciones y decisiones tomadas generalmente a lo largo de varios años. Una crisis es una importante dislocación de las instituciones, los hábitos, los métodos de vida y los valores (Brameld, 1967). Pero toda crisis desafía al ser humano a buscar nuevos referentes. Y lo que hoy produce

confusión y vacío, la dinámica social se encarga de hacerlo transitorio mediante cambios que conducen a búsquedas diferentes.

La inquietud sobre cómo superar la crisis, tiene una respuesta: la capacitación. Desde este campo es posible interrogar y penetrar la realidad cultural para descubrir, comprender e interpretar más cabalmente la dinámica que caracteriza la práctica valorativa -sea en la escuela, la familia, la comunidad y, partiendo de tal conocimiento, generar alternativas inspiradas en el impulso del aspecto formativo, Es la formación del ser humano lo que permite a la sociedad garantizar el resguardo de sus valores (espirituales, materiales, trascendentales, sociales, políticos, o de cualquier otro dominio). Por supuesto, el mismo proceso educativo debería ser lo suficientemente flexible y dinámico como para aceptar la realidad cambiante del sistema valorativo de la sociedad o de cada grupo humano. Pero, lamentablemente, casi siempre la Educación va a la zaga de toda clase de cambios... quedando en manos del propio individuo bien sea una decisión valorativa no siempre orientada por las pautas establecidas por su grupo social, o un vacío en el sentido de las valoraciones que lo conducen a una conducta absolutamente atípica o fuera del 'orden' social.

Formar ciudadanos virtuosos se basa en la construcción de una sólida estructura ética y valorativa. El Informe de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI, titulado: La Educación encierra un tesoro, conocido también como Informe Delors, señaló que en el contexto de la sociedad contemporánea, plagada de incertidumbres y tensiones, "todo convida a revalorizar los aspectos éticos y culturales de la educación y, para ello, dar a cada uno los medios de comprender al otro en su particularidad y comprender el mundo en su curso caótico hacia muy cierta unidad".

La importancia de los valores trasciende los dominios de la filosofía e interesa a toda la sociedad, ya que los valores orientan y enrumban el comportamiento individual y colectivo. Los valores contribuyen a que las personas, las instituciones y las sociedades establezcan metas y fines. En la sociedad contemporánea se está formando una "conciencia ética universal", compatible con la pluralidad de códigos éticos individuales y de credos religiosos, que se

expresa a través de nuevos paradigmas: el desarrollo humano sustentable, el respeto integral a los derechos humanos, la igualdad de géneros, el desarrollo social como factor esencial del crecimiento económico y la cultura de paz.

La humanidad necesita una ética global, unos valores de dimensión universal, que le sirvan como "asideros morales". ¿Qué fundamenta esa ética global? En nuestra época existe una cultura cívica global en plena gestación y cambio, que contiene elementos adicionales para ser incorporados en una nueva ética global.

El tema de la formación en valores ha estado por mucho tiempo relegado en la praxis educativa. Sin embargo, hoy en día es uno de los temas prioritarios. Se reconoce que el principal propósito de la educación es precisamente la formación ética de los ciudadanos. Frente a quienes mantienen cierto escepticismo sobre el rol de la educación en el proceso de formación de valores, la mayoría de los pedagogos contemporáneos sostienen que si la educación es el medio ideal para la formación de la personalidad, ella es también el medio privilegiado para inculcar un plexo valorativo que dé sustento a una conciencia cívica y ética. Incluso, hay educadores que sostienen que hablar de educación integral es hablar necesariamente de valores, ya que educar no es simplemente instruir sino formar.

La educación en valores adquiere hoy en día mayor relevancia ante la competencia que los sistemas educativos tiene que enfrentar con los antivalores que frecuentemente difunden los medios masivos de comunicación. Cuando se dice que vivimos una "crisis de valores", en realidad nos referimos al choque de valores, que no sólo procede de los medios sino que puede también tener su origen en la misma familia o en la comunidad. Es el llamado "currículum oculto" que contradice los valores que trata de cultivar el sistema formal.

En definitiva, si se trata de promover una educación integral, que comprenda los aspectos cognoscitivos, afectivos y psicomotores, la formación en valores no puede estar ausente, si el objetivo final es la formación de la personalidad ética. Es necesario fortalecer las distintas actividades vinculadas a la formación ciudadana con vista a la expansión y el fortalecimiento de la democracia, no sólo como régimen político, sino también como forma de vida, la más adecuada para

alcanzar una sociedad equitativa y solidaria donde la vida digna y la paz sea posible para todos.

El preámbulo de la Declaración para la Educación de la UNESCO (1973) establece que: *"La educación del hombre moderno está considerada en un gran número de países, como problema de excepcional dificultad, y en todos, sin excepción, como tarea de la más alta importancia. Constituye la educación asimismo, un tema capital, de envergadura universal, para todos los hombres que se preocupan de mejorar el mundo de hoy y preparar el de mañana"*, se asienta que las universidades analizan cómo la ciencia responde a la pregunta ¿por qué? buscando el valor de la verdad; y la tecnología responde a la pregunta ¿cómo? buscando el valor de la utilidad. Los valores responden a la pregunta ¿para qué?, siendo su misión enseñar el saber ser y el deber ser.

Enseñar para la vida trascendente es la preocupación de la educación en valores. Educar es enseñar una ética frente a la existencia, para que con sabiduría se aprenda a bien tener, a bien hacer, a bien vivir y a bien ser, integrándose el concepto de "bienestar". Enseñar es crear las condiciones para que quien aprende, pueda desarrollar todo su potencial como ser humano, ayudando a los demás a conocer y comprender, a crecer y a dudar, a recibir y a aportar, a informarse, pero sobre todo a formarse como seres humanos.

La transmisión de valores también se lleva a cabo de manera informal, mediante la cultura que se forma en la escuela o la universidad, es decir, todo aquello que concurre en la vida escolar y universitaria, no sólo la enseñanza académica de una temática ético-valorativa sino el vivir y llevar a la práctica dichos valores.

1.2 La ética como constante humana

La especie humana está conformada por individuos que, por ser seres sociales, han vivido y actuado siempre en grupo. Desde los inicios de la humanidad, las actividades fundamentales como la búsqueda de alimentos para sobrevivir, la construcción de refugios para guarecerse o la invención de artefactos e

instrumentos, requirió la cooperación inteligente y el esfuerzo compartido de los individuos. Esa actividad grupal cada vez más compleja generó la necesidad de organizarse socialmente para garantizar la participación más productiva en aras del objetivo de la sobrevivencia. Y la organización social condujo necesariamente a establecer mecanismos de control y de sanción dirigidos a regular el comportamiento colectivo.

Todo grupo social posee normas (lat. nomos) que regulan la conducta de sus integrantes y mantienen las formas de conducta dentro de ciertos límites. El mero hecho de vivir en comunidad supone que los seres humanos comparten esquemas valorativos de la sociedad a la cual pertenecen. Cada individuo se enfrenta a la necesidad de adaptarse a la vida social y respetar las normas de la misma, lo cual supone cumplir con una serie de deberes y obligaciones a la vez que poseer un conjunto de derechos y privilegios. Las actitudes y comportamientos de los individuos están orientados por las normas, ideales y valores generales de su grupo social. Estas normas, ideales y valores rigen determinadas pautas generales de comportamiento y expectativas que tienen relación con la tradición del grupo social. Este proceso se interioriza en la conciencia del individuo de manera imperceptible. Puesto que toda sociedad está interesada en preservar su existencia y desenvolvimiento regular, demanda de los individuos una conciencia ética de manera que cada individuo actúe como se espera que lo haga. Es así como la ética adquiere importancia en la dinámica social.

1.2.1 La ética como disciplina filosófica

La ética, conjuntamente con la estética, constituye el fundamento de la axiología o ciencia de los valores. Se define la ética como una disciplina de la filosofía que estudia el "deber ser" del comportamiento humano. La ética se ocupa de normar lo que los individuos deben hacer en su interacción social; es decir, indica qué es "lo bueno" y "lo malo" de las acciones humanas. Es objeto de la ética estudiar

el carácter general de las normas de conducta y de las elecciones morales concretas que el individuo hace en su relación con los demás.

¿Cuál es el origen etimológico de la palabra ética? La palabra ética deriva de *ethos* que significa costumbre cuya expresión en latín es *mos*, y en plural, *mores*. De este último vocablo derivan las palabras *moral* y *moralidad*. Así, desde el punto de vista etimológico, la ética consiste en el estudio de las costumbres humanas.

Las costumbres incluyen, por una parte, lo relativo a prácticas comunes o convenciones sociales que definen el carácter de un grupo o nación, por ejemplo, el modo de saludar, la manera de vestir, las normas sociales, la etiqueta, las normas de cortesía. Tales costumbres varían de una región a otra, de una época a otra y pueden ser cambiadas por la sociedad. Pero, además, las costumbres involucran otro tipo de prácticas más trascendentales que reflejan el carácter o modo de ser de las personas; por ejemplo, actitud ante los padres y maestros, respeto a la honestidad, valoración de la libertad, respeto a las leyes y a los derechos humanos, las cuales se relacionan con la naturaleza social y la esencia espiritual del ser humano. De este tipo de costumbres referidas al aspecto moral trata la ética.

El carácter intangible de la ética constituye objeto de discusión para los estudiosos del tema. ¿Tiene la ética validez científica? La ética se expresa a través de juicios de valor, los cuales pueden ser calificados como posturas subjetivas y simples expresiones de preferencias personales. Por ello, desde la óptica de perspectivas "clásicas" de investigación, todo estudio científico basado en juicios valorativos podría ser objetado y pondría en entredicho la validez científica de la ética al considerar que "la ética es un conocimiento muy impreciso, de verificación más que incierta." ² Por naturaleza, el ser humano emite juicios de valor con relación a sí mismo y a los demás. Por medio de sus juicios, cataloga lo que está bien y lo que está mal en la conducta de los individuos, a la vez que expresa lo que se debería hacer; todo ello en un contexto determinado. Ante esta realidad, la filosofía plantea, a través de la

ética, el estudio del comportamiento humano en términos de lo bueno y lo malo, de lo que debe y lo que no debe ser. En otras palabras, la ética se interesa en lo que el individuo hace, sólo para referirse a lo que debería hacer. Así, el asunto del deber ser constituye la característica que define y distingue a la ética de otras disciplinas.

A la filosofía le interesa investigar acerca de cómo se manifiestan los juicios de valor y qué significado se le otorga a los mismos en el contexto social. La importancia científica de la ética trasciende los límites filosóficos y se proyecta en todos los planos y dimensiones del quehacer humano: educativo, social, cultural, económico, político. La duda acerca de qué debemos entender por justicia, violencia, libertad o igualdad, dependerá de cómo los individuos interpretan el significado de tales conceptos o ideas en su respectivo entorno. La subjetividad de tales abstracciones implica múltiples interpretaciones y significados. Pero, en todo caso, y desde la óptica cualitativa, es evidente la validez científica de la ética como ciencia eminentemente práctica.

Al conocimiento ético se le atribuye un carácter "imaginativo y no totalmente racional". Desde el siglo V A.C., el filósofo griego Demócrito consideró que "el libre albedrío es una ilusión". Muchos siglos después, Spinoza (Siglo XVII) reitera que las valoraciones morales son "productos de la imaginación". Hume (siglo XVIII), en su obra Tratado sobre el entendimiento humano, afirmó que "la moral y la crítica no son tan propiamente objetos de la comprensión como del gusto y el sentimiento", son "sofismo e ilusión", todo lo contrario a "hecho y existencia". Schopenhauer (siglo XVIII) escribió sobre El mundo como voluntad y como imaginación. Hoy, la discusión acerca del carácter imaginativo o racional de la ética parece seguir vigente. "La ambición de convertir el saber ético en un saber racional, conocedor de las 'causas de las cosas', significaría no sólo la solución definitiva de todas nuestras discordancias valorativas, sino el fin de la ética misma. No haría falta juzgar los comportamientos porque la ciencia ya sería capaz de explicarlos y, así, legitimarlos. La imaginación habría sido sustituida por la razón... por fortuna, la ética nunca podrá prescindir de la

² Camps, V. La imaginación ética. 1991 España

imaginación..."³. ¿Cómo se manifiesta en la práctica la imaginación ética?
¿Varía dependiendo de las circunstancias?

¿Qué relación tiene la ética con las distintas actividades y disciplinas que desarrolla el individuo? Toda acción humana está imbuida de principios éticos, independientemente del rol que desempeñe la persona (hijo, padre, maestro, médico, policía, juez, obrero o presidente). Considerando su objeto de estudio, la ética se relaciona, en primera instancia, con las demás ramas de la filosofía, de la cual forma parte: la metafísica (estudio de la realidad, la existencia del mundo y del ser humano), la epistemología (estudio de la verdad y del conocimiento) y la axiología (estudio de los valores). Además, la ética tiene estrecha relación con otras ciencias sociales. Por ejemplo, al vincularse con la antropología, ciencia que estudia el origen de las culturas y la evolución de las costumbres humanas, la ética se interesa por sus aportes en cuanto a las costumbres de las diferentes culturas y estudia el valor moral de las mismas. En conexión con la sociología, la cual se ocupa de estudiar la sociedad, las formas de organización y las relaciones entre grupos, la ética tiene interés en cómo debería ser la vida social y cómo tendrían que funcionar las instituciones sociales con relación a los deberes y derechos humanos. En el campo de la psicología, ciencia que estudia la conducta del ser humano, la ética profundiza en el deber ser del comportamiento de las personas.

1.2.2 Ética y metaética

La terminología actual distingue entre ética y metaética (del gr. *meta*, más allá, después de). El planteamiento surge de la distinción entre el carácter práctico de la ética y los principios que la fundamentan. Así, se distingue la ética normativa, el conjunto de normas que rige la vida moral, y la metaética, el análisis crítico de conceptos, juicios, procesos y procedimientos que emplea la ética. "La metaética es la reflexión de la propia ética sobre sí misma, en la que, yendo más allá de sí misma y volviéndose para obtener una visión crítica de sí misma, la ética juzga

³ ibidem pp 10

su propio valor como ciencia."⁴ Es decir, la ética se hace "introspectiva" y "autoconsciente", con miras a determinar cuán ética es la propia ética. En este sentido, la metaética se ocupa de la lógica y del lenguaje, de las actitudes y las conductas valorativas, ya que éstos son los medios y las formas a través de los cuales se expresa el conocimiento ético.

En la discusión sobre metaética se hace relación entre el juicio normativo y el acto generado o justificado por aquél. El interés parece ser otorgar legitimidad a la práctica humana. Esta búsqueda se contrapone a la certidumbre que fundamentó las disciplinas prescriptivas, cuyo interés no suponía establecer los límites de la verdad y la falsedad, sino tratar de justificar racionalmente los principios morales últimos. El meollo de la cuestión metaética, según Capriles ⁵, parece radicar en las implicaciones del acto ético a partir de la norma singular, y como nadie parece encontrar el puente entre el 'ser' y el 'deber ser', dos niveles de predicación diferentes, el tema de discusión parece abierto. Para algunos críticos, la metaética está siendo empleada para invalidar toda ética normativa. ¿Se adscribe la metaética en una dimensión no normativa, puramente intimista y basada en la autonomía? Este interrogante conduce a reflexionar acerca del compromiso del ser humano con sus acciones y los efectos de éstas.

1.2.3 Universalidad y relatividad de la ética

¿Son universales los principios éticos? Una de las discusiones que ha estado presente desde la época presocrática ha sido la relativa a la universalidad de la ética; esto es, acerca de su carácter general, su aplicabilidad a todas las circunstancias y su validez en todos los ámbitos o contextos. Tal discusión se inicia cuando Gorgias ⁶ afirmó que la moral es puramente circunstancial, un producto de las circunstancias y varía según la condición del agente: la acción que en un hombre puede ser moral, podría ser considerada inmoral en una

⁴ Fagothey A. Ética, teoría y aplicación, 1998 Ed. McGraw Hill

⁵ Capriles R. Las ciencias de lo humano. Pp 305 Fundación fondo editorial Acta Científica

⁶ Protágoras y Georgias. Fragmentos y testimonios. 1980. Ed. Orbis España

mujer o en un niño. La virtud varía según cada actividad y según cada edad, respecto a cada acción y para cada ser humano. Gorgias apuntó que no se pueden fijar normas éticas válidas para todos los individuos, ni incluso para un grupo de ellos, sino que en cada ocasión concreta y determinada, cada agente tiene que percibir lo que es moral y lo que no lo es. No hay posibilidad de formular ley moral alguna, pues la moral es ocasional. Para Protágoras, la moral consistía en un conjunto de reglas de carácter más o menos general, establecidas por un grupo social y dotadas de validez universal para dicho grupo. Algunos principios éticos pudieran ser generalizables por ser válidos en cualquier sociedad o cultura; pero, en todo caso, siempre se manifestarán de modo particular en las acciones personales del individuo, de acuerdo con las características, condiciones y naturaleza del grupo social en el cual se participa.

¿Son absolutos los principios éticos?, ¿Es la ética un concepto supremo, no condicionado e independiente de la decisión humana? El carácter ético de las acciones humanas, según el cual se enjuicia el comportamiento propio y ajeno, implica: toma de conciencia, posturas personales y toma de decisiones. La actitud ética deriva de posturas personales que cada individuo decide libremente; por lo tanto, el comportamiento ético es relativo; varía de un grupo social a otro, e incluso, de un individuo a otro. Factores importantes en la conducta ética son: la convicción personal y el uso de la libertad, así como su influencia en las acciones individuales dentro del contexto social.

¿Hasta dónde es realmente libre el ser humano para adoptar sus propias posturas éticas? ¿Debemos pensar solamente en lo que es mejor para nuestra "buena vida"? ¿O pensar en "lo que es correcto"? La respuesta a estas interrogantes nos conduce a inferir que la conducta humana no es totalmente aséptica pues por lo general involucra a otros seres humanos, lo cual le otorga un carácter escabroso, controversial y complejo al tema de la ética. Así, el comportamiento ético es valorado como bueno o malo, correcto o incorrecto, desde postulados o principios valorativos que conducen a determinar si un acto es justo o injusto, honesto o deshonesto, permitido o prohibido, en relación con los demás. Es decir, la esencia valorativa del comportamiento ético trasciende la

dimensión individual y adquiere relevancia en el contexto social en la medida en que tal conducta es asumida y aceptada por el colectivo. En este contexto, los códigos éticos pueden ser compartidos o rechazados por los integrantes de los grupos sociales y, en ocasiones, por los de distintas generaciones.

1.2.4 Ética y moral

Aunque a veces se les utiliza como sinónimos, los conceptos de ética y moral tienen un significado particular que varía según los individuos, las sociedades y las épocas. Establecer los linderos de "lo ético" y "lo moral" no es lo más importante, pero es procedente profundizar en la acepción de cada concepto.

Como ya ha sido expresado, la ética es la disciplina que estudia el desarrollo y funcionamiento de la moral, el papel de los valores y las tradiciones morales en la sociedad. La ética establece los criterios de valoración moral, de libertad y responsabilidad individual. Se ocupa de la acción humana desde el punto de vista del "deber ser". Se diferencia de otras ciencias que estudian el "qué", el "cómo" y el "por qué" del comportamiento humano, tales como la antropología, la sociología y la psicología. La ética se caracteriza por emplear un lenguaje valorativo y prescriptivo o normativo (a través de la moral), en vez de un lenguaje descriptivo como otras ciencias. La ética conduce a la reflexión acerca de lo bueno y lo malo. Con base en los principios éticos, el individuo toma decisiones y orienta sus acciones a partir de motivaciones de tipo moral o legal.

Moral es la ciencia que enseña las reglas que deben seguirse para hacer el bien y evitar el mal ⁷. El término moral proviene del latín mores (plural) que significa costumbres, modos de comportarse; y moralis que significa moralidad. Hoy en día el concepto de moral es empleado considerando la intencionalidad del comportamiento; es decir, tomando en cuenta el impulso voluntario por el que se prefiere actuar de un modo determinado. Lo moral se percibe como lo opuesto a lo físico, se le asocia a la parte subjetiva y emocional del ser humano para diferenciarlo de la parte intelectual. Diversas opiniones indican que el

comportamiento moral tiene valor cuando supone sacrificio, desinterés, abnegación y es acorde con la benevolencia con que se realice. Sólo la acción que se realiza por deber tiene valor moral.

La moral se refiere a la conducta humana; es una forma específica de la conciencia social que deriva de principios, normas y criterios valorativos que regulan la conducta del individuo como integrante de una sociedad. Toda persona asume determinados criterios morales que adquiere, mediante el aprendizaje, a lo largo de su vida y que le indican "lo que es debido", lo que es bueno o malo. Los sistemas de valoración moral tienen relación con las exigencias sociales de cada etapa histórica. El sentido social de los conceptos morales puede variar de una época a otra, pero su contenido moral se conserva aproximadamente igual. Los criterios o principios morales regulan las interacciones diarias, pueden ser coincidentes entre distintas personas, susceptibles de ser sustituidos por otros, o también descartados. Tal hecho tiene importancia desde el punto de vista educativo.

¿Qué impacto tiene esa crisis en el entorno socioeducativo? Toda conducta considerada ética o moral puede también ser expresada en sentido contrario o negativo, adquiriendo carácter de acto inmoral o poco ético. Cuando se trata de una acción que refleja indiferencia hacia lo ético-moral, se califica de actitud amoral. En ocasiones se escucha hablar de personas u organizaciones que practican una moral pacata, moral mojigata, una moral ambivalente o una doble moral; o que alguien tuvo un "ataque de honestidad". ¿Qué significado tienen tales calificativos? También se distingue, por ejemplo, una moral clasista, moral religiosa, moral comunista. Pero quizá el uso más recurrente en todos los tiempos es la referencia a que existe una crisis ética y moral. ¿Qué implicaciones tiene una crisis ético-moral? ¿Cómo caracterizar la crisis actual? ¿Qué impacto tiene esa crisis en el entorno socioeducativo?

⁷ De Toro y Gisbert, M. Diccionario pequeño Larousse ilustrado

2. ASPECTOS TÉCNICOS DE LA EDUCACIÓN EN VALORES

2.1 Definición de valor

Un valor representa cierta evaluación de un bien moral o social; siendo éste de un modo moral o mental.

Lo que una persona o cosa tiene en función de:

- Precio elevado: (joyas o valor)
- Importancia: (no doy valor a tus palabras)
- Interés: (su informe no tiene ningún valor)
- Calidad de valentía, decisión y coraje: (se armó de valor)
- Expresión para determinada importancia monetaria: (títulos de crédito, acciones, obligaciones).

Examinemos de la siguiente manera cuatro aplicaciones del concepto de valor

A) Valor en términos de utilidad: (funcionamiento de una máquina vs. Rendimiento la utilidad reside en el valor por el cual se aprecia. Su funcionamiento esta adecuado a cierta finalidad, como la de obtener planchas de acero: no es útil para fabricar llantas, pero si es útil para fabricar planchas.

B) Valor en términos nutritivos: (alimento vs. beneficio digestivo) un alimento tiene valor cuando sus cualidades intrínsecas son aptas para ser digeridas por un aparato encargado de esa función. La piedra no es nutritiva, porque posee sustancias que no están en relación de adecuación con un aparato digestivo.

C) Valor en términos de lógica: (certificación de que una proposición es verdadera) una proposición tiene valor "verdad" cuando se adecua con la realidad, es decir, cuando es fiel expresión de lo que realmente existe o no.

D) Valor en términos estéticos: (una obra de arte en su belleza vs. cánones establecidos) una obra de arte tiene valores estéticos cuando cumple con los requisitos de ciertos cánones ya establecidos.

Estos cuatro ejemplos corresponden a los valores de: *la utilidad, la nutrición, la verdad y la belleza estética*, están fundamentadas en una relación. Siempre que se valora un objeto se le está comparando con otro que sirve como medida o patrón básico.

Los valores humanos están en relación directa con las normas de moral y costumbres, tradiciones y cultura.

La importancia de los valores humanos tiene significación y trascendencia sobre la sociedad. Los valores humanos implican de manera primordial el desarrollo de los pueblos. La creación de legislaciones, normas y regulaciones, se fundamentan en la preservación de ciertos valores. Los valores se crean y se inculcan desde la familia puesto que la familia es la base de una sociedad.

El cruce de diferentes visiones acerca de un valor acarrea conflicto en la sociedad. Analicemos a los siguientes países:

- E.U.A.**
- No existe una integración familiar.
 - Existen las drogas, la pornografía, el sentido de superioridad, y la discriminación racial.
 - Practican múltiples credos y religiones.

- México**
- Manifiesta la importancia de la familia.
 - Muestra solidaridad.
 - El alcoholismo esta presente en todas las sociedades.
 - Hay una gran devoción a la Virgen María

El término valor tiene su etimología en el verbo latino *valere*, que significa estar sano y fuerte; a partir de esta noción de fuerza, la significación se amplió de la esfera orgánica y física a los ámbitos psicológico, ético, social, económico artístico, etc⁸

⁸ Rodríguez Estrada Mauro. (1992) Los valores, clave de la excelencia. Edit McGraw Hill. México.

Al tratar de definir conceptualmente el término valor, Rath (1967) argumenta que éste no queda muy claro en las ciencias sociales ni en la filosofía, debido a que cada escuela le aplica su propia definición. La mayoría de los estudiosos del campo coinciden solamente en un aspecto: en que un valor representa algo importante en la existencia humana⁹

2.1.1 Características del valor

Ahora analizaremos algunas características del valor:

Bipolaridad.- consiste en que los valores siempre se dan por pares, es decir a un valor positivo corresponde un valor negativo y viceversa, ejemplos: belleza y fealdad, bondad y maldad, riqueza y miseria, verdad y falsedad, virtud y vicio, etc.

Trascendencia.- los valores se dan de un modo perfecto sólo en su esencia, pero cuando se encarnan en los seres materiales, existe de un modo imperfecto.

El término trascender significa estar más allá de éste mundo, no aquí.

La justicia, el amor, la fidelidad, la honradez, la bondad en general, siempre están en un nivel inferior al ideal que les corresponde.

Los valores proporcionan grandes satisfacciones al hombre; pero antes hay que conquistarlos.

Preferibilidad.- tienen la particularidad por la cual los valores atraen o inclinan hacia sí mismos la atención, las facultades y, en especial, la voluntad del hombre que los capta, frente de las cosas, el hombre prefiere las que encierran un valor. El hombre tiene la tendencia natural para dirigirse hacia lo valioso. Cuando una persona no ha captado un valor, queda indiferente hacia él su ánimo no se inclina en pro o en contra.

Objetividad.- los valores se dan en las cosas o personas independientemente de que sean conocidos, o no, por alguien en particular.

⁹ Rath, Louis E. Harmin, Merrill; Simon, Sidney. (1967). El sentido de los valores y la enseñanza. Edit. Hispanoamericana. México.

2.1.2 Propiedades de los valores

Así como existen características, veremos ahora las propiedades más importantes de los valores.

- 1) Es objetivo (se adecua con otro ser, independientemente de que se conozca o no)
- 2) Es preferible (guarda relaciones de adecuación con la voluntad del hombre)
- 3) Es bipolar (naturaleza positiva y negativa)
- 4) Es trascendente (guarda una relación imperfecta respecto a un valor absoluto: como es dios)
- 5) Es jerarquizable (todos están adecuados más o menos por el hombre, ocupando un valor superior al mismo hombre, la base y fundamento de todo valor: dios)

2.1.3 Jerarquización del valor

Existen una gran cantidad de valores, pero pueden ser ordenados dentro de una jerarquía que muestre, al mismo tiempo, la mayor o menor calidad de dichos valores comparados entre sí. No es igualmente valioso lo material que lo espiritual, lo animal o lo intelectual, lo humano o lo divino, lo estético o lo moral.

Existen al menos cuatro criterios que ayudan a determinar la dignidad y jerarquía entre los valores:

1. Duración
2. Divisibilidad
3. Fundamentación
4. Profundidad de la satisfacción

En la medida que un valor persiste durante más tiempo, es mejor que otro transitorio ya que si un valor incluye al otro, es más importante. Si humaniza, si tiene más bases sobre las cuales apoyar su importancia, es más sólido. Si el efecto genera más satisfacciones, ataca la raíz de los problemas y es más permanente, resulta mejor que otro que no reúne estas características.

Los valores cubren tres dimensiones fundamentales del hombre:

1. **De supervivencia.**- tienen que ver con las motivaciones primarias de carácter biológico (de alimentación, reproducción, conservación de la especie).
2. **Cultural.**- incluye la vida en sociedad, la convivencia con los otros, la producción humana. Expresa la conciencia del deber ser, la percepción de la belleza, la armonía, el conocimiento, etc.
3. **Trascendental.**- busca el entendimiento íntimo, personal; comprender el sentido de la vida, trascender la realidad o existencia física.

En una escala valorativa ascendente, el conjunto de valores puede visualizarse de la siguiente manera:

Dimensión trascendental	metafísicos éticos
Dimensión cultural	intelectuales estéticos
Dimensión de supervivencia	instrumentales vitales

La escala refleja el surgimiento de los valores a partir de una necesidad física, vital, ligada a crear cultura. Aquí aparecen los valores instrumentales a la dimensión de la supervivencia, que entra a un plano superior cuando el hombre comienza a fabricar utensilios y herramientas, como la técnica y las habilidades utilitarias.

Una mejor satisfacción de las necesidades básicas permite apreciar la forma, armonía y belleza existente en el entorno y facilita el surgimiento de los valores estéticos (apreciación artística, musical, etc.). Así mismo, al tener tiempo para pensar se desarrolla el intelecto. Buscamos, a partir de una recepción de la realidad, desenmarañar la estructura de las cosas, conocer y comprender su

esencia, sus causas y consecuencias. Surgen así los valores intelectuales, ligados al conocimiento, que posibilitan el paso a la comprensión del hombre como un individuo en relación con los demás, ante los cuales tiene obligaciones y puede exigir derechos. Afloran entonces los conceptos éticos, aunados a un deber ser (honestidad, integridad, solidaridad internacional, etc.).

Todos estos cuestionamientos conducen a preguntarse sobre lo metafísico, lo que está más allá de la existencia física; a buscar una comprensión global del universo, a dar una explicación última del sentido de la existencia y todas las cosas. Llegamos a la dimensión trascendental, donde encontramos elementos filosóficos y teológicos.

Un valor será tanto más importante en cuanto perfeccione al hombre en sus estratos inferiores, en lo que tiene en común con los otros seres. Aquí se encuentran valores tales como el placer, la fuerza, la agilidad, la salud etc.

Ahora mencionaremos algunos de los valores más representativos:

I Valores infrahumanos.- son aquellos que perfeccionan al hombre en sus estratos inferiores, en lo que tiene en común con los otros seres. Aquí se encuentran valores tales como el placer, la fuerza, la agilidad, la salud, etc.

II Valores humanos inframorales.- aquellos que son exclusivos del hombre, que perfeccionan los estratos que sólo posee un ser humano:

a) Valores económicos.- la riqueza, el éxito y todo lo que expande la propia personalidad.

b) Valores no éticos.- se refiere al conocimiento tales como la verdad, la inteligencia, la ciencia.

c) Valores estéticos.- la belleza, la gracia, el arte, el buen gusto, etc.

d) Valores sociales.- la cooperación y cohesión social, la prosperidad, el poder de la nación, el prestigio, la autoridad, etc.

e) Valores sociales.- la cooperación y cohesión social, la prosperidad, el poder de la nación, el prestigio, la autoridad, etc.

III Valores morales.- dentro de los valores morales se encuentran las virtudes como la prudencia, justicia, fortaleza y templanza.

2.1.4 Diferencia entre los valores morales y humanos

Los valores morales dependen exclusivamente del libre albedrío, cada sujeto va forjando sus propias virtudes y es responsable de su conducta moral.

Los valores morales están colocados en un nivel más íntimo dentro de la personalidad humana, son superiores porque se obtienen basándose en méritos. Las virtudes nunca se heredan, sino que se adquieren basándose en esfuerzo y constancia.

Los valores morales son superiores en definitiva porque perfeccionan al hombre de tal modo que lo hacen más humano. En cambio, los valores humanos no dependen exclusivamente del libre albedrío, ya que las riquezas pueden heredarse, así mismo el grado de inteligencia y el buen gusto.

Los valores humanos perfeccionan al hombre en cierto aspecto exclusivo del hombre, pero no en su núcleo propiamente personal. Por ejemplo: la virtud y la justicia hacen al hombre más noble, de mayor dignidad personal, de mayor calidad en su persona misma. En cambio la ciencia o la riqueza perfeccionan al hombre en un cierto aspecto, pero no en su misma persona.

Los valores religiosos ocupan la cumbre de ésta jerarquía, y comúnmente se les conoce como valores sobrehumanos, sobrenaturales. Son una participación de dios que está en un nivel superior a las potencias naturales del hombre. Son la santidad, la amistad divina (gracia), la caridad y en general las virtudes teologales. Estos valores perfeccionan al hombre de un modo superior, ya no en lo íntimo como persona, sino en un plano que no está dentro de los moldes naturales del humano. Aquí se deja la puerta abierta a todo lo sobrenatural que provenga de dios. “La esencia del valor moral humano en su acercamiento a los valores superiores. Es realizar la propia naturaleza humana y elevar esa naturaleza hasta niveles trascendentes”.

2.1.5 ¿Que es un valor? ¿Qué valoramos?

Es una serie de factores que el hombre considera importantes para su convivencia en armonía con la sociedad y con sus semejantes.

Valoramos, entre otros a: Dios, inteligencia, puntualidad, respeto, arte, productividad, bienestar, justicia, honestidad, ecología, calidad, lealtad, educación, dinero, libertad, verdad, sensibilidad, moral, espíritu de servicio, etc.

2.1.6 ¿Dónde aprendemos los valores?

En tres formas diferentes:

- En forma externa,
- Afectiva y
- Cognoscitiva

2.1.7 Valores humanos en el ámbito profesional

Podemos mencionar a la laboriosidad, la sinceridad, la justicia y la tenacidad. Analicemos cada una de ellas:

Laboriosidad

- Es servicio y alcanza su óptimo desarrollo en el ámbito de la fe
- Es cumplimiento amoroso del propio deber

Sinceridad

- Exige que nos preguntemos por los objetivos y motivos del propio trabajo
- Nos lleva a no ocultar las limitaciones personales en el trabajo

Justicia

- Exige un mejor servicio
- No hay razones para hacer un mal trabajo
- Si la actividad profesional consiste en un trabajo directivo, la justicia está relacionada con su efecto multiplicador

Tenacidad

- Es la base de un prestigio en la profesión
- La perseverancia es valiosa en función de lo que se quiere lograr

2.2 El trabajo humano y las virtudes

El trabajo por si mismo es una virtud, y estas son sus principales características:

- El cuanto el trabajo humano es trabajo bien hecho, con actitud de servicio, evidentemente implica ejercicio de virtudes humanas. No sirve un trabajo mediocre
- El trabajo humano es ocasión y medio para el desarrollo de virtudes, pero en función del amor; porque amor y virtud se implican.

2.2.1 Competitividad profesional

El hombre debe de poseer algunas competencias que lo vuelven diferente a los demás:

- Conocimientos: un profesionista competitivo conoce su profesión
- Habilidades: ha desarrollado capacidades específicas para su desempeño
- Actitudes: posee una disposición permanente hacia el crecimiento personal y profesional
- Comparte determinados valores: especialmente, los de naturaleza ética en su ejercicio profesional.

Hay seres humanos que no encuentran sentido a su trabajo, porque su vida tampoco lo tiene. Hay muchos que no saben lo que deben hacer, ni siquiera saben que quieren realmente

2.3 Clasificación de valores

Ésta es una clasificación de los valores y cuál es su búsqueda ó propósito

- Económicos: búsqueda de la utilidad
- Teóricos: búsqueda de la verdad
- Estéticos: búsqueda de la belleza

- Religiosos: búsqueda de la trascendencia
- Sociales: búsqueda del bien
- Políticos: búsqueda del poder

2.3.1 La calidad como valor

Una persona con actitudes y valores de calidad tiene las siguientes características:

Tiene metas.- sabe lo que quiere lograr en todos los aspectos de su vida: económico, intelectual, familiar, afectivo y profesional, y planea para alcanzar sus objetivos.

Tiene actitud mental positiva.- esta plenamente convencida de que es posible lograr lo que es capaz de imaginar, que las limitaciones sólo existen en la mente; de que todos los problemas siempre tienen solución. Es la persona optimista pero realista.

Da sin pedir nada a cambio.- sabe que quien da más de lo que esperan de ella tarde o temprano recibirá más de lo que espera recibir. **Es auto- motivada.-** la motivación es interior, nadie puede motivarnos desde afuera. Cada atleta se prepara porque tiene una meta por alcanzar, una marca que romper. La medalla llega por añadidura.

Tiene un alto nivel de auto- estima.- es la persona que se quiere a sí misma y se respeta. Presenta las siguientes características:

- Está convencida de que es importante
- Demuestra su valía en su forma de vestir, hablar y comportarse
- Reconoce sus fortalezas, cualidades y limitaciones
- Es asertiva
- Reconoce y celebra sus logros por pequeños que sean
- Tiene metas realistas
- Reconoce que los únicos obstáculos están en su mente
- Demuestra actitudes positivas en actos, palabras y pensamientos
- Aprende de sus fracasos

- Comprende los cambios de humor de los demás
- Tiene un alto grado de seguridad y confianza en sí misma
- Es independiente de pensamiento
- Se acepta como es, pero lucha por ser mejor
- Esta en paz consigo misma
- Sabe aceptar la crítica y tomar de ella lo útil
- Asume la responsabilidad de sus actos
- Se respeta y no se daña corporal, mental o espiritualmente
- Su valor no depende de adornos o bienes materiales superfluos

Es autodisciplinada.- la autodisciplina es absolutamente indispensable para mantener el orden organizacional. La puntualidad, la obediencia, el respeto a los compañeros, la observancia de las políticas, normas y reglamentos son manifestaciones de disciplina vitales para una empresa.

Es sensible a las necesidades de los demás.- significa poseer empatía y ser solidario. Mostrar interés por los problemas de las personas, además de traer amistad sincera y evitar los conflictos interpersonales graves.

Es altamente asertiva.- es saber exigir los propios derechos sin pasar sobre los derechos de los demás. La persona asertiva sabe mostrarse como es, decir lo que siente, lo que piensa, lo que quiere; puede comunicarse a todos los niveles de manera franca y apropiada.

Es honesta a toda prueba.- la honestidad en el trabajo se manifiesta de muchas formas: trabajando realmente durante la jornada, diciendo la verdad a pesar de las consecuencias negativas, no tomando lo que no le pertenezca (lápices, cuadernos, clips), no difamando a un compañero para conseguir una promoción, no acreditándose logros de los compañeros, etc.

Tiene mucha iniciativa.- la persona acostumbra a dar más siempre, aunque no se le reconozca en el acto su aportación. Muestra iniciativa por la satisfacción personal que da el saber que hizo más de lo que se esperaba o por la oportunidad de mostrar su valía de alta calidad mental.

Es entusiasta.- tener entusiasmo hasta en los malos momentos no es perder el sentido de la realidad, sino tener confianza en que lo malo pasará, y hacer lo

necesario para que pase cuanto antes. El entusiasmo agrega “gusto y diversión” a los asuntos más serios.

Se prepara – constantemente reconoce que el estudio y los conocimientos aumentarán su valor en el trabajo, por lo que siempre se da tiempo para aprender cosas que le ayuden a ser mejor en todos los aspectos.

Es perseverante.- no se rinde ante el primer fracaso, ni ante el segundo, ni ante el tercero, pero sabe cuando un cometido es imposible, en cuyo caso lo abandona sin resentimientos y sin perder su auto-estima.

2.4 Análisis de teorías

El objetivo es analizar las teorías para la educación en valores que han desarrollado tres especialistas con el fin de reconocer la existencia de enfoques científicos en el campo.

A través del tiempo, se han empleado diversas formas didácticas, en un afán de que en los alumnos adquieran valores., en dichas formas siempre subyace la idea de persuasión, imposición, inductación o proselitismo.

Entre las más utilizadas, están las de:

Modelamiento.- Se realiza, en forma directa, por el ejemplo de la conducta de los adultos; en forma indirecta, con empleo de modelos.

Argumentación.- las selecciones que se ofrecen solamente incluyen valores aceptados por la autoridad.

Emoción.- La defensa de los valores se ejerce a través del dramatismo y la emotividad.

Premio y castigo.- Se imponen reglamentos para moldear la conducta.

Dogmas. - La base es una obligación cultural o religiosa.

Apelación a la conciencia.- Se fomentan sentimientos de culpabilidad o remordimiento.

Ante una situación que no satisfacía en la idea integral de una educación en valores y poniendo en duda la eficacia de las formas didácticas empleadas hasta ese momento, se plantearon otros enfoques que se acercaban más al concepto

de investigación y análisis con un razonamiento. Podemos mencionar a Raths, con Harmin y Simon; Kolberg; y Piaget. como los teóricos que estudiaron una teoría en valores.

2.5 Teoría de Louis Raths, Merril Harmin y Sidney Simon

A partir de 1966, este grupo de educadores y en Estados Unidos elaboraron la teoría de clarificación de valores

Los autores describen su teoría en la obra Values and Teaching¹⁰ La finalidad principal de la teoría de clarificación de valores, es que cada ser humano construya por sí mismo su sistema de valores, por medio de un proceso de análisis al que le corresponden a actividades de selección, apreciación y aplicación; de manera consciente, racional, libre y sistemática. El proceso de valoración que se describe consta de tres etapas y siete criterios, que atienden a tres dimensiones de los valores: cognoscitiva (etapa I), afectiva (etapa II) y activa (etapa III).

Etapa 1.- Elección

- 1) Hecha con libertad. Aun cuando no haya superiores o autoridades vigilando nuestra conducta.
- 2) De varias alternativas.- La elección debe ser posible y real. Las alternativas deben contener posibilidades satisfactorias, tener significado y estar disponibles.
- 3) Después de considerar las consecuencias de cada alternativa. Sólo si se comprenden las consecuencias puede hacer selecciones inteligentes.

Etapa II.- Apreciación

- 1) Disfrute de la selección. Al conceder valor a algo, es apreciado y disfrutado.
- 2) Afirmando públicamente la decisión. Cuando hay orgullo por la elección, se afirman públicamente los valores.

Etapa III.- Acción

1) De acuerdo y en congruencia con la selección. Cuando se posee un "valor", se refleja en la conducta. Si sólo es parte el discurso, pero no se hace algo a respecto, se habla de una idea, pero no se refiere a un "valor".

2) Repetida en nuestra forma de vida. Los valores son persistentes y le dan forma a la vida humana.

A continuación se muestra la tabla de indicadores de valores opuestos por Raths:

Metas, propósitos. Si el alumno expone una meta o propósito éste será sólo eso, hasta que realice una indagación que le permita descubrir si lo que manifiesta es, o no, lo que realmente desea.

Aspiraciones.

Cuando se indica una aspiración remota en términos de realización, señala la posibilidad de algún "valor".

Actitudes.

Cuando se dice que se está en favor de algo o en contra de algo.

Intereses.

Con frecuencia un interés manifiesta que nos gustaría hablar de ello, escuchar, o leer un poco más acerca del tema.

Sentimientos.

La personalidad se expresa a través de nuestros sentimientos y su declaración.

Creencias y convicciones.

La declaración verbal debe analizarse, para saber si está mezclado un valor, o no.

Actividades.

Por sí solas, las actividades no revelan lo suficiente.

Preocupaciones, problemas, obstáculos.

La manifestación de una preocupación o problema puede revelar lo que se aprecia y si está obstruyendo o alterando.

¹⁰ Raths. Op. Cit:

2.6 Teoría de Jean Piaget

En la obra de Jean Piaget, *El criterio moral en el niño*¹¹, se presentan los resultados de investigaciones en relación al juicio moral del niño, realizadas con niños de escuelas primarias de Ginebra y Neuchatel. en el trabajo efectuado se utilizaron entrevistas en las que se trataba de conocer el punto de vista de los niños en relación al respeto por las reglas; para ello, se partió de las reglas del juego social y de ahí se trató de indagar sobre la idea que el niño tiene de los deberes concretos acerca de las reglas propiamente "morales" que el adulto decide. Se analizaron las ideas de los niños acerca de la mentira, las nociones de las relaciones entre los niños y la justicia. En el trabajo mencionado, Piaget inició con la observación de los niños en sus juegos de canicas y concluyó en que la edad incidía en el tipo de interpretaciones que los niños hacían de las reglas entre los participantes.

2.7 Teoría de Lawrence Kolberg

Lawrence Kolberg se interesó en los trabajos que Jean Piaget realizó en las escuelas de Ginebra y Neuchatel, con el propósito de investigar acerca del criterio moral en los niños; con base en los estudios expuestos, decidió profundizar en el estudio de la moral y desarrolló su teoría acerca de los niveles de pensamiento moral.

Para ello, desarrolló una serie de historias con un dilema de carácter moral, adecuadas para niños mayores, se las aplicó a niños de diez a dieciséis años y diseñó un sistema de puntuación para evaluar las respuestas. Con los resultados obtenidos desarrolló el análisis para sustentar las seis etapas de razonamiento o pensamiento moral por las que atravesaba el ser humano.

¹¹ Piaget, Jean (1985). *El criterio moral en el niño*. Edit. Roca. México.

Ahora presentaré los resultados, en base a niveles / etapas / respuestas, en un ejemplo de la aplicación de uno de sus dilemas a: ¿Por qué no debes robar en una tienda? ¹²

Nivel I Moralidad preconvencional

Típica de los niños hasta los nueve años de edad, ya que ellos no comprenden las reglas de la sociedad.

Evitar el castigo, recibir beneficios a cambio.

Etapas:

1. Orientación castigo/ obediencia

Las consecuencias físicas de la acción determinan la bondad o la maldad.

Las personas, autoridad tienen poder y si se les debe obedecer.

No se debe evitar el castigo permaneciendo fuera de los problemas.

Respuestas:

"Podrían detenerte"

2. Orientación instrumental relativista.

Una acción se juzga correcta si conduce a la satisfacción de las propias necesidades o supone un intercambio igual.

La obediencia a las leyes deberá acarrear ciertos beneficios a cambio.

Respuestas:

"No debes robar algo de una tienda y el dueño de la tienda no debe robar cosas que te pertenecen"

Nivel II Moralidad convencional.

Típica de los nueve a los veinte años de edad.

Conforme a las convenciones de la sociedad, porque son reglas de ella misma

Etapas:

3. Orientación niño bueno/ niña buena.

¹² Kohlberg. En, Bienhler, Robert F. Y Snowman, Jack (1992) Psicología aplicada a la enseñanza, Edit Limusa. México; p.92.

La acción correcta es la que lleva a cabo alguien cuya conducta quizá agrande o impresione a los demás.

Respuestas:

"Tus padres estarán orgullosos de ti si eres honrado"

4. Orientación hacia la ley y el orden.

Para mantener el orden social, deben obedecerse las leyes establecidas.

Es esencial el respeto a la autoridad.

Respuestas:

"Es contra la ley y sino obedecemos las leyes, toda nuestra sociedad se desintegraría".

Nivel III Moralidad postconvencional.

Se alcanza solamente después de la edad de veinte años y sólo se da en una pequeña cantidad de adultos.

Porque son comprendidos los principios morales que subyacen a las convenciones en las que se basa la sociedad.

Acuerdos mutuos, principios consistentes.

Etapas:

5. Orientación de contrato social

Las reglas necesarias para mantener el orden social deben basarse, no en una obediencia ciega a la autoridad, sino en los convenios mutuos. Al mismo tiempo deben protegerse los derechos del individuo.

Respuestas:

"En ciertas circunstancias las leyes tienen que pasarse por alto. Por ejemplo, si depende la vida de una persona se puede infringir la ley".

6. Orientación de los principios éticos universales

Las decisiones morales deberán hacerse en términos de principios éticos elegidos personalmente.

Una vez que se han elegido los principios, deben aplicarse de manera consistente.

Respuestas:

Es necesario evaluar todos los factores y luego tomar la decisión más adecuada en determinada situación. En ocasiones debe ser moralmente malo no robar.

Por la convicción ante sus hallazgos, Kohlberg no coincidía con los enfoques tradicionales de la enseñanza de valores, como el enfoque al que denomina "saco de virtudes"¹³, y en el que los adultos seleccionan los valores o virtudes y se definen los objetivos educacionales, con base en la enumeración de las cualidades que se desean inculcar en los niños.

Algunos investigadores se han apoyado en las características del trabajo de Kohlberg para llevar a cabo investigaciones similares, y por lo general se ha aceptado esta teoría como base para la puesta en práctica de técnicas para la educación moral. Entre los investigadores que han corroborado las hipótesis de Kohlberg están Richard Hersh, Diana Paolitto y Joseph Reimer¹⁴, quienes en 1979 formularon diversos procedimientos de instrucción moral basados también en los planteamientos de Piaget.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

¹³ Kamii, Constance. (1982) "La autonomía como objeto de la educación: implicaciones de la teoría de Piaget". En: *Infancia y aprendizaje*. No. 18. España P.25-32.

¹⁴ Bienhler. Op.cit.

3. FILOSOFIA DE LA CAPACITACION

3.1 La importancia de los valores en la capacitación

Considerando que los valores tienen una estrecha relación con las personas, ahora trataré de analizar cual sería la relación que tiene la filosofía con la capacitación. La actividad del capacitador se encuentra encaminada hacia un grupo de creencias, valores y principios que conforman el esquema de referencia que nos permite tener una idea de lo que somos, de donde estamos, de que hacemos y de que queremos. Por lo tanto, justificaré el tratar de incluir la actividad del capacitador dentro de un marco filosófico, ya que sus acciones se dirigen hacia un comportamiento que se halla influenciado por las ideas, creencias y valores propios de la empresa, así como por los del medio ambiente al cual pertenece. La misión de la capacitación deberá ser la generación de procesos de cambio. La capacitación se basa en la filosofía que considera que la persona tiene una serie de necesidades, no solamente las de carácter económico, sino también las intelectuales, creativas, de reconocimiento, de estima, de ser aceptado, etc.

En el enfoque filosófico que presentaré a continuación, mostraré las distintas filosofías, corrientes, representantes y la orientación que ha tenido cada una de ellas:

ENFOQUE FILOSOFICO DEL HOMBRE ¹⁵

Filosofía	Corriente	Representante	Orientación
Griega	Humanista	Platón	Debe guiarse por el intelecto, por la razón, el criterio y el buen juicio.
Oriental	Humanista Espiritual	Buda Gandhi	El espíritu debe prevalecer y dominar sobre la materia, se nutre más de elementos animicos que de elementos orgánicos.
Marxista	Humanista Histórico	Marx Engels	Producto natural de una evolución histórica. El hombre es el lobo del hombre y debe ser tratado como una estructura física

¹⁵ Pinto Villatoro, Roberto. Proceso de capacitación. Pp. 12 México 1990. Ed. Diana

Judeo Cristiana	Humanista Divino	Tomás de Aquino	Concebido como criatura divina. Trasciende y su destino es Dios. Fue creado para algo superior, para algo divino, a imagen y semejanza de su creador.
--------------------	---------------------	-----------------	--

La capacitación se sustenta en una filosofía que rescata el *valor* del ser humano dentro de la empresa y que responde a una manera de pensar y entender el medio ambiente social, laboral y familiar en que éste se desenvuelve. En el siguiente cuadro, mostraré una comparación de la concepción humana, una forma negativa, contra una positiva:

CONCEPCION DE LA PERSONA HUMANA¹⁶

El hombre está hecho para evitar el trabajo y consumir solamente lo que la naturaleza le ofrece en su beneficio personal.	Vs	El hombre está hecho para trabajar, para transformar la materia prima y crear un mundo mejor para su bienestar.
El hombre está hecho para satisfacer sus necesidades personales	Vs	El hombre está hecho no sólo para satisfacer sus necesidades personales sino también las necesidades de sus semejantes
El hombre es un ser natural, histórico, evolutivo y producto del azar. Un día nace y otro día muere irremediabilmente.	Vs	El hombre es un ser trascendente y digno, porque es una criatura sobrenatural y divina.
El hombre es un ser totalmente determinado y no cambia esencialmente: su conducta es innata.	Vs	El hombre es un ser libre que puede cambiar su conducta por medio de la capacitación, una adecuada formación y el medio ambiente.
El hombre es una máquina que actúa según sus estímulos del exterior, según sus necesidades biológicas y según sus necesidades adquiridas.	Vs	El hombre es un ser libre que se mueve al menos en tres dimensiones: la corporal, la intelectual y la emotiva. Actúa en función de su voluntad.

Dentro de una organización, podemos considerar que una filosofía encaminada a valores, se manifiesta a través de los siguientes medios:

¹⁶ ibidem pp 13

- El comportamiento de los miembros de la organización.
- El campo normativo constituido por sus políticas, procedimientos, normas, el sistema de status interno, etc.
- Recursos materiales

Este conjunto de manifestaciones de la filosofía organizacional conforman la identidad de la empresa, la cual la hace ser única y diferente a las demás; de ahí la gran importancia de la capacitación como generadora del proceso de cambio, pues será ésta, a fin de cuentas, la principal responsable de que esa identidad de empresa orientada a valores, resulte como se esperaba. Tal como nos comenta Alfredo Tobías López, en su libro "Valores humanos y cultura de calidad": *"Cuando en un grupo de ésta naturaleza, existen ideas afines y valores acordados que hacen referencia a las metas y anhelos de cada uno de los miembros, surge un extraordinario sentido de acompañamiento y pertenencia, un sentido de alegría, posicionamiento y realización personal, que serán elementos claves y características necesarias para lograr el éxito de los objetivos de la compañía, comenzando por el objetivo principal: el crecimiento humano e integral de cada miembro de la organización, y luego todos los demás objetivos enfocados a los resultados de competitividad y excelencia en los bienes y servicios que se ofrecen"*¹⁷ Ahora bien, para que la filosofía organizacional sea auténtica también debe adaptarse a las necesidades y demandas del contexto económico, político, ideológico y social del país en que se ubica.

Una de las preocupaciones de la filosofía en su enfoque universal se orienta al análisis de los valores, principios y creencias de los hombres en una sociedad determinada con el propósito de identificar su ser y las metas de realización que pretende alcanzar.

De igual manera, para la capacitación, la filosofía se orienta al análisis de las formas de pensar, actuar y sentir de los trabajadores y empleados en el ámbito de la empresa, la familia y la comunidad, con el propósito de participar en la elaboración de una filosofía organizacional, que guíe la realización y los

satisfactores individuales para que sean acordes con los objetivos de la empresa.

El siguiente cuadro tiene la finalidad de ilustrar la relación que existe entre el enfoque universal de la filosofía y el enfoque organizacional de la misma:

Filosofía¹⁸

Premisas	Enfoque Universal	Enfoque organizacional
¿ A quién se orienta?	Al hombre	A los trabajadores y empleados
¿Cuál es su ámbito	La sociedad	La empresa
¿Con que se identifica?	Con el ser	Con las necesidades e intereses de los trabajadores
¿Dónde se da?	En el pensamiento	En el pensamiento
¿Qué transmite?	Ideas, doctrinas, valores, principios y fundamentos	Formas de pensar, de actuar, de hacer y de sentir en el trabajo
¿De qué carácter es?	Conductas generales	Conductas específicas, organizacionales y personales
¿Que modifica?	Conductas generales	Conductas específicas, organizacionales y personales
¿Que pretende?	La realización del hombre	Realización y satisfactores individuales acordes a los objetivos organizacionales

Debemos decir que la filosofía organizacional no ha sido siempre la misma, sino que ésta ha cambiado históricamente, en tanto que las empresas son sistemas sociales abiertos que interactúan continuamente con el entorno que las influye y al cual también influyen para la generación de cambios que aseguren su desarrollo y supervivencia. Un ejemplo: en la etapa del paso de la producción artesanal hacia la producción manufacturera, se provocaron cambios en la forma de organización y en los propios medios de producción, planteándose también la necesidad de modificar el comportamiento de los

¹⁷ Tobias López, Alfredo. Valores humanos y calidad. pp142 Monterrey, N.L. 2000 Ed Castillo

¹⁸ Pinto Villatoro, Roberto. Proceso de capacitación. pp. 14 México 1990. Ed. Diana

individuos para volverlos más útiles, productivos y competitivos de acuerdo con esta nueva forma de producción.

El conjunto de las diversas formas de filosofía organizacional. Le dan forma a la identidad de la empresa, la cual la hace ser única y diferente a las demás; de ahí la gran importancia de la capacitación como generadora del proceso de cambio.

Los cambios de conducta que se generaron en ese momento se dirigieron tanto a los trabajadores directos como a los administradores del proceso productivo, quienes tuvieron que enfrentar problemas que requerían tratamientos y soluciones diferentes, debido a que las organizaciones se vieron en la necesidad de imprimir nuevos valores a su filosofía organizacional, ya que sólo así podrían hacer frente y sobrevivir a las nuevas condiciones.

Estos cambios no se debieron solamente a las condiciones económicas, políticas y sociales sino también al desarrollo de la ciencia en general y en particular de disciplinas como la administración, la psicología, la economía y la sociología, que aportaron nuevos enfoques sobre las organizaciones, los recursos humanos y el entrenamiento, lo que favoreció el desarrollo de las empresas y la elaboración de otras nuevas filosofías organizacionales.

3.2 ¿Qué es capacitación?

La capacitación es la manera como aprendemos ordenadamente en qué consiste nuestro trabajo, cuál es su importancia, cómo podemos hacerlo cada vez mejor y qué cuidados debemos tener al realizarlo. También nos ayuda a aprender y aplicar nuevas formas de trabajo. Para llevar a cabo una buena capacitación se deben tomar en cuenta los siguientes pasos

- Se definen las necesidades de Capacitación en la empresa
- Se planean las actividades de Capacitación
- Se organizan los eventos de Capacitación (cursos, asesorías, talleres. Etc.)
- Se miden ó evalúan los resultados

De ésta manera la capacitación nos permite:

- Prevenir riesgos y evitar daños
- Aumentar la producción y calidad de los productos
- Facilitar nuestras tarea
- Obtener los conocimientos necesarios para ocupar una vacante o un puesto de nueva creación
- Tener un empleo más estable

También el trabajar mejor contribuye a que la economía de nuestro país sea más fuerte, ya que al producir más artículos y de mejor calidad, habrá una mayor venta de los productos que en México fabricamos.

Todo esto también ayuda a crear nuevos empleos y a satisfacer las necesidades de productos y servicios que tiene toda la población, serán mayores las posibilidades de conservar el trabajo, de mejorar el salario y de desarrollar las capacidades individuales.

En el artículo 123 de nuestra Constitución, así como en la Ley Federal del Trabajo, se menciona el derecho que tienen los trabajadores a ser capacitados, pues de ésta manera todos serán beneficiados: El trabajador con nuevos conocimientos que le ayudarán a vivir mejor y el empresario que tendrá personal calificado que puede producir con calidad.

Para beneficiarnos con la capacitación, es necesario:

- Dar a conocer lo que se necesite por aprender o perfeccionar
- Compartir la experiencia y conocimientos con los compañeros
- Informarse sobre los cursos o eventos de Capacitación que organice la empresa
- Asistir y participar en ellos
- De ésta forma, al capacitarnos podemos:
- Ayudar al fortalecimiento de nuestro país
- Apoyar al crecimiento de nuestro centro de trabajo
- Lograr un mejor nivel de vida para nuestra familia

La riqueza de un país está en la calidad de su gente por eso es necesaria la capacitación.

3.2.1 Impacto de la administración en la capacitación

Como disciplina que estudia a las organizaciones y a los hombres dentro de éstas, la administración ha aportado diversas teorías que explican la función de los recursos humanos de manera diferente de acuerdo con la importancia de la estructura, la tarea y las relaciones humanas dentro de la organización.

Estas teorías han implicado de manera diferente a la capacitación, en tanto que cada una de ellas se dirige hacia diferentes niveles o áreas de la organización, asignándole un propósito distinto de acuerdo con los valores que privilegia y con la noción de organización a la que responde.

De ahí que sea conveniente resumir esta teoría para ofrecer al capacitador un marco que le permita comprender el propósito de la capacitación en la actualidad y en su organización.

3.3 Enfoques y conceptos

Dentro del campo de acción que establecen los planes de capacitación se disponen dos enfoques principales, distinguiendo la capacitación *para* el trabajo de la capacitación *en* el trabajo:¹⁹

- Capacitación para el trabajo: es de carácter escolarizado y se refiere a la enseñanza- aprendizaje de los conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas que requiere el individuo para incorporarse al sistema productivo en una ocupación específica.
- Capacitación en el trabajo: Se imparte en los centros de trabajo y persigue el propósito concreto de desarrollar los conocimientos, habilidades, actitudes y

¹⁹ ibidem pp. 27

destrezas de los trabajadores para incrementar su desempeño en un puesto o en un área de trabajo específica.

Existen tres procesos que se conjugan para integrar un proceso más amplio: el entrenamiento, el cual se refiere al desarrollo continuo de los distintos tipos de aprendizaje adquiridos, para su perfeccionamiento y consolidación. Estos son:

- La capacitación en el ámbito del trabajo se orienta hacia la transmisión de los conocimientos que requiere un trabajador para (saber cómo hacer), para desempeñar eficientemente un puesto de trabajo provocando cambios en la esfera cognoscitiva del sujeto.
- El adiestramiento se ocupa del desarrollo de habilidades y destrezas necesarias (para poder hacer), afectando primordialmente la esfera psicomotriz de las personas.
- La motivación es otro concepto asociado al entrenamiento, ya que se relaciona con el (que hacer), ocupándose de los intereses y aspiraciones presentes en la esfera afectiva de los individuos.

El entrenamiento efectivo de la fuerza de trabajo debe desarrollarse sobre la base de la educación formal que han recibido los sujetos para identificar lo que saben y lo que necesitan saber. Del mismo modo, se deben considerar las costumbres, valores, hábitos y creencias que determinan el comportamiento de las personas dentro y fuera de la empresa, con el objetivo de dirigir adecuadamente los procesos de cambio de conducta, evitando enfrentamientos entre la cultura de la empresa y la de los trabajadores.

Si bien es cierto que la capacitación es uno de los medios más efectivos para generar en los miembros de la organización los cambios de conducta requeridos para el logro de los objetivos de la empresa, es importante distinguir sus posibilidades y sus límites para evitar desviaciones o falsas interpretaciones respecto a su alcance. Por lo tanto, podemos decir que la capacitación no:

- Cambia a las personas o las convierte, si éstas no están motivadas para generar su propio cambio.

- Produce buenos resultados, si no se involucra a los gerentes y supervisores en su diseño y contenido.
- Sustituye costumbres o hábitos por sí solo y tampoco ofrece resultados en forma inmediata.
- Suple aspectos y carencias originados por malos sistemas, estructuras, sueldos, estatus y motivación.
- Produce buenos resultados, sin una adecuación de las estructuras, sistemas, filosofía, estilos gerenciales y normas de trabajo.
- Es la única variable de que dispone la empresa para influir en los empleados.
 - Logra sus objetivos si se manejan en forma superficial o se capacita por capacitar.

En cambio, la capacitación sí:

- Forma trabajadores y empleados más capaces, para desempeñar eficazmente un trabajo determinado.
- Es parte de la solución para obtener mayor productividad.
- Hace trabajadores más competentes y realizados, desarrolla el juicio, el criterio y puede mejorar las relaciones laborales.
- Es un herramienta efectiva para mejorar las comunicaciones y la participación.
- Arroja resultados significativos a mediano plazo, con un costo muy inferior a sus beneficios, si es que ha sido técnicamente dirigida.
- Logra objetivos si éstos son realistas y se diseñan y conducen técnicamente
- Sirve para comunicarse con los trabajadores, conocer el origen de los problemas y adelantarse a su solución antes de que se manifiesten con gravedad y hagan crisis.

- Puede ser peligrosa, si se emplea a la ligera y no se apoyan sus resultados.
- Es una variable que impacta a los trabajadores para lograr un cambio positivo, tanto personal como organizacional.

Incluimos algunos principios de lo que consideramos que deben guiar hacia una capacitación efectiva con el propósito de propiciar la reflexión de los capacitadores respecto a su práctica y concientizar a los empresarios que aún no descubren los beneficios del entrenamiento.

3.4 Principios de la capacitación

Algunas empresas han adoptado algunos fundamentos ó principios de la capacitación, como parte importante de su desarrollo, los mencionaremos a continuación:²⁰

1.- La capacitación no es sinónimo de educación. La capacitación o entrenamiento en las empresas forma parte de la educación y de la formación integral de las personas. En las organizaciones de trabajo, el entrenamiento de los trabajadores debe vincularse y complementarse con otras actividades que contribuyan a su formación.

2.- La capacitación es aprendizaje y el aprendizaje es cambio de conducta; por lo tanto los cambios que se produzcan en los trabajadores deben ser producto de necesidades previamente diagnosticadas y reforzadas por la línea de trabajo.

3.- La capacitación solamente constituye un insumo de la productividad; por lo tanto, los programas de entrenamiento que se dirijan a acrecentarla deben formar parte de programas más amplios de mejoramiento organizacional, que enlacen o conecten los cambios de conducta de con los cambios de estructura, sistemas, normas, filosofía, procedimientos y tecnología del trabajo.

4.- El entrenamiento efectivo modifica a las personas en su forma de pensar, de actuar y de sentir. La capacitación efectiva, por lo tanto, es la que desarrolla habilidades, incrementa conocimientos y modifica actitudes, según el rumbo que marquen los objetivos que se diseñan para cada caso particular.

5.- Los contenidos de un curso, su metodología, el tiempo asignado y los materiales deben ser producto del alcance y profundidad que indiquen los objetivos. El capacitador que no conoce los objetivos que deben lograr, no sabe donde debe llegar; y el capacitador que no sabe donde quiere llegar... ya llegó.

3.5 Papel de los valores en la administración

Administrar es coordinar armónicamente los materiales, el capital y el trabajo de las personas para realizar determinados objetivos prefijados.

La economía y la administración son valores en la medida en que el hombre las emplea para construir la convivencia y el bienestar humano, imponiendo orden, satisfaciendo necesidades, distribuyendo los satisfactores, aprovechando los recursos y creando fuentes de trabajo.

Una empresa podría ser considerada como la resultante de cinco factores, como lo menciona Mauro Rodríguez Estrada.²¹

• Materiales (materias primas y productos elaborados)

- Capital
- Trabajo humano
- Tecnología (incluyendo maquinaria y aparatos)
- Administración

La administración, como proceso que es, implica un camino cuya dirección la dan los objetivos. Las empresas sanas no sólo tienen objetivos claros, sino

²⁰ Estos son fundamentos filosóficos que sobre la capacitación ha adoptado CAPINTE, S.C. (Capacitación Integral, Sociedad Civil)

también las estrategias y técnicas que los llevarán a la práctica. Los objetivos son el “que” y las estrategias y tácticas el “como”

Rodríguez Estrada considera cinco los pasos preliminares del camino al éxito:²²

1. Valores
2. Metas
3. Metas + objetivos
4. Metas + objetivos + estrategias y tácticas
5. Metas + objetivos + estrategias y tácticas + por escrito

3.5.1 Valores Humanos del dirigente

Es posible distinguir entre los valores:

- De la empresa
- Los del director en turno
- Los de los gerentes
- Los de los miembros

Lo que hace un líder es guiar: guiar hacia un determinado punto supuestamente valioso. El líder es el hombre de los valores, ya que así lo perciben los trabajadores.

Los grandes líderes mundiales son los grandes soñadores, los fuertemente motivados hacia los valores humanos.

En los que respecta a los miembros, cada uno llega con su propio cúmulo de valores personales, y en cada fase del proceso administrativo, existe la síntesis de esos valores personales con los valores institucionales.

Los valores del líder son los que le dan el toque a la organización. Para bien ó para mal, el líder es un hombre de valores y de antivalores.

Los diferentes tipos de liderazgo conllevan muchos valores implícitos.

Ahora, ejemplificaré cinco perfiles de líder²³

²¹ Rodríguez Estrada, Mauro. Los valores, clave de la excelencia. pp. 56. México 1996. Ed. McGraw Hill

Tipos	Valores
Autócrata – dictador	Egocentrismo, desconfianza, imagen de seguridad, desigualdad jerárquica, rigidez, uniformidad dentro de cada nivel, obediencia ciega.
Administrador	Eficiencia, reglamentos, obediencia, disciplina trabajo duro, lealtad a la institución.
Carismático	Vocación, misión, participación, visión, entusiasmo, trascendencia, empatía, prestigio, creatividad.
Democrático	Diálogo, participación, dignidad humana, respeto, igualdad, creatividad, sinergia, responsabilidad compartida, servicio.
Laissez – faire	Comodidad, libertad / libertinaje, rutina

3.6 Características del valor

Mencionaré algunas de las características del valor. Las columnas están representadas por valores de extremos opuestos.

Son valores de un gerente determinado que puede estar mejor representado por la columna "A", a otro por la columna "B". Caracterizar por un conjunto particular de valores es generalizar y tal caracterización se aplica de manera uniforme no a todas las Instituciones de cualquier cultura.

COLUMNA A	COLUMNA B
1. Conservador, tradicional, contra - La innovación	1. Liberal, progresista revolucionario
2. represión y restricción	2. Sobresale la espontaneidad y exhibición
3. Se enfatiza la Ley y la justicia	3. Se enfatiza la comprensión y piedad de los demás

²² ibid pp 57.

²³ Ibidem pp59

4. Enfatiza el deber y la disciplina y crear conciencia	4. Énfasis en el gusto de vivir, en la no culpabilidad
5. Sacrificio, temor del placer	5. El ocio es bienvenido
6. Desconfianza de la investigación e indignación	6. Se fomenta la creatividad y la averiguación
7. Se destapa la competencia	7. Se fomenta la cooperación
8. Se maximizan las diferencias de sexos	8. Se minimizan las diferencias en sexo
9. Relaciones abstractas de causa efecto	9. Emoción, intuición e instinto

Esta es una serie de rasgos esenciales que sintetizamos, a su vez en una definición.

- No existen valores en sí como entes ideales o irreales, sino objetos reales que poseen valor.
- Puesto que en los valores no constituyen un mundo de objetos que exista independientemente del mundo de los objetos reales. Sólo se dan en la realidad natural y humana como propiedades valiosas de los objetos de esa realidad.
- Los valores requieren, por consiguiente como condición necesaria la existencia de ciertas propiedades reales naturales o físicas que constituyen el soporte necesario de las propiedades que consideramos valiosas.

3.6.1 Rasgos fundamentales

- Los valores se hallan en una relación peculiar con las cosas reales que llamamos bienes. En los bienes se encarna determinado valor: en las cosas útiles, la utilidad, en las cosas bellas la belleza, y en los actos buenos de los hombres la bondad.

- Los valores son inmutables, no cambian con el tiempo ni de una sociedad a otra: Los bienes en que los valores se realizan cambian de una época a otra; son objetos reales, y como tales condicionados, variables y relativos.

3.6.2 La objetividad de los valores

Los valores existen para un sujeto, entendiendo que éste no es un sentido puramente individual, sino como ser social; exigen, así mismo, un sustrato material, sensible separado del cual carece de sentido. Los valores poseen la margen de la sociedad. La objetividad de los valores no es, pues, ni la de la objetividad peculiar que se distingue de la objetividad meramente natural o física de los objetos que existen o pueden existir al margen del hombre o al ideas platónicas, ni la de objetos físicos. Es una objetividad peculiar humana social, que no puede reducirse al acto psíquico de un sujeto individual ni tampoco a las propiedades naturales de un objeto real.

3.6.3 Valores morales

Los valores morales únicamente se dan en actos o productos humanos. Sólo lo que tiene una significación humana puede ser valorado moralmente, pero, a su vez, sólo los actos o productos que los hombres puedan reconocer como suyos, es decir, los realizados consciente y libremente y con respecto a los cuales se les puede atribuir una responsabilidad moral.

3.7 Los valores humanos en las industrias

A través del proceso del aprendizaje social el individuo adquiere de su medio sociocultural ciertas características mas o menos permanentes; estas han sido identificadas con diferentes nombres: valores, motivos sociales, actitudes, etc.

usualmente, a valores se le asigna un nivel mayor de abstracción o generalidad, como orientaciones básicas o guías generales que el individuo posee y que dan integración a su conducta.

Un valor es relativamente permanente, sin constituir algo estático o incambiable, una vez que el valor ha sido adquirido, tiende a permanecer como característica del sujeto. Puede referirse a formas de conducta o a estados deseables de existencia.

Los valores instrumentales, o relacionados con modos de conducta pueden ser "valores morales" cuando tienen foco interpersonal y pueden producir problemas de "conciencia" al no ser cumplidos (ejemplo: "ser honesto") o "valores de suficiencia", que tienen un foco individual y están orientados hacia un comportamiento autoreforzante ("ser imaginativo"). Los valores terminales, referidos a estados deseables de existencia, pueden ser, a su vez "valores personales", es decir, centrados en el yo (el placer) o valores sociales, es decir, con un foco interpersonal (la verdadera amistad).

La concepción de lo deseable, implícito en el valor, puede referirse a lo deseable para el sujeto o lo deseable para los demás. Esta dualidad en el uso del concepto del valor, es necesaria para reflejar la frecuente utilización de un "estándar doble". Por ejemplo el dueño de la fábrica que piensa que el obrero debe ser "trabajador", pero utiliza otros valores para definir su propia conducta deseable.

Los valores son "estándares" y como tales son utilizados de diversas maneras:

- a) Como guías para la acción: indicando en la forma que debemos comportarnos o en que dirección debemos dirigir nuestra conducta.
- b) Como guía para evaluar o juzgar las situaciones: al ser el valor estándar nos sirve como punto de comparación para evaluar si nuestra conducta o la situación considerada esta a niveles adecuados.
- c) Como base para racionalizar (en el sentido psicoanalítico) conductas, creencias, etc., que de otra forma nos resultarían inaceptables

Los valores pueden estimular en el individuo o por el contrario servir para que la situación no cambie. Al definirse un valor como un "estado de existencia" o un

“modo de conducta deseable”, esto puede instigar un cambio si la situación presente no corresponde con la implícita en el valor, pero también puede darse la situación en que exista una correspondencia entre lo presente y lo deseado.

Valores terminales: una vida cómoda, una vida excitante, un sentimiento de logro un mundo de paz, un mundo de belleza, la igualdad, la seguridad familiar, la libertad, la felicidad, la armonía interna, el amor adulto, la seguridad nacional, el placer, la salvación, el autorespeto; el reconocimiento social; la amistad sincera, la sabiduría.

Valores instrumentales: el ser ambicioso, tener una mente abierta, ser capaz, ser alegre, ser limpio, ser valiente, ser misericordioso, ayudar a los demás, ser honesto ser imaginativo, ser independiente, ser intelectual, ser lógico, ser cariñoso, ser obediente, ser cortés, ser responsable y ser controlado.

Una persona puede poseer todos los valores enunciados y es frecuente que esto ocurra, sin embargo, en todos caso es posible indicar cual de estos valores es más importante, o colocarlos en orden de importancia relativa. Este ordenamiento de valores da por resultado lo que se denomina un sistema de valores. El sistema de valores del individuo es tal que le permitirá hacer escogencias entre varias alternativas en un momento dado. “El sistema de valores de una persona puede decirse que representa una organización

aprendida de reglas, para hacer escogencias y resolver conflictos entre dos o más modos de conducta o entre dos o más estados de existencia.

Descomponiendo las respuestas en términos de ingresos económicos, se obtiene que el valor “un mundo de paz” disminuye en importancia al aumentar el nivel socioeconómico; el valor la “seguridad familiar” aumenta en los grupos intermedios y luego disminuye; y el valor “libertad” aumenta en forma directa con el nivel socioeconómico.

A la vez el ser honesto se mantiene mas o menos al mismo nivel, independientemente del nivel socioeconómico; ser responsable aumenta en forma directa con el nivel socioeconómico y ser valiente fluctúa de una manera irregular.

Los valores están condicionados por factores individualidad, sin embargo, es bastante aceptado que la cultura ofrece a un individuo una serie de valores que trata de inculcárselos a través del proceso de socialización.

Los valores culturales constituyen, tal vez, uno de los casos más claros de transmisión a un individuo de una experiencia socio-histórica acumulada por miles de años.

3.8 Valores y actitudes del profesionista del tercer milenio

Éstos son los principales valores y actitudes que debe de tener el profesionista del futuro.

- Respetuosos de la naturaleza, la comunidad y el país, así como comprometidos con el desarrollo de su comunidad.
- Conciencia clara de las necesidades del país y con una cultura internacional.
- Comprometidos con su salud física.
- Honestos, responsables y líderes.
- Emprendedores, innovadores, con espíritu de superación personal.
- Cultura de trabajo y respetuosos de las personas.

3.9 Los valores del desarrollo organizacional


También dentro de la organización deben de existir los siguientes valores mínimos, para que pueda darse el desarrollo:

- Brindar oportunidades para que las personas se desempeñen como seres humanos y no como elementos de la producción.
- Brindar oportunidades para que cada miembro de la organización, así como esta, desarrollen todo su potencial.

- Aumentar la eficiencia del organismo en función de todas sus metas.
- Crear un medio ambiente en el que sea posible encontrar trabajo estimulante que signifique un reto
- Proporcionar oportunidades a miembros de los organismos que influyen en la forma de desempeñar el trabajo en la organización y en el medio ambiente.
- Tratar cada ser humano como persona que tiene diversas necesidades, todas las cuales son importantes para su trabajo y su vida.

3.10 Valores de un empleado

Como trabajadores, se debe de tener una serie de valores que impulsen a la empresa ó compañía:

- 
- Ser puntual
 - Ser cuidadoso
 - Buen trabajador
 - Trabajador cooperativo
 - Ser honrado
 - Ser leal
 - Ser respetuoso
 - Tener interés por su trabajo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN[®]
DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

4. ESTUDIO DE CASO

4.1 Cronología de la telefonía en México

Para comprender el panorama de las telecomunicaciones en México, es necesario conocer un poco acerca de su historia y desarrollo a través de los años. Antes de introducirme al tema de valores en la compañía AXTEL, quisiera analizar el desarrollo de Teléfonos de México, así como el de AXTEL, para ubicarlos en el tiempo y en el espacio correspondiente.

La necesidad del hombre por comunicarse entre sí, lo ha llevado a buscar nuevas formas; el invento del teléfono ha sido uno de ellas. Analizaremos la cronología de la telefonía en México²⁴

1878 - 1990

Cuando el teléfono llegó a México, hace más de 100 años, representó un sistema novedoso pero que a la vez causó desconfianza o temor. Hoy es un elemento cotidiano para la comunidad.

En esta Cronología de la telefonía en México conocerá el avance de este importante invento, que abarca de 1878, cuando se realizó el primer enlace telefónico entre la ciudad de México y la población de Tlalpan, hasta 1990 cuando la telefonía celular se ha desarrollado.

El 13 de marzo de 1878 se efectuó el primer enlace telefónico entre la ciudad de México y la población de Tlalpan. Se logró comunicación a una distancia de 16 kilómetros.

El 15 de diciembre del mismo año, se establece oficialmente el servicio telefónico al otorgársele un premio a la Alfred Westrup & Co., para que instalara una red que uniera a las comisarías de policía que, en aquel entonces, ascendían a seis, con la inspección General, la oficina del gobernador de la ciudad y el Ministerio de Gobernación.

En su Informe de Gobierno, de septiembre de 1880, Porfirio Díaz dio a conocer la instalación del servicio telefónico en las actividades militares: "Con el objeto

de facilitar la comunicación de la Secretaría de Guerra con todos los cuerpos de la guarnición y demás oficinas y edificios militares, se han instalado líneas telefónicas directas en cada uno de los establecimientos del ramo, poniéndose el registro central de todos ellos en la propia Secretaría".

Porfirio Díaz 1881, año en que concedió una licencia para instalar una red telefónica.

Iniciaba el mes de marzo de 1881, cuando el señor Greenwood obtuvo del Gral. Díaz, entonces Secretario de Fomento, la concesión para instalar una red telefónica en la ciudad de México, para lo cual se empezó el cableado público, lo que ocasionó la protesta de sus habitantes porque perjudicaban el buen aspecto de la ciudad. Después de explicar la utilidad del nuevo aparato, logró se aceptaran las obras.

Un año después, 12 de febrero de 1882, Greenwood obtiene nuevas concesiones para expandir el servicio telefónico, mismas que consideró oportuno vendérselas a la Compañía Telefónica Continental.

A mitad del mes de abril del año 82, se constituye la primera empresa en territorio nacional, con el nombre de Mexican National Bell Telephone, sin embargo, ésta jamás llegó a dar servicio alguno, debido a los conflictos derivados de los diversos intereses de las empresas extranjeras. La solución se llevó a cabo con un arreglo contractual entre los diferentes inversionistas.

Los conflictos entre los inversionistas que desean dar el servicio telefónico terminan cuando deciden asociarse con la Compañía Telefónica Mexicana conocida como Mextelco.

El 18 de julio de 1882 se forma una nueva empresa telefónica, la constituyen los socios George Lea Sanders, Thomas A. Watson, M.L. Greenwood y Emilio Berlines. Se instalaron en la calle de Santa Isabel número 61-2.

En septiembre los ciudadanos se percatan de la importancia del teléfono y demandan a través del periódico, El Monitor Republicano, que se instale un teléfono entre el Cuartel de Policía y la Inspección General.

²⁴ Tomado de la historia de la telefonía en México. Telmex. Subdirección de comunicación social.

Para finales del año 82, se pretendía lograr comunicación telefónica más allá de nuestras fronteras.

El 24 de diciembre se intenta la comunicación entre Veracruz y Nueva York. En 1883 se logró la primera comunicación internacional entre la ciudad de Matamoros, Tamaulipas y la ciudad de Brownsville, Texas. Así comenzó una larga cadena de éxitos en lo que se refiere a telefonía.

Debido a la cantidad de abonados, se dio la necesidad de un directorio telefónico. A pesar de la cuota de inscripción de 5.50 pesos mexicanos, que la hacía poco accesible, se tenían 800 abonados; así en 1888 se dio la necesidad de editar un directorio telefónico, cabe mencionar que el número 64 era el presidente de la República, general Porfirio Díaz.

1892, se obtiene el registro legal de concesión del servicio público telefónico de las ciudades de México, Puebla, Oaxaca, Guadalajara y Veracruz. Unos años después, en 1894, llegan los conductores aislados, lo cual permitió corregir la calidad de las transmisiones. Fue la sustitución del alambre por cable. Así comenzó la mejora tanto en el aparato telefónico como de infraestructura.

Con la idea de atraer a los usuarios, se contrataron operadoras que dominaran el idioma inglés. Al siguiente año se introduce el conmutador múltiple completo o metálico, con una capacidad de dos mil líneas, de las cuales mil eran para uso inmediato, por supuesto que esto representó para la Compañía Telefónica Mexicana un esfuerzo mayor, ya que se devaluó el peso mexicano de 51.7 centavos de dólar a 46.34.

En este mismo año y con la idea de atraer a los usuarios, esta empresa contrató operadoras que dominaran el idioma inglés para proporcionar un mejor servicio a los clientes extranjeros.

1895 fue conflictivo. Los sismos provocaron la necesidad de reparación de 400 aparatos y la reposición de 300 conductores de estilo "antiguo" (con diez años de uso). Esto no impidió la comunicación de larga distancia de Tacubaya a Tlalpan.

Debido al progreso de los tranvías ciudadanos, se generaron conflictos, ya que las fugas de corriente de los rieles producían corrosiones electrolíticas que afectaba el cableado subterráneo así como cortocircuitos entre los conductores

telefónicos no aislados y los cables de los tranvías. A pesar de los daños entre ambas compañías, se logró llegar a un acuerdo.

Transcurría el año 1899 cuando la importancia del teléfono superó su precio, por lo que los usuarios estuvieron dispuestos a obtener los nuevos beneficios: el teléfono de extensión y el servicio telefónico de veladores. El servicio nocturno consistía en que los vigilantes realizaban llamadas desde sus puestos, el mensaje se recibía en la central, las operadoras llevaban un registro el cual pasaban a los interesados. También se inició la utilización de los aparatos de escritorio tipo "candelero", por este servicio extra se pagaba una cuota de \$2.50 mensuales.

En 1903 la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas otorga la concesión por 30 años al señor José Sitzenstätter para la explotación del servicio telefónico en la capital y alrededores.

El señor Sitzenstätter se relacionó con la L.M. Ericsson ofreciéndoles la venta de la concesión y fue el 19 de abril de 1905 cuando se llevó a cabo el traspaso.

En noviembre del mismo año se le concede un nuevo contrato a la Compañía Telefónica Mexicana, por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

A causa de esta renovación del contrato de la Compañía Mexicana, así como, la concesión otorgada al señor Sitzenstätter, se duplicaron los servicios, obligando a las dos empresas a mejorar sus servicios.

Fue en octubre de 1904 cuando la empresa de Teléfonos Ericsson, S.A., filial de la matriz sueca Mexikanska Telfonaktiebolaget Ericsson, inauguró su servicio con 300 suscriptores, y para finales de ese mismo año contaba ya con 650.

El 18 de febrero de 1905 la Compañía Telefónica Mexicana aumentó su capital y cambió de nombre a Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana, S.A.

El 2 de agosto de 1946, el gobierno anunció el enlace de la compañía Ericsson y Compañía Telefónica y Telegrafía Mexicana, S. A. El costo de la fusión de líneas ascendió a 12 millones de pesos, cantidad destinada a la compra de aparatos, los primeros en su género, diseñados durante cuatro años por técnicos holandeses y norteamericanos.

A finales de la década de los cuarenta, en México se vivía un proceso de industrialización acelerado; bajo ese marco, el 23 de diciembre de 1947 se constituyó Teléfonos de México, S. A. (Telmex). Iniciando operaciones el 1 de enero de 1948.

La constitución de Teléfonos de México se debió a las negociaciones entre L. M. Ericsson de Estocolmo y Axel Wenner-Green, interesados en que una empresa mexicana asumiera el servicio que prestaba la Empresa de Teléfonos Ericsson, S. A., la cual era financiada desde 1929 con capital extranjero.

La nueva función de L. M. Ericsson era la de proveer material, equipo, asesoría técnica y administrativa a la naciente empresa telefónica mexicana. El acuerdo consistió en que Telmex pagara el 2.5 por ciento anual de su ingreso bruto a L. M. Ericsson hasta 1957, y el 3 por ciento de 1958 en adelante.

Durante su primer año de labores, Telmex se dedicó a enlazar en forma automática los dos sistemas telefónicos existentes: el suyo y el de la Compañía Telefónica y Telegrafía Mexicana, S. A.; trabajo que fue inaugurado por el presidente Alemán el 9 de enero de 1948.

El 29 de abril de 1950, Teléfonos de México adquiere la Compañía Telefónica y Telegrafía Mexicana, S. A. Mediante un acuerdo entre el gobierno mexicano, Wenner-Gren, la ITT y la L. M. Ericsson.

Para finales de 1950, Telmex aumentó el 4.3 por ciento del número de aparatos, lo que implicó la ampliación de la capacidad de plantas y de circuitos de larga distancia en 32 poblaciones del país. Debido a la fusión de Telmex y la Compañía Telefónica y Telegrafía Mexicana, S. A. surgieron serios problemas intersindicales durante la revisión del contrato colectivo de trabajo, lo que originó la fundación de un sólo sindicato el 1 de junio de 1950.

En el bienio 1950-1952, se inauguraron 32 oficinas telefónicas. Durante el período de 1950 a 1952, se inauguraron 32 oficinas telefónicas incorporadas a la red nacional, ya que en el Distrito Federal había una demanda acelerada de suscriptores. La creación de estas oficinas fue posible gracias a la capacitación de su personal en la Escuela Nacional de Telecomunicaciones, facilitando incluso la instalación del servicio radiotelefónico en México y Venezuela.

En 1953, a un año del gobierno de Ruiz Cortines, se puso el servicio de microondas entre el Distrito Federal y Puebla, con 23 canales telefónicos, y se introdujo el servicio medido.

En 1956, Telmex decide proveerse de equipo telefónico fabricado en el país, por lo cual se constituyó, el 5 de diciembre, la compañía Industria de Telecomunicación, S. A. de C. V. (Indetel), con capital de L. M. Ericsson y la ITT.

La mexicanización de Telmex inició en el verano de 1958, cuando se llevaron a cabo, en Estocolmo, Suecia, las reuniones entre los representantes mexicanos y los directivos de las empresas L. M. Ericsson e ITT con el fin de obtener permiso de transacción ante el departamento de control de cambios del Banco de Suecia y conseguir la garantía del precio de intercambio. Para agosto del mismo año, Ericsson de México dejaba de operar en el país, después de más de 50 años.

Luego de tomar posesión como primer mandatario de la República, el Lic. López Mateos anunció la separación de la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, y se crearon la de Comunicaciones y Transportes y la de Obras Públicas.

Con motivo de la huelga que estalló el 6 de abril de 1960, el presidente López Mateos expidió un decreto ordenando la requisita en Telmex, la cual duró 28 días. Esto ocurrió dos meses después de la inauguración de una nueva central telefónica en Churubusco, con capacidad de 30 mil líneas, diseñada y montada por técnicos de Telmex.

En 1960, se instalan las primeras 10 casetas telefónicas públicas en la ciudad de México; la empresa tiene una destacada participación en el mercado accionario neoyorquino; introduce el inicio del sistema aire seco; aumenta el servicio de larga distancia, e instala el servicio de conmutación automática entre Cuernavaca y el D.F.

Éste y otros hechos permitieron a México ocupara entre 1961 y 1962, según la publicación The Word's Telephone, el séptimo lugar a nivel mundial en cuanto a desarrollo tecnológico y el primero en el continente americano.

En el verano de 1962 fue lanzado el satélite de comunicaciones Telstar, patrocinado por el sistema Bell y la Nasa; fue el primero en funcionar con el

sistema de microondas. Esto permitió que las ciudades de México, Monterrey y Nuevo Laredo mejoraran sus servicio de conmutación automática de larga distancia, ya que las operadoras mexicanas pudieron marcar el número telefónico de cualquier abonado incluido en la ruta, además de los respectivos de Canadá y Estados Unidos. El sistema fue inaugurado el 11 de enero de 1963 por el presidente López Mateos y el entonces secretario de Comunicaciones y Transportes, Walter C. Buchanan.

Gracias a la instalación del sistema de microondas, se perfeccionó el servicio de conmutación automática de larga distancia. El 14 de mayo de 1963 se llevó a cabo la primera transmisión televisiva desde Cabo Cañaveral, E.U., hacia México, con la intención de cubrir el lanzamiento al espacio del astronauta estadounidense Gordon Cooper. Telmex transmitió el acontecimiento a través del sistema de microondas, entonces equipado con dos canales, uno de operación y otro de reserva con 21 estaciones repetidoras. Además de ese acontecimiento se pudieron transmitir sucesos tan importantes como el asesinato del presidente J. F. Kennedy, la visita del primer mandatario francés Charles De Gaulle, entre otros eventos.

El segundo quinquenio de la década de los sesenta fue difícil para Telmex, aunque logró importantes avances, necesarios por la creciente demanda de usuarios: la instalación de nueve centrales telefónicas para la automatización del servicio en el D.F.; la ampliación y modificación de la ruta de la red de cables subterráneos, debido a la nueva Red del Sistema de Transporte Colectivo (Metro); la edición del primer directorio telefónico por calles; mientras que en el interior de la República, inició el servicio del tipo "Pentaconta", las primeras en América Latina, el cual permitía la coordinación automática de llamadas con el sistema de selectores tipo "Crossbar", con un cierre de contactos entre 30 y 50 mil milisegundos; así como la instalación de 28 centrales del sistema télex para grandes empresas.

En septiembre de 1965 se instaló el primer equipo LADA 91 (nacional) en Toluca, Estado de México, pero hasta 1967 varias ciudades de la República se incorporaron a este sistema. Para 1968 este sistema se aplicaría para toda la república y se anexaría el nuevo servicio de emergencia 07.

El acontecimiento más importante de 1968 fue la transmisión de los Juegos Olímpicos, ya que para ello se debió instalar una red subterránea con una longitud de 284 Km. de ductos, 203 400 Km. de conductores y 19 840 teléfonos en cables y el primer cableado coaxial en el mundo para tróncales urbanos.

Durante el mismo año, el presidente Díaz Ordaz puso en marcha las obras de la Torre de Telecomunicaciones y, simbólicamente, la estación terrestre de Tulancingo, Hidalgo, con una antena de 105 pies de diámetro, que permite cubrir 60 países por medio de satélites artificiales.

En 1969, México participa como vicepresidente del consejo de directores de la Organización Mundial de Telecomunicaciones Vía Satélite (INTELSAT); organismo que permite la consolidación del servicio a larga distancia, con una comunicación directa a Roma, Italia, para luego hacerlo a otros países de América del Sur y Europa.

En 1970 se inauguró el nuevo sistema automático de larga distancia Lada 95. El 7 de agosto de 1969 el Secretario de Comunicaciones y Transportes, José Antonio Padilla, colocó la primera piedra del centro telefónico San Juan, el cual tendría una torre de 100 metros de altura para sustentar tres plataformas, las antenas de los sistemas de microondas de alta, mediana y baja capacidad.

El 20 de julio de 1970 se inauguró el nuevo sistema automático de larga distancia (Lada 95), el primero en su tipo en América Latina; la primera conexión se hizo entre Toluca y Washington, D.C.

Se continuó con el desarrollo de la telefonía vía satélite así como su expansión. Se conectaron 39 circuitos los cuales permitirían a México comunicarse directamente con Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, Francia, Inglaterra, Italia, Japón, Panamá, Perú y Venezuela, para tal efecto se utilizó la antena de telecomunicaciones instalada en Tulancingo, Hidalgo.

Para mejora del servicio público las sucursales de todo el país fueron provistas de centrales automáticas del tipo "Pentaconta", fabricadas por Indetel; la necesidad de equipo telefónico lleva al gobierno federal a adquirir de la L.M. Ericsson de Estocolmo las acciones del capital social de la empresa Teleindustria, S.A. de C.V.

El 10 de marzo de 1976 se conmemoró el Primer centenario del invento del teléfono, por lo que Telmex obtiene de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la renovación de la concesión para seguir ofreciendo el servicio telefónico por 30 años más.

En 1978, se celebró el primer centenario de la telefonía en México el cual fue conmemorado con una ceremonia el día 13 de marzo, encabezada por el presidente de la República.

La telefonía digital sustituyó y perfeccionó el sistema analógico a través de la codificación de la voz en forma binaria, esto se logró gracias a la computación que permitía el uso de la información con rapidez.

Alec Reever fue quien en 1938, en Francia, patentó la codificación "Pulse code modulation" (PCM) conocida en español como "Modulación por impulsos codificados" (MIC). La función es la transmisión y transcripción de información por medio de una serie de dígitos binarios. A causa de los limitados avances tecnológicos de esa época, no se logró el desarrollo esperado. No fue sino hasta 1969 cuando el sistema MIC se instaló en la red troncal metropolitana de nuestro

En el último año del sexenio del presidente López Portillo, y a pesar de la crítica situación nacional, Teléfonos de México continúa con su desarrollo tecnológico poniendo en operación las instalaciones de enlaces por fibras ópticas, siendo este el medio más adecuado para la transmisión de ondas luminosas.

Fue en abril de 1983, cuando la banca nacionalizada, otorga a Teléfonos de México un crédito de 3,750 millones de pesos, lo cual permite a la empresa, que en el mes de julio inaugure las primeras centrales digitales AKE en las ciudades de México y Puebla, y se constituya la Compañía Mitel de México, S.A. de C.V., la cual fabrica conmutadores electrónicos y semiconductores. La demanda continúa, así que en este año, se coloca el teléfono número 6 millones, y se requiere instalar en el Distrito Federal la red urbana más extensa del mundo, la central Condesa III. Cubrió 350 hectáreas y constaba de un equipo AXE-10 de medios analógicos y digitales. La función principal era introducir las unidades de cinta magnética que sustituyen a los contadores electromecánicos. Esta central

contaba con 20 mil líneas y utilizaba para su funcionamiento sistemas de unidades remotas (concentradores).

Un hecho de gran trascendencia para las telecomunicaciones mexicanas se llevó a cabo el 28 de junio de 1985; entró en órbita el satélite Morelos I el cual operó dos meses después.

El satélite Morelos II fue lanzado al espacio el 27 de septiembre, en el trasbordador espacial viajaba el primer cosmonauta mexicano, doctor Roberto Neri Vela, consolidándose así el proyecto Sistema Morelos de Satélites.

Los satélites que cubren el territorio nacional se localizan sobre el océano Pacífico, a la altura de Baja California a una altura de 36 mil kilómetros. Se les asigna 500 MHz, en la banda C, operando con dos polarizaciones: vertical y horizontal por lo que se aprovechan los 500 MHz en una y 500 en otra.

Teléfonos de México en 1987 cumplió 40 años de servicio. Iniciando el año ofreciendo nuevos servicios: instalación de teléfonos públicos de alcancía con teclado de marcación y un microprocesador digital, los cuales ofrecen diversos servicios de larga distancia como Lada 91, 95 y 98. Funcionan con monedas de 50, 100 y 200 pesos. Se instalaron en lugares estratégicos como aeropuertos, terminales de ferrocarril, autobuses, hospitales, centros comerciales, universidades y unidades habitacionales, entre otras.

Se puso en servicio la central de Red Digital de Servicios Integrados (RDSI), el cual permite que los usuarios utilicen en forma simultánea una sola línea[®] telefónica digital y transmitir los servicios de voz, datos, vídeo y facsímil.

Telmex llegó a 8.8 millones de teléfonos instalados, teniendo así el décimo cuarto lugar internacional, debido al número de teléfonos en servicio.

Uno de los retos que tuvo que enfrentar Salinas de Gortari al iniciar su gobierno, fue la necesidad de modernizar el servicio telefónico.

El día 31 de mayo el presidente Salinas de Gortari presentó el "Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994", donde menciona la importancia de las telecomunicaciones destacando los siguientes puntos:

- Diversificar, mejorar su calidad, ampliar la cobertura en áreas urbanas y extenderse a más zonas rurales.
- Las tarifas de los diferentes servicios no deben diferir de las vigentes en los países con los que compete México en el mercado

internacional. •La modernización y expansión de las telecomunicaciones requerirá de la participación de los particulares. •El estado ejercerá la rectoría en las telecomunicaciones induciendo su desarrollo tomando en cuenta el cambio tecnológico habido en los últimos años. •La expansión de la red básica de telefonía, para aumentar sustancialmente el número de líneas •Elevar la eficiencia y modernizar los sistemas para constituir un verdadero enlace entre los mexicanos con el exterior.

El servicio Lada 800 ha constituido una de las más importantes aportaciones tecnológicas a la red telefónica y ha beneficiado tanto a empresas en lo individual como a la economía del país, abriendo posibilidades de comercialización a ramos industriales, turísticos, comerciales y de servicio.

En una segunda etapa, febrero de 1989, se inicia una nueva prestación de servicio de larga distancia internacional para llamadas desde y hacia los Estados Unidos de Norteamérica, con cobro al abonado de destino.

Asimismo se desarrolló el servicio de larga distancia automática desde casetas de servicio público, Ladatel. Se instalaron un total de 1,903 aparatos, aunados a los ya existentes, conforman una eficiente red pública. El servicio obtuvo buena respuesta por parte del usuario. Se encuentran en operación 2,994 aparatos

Ladatel instalados en las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara, Cancún, Acapulco y Puerto Vallarta.

También se incorporaron dos nuevas modalidades de pago al servicio de telefonía pública Ladatel:

•Tarjeta de crédito (Ladamático), disponible en México, Acapulco, Puerto Vallarta y Cancún. •El servicio de larga distancia por cobrar a Estados Unidos o pago del servicio mediante una tarjeta de crédito con asistencia de una operadora extranjera (USA Direct), entró en operación desde 1989 en Cancún, Quintana Roo.

Partiendo de la concesión obtenida por Telmex para la comercialización del servicio de transmisión de datos, se contempla la posibilidad de ofrecer una red pública de datos, basada en la técnica de conmutación de paquetes, entre usuarios que así lo requieran.

Para mejorar el servicio a los grandes usuarios, Teléfonos de México inicia un proyecto para facilitar la prestación de servicios de comunicación de voz, datos y de imágenes, que actualmente se prestan en redes independientes. Al proyecto se le denominó Red Digital Superpuesta, su infraestructura es de alta tecnología, por lo que se creó una red especial que está superpuesta a la red telefónica existente; se inició su operación en México, Monterrey y Guadalajara, con 25 mil troncales digitales de alta velocidad para conmutadores telefónicos. Se tendieron 400 kilómetros de cables de fibra óptica y 17 sistemas de radiocomunicación digital por microondas, lo cual permitió enlazar a 40 centros de acceso a la red distribuidos en estas tres ciudades.

Otro importante servicio que presta Telmex, es la telefonía celular, el cual se basa en el uso de la radiotelefonía permitiendo la comunicación entre dos o más abonados por señales. Los aparatos no requieren de líneas físicas. El equipo de comunicación móvil está compuesto de "células" que por sus estructuras, y gracias a la computación, se agrupan en zonas de servicio.

La radiotelefonía permite utilizar, a través de señales de microondas, una amplia banda que asciende a 800 MHz, lográndose la comunicación telefónica, cuando una de las células es cubierta con una señal emitida por radio-base, que se conecta a una central de telefonía móvil celular totalmente computarizada y finalmente a la red pública telefónica.

En 1989 el gobierno federal anuncia su intención de vender su participación y privatizar a Teléfonos de México.

Los objetivos que se persiguen son:

- Mantener la soberanía del Estado en el sector
- Que la mayoría del capital sea de empresarios mexicanos
- La garantía de expansión continua en la red
- La participación de los trabajadores en el capital de la empresa
- Elevar la calidad del servicio hacia niveles internacionales
- Fortalecer la investigación y el desarrollo tecnológico

El que se mantuviera el control del capital por mexicanos, requirió de una nueva estructura accionaria la cual permitiera una amplia participación de inversionistas extranjeros.

Telmex tenía dos tipos de acciones: la serie AA, exclusivamente del gobierno con el 56% de las acciones y la serie A, de suscripción libre, las cuales cotizan

en el mercado de valores mexicano como en el de Estados Unidos a través de la red de la National Association of Securities Dealers (NASDAQ).

Se recibieron ofertas de tres grupos teniendo al frente empresarios mexicanos. El 9 de diciembre se dio a conocer al ganador el cual está integrado por:

Grupo Carso. Controladora que opera en mercados altamente competitivos tanto nacional como internacional. Sus áreas de operación son productos de consumo, tiendas departamentales y restaurantes; construcción y exportación.

Southwestern Bell International Holdings. Subsidiaria de Southwestern Bell Corporation. Tiene ventas por más de 8 mil millones de dólares; administra 12 millones de líneas telefónicas en los Estados Unidos.

France Cables et Radio. Tiene 14 mil líneas para redes digitales de servicios integrados, es una empresa filial de France Telecom; registra ventas superiores a los 20 mil millones de dólares anuales; opera 28 millones de líneas telefónicas; y tiene más de cinco millones de abonados a su sistema de videotexto.

4.2 Una alternativa en Telecomunicaciones: AXTEL

AXTEL es el operador de telefonía local más grande y de más rápido crecimiento en la industria de las telecomunicaciones de México, y proporciona servicios integrados de telefonía local, de larga distancia, Internet y servicios avanzados de datos.

En la actualidad, AXTEL da servicio a las seis áreas metropolitanas más grandes de México: el Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Toluca y León, que representan más del 50% de todas las líneas telefónicas de México y la gran mayoría de todo el tráfico de llamadas salientes. A medida que se despliegue el 100% de la Red Digital de AXTEL, éste expande el número de ciudades mexicanas donde ofrece el servicio.

4.3 Misión e infraestructura

AXTEL brinda a sus clientes en México servicios integrados de telefonía local,

larga distancia, Internet y servicios de valor agregado. Desde que la industria de las telecomunicaciones en México se abrió a la competencia a finales de la década de los noventa, después de más de 50 años de control monopólico, AXTEL se ha convertido en el operador competitivo de telefonía local más grande y de más rápido crecimiento en el país.

La Misión de AXTEL es ser líder en la transformación de México hacia una sociedad de información, proporcionando servicios integrados de comunicación.

Con una población de casi 100 millones y una teledensidad alámbrica de menos del 11% y menos del 3% de penetración de Internet, AXTEL tiene un enorme potencial.

Para realizar su misión, AXTEL entrega superioridad en servicios, soporte y ahorros a clientes residenciales y de negocios en las áreas de México donde presta el servicio.

4.4 Red digital

La Red 100% Digital de AXTEL es una combinación de tecnologías de punta que son la culminación de años de desarrollo de productos y la experiencia en despliegue y operaciones de campo de compañías de vanguardia en todo el mundo.

El ser una compañía joven le ha permitido a AXTEL sacar buen provecho de los tremendos avances que ha habido en tecnología en años recientes para construir su red, desde el inicio, utilizando poderosas tecnologías que le permiten proporcionar a sus clientes superioridad en servicios, soporte y ahorros.

Las ventajas principales de la Red 100% Digital de AXTEL incluyen las siguientes:

- Integración de servicios de telefonía local, larga distancia, Internet y servicios de valor agregado. AXTEL es el único operador competitivo de telefonía local en México que presta servicios totalmente integrados. Las

ventajas de los servicios integrados incluyen compras de una sola etapa, consolidación de facturas, ahorros, comodidad y confiabilidad.

- **Combinación de tecnologías de punta.** Esto le da a AXTEL la capacidad de elegir, entre una gama de opciones, la que mejor cubra las necesidades de los clientes. La combinación de tecnologías de punta de AXTEL incluye cable de fibra óptica, acceso inalámbrico fijo, radio Punto a punto y radio punto - multipunto.
- **100% Digital.** El ser 100% digital incrementa la calidad, seguridad, confiabilidad y velocidad, en comparación con la transmisión analógica. Digital significa que la voz, los datos y el video se transforman en señales digitales (en lugar de las señales analógicas que utilizaba la tecnología anterior). Los clientes se conectan a la Red Digital de AXTEL por medio de acceso inalámbrico fijo o cable de fibra óptica.
 - **Calidad.** Excepcional calidad de la línea.
 - **Confiabilidad.** Esto es el resultado de la combinación de la red en cuanto a tecnologías de punta, redundancia y el monitoreo que realiza las 24 horas el Centro de Control de AXTEL. Cuando es necesario, las llamadas se pueden volver a enrutar en el lapso de un momento imperceptible.
- **Rápida instalación.** Los servicios se instalan con rapidez y se puede proporcionar líneas múltiples con el mismo equipo.
- **Completa compatibilidad.** Integración transparente con los aparatos telefónicos existentes, conmutadores privados (PBX) y otros equipos.
- **Ampliaciones fáciles.** Como es 100% digital, la red de AXTEL se puede ampliar con facilidad.
- **Flexibilidad.** Los clientes pueden adaptar con facilidad los servicios de AXTEL para cubrir mejor sus necesidades, gracias a la Red 100% Digital de AXTEL 100% y a la combinación de tecnologías de punta.
- **Mínimo impacto ambiental.** Cuando AXTEL utiliza tecnología que transmite señales por aire, una Estación Base de AXTEL evita tener que colocar más de 6,000 postes telefónicos, cavar 25 Km. de zanjas para

cableado subterráneo, excavar para 400 aparatos de zona, e instalar 200 Km. de cableado aéreo y 625 terminales aéreas.

4.5 Tecnología

El contar con una combinación de tecnologías de punta le permite a AXTEL elegir la mejor tecnología para cubrir las necesidades de sus clientes. La combinación de tecnologías de punta de AXTEL incluye cable de fibra óptica, acceso inalámbrico fijo, radio Punto a punto y radio punto - multipunto.

4.5.1 Cable de fibra óptica

Para enlazar en forma directa a la red a aquellos clientes con necesidades de alta capacidad, AXTEL emplea cable de fibra óptica Allwave de Lucent Technologies. De hecho, los anillos metropolitanos de AXTEL también utilizan AllWave.

Las ventajas del cable de fibra óptica de AllWave incluyen las siguientes:

- Mayor calidad y confiabilidad en la transmisión digital de voz y datos.
- Utiliza tecnología avanzada de SDH (Synchronous Digital Hierarchy = Jerarquía Digital Sincrónica) para transmitir información, que es más rápida y menos cara que la tradicional PDH (Plesiochronous Digital Hierarchy = Jerarquía Digital Plesiócrona).
- Maneja un gran ancho de banda (1 a 1,008 E1s).
- Mayores distancias de transmisión
- Permite configuraciones redundantes de anillos, lo cual incrementa aún más la confiabilidad de los servicios.
- Mayor durabilidad de la red, ya que las pérdidas de enlaces son identificadas con prontitud y se vuelven a enrutar en forma imperceptible.

4.5.2 Acceso Inalámbrico Fijo

Cuando resulta rentable para los clientes residenciales y de negocios pequeños, AXTEL puede emplear acceso inalámbrico fijo, utilizando 50 MHz de espectro dentro de la banda de 3.4 GHz a nivel nacional para enlazar a dichos clientes a los anillos metropolitanos de AXTEL. De lo contrario, se les conecta por medios alámbricos.

Al utilizar acceso inalámbrico fijo los aparatos telefónicos (incluyendo los teléfonos inalámbricos) se encuentran en un lugar fijo y conectados por cables a las pequeñas antenas transmisoras de AXTEL. En contraste, los teléfonos móviles o celulares no tienen una ubicación fija. Inalámbrico quiere decir que las señales se transmiten desde los negocios y casas de los clientes hasta los anillos de fibra óptica de AXTEL por el aire en lugar de transmitirse por un cable. Ventajas del acceso inalámbrico fijo:

- Servicios de transmisión completa - - voz, datos y fax.
- Funciones de línea digital – que incluyen identificador de llamadas, llamada en espera, desvío de llamadas, restricción de realización de llamadas, y conferencia tripartita.
- Seguridad.
- Flexibilidad.
- Instalación rápida.
- Compatibilidad total.
- Confiabilidad.
- Calidad.
- Costos de mantenimiento más bajos.
- Despliegue más rápido de red.
- Cobertura en zonas donde el acceso con redes alámbricas es difícil.
- Impacto mínimo sobre el medio ambiente.

4.5.3 Radio punto a multipunto

Para los clientes que requieren capacidad media para servicios de voz y datos, AXTEL puede utilizar tecnología punto a multipunto para satisfacer sus necesidades de comunicación. Para esta tecnología, AXTEL cuenta con 60 MHz de espectro, con cobertura a nivel nacional, dentro de la banda de 10 GHz. Las ventajas del radio punto a multipunto incluyen:

- Calidad y claridad de la transmisión.
 - Servicios dedicados de datos (n x 64).
 - Seguridad.
 - Despliegue rápido de líneas múltiples utilizando la misma modularidad para manejar el número de líneas y extensiones de acuerdo con las necesidades del cliente.
 - Solución efectiva para una gama de situaciones propias de los negocios pequeños y de los clientes residenciales.
 - Confiabilidad.
 - Bajos costos de mantenimiento.
 - Amplio alcance geográfico.
-
- Impacto mínimo sobre el ambiente.

4.5.4 Radio punto a punto

AXTEL utiliza esta tecnología digital para satisfacer los requerimientos de comunicación de los clientes que necesitan servicios de alta capacidad y cobertura amplia. Para los enlaces punto a punto a nivel nacional, AXTEL cuenta con 100 MHz de espectro dentro de la banda de 23 GHz y 128 MHz de espectro dentro de la banda de 15 GHz.

Las ventajas del radio punto a punto incluyen:

- Servicios completos de transmisión: voz, datos y fax.
- Seguridad total en las llamadas.

- Rápido despliegue de las capacidades de E1 (desde 1 hasta 63 E1s con 30 troncales por E1).
- Es útil como tecnología de acceso y transporte.
- Alta confiabilidad en la transmisión de voz y datos.
- Mayor claridad en la transmisión de voz.
- Bajos costos de mantenimiento.
- Amplio alcance geográfico.
- Impacto mínimo sobre el ambiente.

4.6 Socios tecnológicos

Para poder ofrecer servicios de calidad superior y ahorros a los clientes, la red 100% digital de AXTEL es una mezcla de las tecnologías más avanzadas de compañías de diversas partes del mundo. Axtel realiza amplias investigaciones, pruebas y evaluaciones de las tecnologías y establece sólidas relaciones con los proveedores.

Los socios tecnológicos de AXTEL en áreas claves incluyen:

- *El Grupo Lucent's Software Products*
- *Compaq*
- *Yahoo!*
- *Nortel Networks*
- *SR Telecom*
- *Lucent Technologies*
- *Microsoft*

4.7 Socios inversionistas

Inversionistas mexicanos son dueños del 51% de AXTEL. El resto es propiedad de inversionistas extranjeros, entre los cuales se encuentran las siguientes compañías:

- AIG-GE Capital Latin American Infrastructure Fund (LAIF)
- AIG Latin American Equity Partners
- American International Underwriters Overseas, Ltd
- Bell Canada International, Inc. (BCI)
- Metropolitan Life Insurance Company (MetLife)
- Soros Group
- WorldTel Limited

4.8 Fundamentos institucionales

El éxito de todo negocio depende siempre del interés, la voluntad y el compromiso de quienes lo forman.

AXTEL es una compañía que requiere, para su crecimiento y fortalecimiento que todos los que la integramos participemos activamente en la construcción de su presente, su evolución y su futuro.

El presente "Código de ética" contiene los principios de nuestra cultura que guiarán las acciones y comportamientos como colaboradores / socios de AXTEL.

4.9 Programa de Valores de la empresa²⁵

Después de haber analizado a las más importantes empresas de telefonía local, internet y larga distancia, presentaré ahora el plan que diseño la empresa AXTEL para impulsar los valores que desea sean cumplidos y asumidos por sus empleados:

Colaboración.- Nuestra fortaleza.

Revolucionar.- Nuestro compromiso.

Excelencia.- Nuestra ventaja.

Agilidad.- Nuestra ventaja.

Simplicidad.- Nuestro estilo.

²⁵ Basado en el Código de ética AXTEL, desarrollado por la Dirección de Comunicación y Cultura. 2001 Mty. N.L

Ahora explicaremos en que consiste cada uno de ellos:

Colaboración

- Trabajar en equipo.
- Cumplir con nuestros compromisos y responsabilidades.
- Mostrar respeto y compañerismo.
- Escuchar y retro-alimentar constructivamente.
- Hacer siempre lo que es correcto para la compañía, aún cuando en lo individual hubiéramos preferido otra cosa.
- Apoyar las decisiones que mejor sirvan a la organización, no a intereses personales.
- Compartir información oportunamente (no ocultar información).
- Entender y vivir con entusiasmo la Misión y Valores AXTEL.
- Mostrar lealtad a AXTEL en nuestras acciones diarias.

Revolucionar

- Ser quienes establecemos los nuevos paradigmas.
- Actuar con INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD.
- Participar de manera activa y visionaria con ideas y sugerencias.
- Hacer compromisos ambiciosos y alcanzables.
- Considerar al cliente en todas nuestras propuestas y estrategias.
- Asumir riesgos y actuar oportunamente ante el cambio.

Excelencia

- Actuar para satisfacer a nuestros clientes internos y externos.
- Hacer de la mejora continua nuestra disciplina.
- Cumplir lo que prometemos en cuanto a calidad y oportunidad.
- Respetar a compañeros, clientes y proveedores.
- Usar recursos y tiempo de manera eficiente y responsable.
- Hacer siempre nuestro mejor esfuerzo

- Tomar decisiones considerando costo-beneficio.
- Actuar con eficiencia y productividad.
- Ser gente de calidad clase mundial.
- Reconocer al cliente (interno y/o externo) como la persona más importante de nuestro actuar.

Agilidad

- Actuar con oportunidad (sentido de urgencia).
- Evitar sustituir el actuar con un “correo electrónico”.
- Ser flexibles.
- Preparar alternativas para alcanzar las metas y objetivos.
- Ser preventivo y pro-activos.
- Aprovechar las lecciones aprendidas como un mecanismo ágil de desarrollo.
- Mantener lineados los esfuerzos, comunicado con oportunidad las estrategias.
- Evitar la burocracia en los procesos.

Simplicidad

- Comunicar sin rodeos, honesta y claramente.
- Descentralizar en lo posible, cuando ello contribuya a ser más eficientes y convenga estratégicamente.
- Tomar decisiones prácticas y realistas.
- Facilitar las acciones para establecer mejoras (procesos, métodos, políticas...).
- Simplifica los procesos.
- Otorgar facultamiento, en lo posible.
- Buscar los resultados sin posturas de superioridad.
- Evitar juntas que no agreguen valor
- Eliminar la triangulación.

4.10 Principios generales

Este documento señala y describe los principios de conducta que debe observar el personal de AXTEL para la participación, actuación y toma de decisiones en la empresa.

4.10.1 Propósito

Establecer principios éticos que guíen las acciones y comportamientos de los colaboradores AXTEL, procurando un ambiente laboral de productividad y armonía.

4.10.2 ¿Por qué un código de ética?

- Norma criterios en el actuar y la toma de decisiones.
- Es punto de referencia para los colaboradores.
- Es fundamento y complemento de la filosofía del negocio (misión y valores).
- Es guía de observancia obligatoria para todos.

4.10.3 Responsabilidad

Es responsabilidad de la Dirección General (CEO), con apoyo de la Vicepresidencia de Recurso Humanos, mantener actualizado este código, así como comunicarlo y difundirlo a todo el personal.

Es responsabilidad de cada Colaborador AXTEL:

Sustentar, vivir y promover una cultura en la que prevalezca una conducta ética de acuerdo con los principios y valores aquí compartidos.

- Participar activamente en el logro de nuestra cultura, difundiéndola, asegurando su cumplimiento, sugiriendo modificaciones y / o reportando cualquier falla o infracción al presente código de ética al jefe inmediato y

/o al responsable de Recursos Humanos, Relaciones laborales y/o Prevención de Pérdidas.

- Observar y respetar todos los procedimientos y políticas administrativas, financieras de calidad, de seguridad y de recursos humanos establecidas en AXTEL.

4.10.4 Alcance

La presente información es de carácter y observación general, es aplicable a todos y cada uno de los colaboradores de AXTEL.

Cada colaborador es responsable de sus acciones. Nadie puede obligarnos a cometer un acto que vaya en contra de este código.

4.11 Lineamientos

Es importante que existan lineamientos en la empresa, rutas que seguir, tales como:

4.11.1 Comportamiento en el trabajo

Fomentar la dignidad y respeto de las personas, evitando:

- El abuso físico o verbal
 - El uso de chistes ofensivos o mala palabras
 - El contacto físico no deseado
 - La exhibición visual ofensiva
 - El acoso sexual
-
- Cuando se requiera llamar la atención a alguien, deberá hacerse con respeto y de preferencia en privado.
 - Separar las creencias religiosas y políticas de las actividades laborales.
 - Informar al jefe inmediato, Recursos Humanos y/o Prevención de Pérdidas cuando se esté involucrado en asuntos de orden legal.

- Queda estrictamente prohibido para quien colabora en AXTEL el uso, venta, posesión, fabricación y distribución de drogas, fármacos ilegales o sustancias controladas.
- El consumo de alcohol durante horas de trabajo queda prohibido. Sólo en casos de extrema necesidad, como comidas de negocios, es aceptable, *mientras se haga con moderación y no disminuya nuestra capacidad para cumplir con nuestras responsabilidades.*

4.11.2 Comunicación

- Mantener un ambiente de comunicación franca, abierta y respetuosa entre los colaboradores, a todos los niveles y entre departamentos, practicando una administración de puertas abiertas.
- Ante desacuerdos persistentes, solicitar la intervención del jefe superior o de Recursos Humanos, para que actúe como mediador.
- Atender con toda oportunidad las quejas y demandas del personal.
- Evitar hacer juicios sobre otras personas, cuando no hay fundamentos para ello.
- Reconocer el trabajo bien hecho que otros hayan realizado y manifestarlo con oportunidad.
- Informar y comunicar hacia el interior de la organización antes que al exterior.
- Las únicas personas autorizadas para dar información a los medios de comunicación sobre AXTEL son sus voceros oficiales y el área de Comunicación Corporativas.

4.11.3 Conflictos de intereses

- Evitar utilizar el nombre de un compañero, sin su consentimiento, para aprovechar su posición o influencia en beneficio personal.

- Mantener informada el área de Recursos Humanos y/o Prevención de Pérdidas si algún familiar es proveedor de AXTEL.
- Informar de nuestra participación como accionista o consejero, o de cualquier otra relación con negocios en el mismo ramo o en ramos complementarios a aquellos en los que participa AXTEL.
- Si alguna persona en la empresa es objeto de cualquier tipo de proposición o presión ilegal en sus relaciones de trabajo, dentro o fuera de la organización, debe reportarlo de inmediato a Recursos Humanos o la responsable inmediato del área a la que reporta.
- Bajo ninguna circunstancia está permitida la práctica del soborno y/o la extorsión. Cuando se conozca el caso de un colaborador que esté padeciendo alguna clase de extorsión y/o soborno, deberá reportarse la situación.
- Evitar las siguientes situaciones de conflicto:
 - Hacer favores con recursos de AXTEL que beneficien a un colaborador o sus familiares cercanos.
 - Hacer uso de información para beneficio personal o de terceros, al venderla o ponerla a disposición de intereses ajenos a los de la empresa.

- Participar o influir en los requerimientos, negociaciones o procesos de decisión con clientes o proveedores con quienes se tenga una relación familiar

- El personal de AXTEL puede adquirir nuestros productos, siempre que sea de acuerdo con la política establecida para ello.
- Los accionistas que tienen o pretenden tener una relación comercial con AXTEL están sujetos a los mismos procedimientos y condiciones que el resto de nuestros proveedores y clientes.
- Los familiares del personal y/o accionistas de nuestra empresa pueden trabajar para AXTEL, siempre y cuando cumplan con los requisitos para el puesto. La contratación de los mismos se hace siguiendo el

procedimiento de selección establecido por el departamento de Recursos Humanos.

- No está permitido que el personal de AXTEL sea al mismo tiempo proveedor de nuestra empresa.
- Evitar que una persona que trabaja en la empresa tenga como subordinado directo a un familiar suyo, salvo autorización documentada de la Dirección General (CEO).
- No aceptar ni solicitar gratificaciones o favores, ni atenciones especiales a compañeros, clientes y proveedores.

Se considera “conflicto de intereses” aquel que surge cuando permitimos que los intereses y relaciones personales entorpezcan nuestro juicio y habilidad para tomar decisiones con integridad y honestidad.

4.11.4 Contratación de personal

- En AXTEL la selección y contratación de personal deberá estar fundamentada en la capacidad, la experiencia profesional y el nivel de identificación de los candidatos con los valores de la empresa.
- Quien participe en el proceso de selección y contratación deberá apoyarse en el presente código, realizando el procedimiento establecido con respeto y evitar el favoritismo.

4.11.5 Honestidad, lealtad e integridad

- Respetar, aplicar y observar todas las políticas, procedimientos y reglas de negocio establecidas en AXTEL.
- Construir relaciones sobre la confianza y el respeto y evitar el favoritismo.
- En ningún caso debe el personal permitir, influir o participar en situaciones o acciones que se vinculen con el robo, mal uso, préstamo, baja o venta de activos y/o información en forma no autorizada.
- Actitud y disponibilidad de acuerdo con las necesidades del trabajo.

- Cumplir los compromisos de manera puntual.
- Uso responsable de los recursos de la empresa, sin usarlos para los fines personales.
- No utilizar el nombre y/o prestigio de AXTEL ni la posición dentro de la empresa para beneficio personal.
- Entre colaboradores, no se permiten las relaciones que vayan más allá de la amistad cuando una de las personas o ambas sean casadas, pero no entre sí.
- Queda prohibido modificar o falsificar documentos, registros e informes, así como ocultar información que pueda alterar los registros financieros y afecte o pueda afectar a AXTEL.

4.11.6 Información confidencial

La información confidencial incluye, pero no se limita a: Información contable y proyecciones financieras; fusiones, adquisiciones, asociaciones o planes de expansión; operaciones con valores o financiamientos; políticas y prácticas comerciales y operativas; controversias judiciales o administrativas; cambios organizacionales; información del personal; infraestructura y tecnología; investigación y desarrollo de nuestros productos.

- Todo colaborador que ingresa a AXTEL debe firmar una carta de confidencialidad en la que se responsabiliza de hacer un buen uso de la información.
- AXTEL se reserva el derecho de decidir si el mal uso de información confidencial y/o privilegiada puede tener consecuencias penales, adicionales a la acción disciplinaria que para este caso establece la compañía.
- Cada colaborador AXTEL es responsable de la información que maneja y debe salvaguardar aquella clasificada como confidencial.

- La información confidencial impresa, una vez que sea utilizada para lo que haya sido requerida, deberá eliminarse siguiendo los procedimientos establecidos por Prevención de Pérdidas.
- La información de los colaboradores AXTEL es considerada como confidencial, por lo que no deberá ser utilizada ni revelada de manera indebida.
- En caso de duda, cualquier información debe considerarse confidencial.

Se considera información confidencial aquella que es importante para el manejo de los negocios, es delicada, tiene valor inherente, o cuyo mal uso podría causar daños a la Empresa y/o sus integrantes.

4.11.7 Seguridad en el trabajo

- Cumplir con las políticas y procedimientos que en AXTEL se establezcan para salud y seguridad.
- Portar el gafete e identificación de manera visible y mostrarle cuando sea necesario.
- Mantener un ambiente adecuado de orden y limpieza en las instalaciones, que contribuya a las prácticas seguras y a la eliminación de condiciones de riesgo en el trabajo.
- Los actos y decisiones individuales de ningún modo deben reducir las condiciones de seguridad en nuestras operaciones ni poner en riesgo la salud del personal interno externo y de la comunidad en general.
- El personal de AXTEL está comprometido con el cumplimiento de las leyes y los reglamentos de esta materia, tanto los que la empresa ha dispuesto, como los de orden local, estatal y federal.
- Es responsabilidad del personal capacitarse en el empleo del equipo de protección que la compañía otorgue para el desempeño e sus actividades, al igual que utilizarlo adecuadamente.

4.11.8 Relación con los clientes

- AXTEL selecciona a sus clientes y/o mercados con base en criterios / estrategias de negocios, sin establecer diferencias discriminatorias de ningún tipo.
- Brindar a los clientes un trato que se distinga por su integridad, profesionalismo y espíritu de servicio.
- Establecer como compromiso sólo aquello con lo que podamos cumplir cabalmente.
- En todo momento hablar al cliente con la verdad.

4.11.9 Relación con la comunidad

- Se espera que la conducta del personal de AXTEL en su comunidad refleje los valores que promovemos como empresa.
- No se tolerará ningún comportamiento, acción o actitud que atente contra la moral y las buenas costumbres, ya que también nos es importante mantener una imagen respetada e íntegra de la compañía en la sociedad.

4.11.10 Relación con el gobierno

- Es obligación de AXTEL conocer, respetar y promover el cumplimiento de leyes, reglamentos, normas y demás disposiciones legales aplicables.
- Queda estrictamente prohibido promover, ofrecer, pagar, prestar, dar o transferir ningún fondo, activo y objeto de valor de la compañía a funcionarios públicos, si dicha aportación no es autorizada por los canales oficiales.

4.11.11 Relación con los proveedores

- Nuestras relaciones con los proveedores e deben manejar siempre con transparencia, de acuerdo con los procedimientos establecidos, para asegurarles igualdad de oportunidades, respeto e integridad.
- El personal de AXTEL no debe aceptar ni solicitar gratificaciones, favores, ni atenciones especiales a proveedores.

4.11.12 Promoción y venta

- Nuestra promoción y argumento de ventas deben estar libres de información falsa acerca de la disponibilidad, oportunidad y/o calidad de nuestros productos y servicios, así como de los términos de venta.

4.11.13 Responsabilidad ambiental

- * Es obligación de quienes trabajan en AXTEL cumplir y hacer cumplir las normas, políticas, procedimientos y leyes de conservación del medio ambiente que se establezcan y sean aplicables a nuestra empresa.

4.12 Valores para el desarrollo humano y profesional

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

Como una propuesta, presentaré el contenido temático de un programa de valores desarrollado por un servidor, el cuál se puede aplicar para capacitar en el mencionado tema:

OBJETIVO: Durante el curso los participante, lograrán reencontrarse con los valores olvidados, los cuales al llevarlos a la práctica, les permitirán una conciente valorización del mundo que le rodea.

CONTENIDO TEMÁTICO:

DESCUBRIENDO LOS VALORES; ¿Qué son los valores?, antecedente antropológico, antecedente teológico, el contenido de los valores, en el patrimonio de la tradición, cambio de paradigmas, la experiencia humana y los valores, clasificación de los valores, jerarquía de valores.

VALORES Y VIRTUDES EN LA VIDA; Introducción a las virtudes, el trabajo humano y las virtudes, hábitos vicios y virtudes, desarrollo de hábitos constructivos, competitividad profesional, ¿dónde aprendemos los valores?.

DESARROLLO INTEGRAL; Identificación de valores personales, el valor del respeto hacia sí mismo y hacia los demás, adquisición de valores e influencia social, valores en la empresa y la sociedad, los valores en la escuela, la vida cotidiana y profesional (tenacidad, justicia, sinceridad, laboriosidad), búsqueda de los valores universales, valores humanos universales, nacionales y cívicos, congruencia en la expresión de los valores: pensamiento, emoción y acción, el valor de una sonrisa, la calidad como valor, el papel de los valores en la administración, los valores en la empresa y la sociedad.

PEDAGOGIA DE LOS VALORES; valores, educación y misión, valor y deseo, concepto aceptable de valor. ®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

EXCELENCIA PERSONAL: VALORES ** PROGRAMACIÓN NEURO – LINGÜÍSTICA, dinamismo social hacia la excelencia, excelencia personal: Corazón de los valores.

COMPORTARSE CON EXCELENCIA; los anti-valores.

RELACIONES HUMANAS: base de la excelencia, valoración profunda del tú

CONCLUSIÓN

Cuando tratamos de definir el concepto de valor, nos encontramos que cada escuela le ha tratado de aplicar su propia definición, sin embargo, la mayoría coincide en que la existencia de los valores representa algo importante en la existencia humana. Existen varios tipos de valores: humanos, morales, éticos, religiosos, etc. y todos están encaminados a mejorar la convivencia y la armonía con sus semejantes.

Los distintos autores de teorías en valores, han descrito una serie de elementos, para tratar de que cada ser humano construya por si mismo su sistema de valores, otros han realizado estudios para profundizar en el estudio del pensamiento y juicio moral.

La actividad del capacitador se debe de incluir en un marco filosófico, ya que las acciones que emprenda, se verán influenciadas por las creencias y valores ligados a la empresa. La capacitación se debe de sustentar en una filosofía que rescata el valor del ser humano dentro de la misma.

La filosofía organizacional conforma la identidad de una empresa, por eso es importante la capacitación como generadora del proceso de cambio.

Un valor es en cierta manera, permanente, sin ser por ello estático, una vez que el valor ha sido adquirido, tiende a ser parte o característica del hombre.

La capacitación es una parte fundamental de éste proceso. El hombre puede tener valores que ha adquirido a través de su vida, pero estos pueden ser modificados para ser congruentes con la filosofía e identidad de la empresa. Algunas tratan de que estos procesos sean acordes con sus estándares para que los valores sean adquiridos por sus trabajadores.

En el caso de la compañía telefónica AXTEL, desarrollo e implemento en una forma exitosa su propio Código de Ética, el cual fue impartido a toda la empresa, para así de ésta forma, lograr que su filosofía también lo sea de sus empleados, tratando de uniformar sus valores para una mejor subsistencia y una mejor forma de vida, más productiva, más eficiente, pero sobre todo, de una manera más práctica.

BIBLIOGRAFÍA

Bloom, A. El cierre de la mente moderna. Barcelona, Plaza & James Editores. 1989.

Camps, V. La imaginación ética. España 1991.

Fagothey A. Ética, teoría y aplicación. Ed. McGraw Hill 1998.

Capriles R. Las ciencias de lo humano. Fundación fondo editorial Acta Científica

Protágoras y Georgias. Fragmentos y testimonios. Ed. Orbis España 1980.

De Toro y Gisbert, M. Diccionario pequeño larousse ilustrado

Rodríguez Estrada Mauro. Los valores, clave de la excelencia. Edit McGraw Hill. México. 1992.

Raths, Louis E. Harmin, Merrill; Simon, Sidney. El sentido de los valores y la enseñanza. Edit. Hispanoamericana. México. 1967.

Piaget, Jean El criterio moral en el niño. Edit. Roca. México. 1985.

Kohlberg. En, Bienhler, Robert F. Y Snowman, Jack Psicología aplicada a la enseñanza, Edit Limusa. México. 1992

Kamii, Constance. "La autonomía como objeto de la educación: implicaciones de la teoría de Piaget". En: Infancia y aprendizaje. No. 18. España 1982

Pinto Villatoro, Roberto. Proceso de capacitación. México Ed. Diana 1990.

Tobías López, Alfredo. Valores humanos y calidad. Monterrey, N.L Ed Castillo. 2000

García Tuduri, Mercedes y Rosaura. Introducción a la filosofía. Ed. Minerva Books. México. 1980

Eco, Humberto. Como se hace una tesis. Ed Gedisa. México. 1986

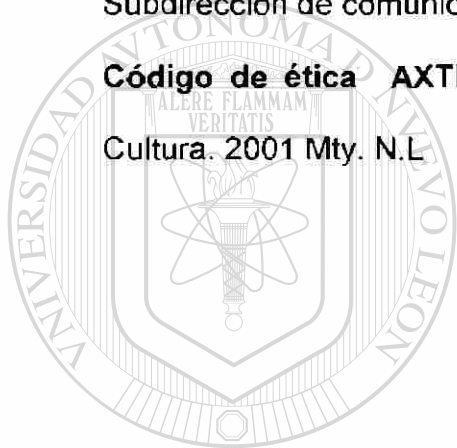
Reza Trosino Jesús Carlos. Como diseñar cursos de capacitación y desarrollo de personal. Ed Panorama. México, 1998

Guerrero Neaves Sanjuanita. Desarrollo de valores. Ed Castillo. Monterrey, N.L. 1998

Fundamentos filosóficos que sobre la capacitación ha adoptado CAPINTE, S.C. (Capacitación Integral, Sociedad Civil)

Documentos acerca de la historia de la telefonía en México. Telmex. Subdirección de comunicación social.

Código de ética AXTEL, desarrollado por la Dirección de Comunicación y Cultura. 2001 Mty. N.L



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

