

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE INGENIERIA MECANICA Y ELECTRICA
DIVISION ESTUDIOS DE POST-GRADO



PROYECTO DE IMPLANTACION DE UNA MATERIA
REFERENTE A VALORES EN LA FACULTAD DE
INGENIERIA MECANICA Y ELECTRICA

POR

ING. SERGIO GERARDO VELAZQUEZ CASTRO

T E S I S

En opción al grado de Maestro en Ciencias de la Administración
con Especialidad en Relaciones Industriales

CD. UNIVERSITARIA

DICIEMBRE 1997

TM
Z5853
.M2
FIME
1997
V4

ROBERTSON'S AVAILABLE ONLINE

BY FILMS

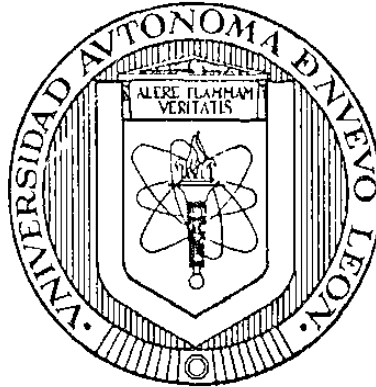


1020120885



FONDO
TESIS

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA MECÁNICA Y ELÉCTRICA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**



**PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DE UNA MATERIA
CORRELATIVA A VALORES EN LA FACULTAD DE
INGENIERÍA MECÁNICA Y ELÉCTRICA.**

POR

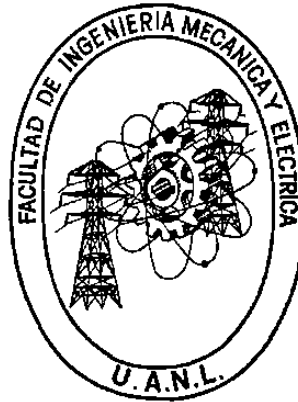
SERGIO GERARDO VELÁZQUEZ CASTRO

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS DE
ADMINISTRACIÓN CON ESPECIALIDAD EN
RELACIONES INDUSTRIALES**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN,
SAN NICOLÁS DE LOS GARZA, N.L.
DICIEMBRE DE 1997**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA MECÁNICA Y ELÉCTRICA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DE UNA MATERIA
REFERENTE A VALORES EN LA FACULTAD DE
INGENIERÍA MECÁNICA Y ELÉCTRICA.**

POR

ING. SERGIO GERARDO VELÁZQUEZ CASTRO



**FONDO
TESIS**

281098

TESIS

**EN OPCIÓN AL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS DE
LA ADMINISTRACIÓN CON ESPECIALIDAD EN
RELACIONES INDUSTRIALES**

**CD. UNIVERSITARIA, SAN NICOLAS DE LOS GARZA, N.L.
DICIEMBRE DE 1997**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE INGENIERIA MECANICA Y ELECTRICA
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

Los miembros del comité de tesis recomendamos que la tesis "Proyecto de Implantación de una Materia Referente a Valores en la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica" realizada por el Ing. Sergio Gerardo Velázquez Castro sea aceptada para su defensa como opción al grado de Maestro en Ciencias de la Administración con especialidad en Relaciones Industriales.

El comité de Tesis.



M.A. Matías Botello Treviño.
Asesor.



M.C. Roberto Villarreal Garza
Coasesor



M.C. Marco Antonio Méndez Cavazos
Coasesor



Vo.Bo.
M.C. Roberto Villarreal Garza
División de Estudios de Postgrado.

San Nicolas de los Garza, N. L. Diciembre de 1997

AGRADECIMIENTOS

DESEO EXPRESAR MI MAS PROFUNDO AGRADECIMIENTO A MI ASESOR DE TESIS M.C.A. MATÍAS BOTELLO TREVIÑO POR SU CONSTANTE ORIENTACION Y APOYO A LO LARGO DE MIS ESTUDIOS DE POSTGRADO ASI COMO EN LA REALIZACION DE ESTE PROYECTO.

TAMBIEN A M.C MARCO ANTONIO MENDEZ Y AL M.C. ROBERTO VILLARREAL GARZA COASESORES DE MI TESIS POR EL INTERES PRESTADO A ESTE PROYECTO, Y SUS VALIOSAS INDICACIONES Y SUGERENCIAS.

AGRADEZCO LAS FACILIDADES OTORGADAS PARA EL ESTUDIO DE POSTGRADO POR EL ING. JOSE ANTONIO GONZALEZ TREVIÑO SECRETARIO ACADEMICO DE LA U.A.N.L. Y AL ING. CASTULO E. VELA VILLARREAL DIRECTOR DE LA F.I.M.E..

A MI APRECIABLE AMIGA, Y COMPAÑERA DE TESIS MARIA ELENA GARZA G. POR TODO SU APOYO Y PACIENCIA.

MUY ESPECIALMENTE A MIS PADRES, A MIS HERMANOS, POR SU GRAN ESFUERZO REALIZADO Y POR EL SACRIFICIO QUE DE UNA U OTRA FORMA LOGRARON HACER POSITIVAMENTE ESTE LOGRO.

PROLOGO.

La crisis social y económica que actualmente impera en el mundo, ha hecho pensar a un importante número de intelectuales, formadores de opinión y a educadores, que el problema de fondo es una crisis de valores.

Es por eso que iniciamos esta investigación efectuada por nosotros el Ing. Ma. Elena Garza González y el Ing. Sergio Gerardo Velázquez Castro donde queremos mostrar que existen diferentes valores en los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en donde los valores no están en crisis sino las personas, de esta manera queremos contribuir con esta investigación para volver a las personas a su integración, al compromiso que tenemos ante los demás, desarrollar la vocación de servicio, volver a retomar los principios inculcados en nuestra familia y en los diferentes etapas de la vida.

Los valores son esenciales para la existencia y supervivencia del hombre.

Esta tesis nos permitió ahondar en temas tan importantes como la educación en valores, la ética profesional y los valores en las empresas.

Como hay diferentes valores humanos nos decidimos a investigar la honestidad en los alumnos. Ya que algunas Universidades del país introducen en todas sus licenciaturas asignaturas sobre valores.

Las empresas se preocupan sobre los valores de sus empleados y les aseguran cursos de capacitación en esta área.

INDICE

CAPITULO	PAGINA
SINTESIS.....	i
INTRODUCCION.....	iii
1.- LOS VALORES.....	1
1.1.- QUE SON LOS VALORES.....	1
1.2.- EJEMPLO DE VALORES.....	2
1.3.- COMO SE APRENDEN LOS VALORES.....	2
1.4.- PARA QUE SIRVEN LOS VALORES.....	4
1.5.- CRISIS DE VALORES.....	5
2.- VALORES EN LA EDUCACION.....	7
2.1.- CREDO PEDAGOGICO.....	7
2.2.- IMPACTO DE LA CIENCIA TECNOLOGICA.....	9
2.3.- HACIA UNA TECNOLOGIA HUMANISTICA.....	9
2.3.1.- EL HOMBRE CONTEMPORANEO.....	9
2.3.2.- TECNOLOGIA Y HUMANISMO.....	10
2.4.- EL SENTIDO DOCENTE.....	11

3.- VALORES EN LAS EMPRESAS.

ETICA EN LA ADMINISTRACION.....	12
---------------------------------	----

4.- PERFIL ACTUAL DEL INGENIERO.....21

4.1.- LOS VALORES EN LA CIENCIA

TECNOLOGICA Y HUMANISMO.....	21
------------------------------	----

4.2.- HACIA UNA TECNOLOGIA HUMANISTICA.....22

4.3.- TECNOLOGIA Y HUMANISMO.....22

5.- HONESTIDAD.....23

5.1.- CONSTRUCCION DE LA ENCUESTA.....24

5.1.1.- QUE ES UNA ENCUESTA.....24

5.1.2.- CUANTOS TIPOS DE ENCUESTAS HAY?.....24

5.2.- ENCUESTA REALIZADA A LOS ALUMNOS

SOBRE HONESTIDAD.....25

5.3.- RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS POR

PREGUNTA, COMPARADO LOS RESULTADOS

DEL TERCERO Y NOVENO SEMESTRE.....26

5.4.- RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS EN

FORMA GLOBAL.....37

CONCLUSIONES.....40

RECOMENDACIONES.....	41
BIBLIOGRAFIA.....	47
LISTAS DE GRAFICAS.....	50
APENDICE (GLOSARIO DE TERMINOS).....	52
RESUMEN AUTOBIOGRAFICO.....	54

SÍNTESIS

En los últimos años se ha hablado mucho de la pérdida de valores y de la necesidad de rescatarlos.

Como nuestra institución se encamina al proceso de acreditar sus carreras ante organismos nacionales (CACEI). Y estos exigen inculcar un número importante de materias de humanidades en el curriculum,

Esta tesis se realizó pensando en que necesitamos formar para el futuro hombres y mujeres que lleven en su interior la fuerza para construir un mundo mejor. Esa fuerza son los valores, los cuales constituyen el elemento fundamental de cualquier motivación humana y persisten en el tiempo a pesar de las dificultades.

Así fue como por medio de aplicar encuestas, a los alumnos de diferentes semestres y turnos, en forma anónima, se obtuvieron resultados para medir la honestidad.

La encuesta consiste en diez preguntas que se evaluaron de la siguiente manera.

- A: NUNCA**
- B: CASI NUNCA**
- C: ALGUNAS VECES**
- D: CASI SIEMPRE**
- E: SIEMPRE**

Así el alumno tenía diferentes opciones para contestar las preguntas.

Una vez recopilado los datos obtenidos de las encuestas se procedió a graficar y se encontró un pequeño incremento en los alumnos de los últimos semestres, esto se puede interpretar como que el alumno debido a su madurez tienda a ser mas honesto.

En una de las preguntas los alumnos muestran dudas, al preguntársele si regresarían una calculadora o un libro olvidado en el salón de clase, los alumnos contestaron que si , pero tenían dudas de la institución si el objeto seria regresado a su dueño.

Esto significa que la institución no aporta a la formación de valores.

Es por eso que se recomienda diseñar un programa que se enfoque en la enseñanza de valores en nuestro centro educativo de esta manera invertimos en nuestra sociedad y al mismo tiempo estamos garantizando que la calidad humana de nuestros alumnos se vera reflejada en todas las actividades que el individuo realice, ya sea personal, profesional o académica.

INTRODUCCION.

El objetivo de esta tesis es buscar el convencimiento de las autoridades académicas de la necesidad de implantar la materia o materias de valores desde los primeros semestres o en el transcurso de su formación de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, con la finalidad de lograr una formación integral ya que los requerimientos de las necesidades de los cambios que se llevan a cabo para la acreditación de la facultad se requiere de algunas materias de humanidades dentro de sus planes de estudios, de esta manera se les impregna de una fuerte conciencia social que los lleve a comprometerse con las necesidades humanas de su entorno, y sean capaces de enfrentar y resolver positivamente los retos de un mundo cambiante y lleno de desafíos.

La crisis social y económica de los países ha hecho pensar a intelectuales, formadores de opiniones y educadores que el problema de fondo es una crisis de valores.

Los problemas actuales han surgido, precisamente por la excesiva atención a aspectos materiales en la vida; por la ambición, soberbia, apatía y egoísmo humano; ausencia de valores o presencia de antivalores.

Este trabajo pretende ser una contribución a la formación de los ingenieros del tercer milenio, de quienes se espera mejoren las condiciones de nuestro país.

El método que se utilizó fue el siguiente , se realizaron encuestas en alumnos de diferentes semestres y turnos para medir el grado de honestidad.

Se obtuvieron gráficas de las respuestas a cada pregunta para mostrar las tendencias del valor honestidad.

En la investigación bibliográfica no se encontró ningún estudio parecido.

CAPITULO 1

LOS VALORES

VALOR.- es todo lo que te hace ser y crecer como persona.

Los valores son los ingredientes mas importantes de la civilización, es mediante los valores como la sociedad transforma conductas egoístas, agresivas en cooperación social, que mejora la vida de todos y se interesa en la vida de los demás.

EDWARD DE BONO.

1.1.- QUE SON LOS VALORES?

Definiremos los valores desde el punto de vista Psicológico, Sociológico y Filosófico.

PSICOLOGÍA.- Los valores son principios interiorizados (convicciones) que permiten elegir en las situaciones de la vida. Estos criterios de acción constituyen los móviles o motivos para actuar.

SOCIOLOGÍA.- Los valores, normas que la sociedad ha puesto como requisitos para que alguien sea aceptado o rechazado, alabado o criticado.

FILOSOFÍA.- La posibilidad de elección de lo que se considera preferible o deseable por un individuo o por un grupo social, la disciplina que los estudia se denomina estimativa o axiológica.

1.2.- EJEMPLOS DE VALORES.

VALORES SOCIALES.- convivencia (respeto, amistad, etc)

VALORES ESTÉTICOS.- belleza (realización, captación, etc)

VALORES RELIGIOSOS.- trascendente (antropología)

VALORES ECONÓMICOS.- beneficios / costo.

VALORES POLÍTICOS.- poder.

VALORES INTELECTUALES.- verdad.

Las 3 etapas para lograr los valores son:

1.- **INTELECTUAL.-** (idea) que debe ser justo

2.- **IDENTIFICACIÓN CON LOS VALORES.-** (aprecio, reconocimiento) vale la pena ser justo

3.- **COMPROMISO CON LOS VALORES.-**(voluntad, convicción) serlo

1.3.- COMO SE APRENDEN LOS VALORES?

ETAPA (años)	FORMA DE APRENDIZAJE.
Infancia 0--3	Imitación Moralización
4--12	Habitación(hábitos) Ejemplos
Adolescencia	Imitación Experimentación Ejemplo Confrontación Introspección
Madurez	Clarificación Información Motivación (móviles o metas)

DEFINICIÓN, EL HOMBRE ES :

- Un ser con otros en el mundo (ser social no aislado)
- Un ser pluridimensional (no lo podemos limitar nada mas a lo biológico, psicológico, etc)
- Un ser con potencialidad para desarrollar (algo que esta ahí para hacerse y para la acción.)
- Un ser espiritual (busca lo bueno, lo que ayuda a perfeccionarse a si mismo)
- Un ser que se autodetermina (usa su libertad)
- Un ser constructivo (ejerce su libertad para construirse, no para destruirse.)
- Un ser condicionado pero jamas delimitado (para esto tiene la inteligencia, la libertad, el libre albedrío y la voluntad)
- Un ser responsable (responde por lo que hace)
- Un ser solidario (se incorpora a la causa del otro como si fuera propia.)
- Un ser digno.(porque cuenta con todo, lo que lo diferencia de los animales y de las plantas.)
- Un ser único, insustituible e irrepetible(no basta todo el cosmos para pagar lo que vale un hombre, cada ser es único y en esto se basa su autoestima. irrepetible en tiempo y espacio.)
- Un ser trascendente (cuando su inteligencia se encuentra limitada, voltea hacia otra realidad, lo espiritual, lo metafísico)

¿Cual es el fin del hombre? trascender a sus circunstancias.

¿Cual es el sentido de la vida? descubrir y realizar el llamado conforme a su naturaleza.

¿Cual es el sentido del dolor y el sufrimiento? lograr la madurez, crecer como persona, si no se ha sufrido no se ha crecido como persona.

¿Cual es el significado de la muerte? la valorización de la finalidad del hombre, la realización de su temporalidad.

1.4.- PARA QUE SIRVEN LOS VALORES.-

1.- Estándares y normas.

- nos permite fijar nuestra posición.
- nos predisponen a favor o en contra de una idea.
- permiten determinar la imagen de la persona que deseamos ser.
- nos permiten evaluar y juzgar. a los demás y a nosotros mismos.

2.- Para solución de conflictos y toma de decisiones.

- selección de alternativas
- solución de conflictos
- toma de decisiones.

3.- Motivación.-

- esta asociada a las necesidades humanas.

4.- Sirven para la defensa de la autoestima y adaptación social.

- mecanismos de defensa del ego.
- permitir acrecentar nuestra estima.

5.- Visión del mundo.

- distingue a una persona
- caracteriza a un grupo social
- influye en los medios y fines disponibles para la acción.
- permite la ubicación del individuo frente a si mismo y frente a los demás
- permite la comprensión del mundo
- establece ideología y cultura.

6.- Integración e identidad y cohesión social.

- los valores son ideas que implican un compromiso.
- crean marcos de referencia para la convivencia y la cohesión social.
- deriva de la identidad del grupo.

7.- Orientación teológicas, objetivas y metas.

- influir en las expectativas.
- establecimiento de objetivos personales.
- criterio para juzgar aspiraciones y metas sociales.
- para establecer objetivos de corto, mediano y largo plazo en la sociedad.
- para establecer prioridades y compromisos.

8.- Criterios de juicio y decisión.

- los valores proporcionan los lineamientos para tomar determinaciones.

1.5.- "CRISIS DE VALORES"

Los valores no están en crisis, sino las personas son las que están en crisis.

Hechos que han sucedido y que han modificado los valores.

- 1) Dos guerras mundiales (1917 y 1938)
- 2) Conflictos
- 3) Gobiernos totalitarios
- 4) Genocidio
- 5) Hambruna
- 6) Asesinatos
- 7) Migración
- 8) Intolerancia (choques de religiones)
- 9) Desaparición étnicas
- 10) Corrupción -política y económica

11) Sobrepopulación (países de tercer mundo)

12) Agresión al entorno ecológico.

13) Drogadicción

Cuando se simplifica la ciencia se pierde la cultura.

Siempre estamos eligiendo, nos olvidamos de los valores por los avances tecnológicos.

Finalmente podemos decir, que es obligación de todos no la de rescatar los valores, ya que nunca se han perdido, sino de arraigarlos en nuestra comunidad. También debemos difundirlos, ya que nuestra familia y sociedad se distingue, en general, por poseer firmes principios morales.

CAPITULO 2

VALORES EN LA EDUCACIÓN.

Cuando existe la vocación de educar, la enseñanza es un proceso orientado por el amor al ser humano, cuyo rostro se concreta en clase, en cada alumno, en cada aula, en cada curso.

Es un proceso amoroso que implica la búsqueda de cambios en las personas, de cambios profundos y radicales, de cambios que transforman de manera auténtica la mente y el corazón.

Formar en valores no es otra cosa que EDUCAR: volver a retomar el sentido original de la tarea docente como tarea práctica constructora de humanidad, como praxis auténticamente humana y humanizante.

La propuesta de formar en valores opta por el camino difícil del respeto a la libertad del educando y de la confianza en su capacidad de deliberación, valorización y decisión. Se trata, no de enseñar valores en el sentido tradicional y memorísticos o de adoctrinar, sino de propiciar que el alumno vaya descubriendo un método confiable para clarificar, asumir y vivir sus valores.

2.1 - "Credo Pedagógico

RUGARCIA: formar a los alumnos en la comprensión de conocimientos, el desarrollo de sus habilidades de pensamiento crítico y creativo y la vivencia de actitudes acordes con los valores que se van descubriendo y asumiendo como válidos.

Los seres humanos necesitan “irse haciendo” en la vida, porque no nacen acabados, porque están llamados a ser libres y a autodeterminarse dentro de este mundo en el que hoy vivimos.

Conocimientos bien comprendidos, habilidades en constante desarrollo para ser capaces de manejar los conocimientos y actitudes firmemente asumidas que avalen y sustenten una vida que valga la pena ser vivida, una vida continuamente sometida a examen, a revisión y autocorrección.

Los valores se descubren con el intelecto, se sienten con el corazón, se viven con todo el ser.

Por eso hay que iniciar la transformación de la “mente y el corazón de los maestros”, por la verdadera “conversión intelectual y moral” de los docentes.

La ética profesional se debate entre la “naturaleza” de la profesión o la “formalización” de lo que debe ser el ejercicio profesional

¿Que les interesa realmente a los alumnos? ¿Para que obtener un título profesional?

Que busca lograr el educador cuando se dedica a este servicio?

Que pretende un gobierno o un grupo económico cuando funda una institución educativa?

Formar en valores significa tomar conciencia de la utilización del saber que se convierte en poder y que este poder nos puede llevar personal y socialmente a la cumbre o al abismo, cuando el saber y el poder emancipan y liberan respetando a la naturaleza y a los demás como son: o cuando dominan, manipulan, transforman y destruyen tanto al medio ambiente como al tejido social que nos permite la convivencia.

Puede afirmarse que la búsqueda de la verdad lleva a la búsqueda del valor, entendida aquella no solo como verificable para una explicación, sino sobre todo con la veracidad que ofrece el testimonio de una persona, que nos demuestra que vale la pena vivir para educar en valores.

2.2.- EL IMPACTO DE LA CIENCIA TECNOLÓGICA.

El propósito de una actividad científica es la elaboración del conocimiento; es decir, dar una explicación de algo. El objetivo de una actividad tecnológica es facilitar alguna aspiración humana, o sea, resolver un problema práctico.

La tarea del científico consiste en ilustrar lo que ya existe en el mundo natural, mientras que la tarea del tecnólogo consiste en traer a la existencia algo nuevo. La ciencia ilustra a la humanidad y la tecnología usa el conocimiento, producto de la ciencia, para servir a la humanidad.

2.3.- HACIA UNA TECNOLOGÍA HUMANÍSTICA.

Se cubrirían en dos tópicos:

- 1.-El hombre contemporáneo
- 2.-La tecnología y el humanismo.

2.3.1.- EL HOMBRE CONTEMPORÁNEO

El hombre ha escapado de las manos del hombre. El individualismo es la causa que ha impedido o retrasado el brote del humanismo solidario: el humanismo que pone los ojos en los demás.

Conviene reconocer con honestidad y valentía que muchas instituciones nacionales o internacionales que se dicen de ayuda, tienen dobles intenciones o "piden" algo a cambio.

Si no enseñamos a hijos y escolares a ver más de sí mismos, si no cambiamos nuestro concepto de educación, el mundo seguirá un camino hacia una catástrofe.

El hombre del siglo XX es más sensible a los desórdenes económicos que a los de su conciencia; más receptivo de opiniones políticas que religiosas,

mas interesado en producir que en dialogar; mas preocupado en adquirir que en compartir.

2.3.2.- TECNOLOGÍA Y HUMANISMO

El método científico que conducía a una dominación cada vez mas eficiente de la naturaleza, proporcionó los instrumentos para una dominación cada vez mas efectiva del hombre sobre el hombre a través de la dominación de la naturaleza.

La tecnología proporciona también la gran racionalización de la falta de libertad del hombre y demuestra la imposibilidad técnica de la realización de la autonomía, de la capacidad de decisión sobre la propia vida, pues esta ausencia de libertad no aparece ni como irracional ni como política, sino como sometimiento a un aparato técnico que hace mas cómoda la vida y eleva la productividad del trabajo, cfr. Habermas (1968)

Cuando la tecnología se transforma en un instrumento de relación o en poder en beneficio social, contribuirá a que los hombres puedan comunicares con sencillez y a reconocerse a si mismos en los demás.

Necesitamos otro tipo de educación que genere egresados creativos, críticos y con valores firmes, incorporando la aceptación consciente de sus consecuencias, así como dialógica en sus métodos.

El hombre de hoy tiene problemas enajenación--sin sentido, angustia--agresividad, individualismo--soledad, frustración--antivalores, desesperanza--apatía, superficialidad--prisa.

El hombre ha concluido que el sentido del conocimiento es tenerlo para poderlo aplicar. Pero ha faltado considerar o ha estado ausente el sentido de la aplicación de conocimientos que conduzca a una sociedad mas justa o a un hombre mas consciente. De esta manera, el verdadero sentido del conocimiento es tenerlo para poderlo aplicar en beneficio de los demás.

2.4.- EL SENTIDO DOCENTE

La cuestión fundamental sería responder si se está colaborando en la formación de un estudiante que sea capaz de: ofrecer soluciones creativas ante los problemas que se le presenten; saber usar su mente para tomar datos de la realidad; procesar información para analizar y entender situaciones; elaborar juicios fundamentales y entender a la sociedad, sus estructuras, sus relaciones y el papel que quiere jugar dentro de ella.

La responsabilidad fundamental de una institución educativa y sus docentes es la de mostrar en su vida cotidiana los valores en los que cree para estimular el desarrollo de actitudes

Es más importante que el alumno descubra y aprenda una razón válida para vivir, que cualquier otra cosa.

Las actitudes son las que dan lugar a los valores. El valor es un ideal que trasciende las situaciones, mientras que la actitud hace referencia a las situaciones concretas, es decir, atiende al objeto, tiempo, contexto y tipo de acción.

Los valores no se imponen, solo se proponen y ejemplifican vivencialmente en la cooperación no en la competencia.

Una actitud se refuerza cuando se percibe en una persona digna de respeto o cuando se dialoga críticamente en clase o fuera de ella sobre situaciones sociales cotidianas preñadas de valores.

CAPITULO 3

VALORES EN LAS EMPRESAS

ÉTICA EN LA ADMINISTRACIÓN.

El profesionista inevitablemente tendrá que confrontar dilemas éticos una vez que se haya incorporado a una organización, independientemente de su posición en la jerarquía de la empresa y del tamaño y complejidad de la misma. Algunas veces la necesidad de juicios y acciones responsables es obvia; por ejemplo cuando las decisiones implican claros, significativos o evitables daños a las personas dentro y fuera de la organización. Pero a menudo la exigencia de tomar decisiones responsables no resulta tan clara. A menudo lo que un profesionista busca y necesita cualquiera que sea su nivel en la estructura de una empresa, es una ordenada forma de considerar las implicaciones morales de sus decisiones, una perspectiva y un lenguaje para evaluar las alternativas disponibles desde un punto de vista ético.

Para ilustrar el alcance de las responsabilidades del administrador o profesionista moderno se hace alusión a la mitología romana: Jano era uno de las principales deidades de Roma. Su imagen que a menudo aparecía a la puerta de las ciudades tenía dos rostros sobre una sola cabeza. Un rostro miraba hacia el interior de la ciudad, mientras que otro miraba hacia afuera. Ya sea que la tarea de una persona sea formular políticas o implementarlas esta imagen de una divinidad de dos rostros es muy apropiada para señalar que las decisiones, juicios y acciones pueden tener un impacto, tanto hacia afuera como al interior de la organización en la que se trabaja.

Esto nos lleva al campo de la Ética. Mucha gente ha ofrecido elaboradas definiciones del tema de la Ética, pero la que consideramos mas útil para nuestro propósito la ofrece el filosofo Alan Gewirth. La Ética o la moralidad dice el, "se ocupa principalmente de las acciones interpersonales, aquellas, que afectan a personas diferentes a las que las ejecutan. Me referiré a tales acciones como transacciones y a las personas afectadas por ellas como recipientes. También diré que ambos el agente y los recipientes participan en transacciones aunque el primero lo hace activamente y los últimos pasivamente al ser afectados por la acción del agente."

Gewirth dice que hay muchas formas y grados en que una persona afecta a otra, pero que las transacciones moralmente relevantes son aquellas " en las que son afectadas la libertad y bienestar del recipiente y por lo tanto su capacidad de acción."

Si unimos las observaciones de Gewirth sobre el tema de la ética o moralidad con los anteriores comentarios sobre la doble responsabilidad del administrador o profesionista podemos establecer un marco de referencia para el análisis.

Se dice entonces que una persona trabajando en una organización puede efectuar dos tipos de transacciones: Las transacciones **A**, que tienen que ver principalmente con cuidar la relación de la empresa con el ambiente natural y social mas amplio en el cual opera. Ejemplos de temas éticos que caen bajo este encabezado incluyen la seguridad del producto, protección ambiental, veracidad en la publicidad y la mercadotecnia, responsabilidad para con los inversionistas y proveedores y diversas otras formas de impacto local, nacional e internacional.

Las transacciones **B**, que tienen que ver principalmente con administrar el ambiente interno de la empresa, incluyendo relaciones interpersonales, autoridad, incentivos y estructura. Ejemplos de temas éticos que caen bajo este encabezado son la seguridad y la salud del trabajador, equidad en la contratación, despido y promoción y mas sutiles presiones organizacionales

que pueden afectar la moral general, el clima o la cultura de la empresa o el carácter de los individuos mientras ascienden a través de la jerarquía.

En las transacciones **A**, el profesionista ve a la empresa como un agente moral en la sociedad como conjunto, mientras que en las transacciones **B**, la ve como un ambiente moral que debe ser manejado considerando la libertad y bienestar de sus miembros. Ambos tipos de transacciones involucran temas de formulación e implementación de política.

Desde la perspectiva de la historia de la ética o la filosofía moral, lo anterior representa un reconocimiento del hecho (moderno) que la empresa en algunos aspectos es un micro cosmos de la comunidad en la cual opera y en otros aspectos un macro cosmos del ciudadano individual que vive y trabaja en esa amplia comunidad.

En tanto que la empresa se asemeja a la comunidad, surgen temas éticos que son análogos a aquellos en la filosofía política clásica: Legitimidad de la autoridad; derechos y responsabilidades asociadas con entrada, salida, membresía, promoción y sucesión; libertades civiles; clima moral.

En tanto que la empresa se asemeja a una "persona" individual en la comunidad surgen temas éticos que son análogos a los temas clásicos de responsabilidad personal: deberes y obligaciones de evitar dañar, respetar la ley, fomentar la justicia y el bien común y ayudar a las personas menos favorecidas. Habría diferencias en cada ámbito por supuesto, ya que las respectivas analogías son imperfectas, pero las similitudes son lo suficientemente fuertes para ayudar a ordenar la agenda ética en una empresa.

El juicio ético puede no manifestar la misma clase de objetividad que hemos llegado a esperar de las ciencias naturales, pero pocas personas pueden seriamente sostener que la razón no tiene lugar en la ética. La historia del pensamiento filosófico y teológico acerca de la ética revela entre mucho desacuerdo, una convicción compartida de que el juicio moral puede y debe estar arraigado en lo que algunos han llamado el punto de vista moral y que

este punto de vista gobierna y disciplina lo que se toma como buenas y malas razones, argumentos justos e injustos y principios e intuiciones sólidos o falsos.

Para muchos el punto de vista moral ha sido entendido en términos religiosos como el punto de vista que refleja la voluntad de Dios para la humanidad. Para otros se entiende en términos más naturales no dependiendo para su autoridad de la fe religiosa. Pero si se hacen a un lado las preguntas acerca de su fuente última, se pueden encontrar consensos significativos en cuanto a su carácter general.

Los filósofos contemporáneos, dividen el campo de la ética en tres partes: ética descriptiva, ética normativa y la metaética.

La **ética descriptiva** no es estrictamente hablando una actividad filosófica. Está más apropiadamente clasificada entre las ciencias sociales ya que esta destinada a una descripción neutral o empírica de los valores de los individuos y los grupos. Decir por ejemplo que un ejecutivo o una organización aprueban el soborno es hacer una afirmación ética descriptiva, que puede estar apoyada o refutada por los hechos.

La **ética normativa**, por contraste no apunta a hacer afirmaciones neutrales de hechos sobre las características éticas de individuos o grupos. Busca en cambio desarrollar y defender juicios de bien y mal, justo e injusto, virtud y vicio. Decir que un ejecutivo o una organización aprueban el soborno y están equivocados al hacerlo así, es agregar una afirmación ética normativa a una descriptiva. Si esto va a ser sostenido o refutado debe contarse con una especie de criterio sobre bien y mal.

La **metaética** no se encarga de describir valores ni postular criterios para definir el bien y el mal, sino de examinar cuestiones sobre el significado y demostrabilidad de los juicios éticos. La metaética está por lo tanto a un nivel de abstracción superior al de la ética normativa. A este grado se puede explorar

las diferencias entre los juicios éticos, científicos y religiosos; la relación entre legalidad y moralidad ; las implicaciones de las diferencias culturales para la objetividad ética, etc

Si nos enfocamos ahora en la ética normativa por ser la mas relevante para nuestro estudio, podemos distinguir dos subniveles. El primero y mas familiar es lo que llamaremos el nivel de sentido común moral.

Ya sea en nuestras vidas personales o profesionales la mayoría de nosotros opera con un conjunto de valores éticos mas o menos definidos, de principios o reglas practicas que guían nuestra toma de decisiones.

Raras veces tales valores o reglas son nombrados explícitamente en una lista pero si lo fueran, la lista probablemente incluiría puntos como:

- Evitar dañar a otros.
- Respetar los derechos de los demás.
- No mentir o hacer trampa.
- Cumplir las promesas y los contratos.
- Obedecer la ley.
- Ayudar al necesitado
- Ser justo
- Reforzar estos imperativos en otros.

En muchas situaciones de decisión, tal repertorio de juicios de sentido común moral es suficiente. Funciona como un marco ético normativo informal, uno que a menudo demanda demasiado de nosotros pero que estamos preparados a cumplir por el bien de otros y por nuestro propio bienestar interno.

Pero los problemas surgen, a menudo hipotéticamente y a veces en la practica. Y cuando lo hacen nos vemos forzados a entrar a un segundo nivel de pensamiento normativo ético. Los problemas vienen de dos fuentes principales:

(1) conflictos internos o ambigüedades sobre los puntos en nuestras propias listas de sentido común y (2) conflictos interpersonales en los cuales encontramos que las listas de las otras personas no concuerdan (Por ejemplo: son mas largas, mas cortas o diferentemente consideradas), entonces surgen preguntas como: como cumplir una promesa si esto daña a otras personas? que significa ser justo si lo que nos rodean no aprecian la honestidad? que prioridades existen entre los puntos de la lista?.

Tales preguntas nos conducen hacia un nivel de pensamiento ético normativo mas allá del sentido común moral, a lo que los filósofos llaman pensamiento critico. A este grado la búsqueda es por criterios que justifiquen su aplicabilidad en ciertas circunstancias y resuelvan los conflictos entre ellas.

Caminos de Pensamientos Críticos en la Ética.-

Una revisión completa de las muchas maneras con las cuales los filósofos del pasado y del presente han buscado organizar lo que llamamos pensamiento critico ético esta mas allá del alcance de esta nota. Sin embargo es posible bosquejar brevemente los tres enfoques normativos mas importantes que se han propuesto.

Estos tres enfoques proporcionan algunos caminos para el análisis en el sentido que cuando se discuten casos particulares, a menudo estos ejemplifican uno o mas de estos enfoques.

Utilitarismo.- Uno de los mas influyentes enfoques normativos éticos al menos en el periodo moderno es el utilitarismo. Existen numerosas variaciones y refinamientos, pero el mensaje utilitario básico es que el sentido común moral esta gobernado por una sola meta dominante: el maximizar la utilidad neta esperable (felicidad, placer, riqueza) para todas las partes afectadas por una

decisión o acción. El pensamiento crítico de acuerdo a los partidarios de esta visión, consiste en probar nuestras reglas éticas empíricas contra el rasero de los costos y beneficios sociales. Es en esta forma en que mejor logramos congruencia entre nuestras decisiones y el punto de vista moral.

El adoptar una ética puramente utilitaria plantea muchas interrogantes y problemas: como mide uno la utilidad o la felicidad? Para quienes la mide uno (para uno mismo, para el grupo de uno, la sociedad propia, todas las sociedades?) Como incluimos la tiranía de la mayoría en el calculo?. Los defensores de esta visión reconocen tales problemas pero insisten en que pueden resolverse. Al menos dicen ellos , el enfoque utilitario ancla al pensamiento ético en algo parecido al método científico.

En el contexto de la administración general el razonamiento utilitario se manifiesta como un compromiso con las virtudes sociales del sistema de mercado, dentro y fuera de la organización. Se dice entonces que el mayor bien para el mayor numero de personas viene de la toma de decisiones competitivas y se puede confiar en que las fuerzas del mercado minimicen el daño social.

Contractarianismo.- Un segundo influyente enfoque en el pensamiento ético es el contractarianismo. Aquí también hay variaciones, pero la idea central es que el sentido común moral debe ser gobernado no por la utilidad sino por la justicia. Y la justicia es explicada como una condición que prevalece cuando a todos los individuos se le concede igual respeto como participante en un arreglo social.

La idea de un contrato social tiene atractivo en este enfoque, porque enfatiza los derechos de los individuos al veto, en una forma que el utilitarismo no lo hace.

El contractarianismo en sus diversas formas ha sido criticado, por supuesto. Se plantean dudas acerca de la claridad y suficiencia de su compromiso básico con la igualdad; acerca de si resulta práctico enfocarse en los derechos y sobre lo que algunos perciben como un excesivo énfasis en la tolerancia y las libertades individuales.

En la administración general, el razonamiento de los partidarios de este enfoque se manifiesta en preocupaciones por las implicaciones de las políticas empresariales en los derechos de los consumidores, de los empleados y en el tratamiento justo de las minorías. Estos argumentos basados en los derechos están a menudo directamente opuestos a los del enfoque utilitario.

Pluralismo.- La tercera avenida al pensamiento crítico en ética es tal vez el menos unificado y sistemático, aun cuando es ampliamente apoyada. Nos referimos a ella como pluralismo. La idea central en este enfoque es el deber. Para el pluralista, el pensamiento crítico sobre los deberes de primer nivel sugeridos por nuestro sentido común moral no conduce hacia un solo árbitro externo (tal como utilidad o justicia) sino a un examen más reflexivo sobre el deber mismo. Uno debe tratar de economizar en su lista de deberes básicos, subordinando unos a otros, confiando al final en la facultad de percepción moral propia (intuición o conciencia) para la resolución de los casos difíciles.

El pluralista se enfoca en la injusticia o justicia de las acciones como cualidad morales distintas a las preocupaciones externas como derechos o consecuencias. La fidelidad y la honestidad son obligaciones no porque conduzcan a más riqueza o porque otros tengan derecho a esperarlas, son simplemente deberes básicos. No vivir de acuerdo a tales deberes es simplemente ser corrupto o carecer de integridad moral.

Aquellos que no simpatizan con el pluralismo, señalan el problema de conseguir el acuerdo interpersonal sobre los deberes básicos. (Ya sea que son,

o como considerarlos) y afirman que este .no nos lleva suficientemente lejos mas allá del sentido común moral, lo cual es la meta del pensamiento crítico. Sus defensores reconocen estas dificultades, pero insisten que nuestras convicciones sobre deberes y obligaciones básicas son mas dignas de confianza que nuestras convicciones sobre los enfoques que tratan de sistematizar estos derechos y obligaciones.

El razonamiento pluralístico se manifiesta en la administración general cuando se apela a los principios. Se citan las obligaciones básicas como honestidad, integridad y consistencia. Los derechos son vistos como la contraparte de los correspondientes deberes, el razonamiento utilitario es identificado con la conveniencia. Algunas acciones, se dice están equivocadas, sin importar las consecuencias.

Cada uno de los tres enfoques anteriores , puede desarrollarse a profundidad, conceptual e históricamente. Para nuestros propósitos presentes, sin embargo, es suficiente considerarlos como esfuerzos de pensamiento crítico en cuestiones ética. Cada uno representa una perspectiva digna desde la cual se pueden abordar, si no es que resolver problemas morales específicos. Todos tienen en común una seria preocupación en mejorar la claridad y consistencia del juicio ético.

CAPITULO 4

PERFIL ACTUAL DEL

INGENIERO

4.1 LOS VALORES EN LA CIENCIA - TECNOLOGÍA Y HUMANISMO.

La tecnología y sus productos han permitido que el hombre se sienta como señor de la creación. Tanto poder de transformación ha hecho que el hombre se enamore de si mismo.

El propósito de una actividad científica es la elaboración del conocimiento, es decir, dar una explicación de algo. El objeto de una actividad tecnológica es facilitar alguna aspiración humana, o sea resolver un problema practico.

El científico consiente en ilustrar lo que ya existe en el mundo natural, mientras el tecnólogo consiste en traer a la existencia algo nuevo.

Los logros electrónicos dan lugar a la robotica y a la telematica.

Los descubrimientos científicos y tecnológicos si por una parte llevan a un enorme crecimiento económico e industrial, por otra , imponen ineludiblemente la necesaria correspondiente búsqueda del significado, con el fin de garantizar que los nuevos descubrimientos sean usados para el autentico bien de cada persona y del conjunto de la sociedad humana.

Parece ser que la experiencia ha demostrado que el avance científico y tecnológico no equivale siempre a un progreso moral y humano.

4.2.- HACIA UNA TECNOLOGÍA HUMANÍSTICA.

El hombre contemporáneo , estará dispuesto a reconocer que la crisis del siglo XX es una crisis de civilización, en la que todo se pone en duda . Crisis derivada del absolutismo que el hombre hace de si mismo.

Para encontrar una salida al hombre contemporáneo, hay que ir mas allá de el mismo.

El hombre tecnológico , ha sustituido los viejos valores fundamentales por otras ilusiones de valores externas, como riqueza, confort y diversión. Los problemas del hombre se llaman: salarios , presupuesto , deuda , impuesto, renta , inflación , guerra química , drogadicción , alfabetización, hambruna, etc.

El hombre del siglo XX esta mas interesado en producir que en dialogar; mas preocupado en adquirir que en compartir.

4.3.- TECNOLOGÍA Y HUMANISMO.

Cuando la tecnología se trasforme en un instrumento de relación o de poder en beneficio social, contribuirá a que los hombres puedan comunicarse con sencillez y a reconocerse a si mismos en los demás.

Necesitamos otro tipo de educación que genere egresados creativos y con valores firmes, incorporando la aceptación consciente de sus consecuencias, así como dialogica en sus métodos.

En síntesis, es esencial que nos convenzamos de la prioridad de lo ético sobre lo técnico de la primicia de la persona sobre las cosas, de la superioridad del espíritu sobre la materia.

El hombre ha concluido que el sentido de la aplicación de conocimientos que conduzca a una sociedad mas justa o a un hombre mas consciente.

De esta manera , el verdadero sentido del conocimiento es tenerlo para aplicar en beneficio de los demás.

CAPITULO 5

HONESTIDAD

La honestidad no consiste solo en la franqueza, la capacidad de decir la verdad, sino en la honestidad del trabajo honesto por una paga honesta.

Ser honesto es ser real, genuino, autentico, de buena fe. Ser deshonesto es ser falso, impostado, ficticio.

La honestidad expresa respeto por uno mismo y por los demás, es de suma importancia, en toda actividad social, toda empresa humana que requiera una acción concertada, se atasca cuando la gente no es franca.

¿ Como se cultiva la honestidad ? Como la mayoría de las virtudes, conviene desarrollarla y ejercitarla en armonía con los demás.

En este capitulo se analizara las encuestas con respecto a la honestidad de nuestros alumnos en la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

La honestidad es una de las valores mas apreciados en una sociedad o en las empresas , hoy en día el ser honesto y tener valores es tener ética profesional.

5.1.CONSTRUCCION DE LA ENCUESTA.

5.1.1.- Que es una encuesta.- es una herramienta de recoleccion de informacion , que a diferencia de la entrevista, es mucho mas

rapida y menos costosa. Algunas desventajas de la encuesta son: la de no detectar el lenguaje del cuerpo , ni las emociones que surgen al momento de contestarlas.

5.1.2.-Cuantos tipos de encuesta hay?

Existen tres tipos de encuestas:

a) Abiertas.- son lo que la persona responde todo lo que quiera y cuanto se le venga en mente.

b) Cerradas:la persona esta condicionada a responder o seleccionar cualquiera de las opciones que se le presenten.

c) Mixtas.- Contienen preguntas cerradas y abiertas.

Nuestras encuestas son cerradas, de actitudes y de opcion multiple.

Las ventajas de las encuestas cerradas es la facilidad que brindan para el analisis de los resultados, el computo y la estadistica.

Una encuesta de actitudes es un instrumento de recoleccion de informacion que cumole con las características de una encuesta convencional, donde la palabra Actitud significa "La predisposicion hacia un objeto y/o hacia una situacion.

La encuesta de opcion multiple es siempre tener a la vista las hipotesis de investigacion, elaborar las areas que debe abarcar el cuestionario, revisar y

detallar cada pregunta, su redacción, ortografía y así obtener los resultados indicándolos en porcentajes y graficar.

El motivo por el cual se escogieron diez preguntas, fue para que a los alumnos no se le hiciera demasiado largo la encuesta y así de esta manera se contestaran con una mayor veracidad.

Ya con los resultados se pudo medir la honestidad que refleja el alumno en su trayecto por la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la U.A.N.L.

Esta encuesta puede ser modificada o mejorada para posteriores aplicaciones.

5.2 ENCUESTA REALIZADA A LOS ALUMNOS, SOBRE LA HONESTIDAD.

Las respuestas para contestar las preguntas se tomaron de la siguiente manera:

- A) NUNCA
- B) CASI NUNCA
- C) ALGUNAS VECES
- D) CASI SIEMPRE
- E) SIEMPRE

1. ¿ Copias en los exámenes ?
2. ¿ Pides las tareas a tus compañeros para copiarlas ?
3. Si te encontraras una calculadora o un libro olvidado en el salón de clases y no supieras quien es su dueño. ¿lo regresas?

4. Si te tocara revisar un examen de clase, de un amigo, ¿lo calificas correctamente?
5. Si te prestan un libro, y no te lo piden, ¿lo regresas?
6. ¿Le robarías la idea sobre un proyecto a un compañero de clase?
7. ¿Contestas honestamente las encuestas de evaluación de tus maestros?
8. Si en el trabajo tu jefe inmediato te pidiera hacer algo deshonesto ¿Lo harías?
9. ¿Te aprovecharías de tu puesto para beneficiarte? (Sobornos, Regalos , etc.)
10. ¿Te consideras honesto?

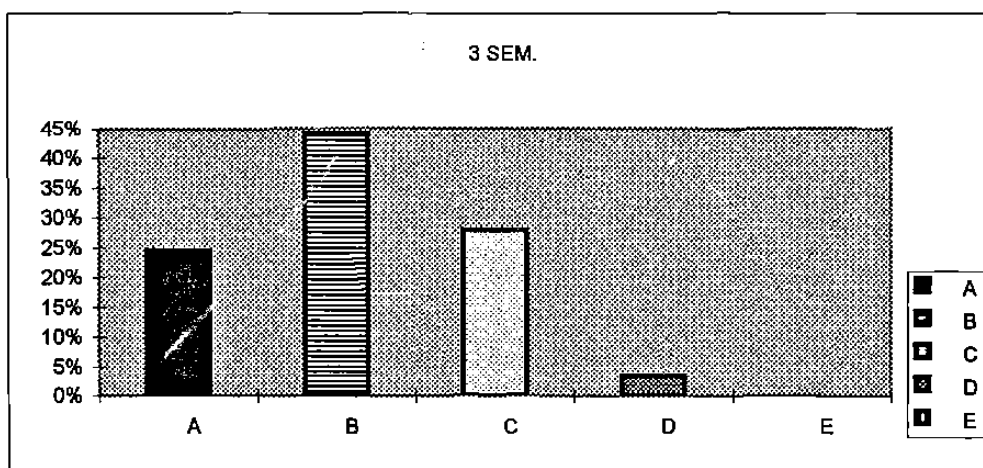
5.3.- RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS POR PREGUNTA , COMPARANDO LOS RESULTADOS DEL TERCER SEMESTRE Y EL NOVENO SEMESTRE.

Se encuestaron a 938 alumnos de un total de 5,956 alumnos entre el tercero y décimo semestre siendo el 16 % de la población de los tres turnos para ser mas significativa.

Para la investigación se escogió el tercero y noveno semestre siendo 254 alumnos la muestra por ser el inicio y el final de su formación profesional.

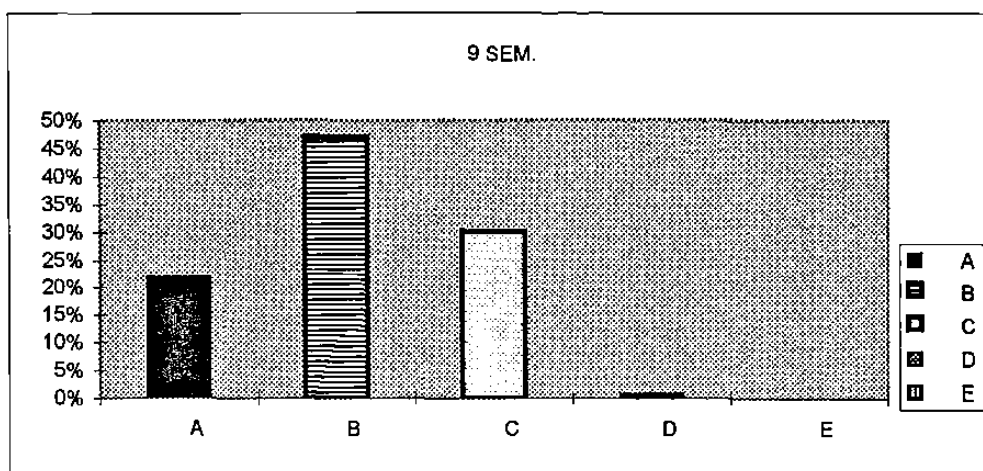
Pregunta 1. ¿copias en los exámenes?

3 Sem	A	B	C	D	E
P.1	25%	44%	28%	3%	0%



Gráfica 1

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.1	22%	47%	30%	1%	0%



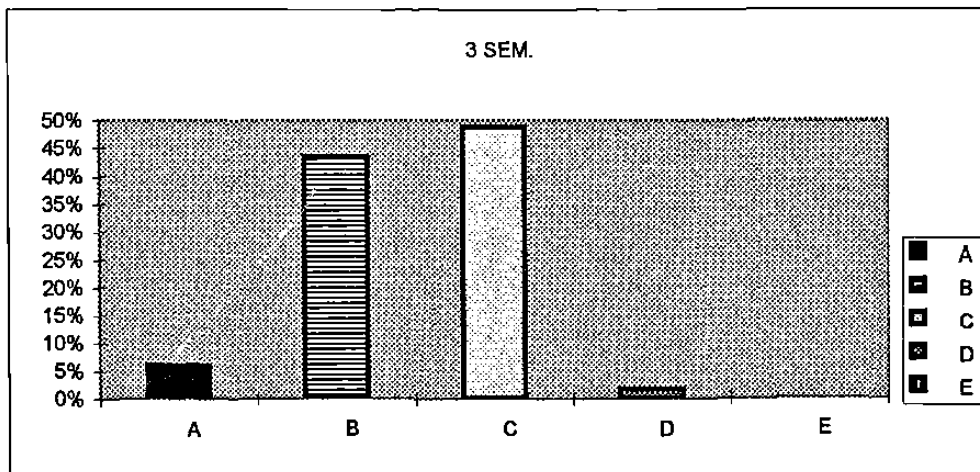
Gráfica 2

En esta pregunta nos muestra que los alumnos del 3 y 9 Semestre tienen una tendencia hacia la honestidad.

Mostramos como Institución que infundir la honestidad en nuestros alumnos genera profesionistas honestos.

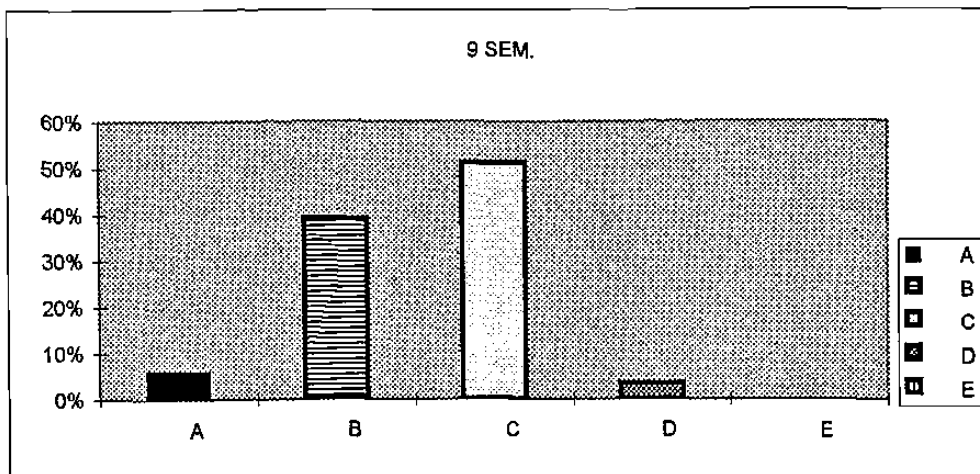
Pregunta 2. -¿Pides las tareas a tus compañeros para copiarlas?

3 Sem.	A	B	C	D	E
P.2	6%	44%	49%	2%	0%



Gráfica 3

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.2	6%	39%	51%	3%	0%

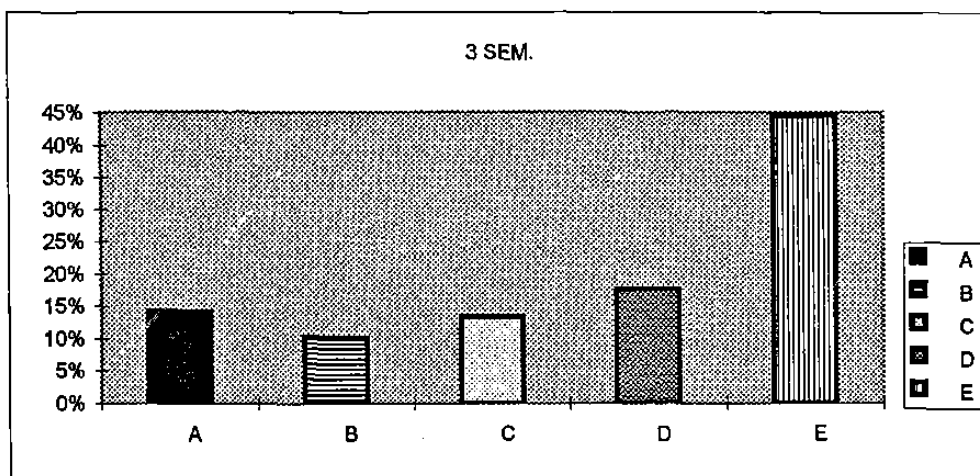


Gráfica 4

En esta pregunta muestra tendencia de los alumnos de 3 y 9 Sem. hacia la realización de los trabajos en equipo, incrementándose el valor en 9 Sem. Nosotros los maestros propiciamos esta actitud. Tal vez conscientes en la necesidad de trabajar en equipo en la Industria. Los premios Nobel que se han entregado en los últimos años han sido otorgados a equipos de investigadores.

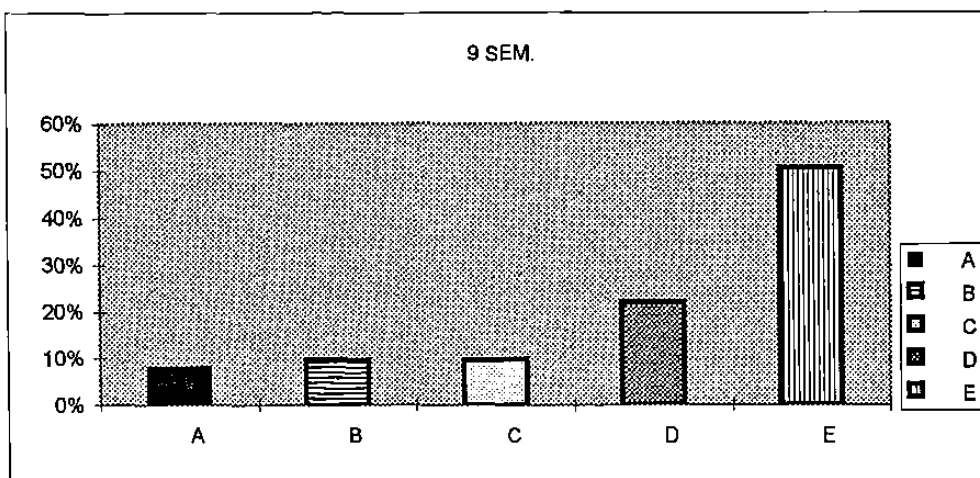
Pregunta 3. -Si te encontraras una calculador o un libro olvidado en el salón de clases y no supieras quien es su dueño.
¿Lo regresas?

3 Sem.	A	B	C	D	E
P.3	14%	10%	13%	18%	45%



Gráfica 5

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.3	8%	10%	10%	22%	51%

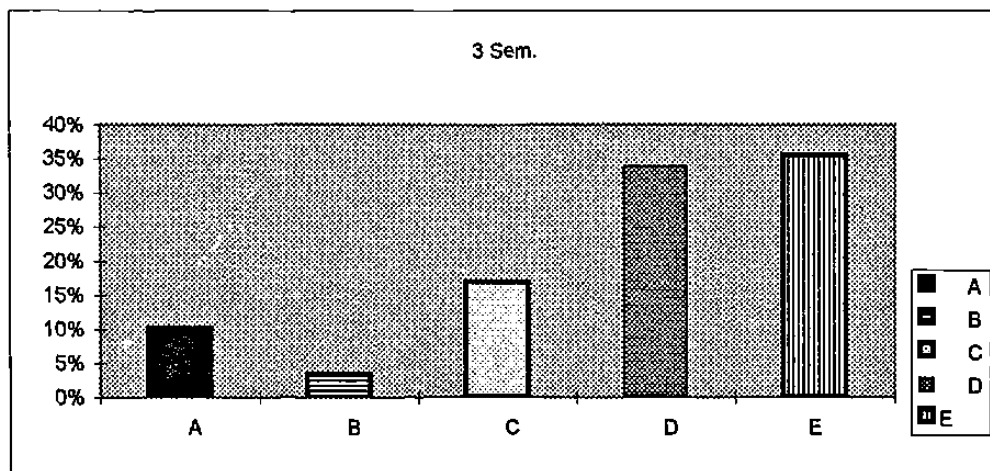


Gráfica 6

En estas gráficas los porcentaje del 3 Sem es 65.19% y el 9 Sem. 72.84% , esto nos indica una tendencia hacia la honestidad pero los valores son bajos, esto se tendría que reforzar para elevar estas cantidades.

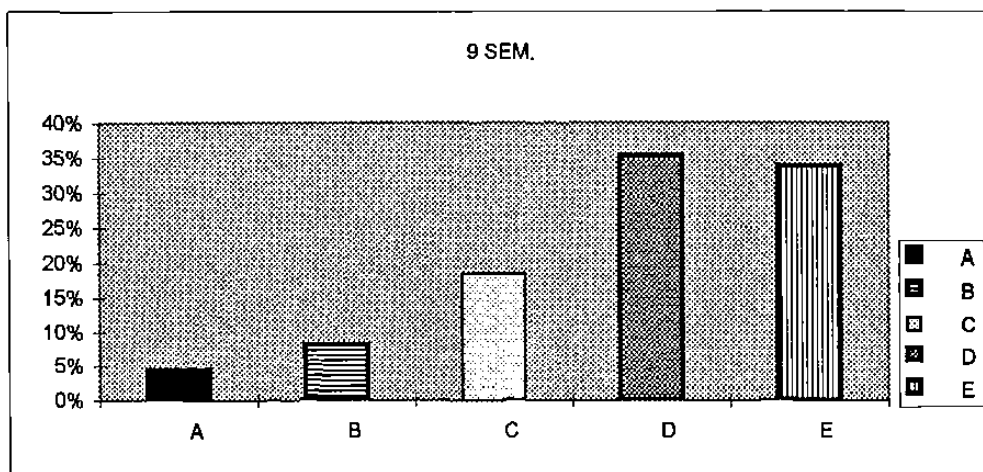
Pregunta 4.- Si te tocara revisar un examen de clase, de un amigo
¿lo calificas correctamente?

3 Sem.	A	B	C	D	E
P.4	10%	3%	17%	34%	36%



Gráfica 7

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.4	4%	8%	18%	35%	34%

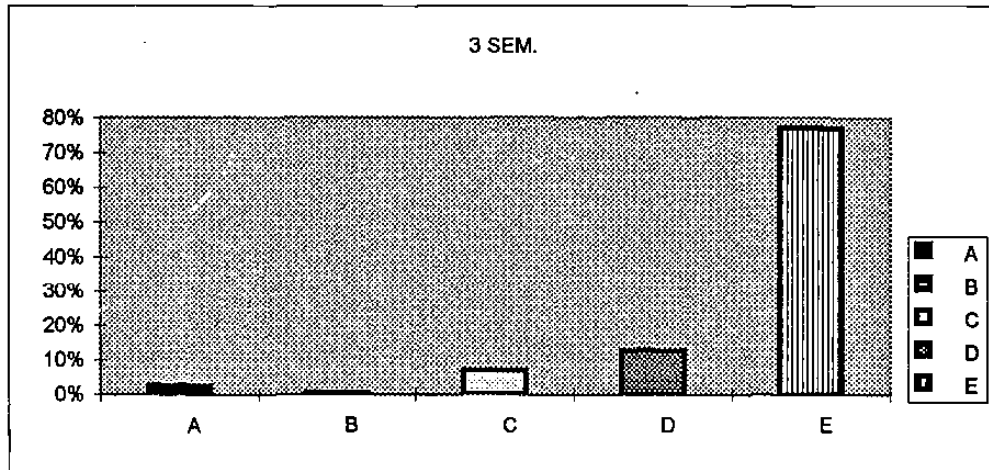


Gráfica 8

Al medir la actitud hacia la honestidad en esta pregunta se observa un incremento hacia la respuesta "D" por los alumnos de 9 Sem. deduciendo por consecuencia que el incremento podrá ser adquirido en su paso por esta institución.

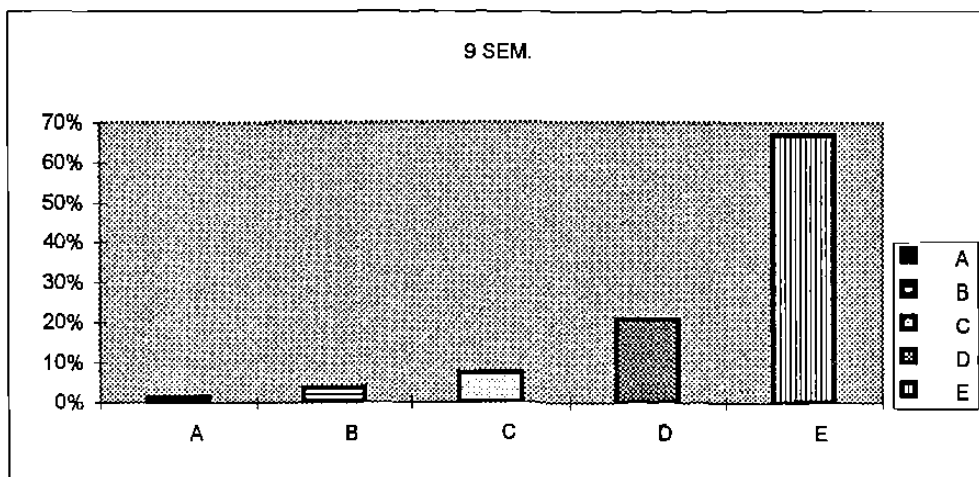
Pregunta 5: Si te prestan un libro, y no te lo piden, ¿lo regresas?

3 Sem.	A	B	C	D	E
P.5	3%	1%	7%	13%	77%



Gráfica 9

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.5	1%	4%	7%	21%	67%

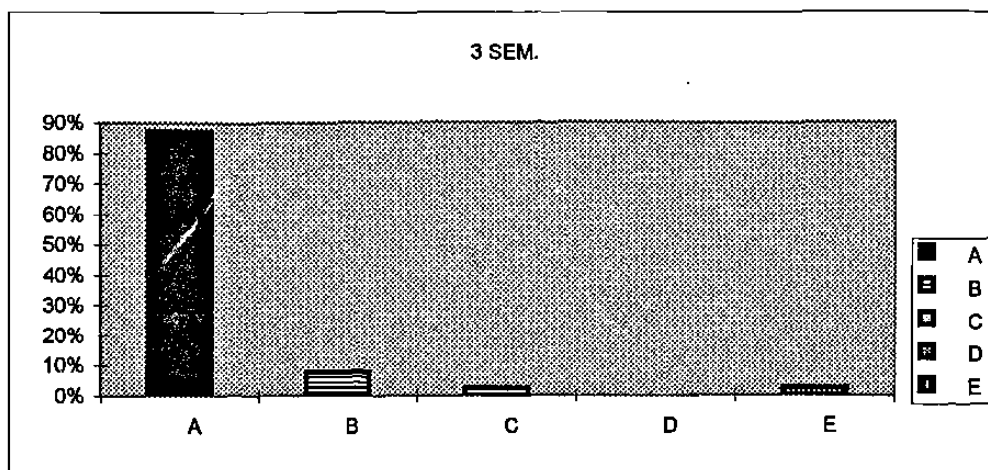


Gráfica 10

En esta pregunta en las gráficas el 9 Sem. es mucho menor los valores mostrando un mayor tendencia a la responsabilidad con respecto a los de 3 Sem.

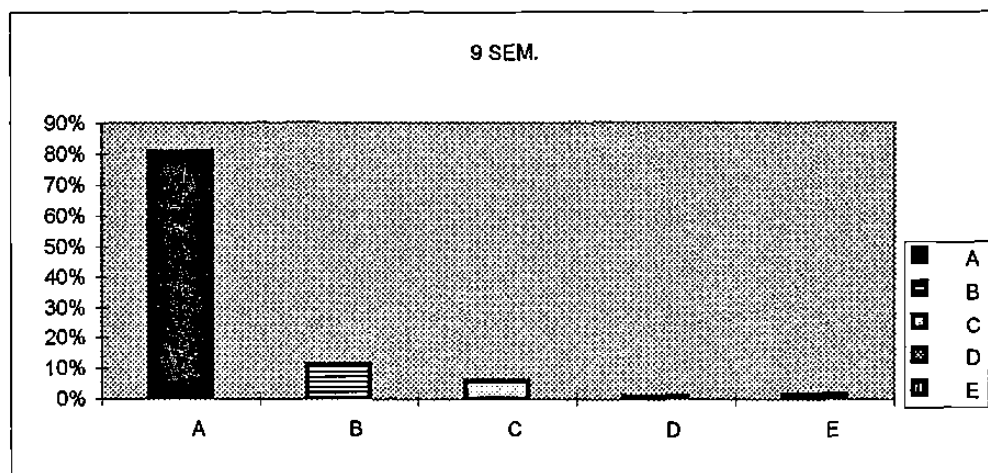
Pregunta 6. ¿Le robarías la idea sobre un proyecto a un compañero de clase?

3 Sem.	A	B	C	D	E
P.6	87%	8%	3%	0%	3%



Gráfica 11

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.6	81%	11%	6%	1%	1%

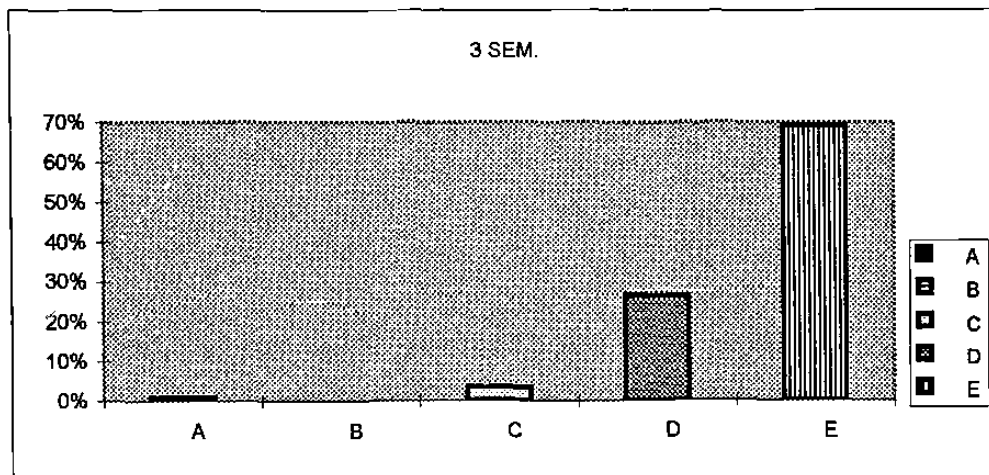


Gráfica 12

Esta pregunta muestra una tendencia hacia la ética por toda la población donde ya estos alumnos tienen este valor ético y en el paso por esta institución no se lo modificamos.

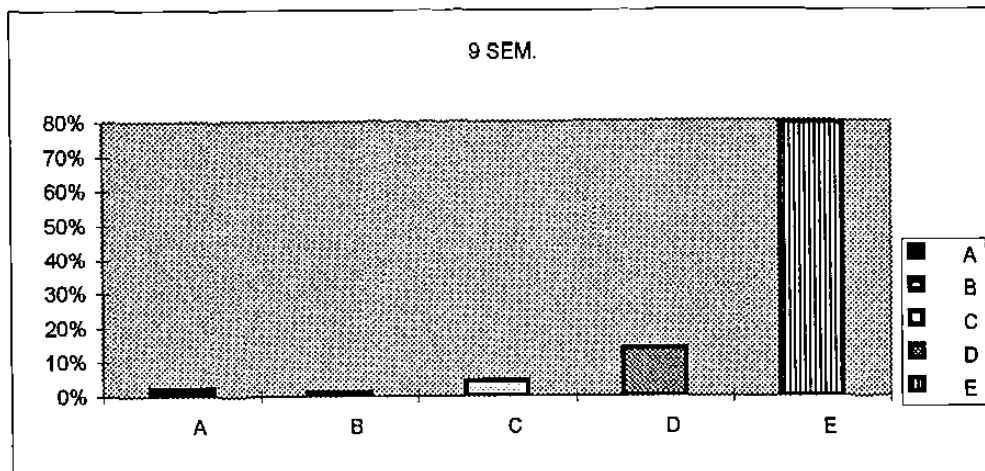
Pregunta 7.- ¿Contestas honestamente las encuestas de evaluación de tus maestros ?

3 Sem. P.7	A	B	C	D	E
	1%	0%	3%	26%	69%



Gráfica 13

9 Sem. P.7	A	B	C	D	E
	2%	1%	4%	14%	79%

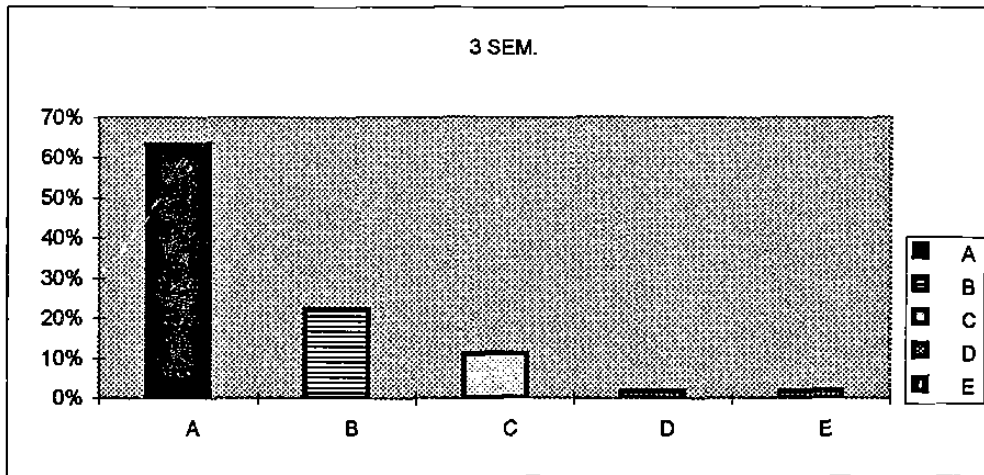


Gráfica 14

Nuestros alumnos tratan de contestar lo mas honestamente posibles las encuestas presentadas por la institución, esta información permite validar las encuestas . Los alumnos tanto de 3 y 9 Sem. están dispuestos a contestar sinceros y honestamente siendo esta una herramienta confiable de evaluación por la institución,

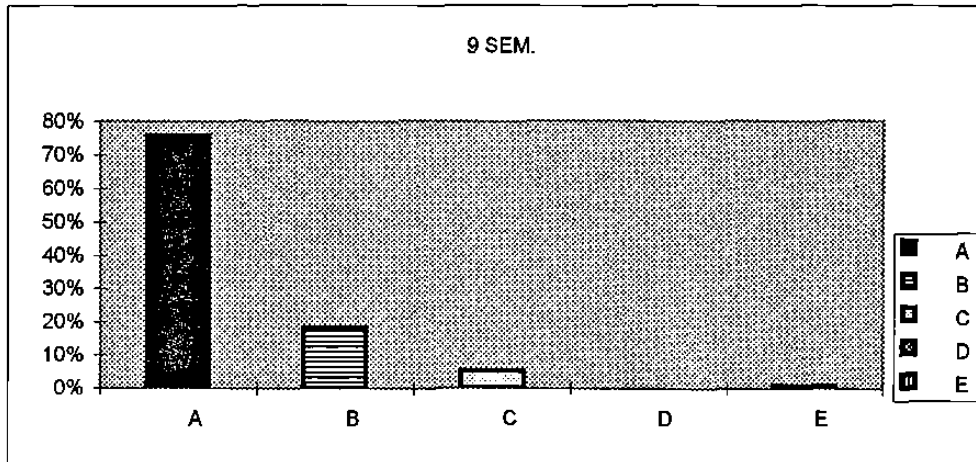
Pregunta 8. -Si en el trabajo tu jefe inmediato te pidiera hacer algo deshonesto ¿Lo harías?

3 Sem	A	B	C	D	E
P.8	63%	22%	11%	2%	2%



Grafica15

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.8	76%	18%	5%	0%	1%

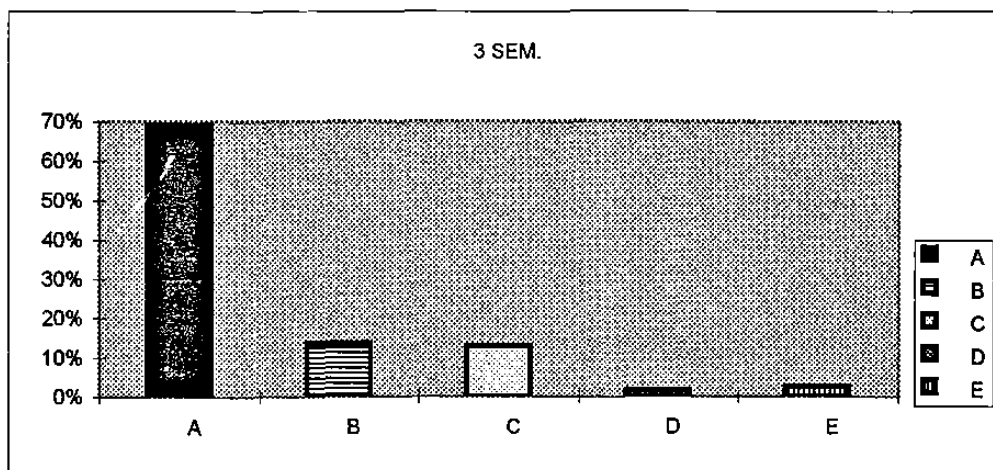


Gráfica 16

Si consideramos el porcentaje de alumnos agrupados hacia la izquierda en 3 Sem. tendremos el 85.47% de ellos y en 9 Sem. el 94,12 % hacia la honestidad. Tal vez esta actitud fue adquirida por la institución o nuestros maestros.

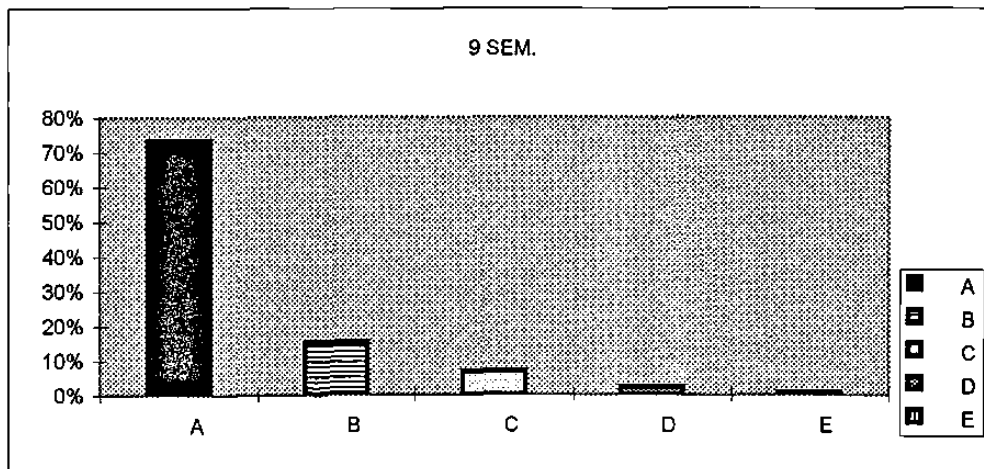
Pregunta 9. ¿Te aprovecharías de tu puesto para beneficiarte?
(Sobornos, Regalos, etc.)

3 Sem.	A	B	C	D	E
P.9	69%	14%	13%	2%	3%



Gráfica 17

9 Sem.	A	B	C	D	E
P.9	74%	15%	7%	2%	1%

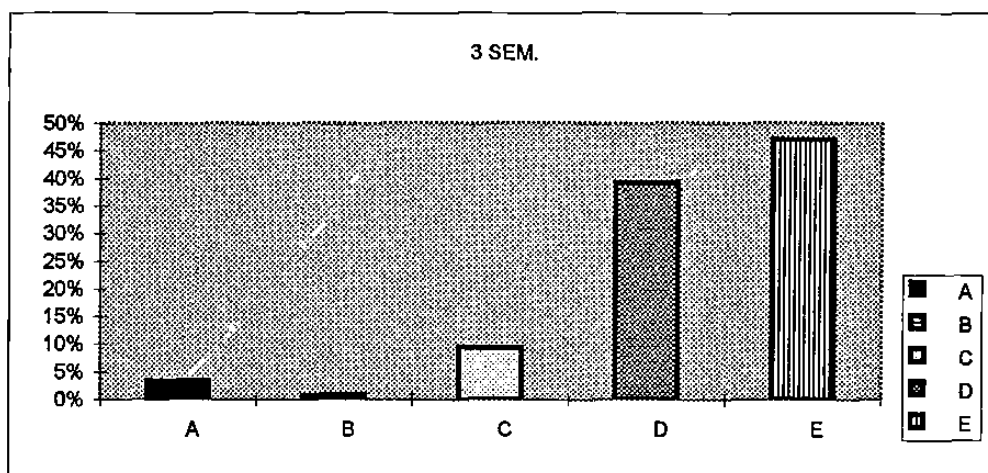


Gráfica 18

Si consideramos que el 3 Sem tiene un 82.91% y el 9 Sem un 90.97% agrupados hacia la izquierda se muestra una tendencia mayor hacia la honestidad y ética profesional. Esta actitud se adquiere por la enseñanza y la actitud de nuestros maestros.

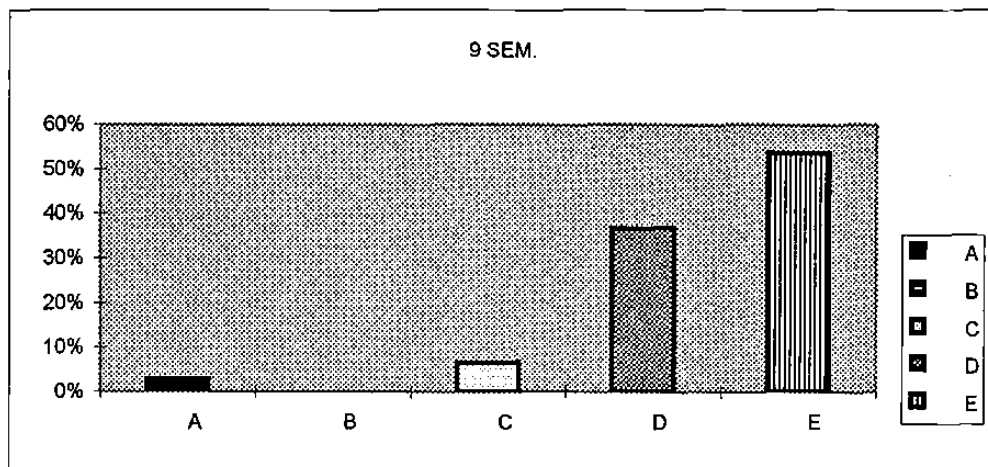
Pregunta 10.- ¿Te consideras honesto?

3 Sem. P.10	A	B	C	D	E
	3%	1%	9%	39%	47%



Gráfica 19

9 Sem P.10	A	B	C	D	E
	3%	0%	7%	37%	54%



Gráfica 20

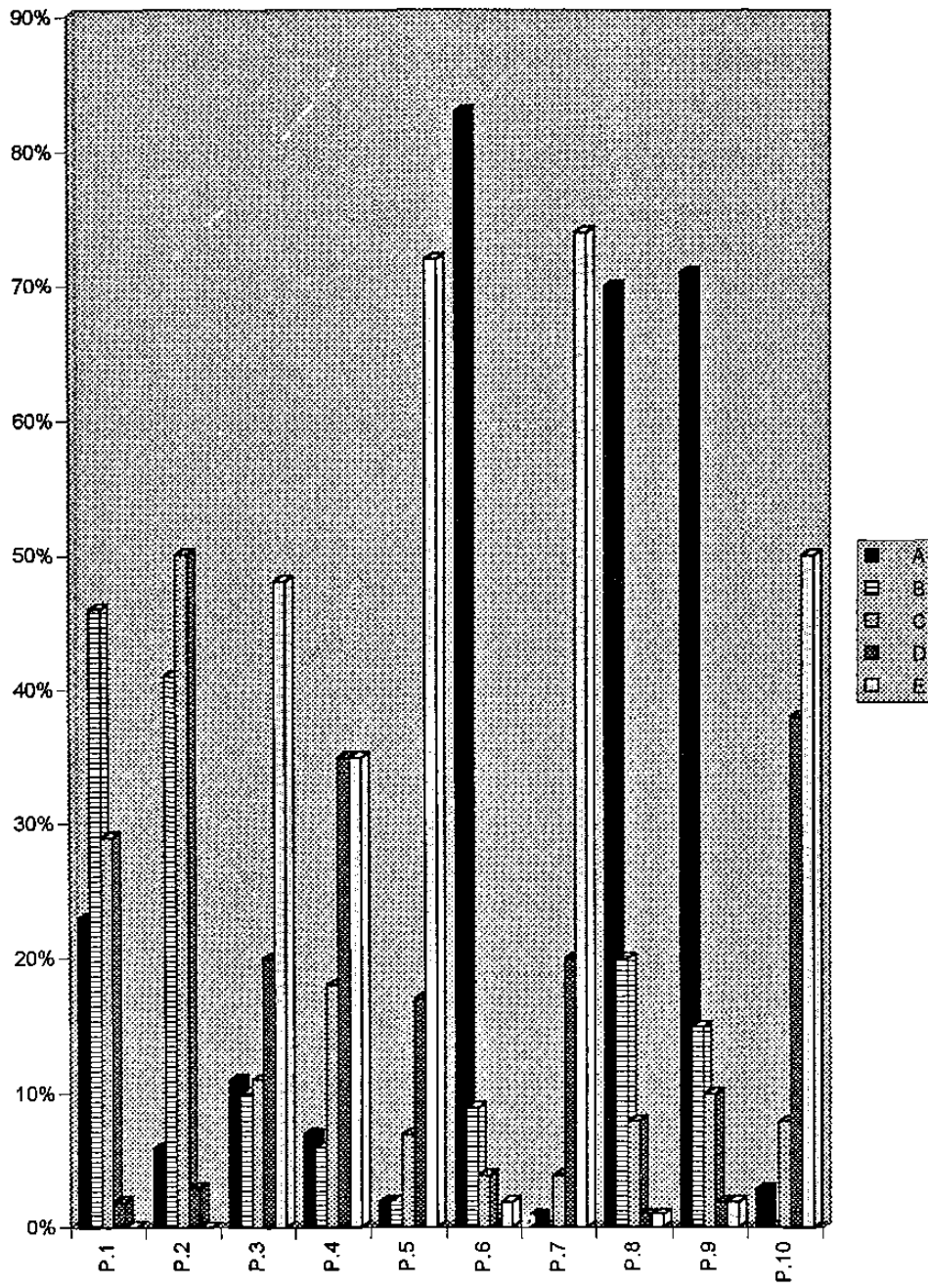
Considerando el porcentaje del 3 Sem. es 86.33% y del 9 Sem. es 90.45% agrupados hacia la derecha donde la tendencia es hacia la honestidad, el alumno siente que la honestidad es un requisito para ser un buen profesionalista.

5.4.- Resultados de las encuestas en forma global de los semestres tercero y noveno, siendo los puntos analizados como inicio y final de la etapa profesional.

GRAFICA GLOBAL

P.1	A	23%	P.2	A	6%
	B	46%		B	41%
	C	29%		C	50%
	D	2%		D	3%
	E	0%		E	0%
P.3	A	11%	P.4	A	7%
	B	10%		B	6%
	C	11%		C	18%
	D	20%		D	35%
	E	48%		E	35%
P.5	A	2%	P.6	A	83%
	B	2%		B	9%
	C	7%		C	4%
	D	17%		D	0%
	E	72%		E	2%
P.7	A	1%	P.8	A	70%
	B	0%		B	20%
	C	4%		C	8%
	D	20%		D	1%
	E	74%		E	1%
P.9	A	71%	P.10	A	3%
	B	15%		B	0%
	C	10%		C	8%
	D	2%		D	38%
	E	2%		E	50%

GLOBAL 3 Y 9 Sem.



Con estas gráficas nos damos cuenta que los alumnos tienen valores , pero podemos reforzarlos ya que es una etapa de su formación antes de ejercer su profesión en una empresa, a veces como institución o como maestros vemos a nuestros alumnos como personas que hay que enseñar, como si fuera una hoja en blanco, pero algunas veces tenemos que saber escucharlos y así de esta manera poder saber como ayudarlos.

CONCLUSIONES.

Con el resultado de las encuestas se puede observar que conforme el alumno va avanzando en los diversos grados escolares, los porcentajes de valores mostrados en las gráficas, de los alumnos de noveno semestre , muestran un pequeño incremento con respecto a los de tercer semestre, y una de las razones puede ser que va adquiriendo una mayor madurez en el transcurso de su formación académica, esto significa que la institución casi no aporta a la formación de valores .

Pero esto se puede mejorar de alguna manera (aprovechando la estancia del alumno en esta institución) se le fomenten valores ya sea mediante clases, cursos, conferencias, simposium, etc.

Para esto se recomendaría la formación de un departamento que diseñaría un programa con las necesidades que se requieren para la impartición de la materia o materias de valores.

Porque la institución se encamina al proceso de acreditar sus carreras ante organismos nacionales (CACEI). Y estos exigen incluir un número importante de materias de humanidades en el curriculum, creemos oportuno sugerir que algunas de estas materias se enfoquen a dar formación en valores a nuestros estudiantes.

Sugerimos que estas materias se coloquen a todo lo largo del curriculum desde los primeros hasta los últimos semestres.

RECOMENDACIONES.

Aprovechando la estancia en esta institución se recomienda para incrementar los valores en los alumnos que se impartiera al menos una materia referente a valores sugiriendo para esto el siguiente libro:

“ETHICS IN MANAGEMENT”

AUTOR: KENNETH E. GOODPASTER

ASSOCIATE PROFESSOR OF BUSINESS ADMINISTRATION

DIVISIÓN OF RESEARCH HARVARD BUSINESS SCHOOL BOSTON

El contenido del libro es:

La Ética en la administración.

- Introducción.
- Algunos caminos para el análisis ético en la administración general.
- Las creencias de Borg-Warner
- Jim Sawyer (A)
Reimpresión: Para los empleadores.
- Consolidated Foods Corporation (A)
Nota: sobre la publicidad en la TV y la controversia en la programación, 1981
- H:J:Heinz Company: La administración de la política (A)
H:J:Heinz Company: La administración de la política (B)
- Duke Power Company: Acción afirmativa (A)
- Braniff International: La Ética de la Bancarrota. (A)
- Nota sobre la seguridad del producto.
Administración de la seguridad del producto: el Ford Pinto.

- Nota sobre la exportación de plaguicidas de los Estados Unidos a los países en desarrollo.
- Pueden las mejores Corporaciones volverse rectas?
- Puede una Corporación tener Conciencia?

Otra recomendación sería: pedir a los alumnos una redacción de un código de ética estudiantil como el ejemplo siguiente.

CÓDIGO DE ÉTICA ⁽¹⁾

REDACCIÓN DE UN CÓDIGO DE ÉTICA ESTUDIANTIL.

El objetivo de la evaluación del curso, la correspondiente al segundo examen parcial, se solicita a los alumnos que elaboren un código de ética estudiantil.

CÓDIGO DE ÉTICA ESTUDIANTIL

1. - Como parte de la evaluación del curso, la correspondiente al segundo examen parcial, se le solicita a los alumnos que elaboren un código de ética estudiantil.
2. Para hacerlo los alumnos deberán basarse en los códigos discutidos en clase y en la lectura de algunas pautas acerca de lo que debe incluir un código de ética.
3. Se recomienda que el trabajo se realice en grupos de dos o tres personas.
4. Cada grupo deberá presentar el código en clase, participando todos los miembros del grupo en la presentación.
5. Los alumnos y el maestro evaluarán a cada grupo por el código desarrollado tomando en cuenta lo siguiente:

(1) Valores en el ejercicio profesional de J: Francisco Castro Canto.

- A.- La presentación tanto oral como escrita (materiales audiovisuales y utilizados en su presentación.)
- B.- Valores que apoya el código, estructura del código, concisión de las normas y reglas que apoyan el logro de esos valores.
- C.- Relevancia del código para la vida estudiantil.

6.- Se seleccionaran los mejores dos códigos de los cuales se enviaran al departamento correspondiente para elaboración de un código de ética estudiantil para todos los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

CÓDIGO DE ÉTICA EN NEGOCIOS.

El objetivo de esta tarea es lograr que ustedes, alumnos, reflexionen e interioricen aquellos valores que consideran clave para que un profesionista se convierta en un profesional, desde la perspectiva ética.

1. Redacte un Código de Ética Profesional aplicable al área de Negocios (área empresarial, que abarcaría las áreas de economía, administración, derecho, comercio internacional, finanzas, de manera general) en México.
2. El documento deberá contener su visión personal acerca de los valores que son necesarios promover o fomentar en el ámbito de negocios en México, para conducir a los profesionistas de Negocios hacia un comportamiento ético.
3. El documento deberá contener como máximo 20 artículos y como mínimo 10
4. El trabajo se realizara de manera individual.
5. El trabajo formara parte de la calificación del Segundo Parcial. Se evaluaran los siguientes aspectos: profundidad de allanaseis, alcance del código y ortografía.

Otra tema seria:

**RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DEL CASO FINAL DE VALORES
PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL.(2)**

1. El caso debe plantearse a partir de una situación real , *QUE REFLEJE INCONGRUENCIA ENTRE LA ACCIÓN DE INCULCAR Y EL CUMPLIMIENTO DE ALGÚN VALOR*. Es necesario aproximarse a directivos, profesores y mismos compañeros y solicitar ejemplos de *DILEMAS ÉTICOS*, o basarse en sus observaciones como alumnos.
2. El trabajo de diseño es individual.
3. El ejemplo del *DILEMA ÉTICO* debe ser solo con información elemental y necesaria. El caso debe replantearse, reformularse y enriquecerse por quien lo redacte.
4. Es necesario solicitar autorización a la persona , en caso de querer usar su nombre de la Dirección o área de referencia del dilema, o bien optar por elegir un nombre supuesto. En todos los casos los nombres de las personas involucradas deben ser modificados por razones de confiabilidad.
5. El caso puede tener la siguiente estructura:
 - a) Antecedentes. Descripción del contexto del área en que ocurre el caso y/o de la situación que se planteara.
 - b) Dilema Ético o situación de controversia: Planteamiento del problema ético.
 - c) Solución que el área de investigación, se le ha dado..

(2) Francisco Castro del Campus Cd. Juarez, ITESM.

- d) Solución personal dado por Usted al caso. Si su opinión coincide con la dada por el Departamento o instancia que interviene, o difiere del criterio utilizado por el Departamento; para ambos casos fundamente su respuesta.
- e) Redacte con el estilo de redacción de códigos éticos: **Mínimo Dos Artículos** que normen, quien y/o corrijan la conducta de los actores involucrados en el Dilema Ético planteado.

6.- La extensión del caso será de dos cuartillas como mínimo y tres como máximo.

7.- Criterios de evaluación:

- a.- Originalidad del planteamiento.
- b.- Presentación, Ortografía y Redacción.
- c.- Relevancia y sentido practico del caso seleccionado.
- d.- Aportación en la corrección del problema o controversia presentado en el caso.
- e.- Fundamentaron y congruencia ética del contenido de los artículos con el caso planteado.

SUGERENCIAS DE TEMAS PARA PLANTEAMIENTO DEL DILEMA ÉTICO.

*Amor, Fe, Ecología, Respeto, Cumplimiento, Honestidad, Responsabilidad, Honradez, Puntualidad, Humildad y Servicio entre otros.

Recomendaciones: Consultar el Código de Negocios para redactar los artículos.

Otra forma de transmitir valores sería dentro de la materia utilizar **dinámicas de grupo** donde el objetivo sería analizar que valores se transmitieron o se desarrollaron.

Como complemento de la investigación de esta tesis en la pregunta número tres de la encuesta , los alumnos demostraron honestidad pero no confianza en la institución , sugerimos que para resolver este problema se creara un departamento o lugar donde el alumno, maestro o trabajador pueda entregar objetos olvidados o extraviados y así puede tener la confianza la persona que lo perdió recuperarlo.

Como parte de un seguimiento en este tema se recomendaría que se siguiera aplicando encuestas para ampliar mas el tema de valores.

Sugerimos que al aprobar la materia o materias de valores , se forme un comité de maestros con conocimiento sobre el tema para definir el programa y texto a seguir.

BIBLIOGRAFÍA.

- I.T.E.S.M DEPARTAMENTO DE EXTENSIÓN
CURSO-TALLER
EDUCANDO PARA LOS VALORES
12 MARZO- 30 ABRIL 1997
- ARMANDO RUGARCIA TORRES
EDUCAR EN VALORES
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
PLANTEL GOLFO CENTRO
COLECCIÓN LUPUS MAGISTER
DIFUSIÓN CULTURAL Y DIVULGACIÓN
1er. EDICIÓN 1996
- KENNETH E. GOODPASTER
ETHICS IN MANAGMENT
ASSOCIATE PROFESSOR OF BUSINESS ADMINISTRATION
DIVISIÓN OF RESEARCH
HARVARD BUSINESS SCHOOL BOSTON 1984
- JAMES W. BOTKIN, MAHDI ELMANDJRA Y MIREEA MALITZA
APRENDER , HORIZONTES SIN LIMITES
INFORME DEL CLUB DE ROMA
DE. SANTILLANA AULA XXI
1era. DE. EN MÉXICO :MARZO 1992

- NEWTON MARGOLIES Y ANTHONY P. RAIA
DESARROLLO ORGANIZACIONAL
VALORES, PROCESO Y TECNOLOGÍA
DE. DIANA DE MÉXICO
1era. DE. JUNIO 1974
7. IMPRESIÓN . EN SEPTIEMBRE 1986
- WILLIAM J. BENETT
LIBRO DE LAS VIRTUDES
JAVIER VERGARA EDITOR S.A.
BUENOS AIRES/ MADRID/ MÉXICO/ SANTIAGO DE CHILE/
BOGOTÁ/ CARACAS/ MONTEVIDEO.
1era. EDICIÓN 1996
2da. REIMPRESIÓN 1996
- JAMES O'TOOLE
EL LIDERAZGO DEL CAMBIO
COMO SUPERAR LA IDEOLOGÍA DE LA COMODIDAD Y
LA TEORÍA DE LA COSTUMBRE.
TRADUCCIÓN: ROBERTO ANDRÉS HASS GARCÍA
LIC. EN ADM. DE EMPRESAS.
EWD. PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA S.A. 1996
- CARL R. ROGERS.
LIBERTAD Y CREATIVIDAD EN LA EDUCACIÓN EN LA
DÉCADA DE LOS OCHENTA
DE. PAIDOS EDUCADOR
2da. EDICIÓN 1991
BARCELONA ESPAÑA, B. AIRES, MÉXICO.

- LUZ GARCÍA ALONSO
ÉTICA O FILOSOFÍA MORAL
RECTORA DE LA DIVISIÓN INTERNACIONAL DE
POSGRADO Y PRESIDENTE DEL ATENEO FILOSÓFICO
MÉXICO D.F.
DE. DIANA
1era: EDICIÓN SEPTIEMBRE 1986
- RISIERI FRONDIZI
QUE SON LOS VALORES
BREVIARIOS DEL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.
DECIMOTERCERA REIMPRESIÓN 1995
- LIC. JUAN GERARDO GARZA
VALORES PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL
SISTEMA ITESM
TEMAS ESPECÍFICOS DE ÉTICA EN LOS NEGOCIOS.
- J. FRANCISCO CASTRO CANTO
VALORES EN EL EJERCICIO PROFESIONAL Y
RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DEL CASO
FINAL DE VALORES PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL
http://www.cdj.itewsm.mx/campus/profesional/or.90-098/el_valor.htm
- ABRAHAM NADELSTICHER MITRANI
TECNICAS PARA LA CONSTRUCCION DE CUESTIONARIOS DE
ACTITUDES Y OPCIONE MULTIPLE.
INSTITUTO NACIONAL DE CIENCIAS PENALES
IMPRIMIO EN 1983 EN EL MES DE OCTUBRE.
MEXICO 1983

LISTA DE GRAFICAS.

GRAFICA 1 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1 (3 SEMESTRE).....	27
GRAFICA 2 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1 (9 SEMESTRE).....	27
GRAFICA 3 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2 (3 SEMESTRE).....	28
GRAFICA 4 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2 (9 SEMESTRE).....	28
GRAFICA 5 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3 (3 SEMESTRE).....	29
GRAFICA 6 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3 (9 SEMESTRE).....	29
GRAFICA 7 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4 (3 SEMESTRE).....	30
GRAFICA 8 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4 (9 SEMESTRE).....	30
GRAFICA 9 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5 (3 SEMESTRE).....	31
GRAFICA 10 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5 (9 SEMESTRE).....	31
GRAFICA 11 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 6 (3 SEMESTRE).....	32
GRAFICA 12 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 6 (9 SEMESTRE).....	32

GRAFICA 13 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 7 (3 SEMESTRE).....	33
GRAFICA 14 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 7 (9 SEMESTRE).....	33
GRAFICA 15 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 8 (3 SEMESTRE).....	34
GRAFICA 16 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 8 (9 SEMESTRE).....	34
GRAFICA 17 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 9 (3 SEMESTRE).....	35
GRAFICA 18 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 9 (9 SEMESTRE).....	35
GRAFICA 19 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 10 (3 SEMESTRE).....	36
GRAFICA 20 RESULTADOS DE LA PREGUNTA 10 (9 SEMESTRE).....	36
GRAFICA GLOBAL DE LA PREGUNTA 1 A LA 10 (3 Y 9 SEMESTRE).....	38

APENDICE**GLOSARIO DE TERMINOS.**

Albedrío.-	Facultad de obrar por reflexión y elección.
Antropología.-	Ciencia que trata del hombre
Axiología.-	Ciencia de los valores , en especial de los valores humanos.
Contractarianismo.-	Que se puede contraer.
Ética.-	Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre.
Ficticio.-	Fingido, aparente, convencional.
Introspección.-	Examen del alma por si misma.
Impostado o Impostura.-	Engaño con apariencia de verdad.

Metafísico.-	Relativo a la metafísica.
Metafísica.-	Disciplina filosófica que trata de la esencia de la realidad total y entraña una concepción total de la vida y del universo.
Metaética.-	Disciplina filosófica que tiene por objeto los juicios de valor cuando se aplican a la distinción entre el bien y el mal.
Moral.-	Ciencia que enseña las reglas que deben seguirse para hacer el bien y evitar el mal.
Praxis.-	Término con que, desde la filosofía griega, se designa la actividad práctica (acción de llevar a cabo algo) en oposición a la actitud contemplativa o a la especulación teórica. O conjunto de actividades cuya finalidad es transformar el mundo.
Utilitarismo.-	Sistema filosófico que considera la utilidad como principio de la moral.

RESUMEN AUTOBIOGRÁFICO.

SERGIO GERARDO VELAZQUEZ CASTRO.

CANDIDATO AL GRADO DE : MAESTRO DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN CON ESPECIALIDAD EN RELACIONES INDUSTRIALES.

TESIS: "PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DE UNA MATERIA REFERENTE A VALORES EN LA FACULTAD DE INGENIERÍA MECÁNICA Y ELÉCTRICA."

CAMPO DE ESTUDIO: RELACIONES INDUSTRIALES.

BIOGRAFÍA: NACIDO EN LA CIUDAD DE MONTERREY N.L. , EL 17 DE ENERO DE 1954, HIJO DE LINO VELAZQUEZ ORTIZ (FINADO) Y OFELIA CASTRO RODRIGUEZ.

EDUCACIÓN: EGRESADA DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA MECÁNICA Y ELÉCTRICA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN, OBTENIENDO EL GRADO DE INGENIERO EN ELECTRONICA Y COMUNICACION EN EL AÑO DE 1977.

EXPERIENCIA LABORAL. ANTIGÜEDAD COMO DOCENTE DENTRO DE LA U.A.N.L. DESDE SEPTIEMBRE DE 1975. HASTA LA FECHA, MAESTRO DE TIEMPO COMPLETO .

