

# **PROPUESTA DE UN CÓDIGO DE VALORES A TRAVÉS DE UN DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL EN EL SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL DENTRO DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA**

---

*Javier Pimentel Villegas*

Instituto Tecnológico de Tlalnepantla  
Departamento de Ingeniería Industrial  
Tlalnepantla de Baz. Estado de México

*Teresita de Jesús Cruz Victoria*

Instituto Tecnológico de Tlalnepantla  
Departamento de Ingeniería Industrial  
Tlalnepantla de Baz. Estado de México

*Adriana Guadalupe Vega Pacheco*

Instituto Tecnológico de Tlalnepantla  
Departamento de Ingeniería Industrial  
Tlalnepantla de Baz. Estado de México

*Ricardo García Hernández*

Instituto Tecnológico de Tlalnepantla  
Departamento de Ingeniería Industrial  
Tlalnepantla de Baz. Estado de México

*Alma Paola Robles Guerrero*

Instituto Tecnológico de Tlalnepantla  
Departamento Económico Administrativo  
Tlalnepantla de Baz. Estado de México

All content in this magazine is licensed under a Creative Commons Attribution License. Attribution-Non-Commercial-Non-Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).



**Resumen:** Este estudio propone un código de valores que permita establecer políticas y lineamientos utilizados como guías de comportamiento para los miembros de la Universidad Pública, dentro de su Sistema de Gestión Integral, a través de un diagnóstico organizacional que identifica los valores seleccionados por sus miembros, generando una cultura organizacional adecuada, que es la clave del éxito. El estudio presenta los resultados de las entrevistas que se llevaron a cabo con los siguientes grupos: estudiantes de las ocho carreras de tres diferentes semestres (tercero, quinto, y octavo), docentes (uno por carrera), coordinadores de carrera y directivos. Se realizaron las entrevistas por medio de una guía, se ordenó la información recabada por reactivo para cada grupo, al final se concentró la información resultante de todos los grupos. Se empleó una metodología cualitativa de investigación y los resultados obtenidos se analizaron para confirmar el logro de los objetivos.

**Palabras clave:** Código de valores, Principios, Valores, Entrevista, Investigación Cualitativa.

## DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

Tipo de investigación. Para Knapp (1986) las actitudes que un investigador cualitativo debe considerar y que sirven de guía para la misma investigación por lo que en esta investigación es de consideración: 1. Un enfoque inicial que de manera exploratoria y con una mente abierta, el problema se debe investigar, aquí es importante considerar la habilidad y creatividad del investigador, respetando los pasos a seguir en esta investigación y la metodología. 2. Ser parte de la organización y participar de manera permanente en ella para poder llevar a cabo la investigación, en este sentido es de suma importancia y tener tiempo colaborando con esta, por lo menos un año o dos. 3. El uso de la técnica seleccionada, para este caso, la entrevista ya

que proporcionara la información necesaria de viva voz en la investigación. 4. Interpretar el significado del conjunto de variables en su contexto natural para determinar la conducta, y de los eventos dentro del sistema de gestión. 5. Se recaba los resultados de manera escrita para posteriormente interpretar los eventos de acuerdo con los criterios señalados, describiendo la situación con detalles y que sea lo más real posible que el lector pueda entender lo que se vive en esa realidad. Estos criterios para recabar y manejar los datos cualitativos aseguran un alto nivel de validez y provee también la base para ser confiable y para la replicabilidad de la investigación.

## PERFIL DE LA MUESTRA DE ESTUDIO

A continuación, se describen los perfiles de los miembros de la institución que fueron seleccionados. Para los estudiantes: Nombre, Carrera, Semestre, Promedio general de calificación en la actualidad, Edad, Sexo, Experiencia profesional y Estado civil. Para los docentes, coordinadores de carrera y directivos: Puesto, Experiencia profesional, Tiempo de trabajar en esta institución, Grado de estudios, Estado civil, Edad y Sexo.

## EXPLICACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Los procedimientos metodológicos se orientan hacia el descubrimiento de características personales y grupales, es necesario tener presente las formas en que se revelan o expresan dichas características. Las técnicas más usadas se centran ordinariamente en el lenguaje hablado y escrito; pero el lenguaje sirve para revelar lo que pensamos y sentimos como también para ocultarlo. Existe, sin embargo, un “lenguaje natural” más universal, el lenguaje no verbal, que es un lenguaje de signos expresivos, como el que se manifiesta a través de los ojos, la

mímica, la expresión facial, los movimientos, los gestos y las posiciones del cuerpo y de sus miembros, el acento, el timbre y el tono de la voz, entre otros, que depende del sistema nervioso autónomo, es involuntario y casi siempre inconsciente, y contribuye de manera muy eficaz a precisar el verdadero sentido de las palabras, reforzándolo o, desmintiéndolo. La técnica de investigación utilizada es la entrevista ya que proporciona ventajas y por su relevancia, la significación del diálogo como método de conocimiento de los seres humanos ya que estriba en el interlocutor a medida que el encuentro avanza, la personalidad va tomando forma; se adquieren las primeras impresiones con la observación de sus movimientos, sigue la audición de su voz, la comunicación no verbal (que es directa, inmediata, de gran impacto en la interacción cara a cara).

## **ASPECTOS GENERALES EN LOS INSTRUMENTOS**

Los aspectos generales que se van a interrogar están relacionados con las preguntas de investigación que se definieron para dar respuesta al problema planteado (No hay un código de valores en la Universidad Pública). Preguntas de investigación: Pregunta principal: ¿Qué características debe tener una propuesta de un código de valores para los miembros de la Universidad? Preguntas complementarias: ¿Cuáles son los principios que definen al código de valores para los miembros de la Universidad? ¿Cuál es el formato del código de valores para los miembros de la Universidad?

¿Cuáles son las estrategias para dar a conocer el código de valores para los miembros de la Universidad? ¿Quiénes proporcionarán los productos para dar a conocer el código de valores de los miembros de la Universidad? ¿En dónde se proporcionarán los productos para dar a conocer el código de valores de los

miembros de la Universidad?

Condiciones de aplicación de las técnicas. Para Kvale (1996), señala que el propósito de la entrevista de investigación cualitativa es obtener descripciones del mundo vivido por las personas entrevistadas, con el fin de lograr interpretaciones fidedignas dignas del significado que tienen los fenómenos descritos. En cuanto a la conducción de la entrevista de investigación, hay que considerar los siguientes puntos: 1. Escoger un lugar apropiado que propicie y facilite una atmósfera de comodidad, que en este caso fueron los lugares donde desarrollan sus actividades el personal, aulas y oficinas. 2. Tomar todos los datos personales que se consideren útiles o convenientes (edad, sexo, nivel de estudios, calificación, antigüedad, entre otros), para la entrevista que se relacionara con la temática propia de la investigación en curso, en este caso el “Código de Valores”. 3. Definir como se llevará a cabo la entrevista, libre, pero con una guía sobre el tema del código de valores. 4. La actitud del entrevistador será con una mente abierta, receptiva y sensible a las respuestas del entrevistado. 5. Más que formular preguntas, el entrevistador tratará de hacer hablar libremente o dejarlo hablar libremente al entrevistado y facilitarle que se exprese libremente en relación con su experiencia personal y descubrir sus motivaciones, intenciones, aspiraciones, entre otros. 6. El entrevistador presentará todos los aspectos que quiera explorar con la investigación, agrupados en una serie de preguntas generales y presentadas en forma de temas, elegidos previamente, bien pensados y ordenados de acuerdo con la importancia o relevancia para la investigación, que en este caso mencionamos anteriormente. 7. El cuestionario debe ser solo una guía para la entrevista, cuyo orden y contenido pueden ser alterados de acuerdo

con el proceso de la entrevista: el entrevistado debe sentirse como “coinvestigador”. 8. No se debe dirigir la entrevista: que el sujeto aborde el tema como quiera y durante el tiempo que desee; tampoco se deberá discutir su opinión o sus puntos de vista, ni mostrar sorpresa o desaprobación y, menos aún, evaluación negativa, sino, al contrario, gran interés en lo que dice o narra. 9. No interrumpirá nunca el curso del pensamiento del entrevistado; se deberá, más bien, dejarlo que termine de expresar lo que piensa. 10. Si el entrevistador lo considera importante, puede invitar al entrevistado a que “diga algo más”, “profundice”, “clarifique” o “explique” aspectos que parezcan de mayor relevancia o no estén suficientemente claros.

## **MODELO DE ORDENAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Después de hacer las entrevistas a los miembros seleccionados de la Universidad, la información que se recopile se ordenara primero en cuatro grupos, Directivos, Coordinadores de Carrera, Docentes y Estudiantes, posteriormente, por cada grupo se integra la información por reactivo.

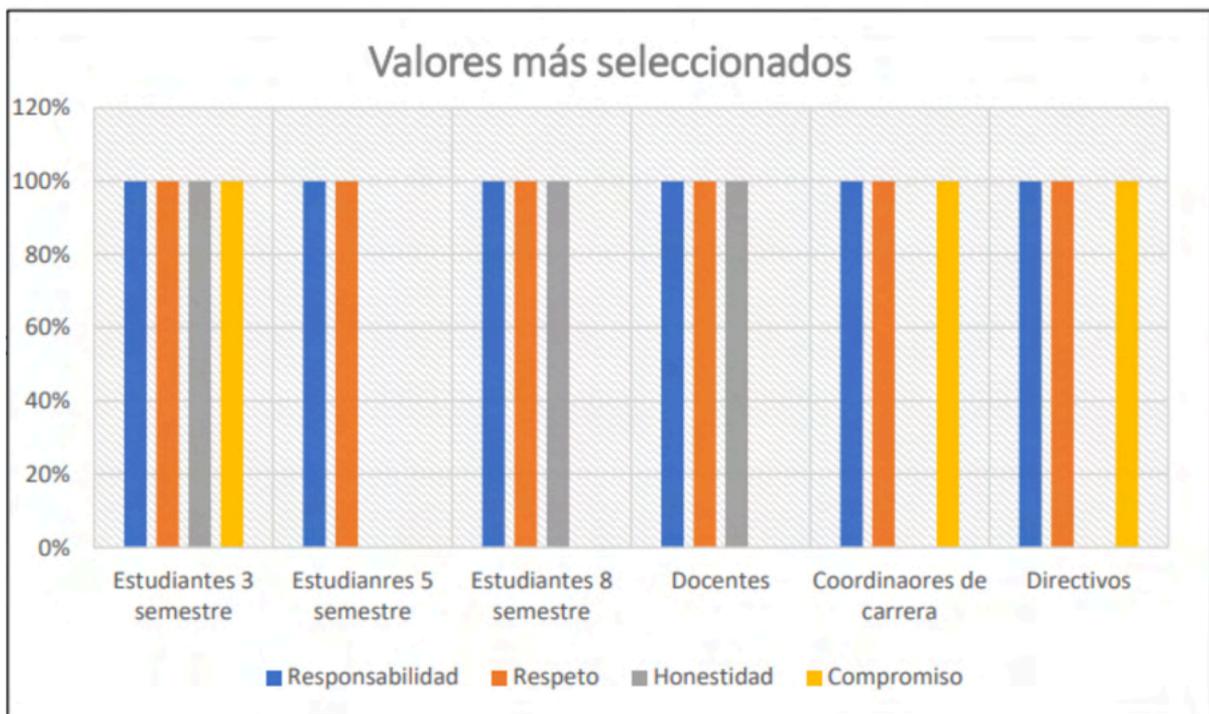
## **COMENTARIOS FINALES**

Se presentan los resultados de las entrevistas realizadas en la muestra de los miembros de la Universidad previamente seleccionados, para la definición de su propio código de valores que su función primordial es la de proporcionarles una guía de conducta en sus actividades cotidianas dentro de la institución. Resumen de resultados. Los resultados de la investigación se presentan con base en las preguntas de investigación que son la guía de las entrevistas realizadas con las respuestas finales obtenidas y que coincidieron los entrevistados, a continuación, se enumeran:

1. ¿Cuáles son los principios (causas o fundamentos) que definen al código de valores para los miembros de la Universidad? Los principios que definen el código de valores (resultados finales): Estos son los principios sobre los que se fundamentara el código de valores: respeto, responsabilidad y honestidad.

2. ¿Cuál es el formato del código de valores (que debe contener) para los miembros de la Universidad? El formato de un código de valores (resultados finales): El formato del código de valores es con base al sistema de gestión integral de la Universidad, porque sus miembros así lo proponen como se muestra en la respuesta a este reactivo y además agregan otros elementos que no están contemplados.

3. ¿Qué valores para un código de valores, con tu experiencia y a tu criterio, se deben llevar a cabo en el desempeño de las actividades cotidianas en la Universidad (Menciona 5)? Los valores para el código de valores son (resultados finales): La Grafica 1, muestra los valores que más eligieron los miembros de la universidad, son: Responsabilidad, Respeto, Honestidad y Compromiso. El grupo de los estudiantes de tercer semestre fueron los únicos que eligieron los cuatro valores (Responsabilidad, respeto, Honestidad y Compromiso), el grupo de los estudiantes de quinto semestre fueron los únicos que eligieron dos valores (Responsabilidad y respeto), los de octavo semestre eligieron tres valores (Responsabilidad, respeto y Honestidad), los Docentes eligieron tres valores (Responsabilidad, Respeto y Honestidad) coincidiendo con los estudiantes de octavo semestre, y los coordinadores de carrera junto con los directivos eligieron los mismos valores (Responsabilidad, Respeto y Compromiso). Los únicos valores elegidos por todos los grupos fueron: Responsabilidad y Respeto, esto significa que todos los grupos



Grafica 1. Valores más seleccionados por los miembros de la Universidad Pública.

se identifican con estos valores y por lo tanto se sugiere que encabecen la lista que se establecerá en el código de valores que guiará su conducta dentro de la Universidad.

4. ¿Cómo pondrías en práctica cada valor en tus actividades cotidianas en la Universidad? Las prácticas de cada valor en las actividades cotidianas son (resultados finales): a) Mantener buenas relaciones con los compañeros y estudiantes en sus diferentes actividades, b) Respetarnos dentro y fuera de aulas, c) Actuar con responsabilidad, haciendo las actividades que debemos hacer en tiempo y forma, c) Conducirnos con respeto entre compañeros y estudiantes, d) Ocuparnos de que los conocimientos se transmitan adecuadamente en un buen ambiente de trabajo.

5. ¿Cuáles son las estrategias para dar a conocer el código de valores para todo el personal de la Universidad? La estrategia para dar a conocer el código de valores es

(resultados finales): Las estrategias para dar a conocer el código de valores, es; por publicidad impresa, clases en aulas, eventos académicos, página del itlla, juntas de academia y departamentales, a través del sistema de gestión integral de la Universidad.

6. ¿Quiénes deben proporcionar los productos (carpetas, lonas, medios electrónicos, entre otros) para dar a conocer el código de valores a los miembros de la Universidad? El encargado de proporcionar el código de valores es (resultados finales): Quienes deben proporcionar estos productos; La alta dirección con el apoyo de los departamentos de comunicación y difusión, jefes de departamento, desarrollo académico, división de estudios profesionales y los docentes, a través del sistema de gestión integral.

7. ¿En dónde se deben proporcionar los productos (ver pregunta anterior) para dar a conocer el código de valores a los miembros

de la Universidad? El código de valores se debe proporcionar en toda la institución.

Ahora después de hacer un análisis de estas respuestas recabadas para definir los elementos que conforman el código de valores, se basa en los lineamientos del sistema de gestión integral de la Universidad, porque así lo propusieron los miembros, donde se indica como elaborar la documentación, en este caso el “Código de Valores” y otros elementos que no habían sido contemplados: La portada del código de valores se muestra en la figura 1, Introducción, 1. Propósito, 2. Alcance, 3. Políticas de operación, 4. Principios, 5. Valores, 6. Estrategias para dar a conocer el código de valores, 7. Responsables para dar a conocer el código de valores, 8. Lugares donde se proporciona el código de valores, 9. Gestión del código de valores, 10. Documentos de referencia, 11. Registros, 12. Anexos y 13. Cambios de revisión.

## CONCLUSIONES

Los resultados finales de esta investigación ponen de manifiesto que para hacer un código de valores es muy importante porque se pueden percatar que hay otras personas dentro de la institución que coinciden en cuanto a los valores que propusieron, pero que sin difusión no se percatarían de esta situación, considerando que conviven cotidianamente en sus actividades durante varios años, por esta razón las organizaciones pueden tener identidad entre su personal. La información que se proporcione es muy valiosa y enriquecedora, a través, de las entrevistas realizadas, que de lo contrario no se obtendría esta información. Se pueden hacer investigaciones con esta misma estructura, pero en temas relacionados con la calidad, liderazgo, economía, comunicación, entre otros, y obtener como resultado un modelo económico, un reglamento de trabajo, una página de internet, entre otros. Es de

considerar que, para la realización de este estudio, fue importante ser miembro de esta universidad, por la experiencia profesional que ahí se adquiere, y por la relación que se va dando con los miembros que la integran, con unos en mayor grado. Los objetivos establecidos en este trabajo se lograron porque la información que se recabo logro cubrirlos dándoles respuesta, definiendo los principios del código de valores, el formato que debe llevar, las estrategias para darlo a conocer, los lugares de la universidad donde proporcionarlo y definir los responsables para proporcionarlo. Cabe resaltar que los miembros de la Universidad coincidieron en los principios y valores elegidos: “Respeto”, “Responsabilidad” y “Honestidad”, esto significa que tienen en común estos valores y los consideran importantes para establecerlos como principios imagen por lo que atrae más clientes y personas que se interesen en participar en la misma, también garantiza proporcionar servicios de calidad y satisfacción a sus clientes internos (El personal que conforma la institución) y clientes externos (Los estudiantes), creando un mejor ambiente laboral permitiendo que la información fluya de manera correcta, sea fidedigna y este a tiempo.

Logo	Código de Valores de los miembros de la Universidad.	Código: ITTLA-CE-CV-001
	Referencia al Sistema de Gestión 7.1, 7.2.1, 7.5.1, 7.6, 8.1, 8.2.4	Revisión: 0
		Página 1 de 17

**Código de valores  
de los miembros de la Universidad.**

CONTROL DE EMISIÓN:		
ELABORÓ:	REVISÓ:	AUTORIZÓ:
Ing. _____ Jefe de Departamento	Ing. _____ Subdirector Académico	Ing. _____ Director del Campus
Firma:	Firma:	Firma:
4 de agosto de 2017	11 de agosto de 2017	18 de agosto de 2017

Figura 1. Portada del Código de Valores propuesto por los miembros de la Universidad.

## REFERENCIAS

- Blanchard, K., y O'Connor, M. (2013). Administración por Valores. México: Norma.
- Ibarra, R. (2011). Código de Ética. México: Trillas.
- Knapp, S. (1986). Contribuciones etnográficas para la evaluación de la investigación: la evaluación del programa de las escuelas experimentales y algunas alternativas. En Cook y Reichardt. Kvale, S. (1996). Entrevista: una introducción a la entrevista de la investigación cualitativa. Thousands Oaks, California: Sage.
- Loya, S. (2011). Liderazgo en el comportamiento organizacional. México: Trillas.
- Oriza, J. (2012). De Jefe a Líder. Liderazgo basado en la inteligencia emocional y los valores. México: Trillas.
- Porrás, J., y Collins, J. (1997). Cómo construir la visión de la empresa. Revista Gestión, 40 - 58.
- Valor, C., y de la Cuesta González, M. (2007). Códigos éticos: análisis de la eficacia de su implantación entre las empresas españolas cotizadas INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 19 - 30.