

CAPÍTULO II

Revisión de la Literatura

2.1 Los Valores

El ser humano siempre ha presentado la necesidad de valorar su alrededor. Esto se refiere a la asignación de una jerarquía de importancia diferente a las cosas materiales o aspectos intangibles que se presentan en su vida de una manera cotidiana. Ciertamente, lo material es más fácil de conceptualizar y describir en base a sus características, composición física e incluso por su precio. En contraste, el aspecto intangible resulta más complejo de analizar debido a la diversidad y subjetividad de estos valores, y es por ello que ésta investigación se realiza en torno a dicho tema que es tan interesante.

Un valor ha sido definido como una creencia perdurable que funge como factor determinante de actitudes y comportamientos del ser humano, ya que son precisamente los valores los que subsisten aún en situaciones difíciles y los que conllevan a una finalidad. En cambio, las actitudes son simplemente reacciones a momentos o sentimientos específicos y pueden variar dependiendo de varios factores. Resulta conveniente aclarar entonces, que los valores no se pueden dejar a un lado cuando en verdad forman parte de la personalidad, por lo que tienen gran influencia no solo en aspectos personales sino también en las decisiones laborales y organizacionales que se tomen (Rokeach, 1973, como se cita en Shafer, Morris y Ketchand, 2001).



Los valores son importantes para el ser humano ya que proporcionan un sentido a la vida, representan una razón para buscar y lograr la satisfacción personal de manera constante. Es una intensa y sobretodo, constante búsqueda de autosatisfacción por medio de la realización de acciones congruentes con las creencias morales que cada individuo posee. Estos valores morales se ven reflejados en todas las acciones, pensamientos, emociones, intereses, cualidades y en el estilo de vida de cada persona.

2.1.1 Antecedentes

Los valores existen desde los inicios de la humanidad. De hecho, en el transcurso de la historia se puede observar su función como puente entre el individuo y la sociedad. Esta es la manera en que se ha podido crear una relación sana entre una persona y la comunidad entera facilitando así la evolución de ambos.

Los códigos éticos y su práctica han evolucionado constantemente, pero al mismo tiempo, ha sido a su propio paso dependiendo de la cultura de cada país y las creencias de diversos grupos sociales, lo cual ha conllevado a una amplia influencia multicultural a través de los años entre unos y otros (De las Fuentes, Willmuth y Yarrow, 2005).

2.1.2 Relación con la Ética

Los valores dan la pauta para la manera en que una persona actúe e interactúe con su entorno. La ética es el resultado de la costumbre de actuar de tal o cual manera, por lo cual indica la forma “propia o adecuada” de conducirse, tomando en cuenta aquel



comportamiento que ha sido aceptado previamente por su razón y por la sociedad. La toma de decisiones éticas se basan en los valores y principios que cada persona ha ido adquiriendo y puliendo durante su existencia.

La ética se compone por la moral y la filosofía moral de cada sujeto, por lo que los valores, virtudes, creencias y principios son parte fundamental de este concepto porque van moldeando en conjunto un tipo de pensamiento (Pojman, 1995, como se cita en Yeung, Wong y Chan, 2002).

2.2 Industria de la Hospitalidad

En algunas publicaciones se afirma que existe una clara relación entre la hospitalidad y la manera en que una familia se desarrolla. La gente que gusta de viajar, o que lo hace por trabajo suele buscar la comodidad en los lugares que visita, pretende sentirse como en casa. Es por ello que los brindadores de servicios de alimentos, bebidas y hospedaje buscan brindar ese sentido de *como en casa* al turista. Es en esta parte donde los valores se aplican de manera que la organización trabaje como una familia lo podría hacer, mostrando en todas sus acciones la unidad como equipo, el sentido de pertenencia, el apoyo mutuo y la lealtad a la marca y al personal de la organización (Ingram, 2005).

En una organización cuyas funciones son destinadas al turismo, se actúa como una familia donde cada integrante adopta un rol específico con tareas, deberes y beneficios determinados por su jerarquía, y donde cada uno explota sus fortalezas y demuestra sus características personales (Ingram, 2005). La hotelería moderna se basa en la formación de pequeñas comunidades dentro de sus corporativos (sin importar el tamaño de estos), en



ellos los empleados de cualquier área y de cualquier posición dentro del organigrama trabajan por periodos muy largos, a veces incluso es necesario sacrificar fines de semanas o periodos vacacionales. Esta situación crea una relación más cercana y de más confianza entre todos los empleados dado que estos conviven día a día, de manera que su interacción llega a ser más personal y deja de limitarse al aspecto laboral.

En la mayoría de los casos este acercamiento es provechoso ya que ayuda a crear lazos que unen a la empresa como si fuera una especie de familia. Se logra una mejor comunicación y retroalimentación por parte de los empleados y los gerentes e inclusive con los dueños de la empresa. Así mismo, se logran desarrollar valores comunes como la lealtad, el compañerismo y el trabajo en equipo, lo cual es un apoyo para la empresa en momentos de crisis financieras (Ingram, 2005). Cabe mencionar que ejecutivos de grandes cadenas hoteleras creen que dentro de las cinco áreas más importantes que se deben cuidar en la industria de la hospitalidad son las relaciones públicas, los recursos humanos y la ética de los clientes internos o empleados (Gursoy y Swanger, 2004).

2.3 Formación Profesional

Gómez del Campo (1999), menciona que:

Cada profesión ofrecerá lo que le es específico en cuanto a la adquisición de conocimientos y al desarrollo de habilidades y competencias, tanto técnicas como profesionales. Del mismo modo, habrá de proponer las actitudes y valores que normarán el desempeño de los egresados. (p.24)



2.3.1 Objetivos de una Educación Profesional

Boyer (como se cita en Self, 2005), ha indicado que el éxito de la enseñanza de cursos por parte de una universidad puede ser medida conforme a la madurez individual que logre desarrollar en cada estudiante. Dicha madurez debe verse reflejada más allá del plano escolar. Debe proyectarse en el rol que desempeña en la sociedad, sus actitudes y la adquisición de conocimientos sumados a las habilidades para obtener posteriormente un empleo.

Un administrador debe demostrar atención y apertura para analizar de manera espontánea su entorno, además de aplicar conocimientos y habilidades específicas, pero sumado a esto debe tener la capacidad de desarrollar un razonamiento y un comportamiento ético, siempre tomando en cuenta y respetando tanto valores como creencias multiculturales (De las Fuentes et al., 2005).

Pfeffer y Fong (2002) explicaban como la habilidad o capacidad de los estudiantes para poner en práctica lo aprendido en sus años universitarios se basa en la claridad y consistencia de las teorías, modelos, principios y prácticas presentadas a ellos de diferentes maneras durante su preparación académica (Emiliani, 2004).

He ahí una importante razón por la cual es necesario que los maestros sean objetivos durante sus clases y aprovechen esos momentos para dar ejemplos y presentar modelos explicando conductas adecuadas que deben seguirse para ser empleados o empleadores profesionales. Como consecuencia a esta necesidad, es que recientemente está tomando mayor importancia este aspecto y se convierte en un reto la formación ética como parte del



perfil del egresado, considerando seriamente la inclusión de una asignatura en el plan de estudios de la licenciatura para tratar estos temas (Gómez del Campo et al., 1999).

Ciertamente existe un debate entre si las clases de ética empresarial tienen un verdadero resultado en el estudiante. Algunos estudiantes (a nivel maestría) opinan que este tipo de clases son inútiles ya que no van a impedir que una persona que presenta una clara falta de valores éticos desde pequeño y que por ende está predispuesta a cometer actos ilegales cambie su manera de pensar y sobretodo de actuar. Incluso, se puede llegar a pensar que es un gasto inútil de tiempo, esfuerzo y dinero tanto para los estudiantes como para los maestros (Schoffer, 2002, como se cita en Emiliani, 2004).

Los cursos que tocan temas de ética, por supuesto que no buscan cambiar la forma de pensar del estudiante, no pretenden corregirlo, sino que se enfocan en crear conciencia de posibles situaciones, de diferentes formas de actuar ante estas y sobretodo de mostrar por medio de supuestos cómo un pequeño problema puede derivar en algo realmente serio y con consecuencias irreversibles (Emiliani, 2004).

Una circunstancia un tanto compleja y que se puede llegar a presentar, es el conflicto personal que causa lo que los cursos de ética enseñan y lo que otras asignaturas pueden sugerir cuando se trata de maximizar ganancias (Emiliani, 2004).

Esta situación se presenta ya que de pronto los administradores al momento de tener que disminuir gastos de manera rápida consideran como primera opción aquella en que tienen que sacrificar a terceros sin considerar otras posibles alternativas donde sería posible evitar los despidos (Okuda, 1999, como se cita en Emiliani, 2004).



2.3.2 Actualidad en la Vida Laboral

La realidad es que estudios recientes sugieren que la formación brindada a los administradores no ha sido efectiva (Pfeffer y Fong, 2002, como se cita en Emiliani, 2004). Por ello, es básico empezar a innovar y modificar lo que sea necesario con tal de obtener resultados óptimos en egresados de licenciaturas de administración. Es importante que las próximas generaciones cuenten con un modelo ético de toma de decisiones, que sea propio y que les permita aplicarlo con integridad en cualquier aspecto de su vida y sobretodo, en todas las actividades profesionales (De las Fuentes, Willmuth y Yarrow, 2005).

Las escuelas de administración deben de reconsiderar sus materias y de mejorar sus métodos de enseñanza constantemente, para marcar de una manera más clara la línea entre el bien y el mal. Las instituciones que se dedican a la enseñanza administrativa deben de dar las herramientas que permitan diferenciar la buena de la mala praxis y sus repercusiones en la vida real al finalizar los años de estudios. Resulta imprescindible crear una idea clara de los beneficios y de las consecuencias negativas que toda acción tiene (Shafer et al., 2001). Se deben de evitar los trucos y mañas que existen para ganar más si no es de la manera adecuada, ni siquiera deben de ser mencionadas y en caso de ser así, es vital que se reafirme una y otra vez que no es adecuado y sus consecuencias al trabajar de esa manera (Emiliani, 2004).

Es tema de preocupación para las escuelas de negocios en general (no solamente aquellas dedicadas al sector turístico) el pulir sus métodos de enseñanza, teniendo siempre como meta principal el formar gente innovadora, líder, creadora y no clones de lo que ya existe o de lo que a otras personas les ha funcionado. Desgraciadamente no todas las



personas pueden ser admiradas por haber conseguido dinero, reconocimiento o éxito de manera ética, lo cual debe ser una muestra de lo que no se debe hacer para los jóvenes, en lugar de resultar atractivo y convertirse en un modelo a seguir. No es cuestión de ser una escuela privada o pública, prestigiosa o desconocida, el punto es mantenerse firme en el propósito de lograr un cambio positivo en el pensamiento del estudiante (Cornuel, 2005).

Un evento que se llevó a cabo en Inglaterra durante el mes de noviembre de 2003, reunió a varios estudiosos de la industria de la hospitalidad, turismo y otros sectores. Se reunieron académicos y estudiantes para dar sus puntos de vista acerca del rumbo y las tendencias administrativas que afectan la hospitalidad y el turismo y las clases que son impartidas en la universidad. Además, como objetivo principal se pretendía formar una crítica constructiva acerca de las habilidades y conocimientos administrativos, las actitudes de los alumnos antes y después de graduarse y sobre los valores de compromiso desarrollados hacia la continua preparación o conocimiento de temas relacionados al sector hotelero (Littlejohn y Watson, 2004).

A recientes fechas, se argumenta que en el momento de desarrollar un plan de estudios, es fundamental considerar tres grandes componentes de la educación enfocada a la hospitalidad. Estos tres temas son; los conocimientos teóricos, el desarrollo de habilidades y los valores. No se enfatiza ninguno, sino más bien se afirma que es el conjunto de estos factores el que no debe pasarse por alto (Dopson y Tas, 2004, como se cita en Gursoy y Swanger, 2004).

De hecho, en Estados Unidos en el año 2004, se llevó a cabo un estudio muy interesante para ubicar las percepciones de profesionales del turismo y la hospitalidad



acerca de cuáles son los temas más relevantes que deben tocarse durante la vida universitaria. En este análisis, se realizó una serie de encuestas y cuestionarios con grupos foco de diferentes edades, nacionalidades, género, etc. La dinámica consistía básicamente en mandarles un correo electrónico a dichas personas, explicándoles el propósito de este estudio y solicitando su ayuda para contestar las preguntas ahí anexadas (Gursoy y Swanger, 2004).

Se mandaron correos a 2339 personas, de las cuales, después de insistir para mandar sus respuestas a la brevedad posible, contestaron 328, lo cual representó el 14.02%, resultando este porcentaje aceptable para la validez del estudio. Las derivaciones de este estudio fue una lista de aproximadamente 30 temas, siendo la ética el número uno. Se recomendó que los temas de ética formaran parte de al menos una clase en cada nivel del plan de estudios, buscando por medio de esta acción fortalecer este aspecto en el alumno (Gursoy y Swanger, 2004).

2.3.3 Retos en la Industria de la Hospitalidad

La licenciatura de administración de hoteles y restaurantes, turismo y de la industria de la hospitalidad ha ido evolucionando a través de los últimos 30 años. Más sin embargo, aún queda mucho por hacer, varios cambios que aplicar para formar verdaderos profesionistas. Estudios hechos en ese lapso de tiempo han ido demostrando que dentro del sector de la hospitalidad hay algunos defectos que con el tiempo han ido formando lagunas en la imagen percibida en la mente de los consumidores (Littlejohn y Watson, 2004).



Existen varias actitudes negativas hacia esta industria, la cual desmotiva a los estudiantes y les crea un sentimiento de inseguridad y de poco interés por hacer bien las cosas. Las actitudes son tan importantes como el mismo conocimiento que los profesores imparten a los alumnos por medio del estudio. En esta industria, las actitudes son determinantes para el éxito de los negocios y de la vida profesional de cada individuo (Littlejohn y Watson, 2004).

El principal reto que enfrentan los profesores de carreras de hospitalidad es determinar los objetivos que deben desarrollarse por medio de la currícula. Es importante reiterar que estos objetivos deben ser planteados tomando en cuenta las cambiantes y crecientes necesidades de la industria. Resulta ineludible cerrar el espacio que hay entre lo que en teoría se enseña y lo que en la práctica la industria demanda y espera de los egresados (Dopson y Tas, 2004, como se cita en Gursoy y Swanger, 2004).

Un desafío para todos los educandos es entender que este sector está conformado por grandes corporativos pero también por pequeñas empresas, y ambas requieren además de muchas horas de trabajo, un gran esfuerzo mental y en algunos casos, también físico. Es decir, el hecho de trabajar en un gran corporativo de ninguna manera se traduce a ser exento de arduas jornadas laborales, incluso gozando de un puesto de gerencia. Este es un trabajo donde en realidad se debe mostrar interés y consistencia (Littlejohn y Watson, 2004).

Otra área de oportunidad es la mala imagen que se ha formado en la mente de empleados y empleadores con respecto a las pocas oportunidades y malas condiciones de trabajo que hay. Si bien es cierto que la situación no es fácil en la actualidad para ningún



egresado, afortunadamente el turismo y la hospitalidad son fundamentales para la economía de muchos países, de manera que crea oportunidades que pueden ser aprovechadas si se cuenta con la educación, habilidades y bases éticas para realizar las funciones requeridas para desempeñar satisfactoriamente ese trabajo (Littlejohn y Watson, 2004). Para lograr esto, resulta fundamental incluir en los estudios de hospitalidad (cualquiera que sea su delimitación) las materias de filosofía y ética profesional (Hegarty, 1992, como se cita en Morrison y O'Mahony, 2003).

2.4 Ética en el Turismo

Debido al gran crecimiento que tiene el sector turismo ya sea por razones de ocio, negocios, viajes de salud o deportivos, y a su gran popularidad, es que hay más competencia. En consecuencia, es necesario ser más profesionales y más eficientes en los empleos. Ser gente mejor capacitada y con mejor actitud de servicio. Todo esto va sumado a un comportamiento ético que logre crear un sentimiento de confianza en el turista invitándolo a volver ya sea al mismo hotel, restaurante, ciudad o a país (Peppas y Diskin, 2001).

2.4.1 Código Ético Mundial para el Turismo

En respuesta a esta situación ha sido conveniente la realización desde hace algunos años de un Código Ético Mundial para el Turismo donde se incluye una lista de afirmaciones que pretenden garantizar el buen desempeño de turistas y mayormente de proveedores de servicios turísticos (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2005).



Este código ético enfocado al turismo, demuestra el incremento en la preocupación que existe en este sector por manifestar un comportamiento ético que permita el buen desempeño de administradores y empleados de hoteles y restaurantes, más todas las empresas involucradas en el gran sector del turismo.

Dicho escrito se divide en los siguientes apartados:

- Contribución del turismo para el entendimiento y el respeto mutuos entre hombres y sociedades,
- El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo,
- El turismo, factor de desarrollo sostenible,
- El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad,
- El turismo, actividad benéfica para los países y las comunidades de destino,
- Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico,
- Derecho al turismo,
- Libertad de desplazamiento turístico,
- Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico,
- Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.



2.5 Relación con la Sociedad

Actualmente, la sociedad se enfrenta a un problema muy serio; la falta de ética empresarial. Desgraciadamente, todo indica que hay una gran falta de ética moral que permita a los administradores conducirse de manera respetable en la práctica, lo cual demuestra las deficiencias y fallas en la educación impartida en universidades en cuanto a administración de empresas. Está comprobado que existe una estrecha relación entre actividades administrativas y el bien social (Emiliani, 2004).

Gómez del Campo (1999) afirma que:

Uno de los mayores retos que enfrentan las universidades, es el compromiso de formar universitarios que sean portadores de un nuevo impulso humano y social que permitan llenar de sentido la vida. Sin duda, el ámbito de la educación nos da la oportunidad de participar en la formación universitaria y de servir a los demás.

(p.23)

Claramente las escuelas de administración deben beneficiar a la sociedad por medio de la creación de valores (financieros y éticos) tanto para clientes, empleados, proveedores, inversionistas y para la comunidad en sí. De igual forma, es importante que traten de ayudar a la sociedad por medio del crecimiento económico y competitividad justa que resulten en la mejora de condiciones de vida para todos. Se busca impactar positivamente a la sociedad (Emiliani, 2004).



Peter Drucker dijo hace muchos años que el verdadero reto para la sociedad, ahora y en un futuro, sería lograr ser una corporación exitosa pero sobretodo legítima en cuanto a sus valores, misiones y objetivos. Esto sólo se puede alcanzar por medio de mucho trabajo y una fuerte base de principios y valores. Con esa misma plataforma, es posible lograr el bien social y el desarrollo colectivo en pequeñas acciones, con pequeñas mejoras pero que en algún momento tendrán un mayor impacto en la sociedad. Lo importante es crear un cambio en la manera de pensar, y por ende conseguir un verdadero cambio en la práctica (Cornuel, 2005).

La sociedad necesita ciudadanos que puedan adaptarse y responder rápidamente a los cambios causados por la tecnología, el crecimiento de la población y en sí, a aquellos avances logrados por medio de la globalización. Esa adaptabilidad se puede y se debe enseñar cuando menos a partir de la universidad. Los egresados deben estar informados de todo lo que pasa alrededor del mundo y de las nuevas necesidades de la sociedad para poder satisfacerlas de la manera más efectiva (Morrison y O'Mahony, 2003).