

LA ÉTICA VALOR AGREGADO NECESARIO EN LA VIDA EMPRESARIAL

M. I. Guadalupe Inés Solís Salazar
ines_salazar93@yahoo.com.mx

M.L. Amanda Nieves Alcalá Osorio
amandanao@hotmail.com

M.I. Víctor Hugo Aguilar Hernández
victorhaguilarh@hotmail.com

Fecha de recepción: 4 de Octubre del 2016

Fecha de aceptación: 16 de Diciembre del 2016

RESUMEN:

Desde tiempo ancestrales la humanidad se ha preocupado por transmitir conocimientos de una generación a otra para garantizar su supervivencia y mejora en su nivel de vida, paso de ser inintencionada para convertirse en una educación sistemática provista de una metodología que permitiera en primer lugar dotar de conocimiento seguida de la forma de evaluar los logros. También es cierto que la formación en valores éticos no es algo nuevo ya que ha sido preocupación de la sociedad que los seres humanos convivan de acuerdo a normas de conducta, en el ámbito empresarial donde concurren diversas disciplinas e ideologías es necesario que el personal día a día tenga presente un marco contextual de valores que deben converger en su ámbito laboral.

PALABRAS CLAVE:

Ética, empresa, valores éticos, seres humanos.

ABSTRACT:

Since ancient times humanity has worried to transmit the knowledge from one generation to another in order to guarantee his / her survivor and obtain a better level of life, first it was not a purpose to pass the knowledge, but next became in a systematical education with its own methodology that let first of all give knowledge and then a new way to evaluate its benefits. Also it is true that to form new ethic values it is not new since it

has been a society worried that the human beings could live under certain behavior rules in an entrepreneur line where there are different disciplines and ideologies it is necessary that the staff daily have present the contextual values frame, that agree a healthy act of living together in their labor work.

KEY WORDS:

Ethics, entrepreneur, ethics values, human beings.

INTRODUCCIÓN

Los tiempos actuales dotados de grandes logros en los mecanismos con que operan la mayoría de las empresas, han logrado una mayor eficiencia en sus procesos productivos, de logística de ventas o bien de los servicios que prestan, sin embargo la consecuencia de que los sistemas tecnológicos y de informática aislen al ser humano en su convivencia diaria, y con ello repercute en la pérdida de valores como son : la honestidad, la lealtad y la responsabilidad, estos valores entre otros, se ven en peligro de ignorarse, por el transcurso del tiempo al aparecer nuevos estilos de vida, se han ido perdiendo y otros supuestos valores van posesionándose en la actitud y forma de trabajo de quienes laboran en las organizaciones, es por ello el interés de poner en la mesa un análisis de los valores que deben de ser rescatados y colocados en primer término dentro de la filosofía de las empresas con la finalidad de ubicarlos como un valor agregado que distinguirá a cada una de las empresas .

METODOLOGÍA

En el proceso de investigación de este tema, se desarrolló una investigación documental y de campo. Se verificó la información de los conceptos de ética y moral en primer término, para después identificar los diferentes tipos de valores y su inclusión en las empresas, de las cuales también fue importante tener un referente teórico de su actividad. Se utilizaron técnicas documentales al revisar fuentes bibliográficas, también cualitativas y cuantitativas para evaluar el contenido de las encuestas. Los métodos de investigación que se emplearán en el desarrollo del proyecto fueron analítico y sintético.

El método inductivo, al identificar las similitudes y diferencias entre los dos conceptos y su observancia dentro de las empresas, El método analítico al establecer las características y diferencias en el pensamiento de los empresarios respecto de los valores que están presentes en su organización, así como los que ellos incluirían para dar un valor agregado.

Es importante mencionar que además de lo mencionado a la investigación le sumaremos la experiencia de más de veinte años de nuestra vida profesional brindando asesoría a pequeñas y medianas empresas en aspectos contables, financieros y fiscales, acumulando experiencias en la vida de las empresas situadas a nuestro alrededor, estamos convencidos de la importancia de retomar y mantener valores dentro de ellas, ya que forman un grupo importante que soporta la economía local y nacional, donde frecuentemente los empresarios muestran su preocupación por los cambios de actitud y comportamiento de sus empleados. Siendo Pymes no siempre se integran por solo familiares, sino que tienen que contratar a varias personas con diversos hábitos y costumbres, por lo tanto para medir su percepción se preparó una encuesta que se aplicó a treinta empresarios, los resultados se muestran en el apartado correspondiente, prosiguiendo con la conclusión y la propuesta.

GENERALIDADES

En esta primera parte es necesario partir del significado de la palabra ética, proviene de la raíz griega "ethos" que significó "morada", "lugar donde se vive", pero con el devenir del tiempo tomó el significado de "carácter", se

podría dar varias de acepciones acerca de la palabra, pero nos limitaremos a decir que es una disciplina de la filosofía que estudia el bien y el mal y las relaciones que guarda con la moral y el comportamiento humano así como también ser el conjunto de reglas que permiten que un grupo de seres humanos en una organización se apeguen a normas generales de conducta laboral.

Los valores éticos guían de comportamiento que para la conducta de un individuo. En primer lugar la ética como rama de la filosofía estudia lo que es moral, realiza un análisis del sistema moral para aplicarlo a nivel individual y social. Al mencionar la palabra moral surge la pregunta ¿Qué es entonces la moral?, pudiendo afirmar como el conjunto de normas, valores y creencias existentes y aceptadas en una sociedad u organización, sirve de modelo de conducta y valoración para establecer la diferencia de lo que está bien o está mal.

ÉTICA Y MORAL.

En un contexto filosófico ética y moral tiene diferentes significados, la ética se relaciona con el estudio basado en los valores morales que guían el comportamiento humano en la sociedad, en tanto que la moral se establece de acuerdo con las costumbres, normas, tabúes y convenios aceptados dentro de cada sociedad.

Franklin (2013) explica:

La ética, entendida como el conjunto de normas que ordenan e imprimen sentido a los valores y principios de conducta de una persona, como compromiso, honestidad, lealtad, franqueza, integridad, respeto por los demás y sentido de responsabilidad, constituye uno de los pilares de las normas de actuación de cualquier organización, sea cual sea su actividad y entorno.

Desde el punto de vista organizacional, la ética puede definirse como los principios morales y normas que orientan el comportamiento en el mundo de los negocios.

Estos principios y normas forman parte de los códigos de ética o conducta que los colegios de profesionales e instituciones preparan, a los cuales se tiene acceso durante el periodo de formación académica y, posteriormente, en el transcurso de la vida productiva (p. 48)

En ocasiones se utilizan de manera indistinta, lo que llega a confundir su aplicación sobre todos para quienes han adolecido de una formación bajo valores que forman la moral de la familia o la sociedad en que han crecido, es por ello que cuando se incorporan a organizaciones diferentes a su hábitat común, no tienen definido un correcto campo de actuación y de ahí la importancia de dar algunos puntos para identificar la diferencia entre ética y moral, como se ha señalado la moral siempre está implícita en los principios que va adoptando el individuo respecto a lo que es correcto o incorrecto y se va transmitiendo de generación a generación, mientras que la ética se asume como el conjunto de reglas de observancia general basadas en valores morales que los individuos dentro de una organización (principalmente laboral) debe tomar en cuenta en las acciones propias de su actividad laboral para mantener una sana convivencia y para apoyar que los integrantes de una organización (empresa) contribuyan con su buen actuar al logro del objetivo común que ha sido planteado. Es importante mencionar que ambos moral y ética tienen una interrelación, ambos van de la mano para crear en el ser humano un compromiso hacia la familia, sociedad y ámbitos laborales en que se desenvuelva, para sentir que su vida se conduce bajo criterios que le van a proporcionar un sentimiento de satisfacción permitiéndole tener una vida sana, convencido por su actuar correcto y no perjudica a otros seres humanos ni a las organizaciones en donde pertenece.

CLASIFICACIÓN DE VALORES

La moral y la ética están investidos de una serie de valores que deben estar siempre presentes y que deben ser difundidos por los canales más adecuados, por tanto mostrarlos y difundirlos nunca va a ser un trabajo duplicado o inútil, a continuación damos la siguiente clasificación:

Es de suma importancia se dé a conocer la clasificación de valores como se muestra en la figura 1, los valores de mayor jerarquía son los morales que su observancia nos brinda bondad, justicia, libertad, honestidad, tolerancia, responsabilidad, solidaridad, lealtad y la amistad, en segundo lugar valores biológicos que se manifiestan en una adecuada la salud y deben ser cul-

Figura 1: Clasificación de los valores



Fuente: La figura muestra una clasificación de los valores. Elaboración propia.

tivos mediante la educación física e higiénica; los valores religiosos que nos ubican en la dimensión de lo sagrado, son un soporte que permite se cumplan los demás valores y van muy de la mano a los valores morales, independientemente de la religión que se profese; valores sensibles que se encaminan al placer, la alegría y el esparcimiento, necesarios para el equilibrio de toda persona; valores estéticos que inculcan la belleza en todas sus formas y por último los valores intelectuales que conducen a la apreciación de la verdad y los conocimientos. Es importante no dejar sin abordar la parte conceptual de cada uno de los valores que están implícitos en la clasificación:

La honestidad es el valor o cualidad propia de los seres humanos que tienen un estrecho vínculo con los principios de verdad, justicia e integridad, cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con verdad, es una forma de ser y actuar de manera congruente entre lo que se dice y se hace.

La lealtad es otro valor necesario para la empresa, ya

que sus trabajadores deben manifestar un apego hacia su trabajo, familia, amigos, comunidad, permanecer fiel con los compromisos adquiridos aun en situaciones adversas.

La responsabilidad, valor que contribuye a que las personas tengan conciencia acerca de las consecuencias que produce todo lo que hace o deja de hacer.

El respeto, valor que promueve la atención y consideración hacia las otras personas.

La tolerancia, valor que logra que los seres humanos respeten el actuar de otros.

La libertad, valor que da la capacidad a los seres humanos de actuar de acuerdo a sus criterios, los cuales debes estar perfectamente definidos.

Pero, ¿qué ha pasado con la ética donde están sus valores? en una sociedad que es arrasada por el consumismo nos hemos olvidado de la esencia del ser humano, en donde más que el bienestar individual nos debe ocupar el bien común, hoy se refleja mayor interés en tener, más que en el ser, haciendo a un lado los valores ancestrales que permitieron una mejor convivencia entre los seres humanos, es necesario preguntarnos ¿ En qué parte del camino perdimos nuestros valores que hoy necesitamos recuperar?.

Para ir de la mano, un punto trascendental que no se podemos dejar pasar por alto es señalar cada concepto de valor incluido en los valores éticos de las empresas, con frecuencia se da por entendido su significado pero la realidad no es así, uno de los grandes errores cometidos es precisamente dejar muchas cosas al aire, pensando y muchas obviando su conocimiento, de ahí la pertinencia de retomar el camino estableciendo valores elementales de acuerdo a las características implícitas de cada organización permeando el bien común y sin olvidar la dimensión y características de organización en donde se van adoptar.

LA EMPRESA Y SU ENFOQUE

En nuestro país es conocido que las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen más del 90% del sustento de la economía, por lo tanto este análisis busca apoyar a este grupo de empresas en donde podemos señalar en primera instancia la definición de las mismas " organizaciones empíricas financiadas y dirigidas por el

propio dueño que abastecen a un mercado pequeño, cuando mucho regional; además, no cuentan con una alta producción tecnificada y su planta de empleados la integran familiares del propietario, razón por la cual también se les conoce como empresas familiares "(Fischer,Espejo,2011, p.258). También se identifican por su tres elementos que son el número de trabajadores, el volumen de ventas y su capital, tomaremos como referencia el dato respecto de las personas que trabajan para su clasificación, ya que las relaciones interpersonales que en ellas se dan cambian en función de número de trabajadores, en donde la Grande cuenta con más de 100 empleados, la Mediana 50 a 100, la Pequeña de 10 a 50 y la Micro de 1 a 10.

Independientemente de la problemática estructural y financiera que enfrenta la mayoría de ellas nacidas de manera empírica con el desarrollo de un proyecto personal, no contando en muchas ocasiones con las proyecciones que le garanticen una puesta en marcha exitosa y permanencia en el mercado, pensar en los valores éticos sumados al logro del objetivo, la realidad pocas veces se toman tomados en cuenta debido a un pensamiento centrado en la operación y generación de ingresos con el fin de sufragar gastos para subsistir, por otra parte al tratarse de organizaciones en donde convergen personas con costumbres y hábitos comunes en la sociedad en que operan, pareciera que los valores éticos ya van implícitos, sin embargo no siempre es de esa manera y por consiguiente los problemas que afloran en el curso del tiempo se dan por la falta de reglas de conducta permeando en todas las actividades de la empresa, los resultados en algunos casos no son tan buenos, van desde una actitud de falta de compromiso hacia el objetivo de la empresa, ausencia de lealtad, presencia de fraudes, problemas entre los empleados por falta de tolerancia, políticas que establece el dueño sin tomar en cuenta situaciones de libertad y respeto no debidamente definido. Por lo tanto un rol que no podemos dejar de abordar siendo el motor y promotor es la actuación del Administrador de la Empresa, por lo que consideramos muy adecuado el enfoque de Torres (2014) afirmado:

A las organizaciones les interesan que las cualidades del administrador se adapten a su filosofía, principios y prioridades, las cuales finalmente deben repercutir en la meta suprema de las

organizaciones lucrativas, que es crear riqueza para los accionistas. De acuerdo con este enfoque son tres las habilidades importantes que un buen administrador deberá adquirir:

Conceptuales, que necesita el alto directivo en cuanto a generación de nuevas ideas y conceptos.

Humanas, propias de los mandos medios (gerentes) para relacionarse tanto con el personal operativo así como con la alta dirección.

Técnicas, para el manejo de dispositivos técnicos. (p.9)
La labor del administrador va impactar en el Ambiente “es un factor importante entre éste y la empresa se establece relaciones de influencia en ambos sentidos, con repercusiones mutuas de diferente índole” (Rodríguez, 2013, p.196).

Si tomamos en cuenta que el administrador además del buen manejo de técnicas y conceptos para la operación de la empresa, también necesita contar con elementos que se inserten en su actuación y el actuar de los demás empleados, propiciarán un clima organizacional adecuado al logro de objetivos comunes que han sido plenamente señalados por él, llevados a la puesta en marcha, donde su ejemplo debe trascender hacia el comportamiento de los demás y respaldados por la filosofía y estructura de organización que han adoptado. En otro sentido “el propósito de una empresa es crear un cliente, servir a un mercado, además de que el cliente determina la naturaleza de la empresa. El cliente, con disposición a pagar un buen servicio, convierte los recursos económicos en riqueza” (Rodríguez, 2013, p.197)
La administración hoy debe ser eminentemente social, las actividades diarias deben estar enfocadas en el ser humano para cumplir con una responsabilidad social que hoy cada día las empresas van adoptando dejando atrás viejas prácticas de una autoridad dominante que dio resultados, pero hoy produce serios problemas, una administración con enfoque social debe predominar sobre las viejas prácticas en donde exista la inclusión, respeto y desarrollo de quienes laboran en una organización. Ha sido a través de experiencias difíciles por las que han atravesado las empresas para promover cambios, por ello no se debe llegar a la problemática para encontrar situaciones remediales, mejor prever cambios significativos que contribuyan a mejoras en la convivencia, la respon-

sabilidad social y por consiguiente en el logro de los objetivos planteados como organización.

RESULTADOS

De acuerdo con el apartado de metodología para dar cumplimiento a la investigación de campo se llevó a cabo la aplicación de una encuesta a 30 empresarios en rango de edad de 40 a 60 años, siendo el 80% de sexo masculino y el 90% empresas comerciales y el 10% de servicios, obteniendo los siguientes resultados:

1. ¿Cómo se evalúa la congruencia de sus decisiones en la empresa?

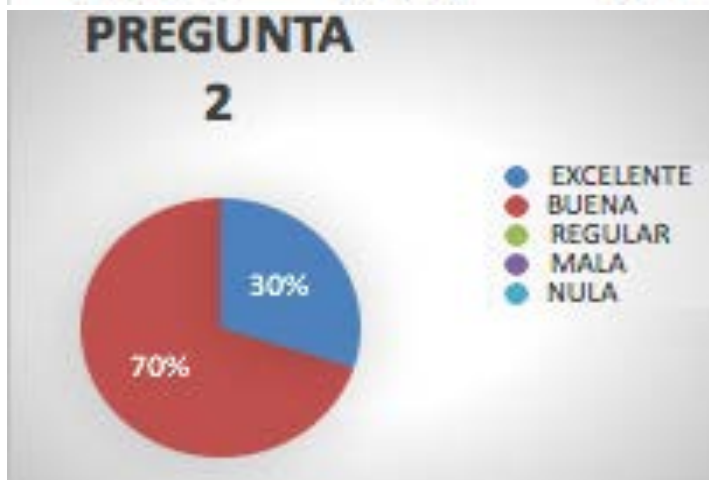
Figura 2 y 3: Pregunta 1



Fuente: La figura 2 y 3 nos muestra el resumen de forma gráfica y en porcentaje los resultados obtenidos en las encuestas a 30 empresarios de pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Puebla, México. Elaboración propia.

2. ¿Cómo evalúa la credibilidad y reputación que tiene su empresa en relación con otras?

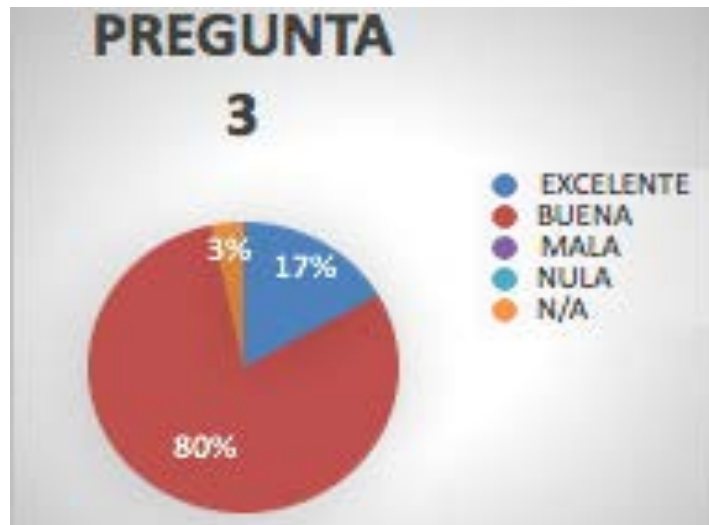
Figura 4 y 5: Pregunta 2



Fuente: La figura 4 y 5 nos muestra el resumen de forma gráfica y en porcentaje los resultados obtenidos en las encuestas a 30 empresarios de pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Puebla, México. Elaboración propia.

3. ¿Considera que las cargas y los beneficios de su empresa proporciona a los trabajadores son?

Figura 6 y 7: Pregunta 3



Fuente: La figura 6 y 7 nos muestra el resumen de forma gráfica y en porcentaje los resultados obtenidos en las encuestas a 30 empresarios de pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Puebla, México. Elaboración propia.

4. ¿Cómo evalúa el diálogo y el consenso que tiene el personal humano que labora en su empresa?

Figura 8 y 9: Pregunta 4



Fuente: La figura 8 y 9 nos muestra el resumen de forma gráfica y en porcentaje los resultados obtenidos en las encuestas a 30 empresarios de pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Puebla, México. Elaboración propia.



5. ¿Cómo evalúa la veracidad y comunicación que tiene con sus empleados de la empresa?

Figura 10 y 11: Pregunta 5



Fuente: La figura 10 y 11 nos muestra el resumen de forma gráfica y en porcentaje los resultados obtenidos en las encuestas a 30 empresarios de pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Puebla, México. Elaboración propia.

6. ¿Cómo evalúa el respeto y fomento a los valores humanos existentes en su empresa?

Figura 12 y 13: Pregunta 6



Fuente: La figura 12 y 13 nos muestra el resumen de forma gráfica y en porcentaje los resultados obtenidos en las encuestas a 30 empresarios de pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Puebla, México. Elaboración propia.

7. ¿Cómo evalúa el cumplimiento de las disposiciones legales en su empresa?

Figura 14 y 15: Pregunta 7



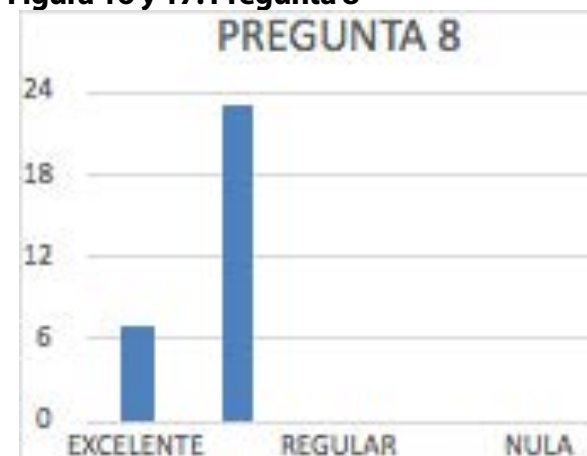
9. ¿Cómo evalúa el respeto y la mejora del medio ambiente que promueven en su empresa?

Figura 18 y 19: Pregunta 9



8. ¿Cómo evalúa la respuesta que da su empresa ante las expectativas y demandas sociales?

Figura 16 y 17: Pregunta 8



10. ¿Cómo evalúa la respuesta que da su empresa ante las expectativas y demandas sociales?

Figura 20 y 21: Pregunta 10



Con los resultados obtenidos podemos inferir que los patrones se preocupan en tres niveles de valores en sus empresas: los que piensan sus clientes de la empresa, la imagen que quieren reflejar ante sus clientes y la sociedad, y el cómo ve la empresa a sus propios empleados. A nivel general destaca la excelencia en tres rubros: en la credibilidad y reputación de la empresa, el respeto y fomento de los valores humanos y el cumplimiento de las disposiciones legales. De forma contraria en donde menos se preocupa la empresa es en establecer un diálogo y consenso con su personal, en dar respuesta ante las expectativas y demandas sociales y el respeto y mejora del medio ambiente.

Por tanto un punto de atención debe ser la mejora en la comunicación con los empleados para poder proporcionar un ambiente certero donde se sienta capaz de cumplir los objetivos de la empresa. Por lo contrario el empleado no busca el dialogo con el empleador por el tipo de relación que se establece en la empresa, no llegan a profundizar en el desarrollo del mismo y únicamente se busca el lado lucrativo o conveniente a sus intereses.

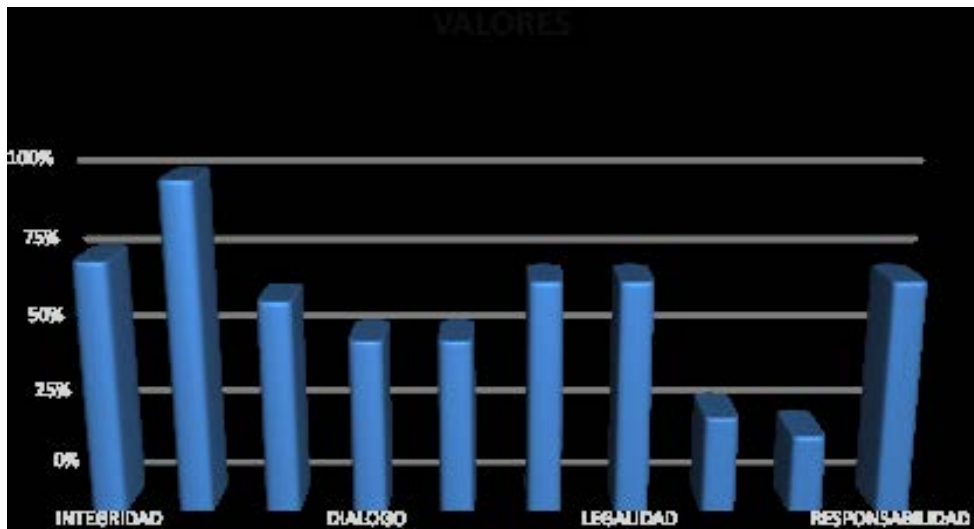
En relación al cumplimiento de disposiciones legales muchas veces se cumple por parte del empresario por el temor a evitar una sanción, no tanto por convicción, en cuanto al valor de la responsabilidad de las empresas con la sociedad y el fortalecimiento a promover acciones que apoyen a la ecología se debe trabajar en la sensibilización de los empresarios para que los incorporen a sus acciones.

Un aspecto que quisimos medir de acuerdo a la propuesta de valores en la EA-10 modelo de auditoría creada por la Fundación Etnor, que propone un listado de 10 valores éticos, lo tomamos como base para solicitar a los empresarios nos señalaran cuáles de ellos se observan en su empresa, obteniendo el siguiente resultado:

VALORES

INTEGRIDAD	76%
CONFIANZA	100%
JUSTICIA	65%
DIALOGO	53%
TRANSPARENCIA	53%
DIGNIDAD	71%
LEGALIDAD	71%
COMPROMISO CÍVICO	29%
ECOLOGIA	24%
RESPONSABILIDAD	71%

Los resultados obtenidos nos muestran dos valores principales que se observan en las empresas, los cuales son la confianza e integridad, es decir, estos elementos primordiales con mayor peso puede traducirse en su base moral de actuación dándole credibilidad a su empresa. Sin embargo podemos resaltar la poca preocupación por los valores de ecología y compromiso cívico confirmado el resultado de las preguntas 9 y 10.



CONCLUSIONES

Los resultados no engañan, la intención de aplicar el cuestionario a los administradores y dueños de Pequeñas y Medianas Empresas en la ciudad de Puebla, nos ha permitido confirmar algunas de las apreciaciones que como asesores durante varios años hemos recopilado y la importancia de siempre estar en condiciones de apertura al cambio en beneficio de las organizaciones, que sí ellas son exitosas apoyan en gran medida a la economía local y de manera indirecta a los servicios independiente que prestamos muchos profesionales en diferentes áreas. Aplicar valores éticos en una empresa dará el valor agregado, que se materializara en un sentimiento de satisfacción y motivación hacia el trabajo, promueve una interacción de usos y costumbres entre los trabajadores y empleadores, mejorara la calidad empresarial y también podrán evitarse actos de fraude o corrupción. No constituirá la panacea para la cura de las pequeñas y medianas empresas, sin embargo contribuirá para mejorar su clima organizacional basado en valores, las cosas saldrán mejor y los resultados se verán reflejados tanto en números negros como en los niveles de satisfacción de los integrantes de la organización.

PROPUESTA.

Promover para las Pequeñas y Medianas empresas la elaboración de un Código de Conducta laboral, que sea diseñado de acuerdo a las características, dimensión y filosofía de la organización, será el elemento

de Valor Agregado necesario para proyectar nuevos caminos en el desarrollo de las actividades diarias en el ámbito empresarial, provocando espacios de mejora continua, necesarios para el crecimiento, permanencia y consolidación en el mercado, dando respuesta a las necesidades de una sociedad demandante de mejores productos y servicios. Su estructura deberá ir de la mano con el tipo de organización donde se han señalado Misión, Visión, Objetivos

y Valores, el Código reforzará estos planteamientos, los resultados deberán evaluarse periódicamente para verificar el conocimiento, apego y compromiso de todos los integrantes, con un fuerte compromiso por parte del administrador o dueño de la empresa. De acuerdo con la encuesta que realizamos los valores que no deben faltar por ser de observancia general para todos los empresarios son: Confianza (100%), Integridad (76%), Dignidad (71%) Legalidad (71%), sin embargo de acuerdo a los tiempos que vivimos es necesario también incorporar Compromiso Cívico (29%) Dialogo y Transparencia (53%), y trabajar en el Valor de la Ecología. Por nuestra parte y desde nuestro rol de asesores en cada sesión de trabajo nos daremos a la tarea de sensibilizar a los empresarios de la importancia de contar en su organización con su "Código de Conducta Laboral".

REFERENCIAS

- Fischer, L. y Espejo, J. (2015). Mercadotecnia. México: Mc Graw Hill.
- Franklin, E. (2013). Auditoría Administrativa Evaluación y diagnóstico empresarial. México (3ra edición): Pearson.
- Rodriguez, J. (2013). Administración con enfoque estratégico. México: Trillas.
- Torres, Z. (2014). Teoría General de la Administración. Recuperado de <http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074386196.pdf>

M. I. GUADALUPE INÉS SOLÍS SALAZAR

Maestro en Impuestos. Desde el año 1989 Catedrático en la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Miembro del Colegio de Contadores Públicos del Estado de Puebla, contando con Certificación Profesional emitida por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Socio Fundador de la firma Aguilar Solís Profesionales en Servicios de Auditoría y Contabilidad, S.C. Actualmente también Coordinadora de la Modalidad a Distancia en la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
Correo electrónico: ines_salazar93@yahoo.com.mx

M. L. AMANDA NIEVES ALCALÁ OSORIO

Maestra en Lenguas, docente de tiempo completo en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Ha impartido la materia de inglés para negocios en la Licenciatura de Contaduría Pública y en la Licenciatura de Dirección Financiera. En el posgrado ha trabajado con la materia de Comprensión de Textos en Inglés. Actualmente imparte las materias de Formación Humana y Social así como Desarrollo de Habilidades del Pensamiento Complejo en las licenciaturas escolarizadas y a distancia. Es miembro de las asociaciones internacionales siguientes: TESOL, (Maestros de inglés hablantes de otras lenguas) USA; IATEFL, (Asociación internacional de maestros de inglés hablantes de lenguas extranjeras) UK, miembro de ANUPI (Asociación nacional universitaria de profesores de inglés), México y miembro fundador de COPEI (Colegio de profesionales de la enseñanza del inglés AC) México.
Correo electrónico: amandanao@hotmail.com

M. I. VÍCTOR HUGO AGUILAR HERNÁNDEZ

Maestro en Impuestos. Conferencista de diversos temas fiscales en varios Colegios de Contadores de Nuestro País, Catedrático en la Facultad de Contaduría de la Maestría de Contribuciones y de la Licenciatura de Contador Público de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Miembro del Colegio de Contadores Públicos del Estado de Puebla, contando con Certificación Profesional emitida por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Socio Fundador y Director de la firma Aguilar Solís Profesionales en Servicios de Auditoría y Contabilidad, S.C. Actualmente también es Coordinador de la asignatura de Auditoría I y asesor de empresas en temas fiscales, administrativos y financieros.
Correo electrónico: victorhaguiarh@hotmail.com