

MEDICION DE LOS NIVELES DE ETICA EN ORGANIZACIONES

Investigadores USAL:

Director Greco, Carlos (cgreco@usal.edu.ar); López, Ana María; Rodríguez, Roberto; Caminos, Andrés

Resumen

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, las organizaciones viven en un universo globalizado, complejo y acelerado. Una característica de esta realidad es que todos sus agentes acceden a nuevas formas de información y participan en el proceso organizacional. De este modo los ejes impulsores de la creación de valor son funciones de la cultura ética organizacional. El objetivo de esta investigación es proponer la medición de la ética organizacional y las variables dominantes que la constituyen.

Se definió un constructo con las variables coherencia, decir la verdad, inclusión, disciplina y actitud, y un Coeficiente Ético Organizacional (CETOR). Se elaboró una encuesta sobre las dimensiones propuestas, registrándose en una escala de Likert, y se analizó con la metodología de Análisis Multivariante (AM) / Análisis Factorial (AF). Previamente, se realizó una encuesta a profesionales sobre la valoración de la Ética personal, empresaria y social.

El 68% de los encuestados considera que su calificación ética personal y la de su empresa es superior al promedio del mercado y que la ética de la sociedad argentina está por debajo de otros países de la región. El valor obtenido para el CETOR (2,63) indica organizaciones “medianamente éticas”.

Es de destacar la predominancia de la variable Inclusión (sentido de pertenencia) seguida de las variables Coherencia, Disciplina, relegando a las variables Sinceridad y Actitud.

Palabras clave: ética; decisiones; gestión; valores; cultura.

Abstract

With the arrival and development of new information and communication technologies, organizations have to adapt and to challenge, a global, complex and accelerated universe. The access to this new information, skills and techniques by any agent and their active participation in the organization process is a characteristic of the actual world. The axes which propose value creations are functions of the organizational ethical culture. The objective of this research is to develop an organizational ethics measuring tool, by defining an organizational ethics construct as a platform to achieve an enterprise ethical coefficient.

A construct was defined with 5 dimensions: coherence, truthfulness, inclusion, discipline, attitude; and an Organizational Ethical Coefficient.(CETOR). A survey was performed and analyzed with Factor Analysis Statistics. A previous survey was developed asking professionals about personal, corporate and social ethics assessment.

This new context demands well-oriented, fast and timely decisions achieving the goals of all the

social components involved. Workers values are increasing the influence over

68% of professionals considered their personal ethics and their corporate ethics is bigger than average and that Argentine social ethics is lower than the other Latin American countries. CETOR value obtained (2.63) point out organizations moderately ethic.

It is appropriate to emphasize the supremacy of the dimension Inclusion, following by Coherence and Discipline, setting aside Sincerity and Attitude.

Keywords: Ethics; Decision making; Management; Values; Culture.