

**DISEÑO DE PRUEBA SCREENING ORIENTADA A EVALUAR
EL VALOR DE LA INTEGRIDAD**

TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS COACHING
BOGOTA D.C., DICIEMBRE DE 2012**

**DISEÑO DE PRUEBA SCREENING ORIENTADA A EVALUAR
EL VALOR DE LA INTEGRIDAD**

TRABAJO DE GRADO

**MSc. Ps. CARLOS PARDO
ASESOR**

Ana Leidy Roció Peláez Ruíz 422829

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS COACHING
BOGOTA D.C., DICIEMBRE DE 2012**



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

“Las opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad de los autores; la Facultad de Psicología de la Universidad Católica de Colombia ha verificado el cumplimiento de las condiciones mínimas de rigor científico y de manejo ético.”

(Artículo 65 Reglamento Interno)

Agradecimientos

En primer lugar a Dios y la Virgen María, por permitirme llegar hasta el final de esta etapa académica sin desfallecer, a mi familia especialmente a mi madre Claudia Ruíz, por luchar día a día conmigo, a mi docente asesor Carlos Pardo por su metodología y acompañamiento en el desarrollo del Trabajo de Grado y finalmente a la Universidad Católica de Colombia por brindarme una formación académica enmarcada desde un ejercicio ético.

Dedicatoria

Es mi deseo dedicar el presente trabajo
a Dios y la Virgen María
por fortalecerme y permitirme
culminar esta etapa de mi vida.

A mi señora madre Claudia Ruíz
por su apoyo constante insuperable
y lleno de amor desvaneciendo
así la dificultad de cada situación,
con cariño y paciencia.

Tabla de contenido

Resumen,	1
Justificación,	2
Valor de la integridad,	3
Contextualización de la institución universitaria,	3
Génesis de la ética empresarial,	11
Valor integridad,	19
Objetivos,	27
Objetivo General,	27
Objetivo Específicos,	27
Método,	28
Estudio de mercado,	33
a. Objetivo General del Estudio de Mercado	
b. Objetivos Específicos del estudio de Mercado	
c. Presentación del producto	
d. Nombre, logo	
e. Producto básico	
f. Producto real	
g. Producto ampliado	
h. Clientes – segmentación	
i. Mercado potencial	
j. Mercado objetivo	
k. Mercado meta	
l. Canal de distribución	
Presupuesto,	37
Resultados,	38
Discusión y conclusiones,	43
Referencias,	45
Apéndices,	53

Lista de tablas

- Tabla 1. Costos, gastos y ganancias del programa, 37
- Tabla 2. Edad de los sujetos encuestados, 39
- Tabla 3. Género de los sujetos encuestados, 39
- Tabla 4. Tiempo de respuesta de los sujetos encuestados, 40
- Tabla 5. Datos de ajuste de los ítems al modelo de Rash 42

Lista de figuras

Figura 1. Función del modelo, 30

Figura 2. Logotipo del productos prueba screening – integridad, 34

Figura 3. Prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad, 38

Figura 4. Promedio de ítems y evaluados, 41

Lista de apéndices

Apéndice A. Organigrama Universidad Católica de Colombia, 54

Apéndice B. Organigrama Gestión del talento humano, 55

DISEÑO DE PRUEBA SCREENING ORIENTADA A EVALUAR EL VALOR DE LA INTEGRIDAD

Resumen

En la actualidad se ha identificado la carencia en la medición y evaluación de los valores corporativos en las organizaciones, motivo por el cual en el presente escrito se profundiza en el valor de la integridad, tras el diseño de una prueba psicométrica, orientada a evaluar el mencionado constructo desde tres categorías, siendo estas, la integridad personal, la integridad moral y la integridad empresarial, desde la técnica screening o de tamizaje, la cual fue procesada por medio del software winsteps, con base en la teoría de respuesta al ítem, con el modelo de Rash, después de su aplicación a 24 colaboradores de la Universidad Católica de Colombia, los resultados mostraron que la prueba es de buena calidad técnica, sin embargo, en la discusión se sugiere en relación a lo anterior y teniendo en cuenta el análisis de contenido de los ítems, revisar los siguientes ítems 3, 4, 10 y 15.

Palabras Clave: Integridad, prueba screening.

Justificación

En la actualidad las organizaciones en el mundo se han preocupado por mostrar una campaña limpia de las malas actividades empresariales que se han desarrollado desde los años cincuenta, para ello las organizaciones que posean este producto a nivel externo adquieren una buena imagen corporativa tras aplicarla, dado que los candidatos no seleccionados al cierre del proceso, identifican el peso que le brinda la organización a los valores y a nivel interno, permite que los trabajadores se adapten con mayor facilidad a la compañía, dando como resultado un buen desempeño por parte de los trabajadores y por ende aumento en el nivel de competitividad de la organización.

Este producto en las organizaciones del país genera un gran aporte dado que su análisis e interpretación, dan pie a generar acciones que le permitan identificar el impacto de los valores corporativos para los integrantes de la organización y con ello fijar metas en pro del mejoramiento y fortalecimiento de los valores en la cotidianidad empresarial.

Mediante la elaboración del presente trabajo, se pretende diseñar una prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad, utilizando como recursos las tecnologías de la información, para fortalecer los procesos de selección, al incorporar esta herramienta, se evaluara cierto número de candidatos en determinados procesos, aumentando la probabilidad de elegir al candidato que en mayor grado posee este valor corporativo complementando su idoneidad para ocupar el cargo, en esa medida se va ampliando la razón de selección y se genera valor agregado en el área de gestión de cargos y selección de la división del talento humano y así brindar a la Universidad Católica de Colombia una herramienta sustentada con altos índices de confiabilidad y validez tras su puesta en escena y que no le demande alto costo.

Valor de la integridad

Contextualización de la Institución Universitaria

La historia de la Universidad Católica de Colombia se escribe en 1968, tras la visita a Colombia de algunas personas con cargos de alto nivel, pertenecientes a la comitiva de su santidad Pablo VI, sugiriendo crear una Universidad cuya orientación fuera de orden católico, con el fin de brindar educación superior a las clases medias y populares del país, esta idea fue retomada en 1969, por Emigdio Rincón, Álvaro Gómez Hurtado, Pedro Felipe Valencia, Lorenzo Botero Jaramillo, Hernán Jaramillo Ocampo, Alfonso Arango Henao, Edgar Gómez Betancourt, Gilberto Giraldo Herrera, Álvaro León Cajiao Bolaños, Olmedo Bedoya Piedrahita, Juan Manuel Pachón Rubiano, Arístides Castillo Castillo, Aurelio Manotas Morales, Henry Henao Jaramillo, Carlos delgado Fernández, Hernán García Piedrahita, ángel maría quintero Hernández, Jorge vives Abelló y Humberto Álvarez rico.

Así entonces en marzo de 1970 se da inicio a las actividades de tipo académico en la Universidad ofertando inicialmente seis carreras, y en la actualidad se encuentran las facultades de Arquitectura, Derecho, Economía, Ingeniería y Psicología, sus respectivos programas cuentan con 10.300 alumnos a nivel de pregrado y alrededor de 650 alumnos a nivel de posgrado, en esa medida los programas están orientados a contribuir desde sus contenidos a las necesidades reales del país, involucrando sus políticas y las demandas del sector social.

En este trayecto (42 años), se ha contado inicialmente con el presidente Lorenzo Botero Jaramillo y el actual presidente Edgar Gómez Betancourt, de esa manera los rectores a cargo de la Universidad han sido: Alfonso Arango Henao (1969-1974), Emigdio Rincón Gómez (1975-1984), Gilberto Giraldo Herrera (1985-Junio 1989), Edgar Gómez Betancourt (Julio 1989-Junio 1994), Jorge Yarce Maya (Julio 1994-Septiembre 1994), Juan Manuel Pachón (Octubre 1995 -junio 1998), Jorge Leyva Durán (Julio 1998 – Marzo 2000), Guillermo Reyes (2000) y actualmente Francisco Gómez Ortiz.

Lo anterior se consolida tras el reconocimiento como Universidad mediante la resolución No. 15647 del Ministerio de Educación Nacional y el respaldo legal del ICFES y del Consejo Superior de la Universidad con sus programas académicos de pregrado y postgrado, siendo su razón social: “Universidad Católica De Colombia” y su razón comercial el brindar educación a nivel superior.

Dentro de la simbología se encuentran tres elementos, uno de ellos es el himno institucional elaborado por el Reverendo Padre Fray Juan de Jesús Anaya Prada, primer capellán y egresado de la facultad de derecho de la Universidad Católica de Colombia y consultor del Vaticano, su composición consta del coro, en él se resume la misión institucional centrada en la persona a imagen de Dios y tres estrofas, la estrofa inicial y la siguiente refiere el mensaje plasmado por el Papa Juan Pablo II, como respuesta al homenaje que le realizó la universidad, la estrofa final rinde homenaje a los fundadores de la institución, exaltando de igual manera la labor de los docentes, en la misma.

El segundo elemento es la bandera institucional creada por Ángel María Quintero, colaborador en la fundación de la Universidad, los colores que la componen representan la fe Católica en el siguiente sentido: el color azul refleja la proyección del tiempo y el infinito en el espacio azul del cielo, el blanco resalta la pureza y la honestidad como atributos de la institución al formar profesionales dentro de los preceptos ético-morales y el color dorado ejemplifica la riqueza espiritual reflejada en la academia, como preparación para la vida material, lo dicho anteriormente es compartido con el escudo, tercer elemento institucional.

Consecuentemente en la heráldica se incluían las imágenes de las cinco carreras con las cuales inicio labores la universidad, actualmente en la parte superior del escudo se encuentra el texto en latín “sapientia aedificavit sibi domum” (el saber ha edificado sobre si mismo su propio dominio), lo anterior se retoma de proverbios 9-1, al resaltar la correcta labor del profesional en su buen obrar, su buen vivir, manteniendo intachables comportamientos y valores, a continuación se encuentra la Cruz de Lorena enunciando la comunión entre la Universidad y la Arquidiócesis de Bogotá, así como también la barra horizontal superior representa el sacrificio de la religión europea por el Nazismo durante la segunda guerra mundial, consideremos ahora la barra horizontal central, esta refleja el triunfo de la vida sobre la muerte, la victoria del cristianismo y la prevalencia

de Jesucristo sobre el mal, finalmente sus colores son el azul reflejando el tiempo y el infinito en el espacio azul del cielo, el blanco indicando pureza y honestidad como atributos de la Universidad formando profesionales desde los preceptos éticos y morales y el dorado reflejando la riqueza espiritual, a través de la academia como preparación para la vida material.

Ciertamente lo anterior, se contempla en la Universidad Católica de Colombia, conforme con su fundamento y sus principios centrando su misión en la persona, para lo cual: 1.La universidad, desde su naturaleza intelectual y su riqueza doctrinal, genera en su propio acto educativo, 2.Concibe la educación como un acto de la inteligencia y la libertad de la persona y por lo tanto de la naturaleza moral, 3.Desarrolla en su comunidad la virtud de la “studiositas”, para que se aprenda a pensar y se fomente así la potencia creativa e innovadora, además de adquirir conocimientos, destrezas y habilidades, 4.Se presenta ante el mundo como origen de las acciones intelectuales y libres.

Ahora se ha proyectado una visión al año 2019, en donde la Universidad Católica de Colombia será reconocida por formar desde su identidad a sus estudiantes con excelencia y pertinencia, por su eficacia y productividad en la investigación, por la coherencia de su proyección social y por la innovación de su gestión.

Alineado con lo anterior la institución plantea como valores corporativos la libertad, la responsabilidad, la unidad, la integridad, la equidad, la solidaridad, la autonomía y la studiosidad, en esa medida la Universidad presenta como objetivos el formar al estudiante con excelencia y pertinencia, el estimular la actividad investigativa y la innovación, aplicada al desarrollo curricular, a la gestión, a la integración con el sector productivo y la comunidad, el institucionalizar la gestión y la validación de alta calidad, el garantizar la organización transparente y la gestión efectiva, en estimular la generación de nuevas fuentes de recursos financieros y el fortalecer la relación de la Universidad con los públicos de interés.

Finalmente, en conjunción con los estatutos de la universidad, los fines y principios de la educación superior, la institución se encuentra organizada en: el subsistema directivo generando el gobierno, el subsistema de planeación frente a la proyección institucional, el subsistema académico respecto a la docencia, el subsistema

administrativo atendiendo lo administrativo, financiero y logístico, el subsistema de servicios institucionales encargados de la infraestructura, y el subsistema de bienestar universitario fortaleciendo los procesos formativos (Ver Apéndice A.).

Contextualización del Área de Gestión Humana

La división de talento humano actualmente cuenta con un director del talento humano y está conformada por el área de contratación y nomina esta la componen el coordinador contratación y compensación, el analista de Nomina, el analista de seguridad social, el administrador de sistemas de Información y el profesional contratación y compensación, el área de formación y bienestar laboral integrada por el coordinador de formación y bienestar, el profesional de formación y bienestar laboral y el profesional de gestión aprendices, en área de salud ocupacional suplida por el coordinador salud ocupacional y el analista de salud ocupacional, el área de gestión de cargos y selección representada por el coordinador de gestión de cargos y selección y el profesional de gestión aprendices, adicionalmente, la división cuenta con un abogado laboralista (Ver Apéndice B).

A continuación se profundiza sobre el área de gestión de cargos y selección, cuyas actividades están orientadas a elaborar manual de funciones, realizar análisis y descripción de cargos, realizar el proceso de categorización a docentes nuevos.

Del mismo modo se maneja el proceso de inducción, realizado los días lunes en un horario de 9:00 a.m. a 12:00 p.m., en donde se proyecta el material y se le hace entrega de soportes informativos sobre la institución a los nuevos colaboradores de la Universidad.

De igual manera emplean el proceso de selección que sigue como etapas: 1) la requisición de personal 2) estudio de la requisición de personal, 3) reclutamiento y divulgación, 4) análisis de hojas de vida, 5) entrevista con psicólogo, 6) pruebas, 7) entrevista con jefe inmediato 8) referenciación, 9) validación de títulos, 10) exámenes de ingreso, 11) visita domiciliaria, 12) consolidación de resultados, 13) Entrega de documentos para contratación y 14) Cierre procesos de selección.

Proceso de Selección Organizacional

Del mencionado proceso se realiza una descripción a continuación debido a que el producto final se pretende incorporar a este proceso en la Universidad Católica de Colombia, el cual se sirve de pasos específicos que permiten discriminar que candidatos deben ser contratados, el proceso inicia cuando una persona solicita un empleo y finaliza cuando se toma la decisión de contratar a uno de ellos (Alles, 2009 y Montes& Gonzáles, 2006).

Dentro de los procesos de selección, se deben tener en cuenta los siguientes elementos: primero la descripción de las tareas, las especificaciones humanas y los niveles de desempeño, con la información anterior se adquiere conocimiento sobre el análisis del puesto, segundo la planificación de futuras vacantes en el área de recursos humanos y tercero identificar a los candidatos potenciales entre los cuales se puede escoger, lo mencionado anteriormente, es de vital importancia puesto que determina la efectividad en el proceso de selección al identificar el candidato que mejor se ajuste a las necesidades específicas del puesto y los requerimientos de la organización (Ansorena, 1996; Olleros, 2005 y Werther & Davis, 2008).

De igual manera se debe prestar atención a los factores implícitos dentro del proceso, como lo son: la selección interna que por políticas de la organización se emplean en determinadas situaciones, este consiste en convocar colaboradores de la organización a la vacante ofertada, la mayoría de organizaciones con sistemas computarizados emplean un programa determinado en donde se conmutan puntajes y verifican cuales empleados reúnen las características compatibles con el puesto (Dessler, 2001; García, Hierro & Jiménez, 2001 y Jiménez, 2011).

El otro elemento implícito corresponde a la razón de selección, al identificar la relación que existe entre el número de candidatos contratados y el número total de solicitantes, de igual modo, la conciencia ética debe primar sobre el actuar profesional apoyado con los estándares éticos y legales (Alles, 2006 y Llanos, 2008).

En esa dirección se debe contemplar que un proceso, es un medio para que la organización alcance sus objetivos, aunque se encuentran restringidos por los propósitos y políticas de la organización, entre más claros sean los límites, más eficiente será el

proceso de selección, este se precede por una serie de pasos descrito a continuación (Ansorena, 1996; Dessler, 2001 y Jiménez, 2011).

El paso inicial consiste en la recepción preliminar, este se da en dos sentidos, por un lado la organización elige a sus empleados y por el otro elige a candidatos potenciales entre otras empresas, se da inicio a la selección preliminar con una cita entre el candidato y la oficina de personal, en ello el candidato empieza a formarse una opinión de la organización y en esto, muchos de ellos se pueden desalentar si no se les atiende adecuadamente desde el principio, en ocasiones surgen solicitantes espontáneos que se acercan personalmente, en esos casos Rojas (2010), recomienda conceder una entrevista base, en donde se verifiquen los datos contenidos en la hoja de vida.

El siguiente paso es la administración de exámenes, aquí se emplean instrumentos de evaluación con el fin de evaluar la compatibilidad entre los aspirantes y los requerimientos del puesto, estas pruebas de idoneidad involucran exámenes psicológicos y/o situaciones de simulación; a medida que aumenta el nivel del cargo, resulta más difícil medir la idoneidad de los participantes, para ello autores como Montes y Gonzales (2006), proponen aplicar sistemas de evaluación paralelos y conmutar los puntajes de cada uno de los aspirantes, frente a la validación de los exámenes, como es de conocimiento en el ámbito psicológico, la aplicación de pruebas toma fuerza a partir de la segunda guerra mundial, debido a su tendencia a determinar la capacidad básica del individuo frente a diversas actividades, aunque en aquel tiempo carecían de validez, en la actualidad la validez está contenida entre las puntuaciones obtenidas y la relación con el desempeño, entre más alta sea la correlación, más efectiva será la prueba como instrumento de selección, así para demostrar la validez de una prueba se pueden emplear dos enfoques, siendo este el enfoque de demostración, el cual se basa en el grado de validez que una prueba pueda establecer y el segundo enfoque denominado racional, el cual se fundamenta en el contenido y el desarrollo de la prueba (Olleros, 2005 y Rojas, 2010).

De igual manera las pruebas deben ser confiables y deben brindar resultados similares tras su aplicación al mismo individuo, lo anterior se debe contemplar a la luz del manual de cada prueba, aunque la mayoría de pruebas en la actualidad son validas,

es necesario que la división realice estudios de verificación y así confrontar esta con los fines que la organización busca (Alles, 2006 y Jiménez, 2011).

A medida que va transcurriendo el proceso, es importante considerar que en el mercado laboral, actualmente se genera la alta demanda sobre la alta gama de exámenes psicológicos, más hay que tener en consideración que cada una de las pruebas tiene una utilidad limitada y por ende no se debe considerar un instrumento universal, motivo por el cual se debe verificar y aterrizar al contexto el objetivo de la prueba, en cuanto a las pruebas de desempeño, estas miden la habilidad de los candidatos para ejecutar ciertas funciones de su puesto, por otro lado las pruebas de respuesta grafica miden las respuestas fisiológicas asociado a determinados estímulos, de lo inmediatamente anterior la prueba más común es el polígrafo, aunque no en la población latinoamericana debido a factores éticos, otras son las pruebas de carácter medico y determinan el estado de salud del candidato, por ende brinda información frente a características que le pueden hacer recomendable a un puesto (Ansorena, 1996; Dessler, 2001 y Rojas, 2010).

La siguiente etapa corresponde a la entrevista de selección, este consiste en una conversación formal y profunda entre el candidato y el psicólogo, orientado a evaluar la idoneidad del candidato en relación al puesto, contestando de manera implícita las siguientes preguntas: ¿Puede este candidato desempeñar el cargo? y ¿Cuál es el valor agregado de este candidato deferencial de los que lo han solicitado? (Montes & Gonzáles, 2006).

La técnica descrita anteriormente se caracteriza por ser flexible y en ella se abre una línea de comunicación bidireccional, en donde el entrevistador recibe información sobre el candidato y este a su vez recibe información acerca de la organización, aunque en esta técnica se debe fortalecer la confiabilidad y esto se da cuando concuerdan las conclusiones de los entrevistadores y su validez depende de los estudios llevados a cabo por la división (Jiménez, 2011).

De lo anterior, se rescatan los siguientes tipos de entrevista: el tipo de entrevista individual, encontrando solamente un entrevistador y un solicitante; el tipo de entrevista grupal encontrando como situación primero un entrevistador y dos o más solicitantes, segundo dos o más evaluadores y un solicitante y tercero dos o más evaluadores y dos o más solicitantes, otro tipo es la entrevista estructurada, basado en un marco de preguntas

predeterminadas, razón por la cual es más confiable, aunque más mecánica, por su parte el tipo de entrevista mixta incluye preguntas de tipo estructurado, fortaleciendo la base informativa comparando los candidatos y preguntas de tipo no estructurado, generando conocimiento acerca de las características específicas del solicitante (Deems, 2003 y Llanos, 2008).

Continuando con lo anterior, el tipo de entrevista conductual, gira en torno a una serie de asuntos, que se espera el candidato resuelva, se evalúa tanto la respuesta como la explicación que de, esta prueba presenta una mayor validez, siempre y cuando las situaciones hipotéticas guarden mayor relación con lo requerido en el puesto y finalmente el tipo de entrevista por tensión, en donde se expone al candidato a situaciones de gran presión (Ansorena, 1996 y Jiménez, 2011).

Dentro del proceso de entrevista se debe tener en cuenta primero la preparación por parte del entrevistador, en donde elabore preguntas específicas y para ello debe conocer las condiciones y características del puesto, de esta forma debe proveer y evitar temas ajenos a la situación profesional (Deems, 2003 y Rojas, 2010;).

Al dar inicio a la entrevista debe crear un ambiente de confianza, generando la aceptación recíproca, presentando por parte del entrevistador un ambiente caracterizado por la empatía (Dessler, 2001 y Jiménez, 2011).

A continuación se debe propiciar el cambio de información tras mantener la conversación estableciendo confianza y así adquirir mayor información sobre el candidato, conjuntamente no se puede finalizar la entrevista sin resumir los siguientes pasos del proceso, ultimadamente se realizaría la evaluación en esta parte, el entrevistador debe registrar las respuestas específicas, sus impresiones generales respecto al candidato y se debe contemplar tanto los errores del evaluador como los del evaluado (Llanos, 2008).

El paso siguiente corresponde a la verificación de referencias y antecedentes, por un lado la verificación de referencias personales, brinda poca objetividad puesto que estos informes están contenidos de información suministrada por familiares y amigos, por otro lado las referencias laborales describen la trayectoria del candidato en el campo de trabajo, esto también carece de objetividad, puesto que los jefes no siempre suelen emitir juicios objetivos. En cuanto a las normas de inmigración y naturalización es

indispensable revisar cuidadosamente los documentos migratorios y las visas o permisos legales que amparen el derecho a laborar en el país (García, et al., 2001; Olleros, 2005 y Werther & Davis, 2008).

El paso a seguir es la evaluación médica, en donde un médico especialista verifica la salud del futuro personal, por lo general esto se da en una clínica especializada, el paso posterior es la entrevista con el supervisor, el cual tiene la responsabilidad de decidir respecto a la contratación de nuevos empleados en su área de trabajo (Alles, 2009 y Montes & Gonzáles, 2006).

Posteriormente se debe realizar una descripción realista del puesto, pues al nuevo colaborador se le debe aclarar las dudas sobre su posición, se sugiere realizar una sesión de familiarización con el equipo y puestos de trabajo a la nueva persona vinculada con la organización (Dessler, 2001; García, et al., 2001 y Werther & Davis, 2008).

Por último al tomarse la decisión de contratar, se decide a que persona se contrata y se emite un mensaje a los que no fueron seleccionados debido a que invirtieron tiempo y esfuerzo en el proceso, lo cual muestra respecto por su participación (Ansorena 1996; Jiménez, 2011 y Olleros, 2005).

Con base en lo descrito anteriormente el producto final fortalecería la etapa en la aplicación de pruebas psicotécnicas, generando un nivel de criterio mayor entre las características del candidato y las demandas de la organización, por tal motivo se toma como punto de partida la génesis de la ética empresarial hasta la descripción de las variables a trabajar.

Génesis de la Ética Empresarial

Inicialmente la ética empresarial comienza con la aparición de empresas grandes poco tradicionales en su organización y jerarquía, allí se gestan innumerables reflexiones sobre la responsabilidad social de las empresas y sobre la gestión como profesión, lo anterior prevalecía sobretodo en empresas cuyas tradiciones religiosas estaban muy marcadas y por ende buscaban la forma de incorporar los planteamientos morales a las organizaciones (Fernández, 2009; Guerra, 2007 y Martínez, 2005).

Finalizando la década de los cincuenta y durante la década de los sesenta, el desarrollo de la doctrina social, cobra mayor fuerza desde los fundamentos de la iglesia

y las reflexiones teológicas, frente a las realidades en el mundo del trabajo, generando así una gran controversia mundial en torno a la ética social católica (Scott, Bruce. & Cere, 2010 y Valor & Hurtado, 2009).

Conjuntamente en los años sesenta, tras la guerra de Vietnam, la cultura norteamericana se ve fuertemente criticada a causa de las actividades empresariales que afectan las interrelaciones sociales, mostrándose imperialistas ante países de tercer mundo, deteriorando el sistema ecológico, tras el desarrollo industrial, imponiendo como estilo de vida el consumo masivo (Ángel, 2010 y Martínez, 2005).

Lo anterior generó un inconformismo y por ende se estableció como elementos de solución la denominada responsabilidad social, en donde se mostró interés y preocupación por el efecto que se tenía en la sociedad, a causa del desenvolvimiento empresarial, siendo este independiente del interés individual del propietario (Arrieta & De la Cruz, 2009; Fernández, 2011 y Heter, 2010).

En esa medida, se comienza a trabajar sobre el cambio de perspectiva en la organización, en donde se tiene en cuenta el producto, pero también se potencializa el interés en la persona, esto se enmarca en el concepto: contrato social implícito, el cual se da entre la comunidad y la organización, en donde se asumen por parte de la empresa las obligaciones con la comunidad y esto se va haciendo manifiesto en las políticas (Martínez, 2005 y Scott, et al., 2010).

Mencionado periodo refleja el llamado a una construcción entre el sector económico y la formación social, esta reflexión, parte de las instituciones universitarias al mundo empresarial, siendo las iglesias las propulsoras del presente fenómeno. Posteriormente tras diversos desarrollos frente a la ética de los negocios, los filósofos de la época comienzan a indagar y delimitar el status moral de las empresas (Ángel, 2010 y Valor & Hurtado, 2009).

Ahora bien, desde los años setenta y hasta los ochenta, la ética empresarial se fue consolidando tras diversas posturas, lo cual se denominó especialidad interdisciplinaria, con base en ello las instituciones universitarias generan producción académica de rigor y aplicabilidad respecto al tema (Arrieta & De la Cruz, 2009 y Martínez, 2005).

Esto da cuenta de la fuerza que va cobrando la ética empresarial en Norteamérica, por el mismo tiempo, los países europeos parten de las crisis ideológicas para gestionar

una ética centrado en los valores empresariales, acudiendo a posturas filosóficas y sociológicas, por tal instancia se identifica que Europa a nivel empresarial se preocupa por los valores sociales, mientras que Estados Unidos está centrada en los códigos éticos en relación a la línea de negocio (Ángel, 2010 y Fernández, 2009).

Durante los años noventas, tanto en Estado Unidos como Europa, se han creado diversos centros de estudio, conciliando el mundo académico con el mundo organizacional, generando investigación y producción intelectual respecto a la ética empresarial. En esa medida a mediados del siglo XX en adelante, se comienza a priorizar la ética empresarial, puesto que se aumenta la demanda social ante situaciones inmorales protagonizadas por las empresas, motivo por el cual buscan reducir estos hechos alarmantes (Martínez, 2005 y Valor & Hurtado, 2009).

Este recorrido muestra el impacto que ha tenido la ética en el mundo empresarial, sin embargo esta construcción continua, al generar nuevas líneas de conocimiento que permitan afrontar adecuadamente los desafíos que trae consigo el progreso, fortaleciendo la aplicación de los valores y normas de la organización en favor de la sociedad (Arrieta & De la Cruz, 2009 y Valor & Hurtado, 2009).

Ahora observemos, que en Colombia durante los años sesentas, se da origen a las primeras intersecciones entre el sector académico (programa de maestría en administración de la Universidad del Valle) y el sector empresarial (fundaciones: Corona, Carvajal entre otras) tras debatir sobre el concepto de responsabilidad social (Ángel, 2010 y Fernández, 2011).

Durante los setentas en Antioquia se mide por primera vez la gestión social, mediante el primer balance social en 1977, se promociona y desarrolla el estudio hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia, el cual involucra a la clase dirigente del país, a partir de ahí se generaron múltiples seminarios con el fin de cuestionar la función social del empresario (Martínez, 2005 y Valor & Hurtado, 2009).

En cuanto a los años ochentas, se pronuncia la asociación nacional de industriales formando el primer modelo de balance social, alineado a los planteamientos franceses, por el mismo tiempo el Centro Colombiano de Relaciones Públicas plantea en uno de sus congresos incorporar el concepto de responsabilidad social empresarial en la toma de decisiones, facilitando el alcance de los objetivos económicos en términos éticos y

sociales, contribuyendo con aspectos de interés público, sin embargo algunas de las empresas se acogían al presente concepto, como un escudo para promocionar su empresa y así alcanzar mayor ventaja competitiva, motivo por el cual la Cámara Junior crea un programa de proclamación de la empresa con proyección social (Ángel, 2010 y Fernández, 2009).

Del mismo modo se crea el Centro Colombiano De Responsabilidad Social, este tiene como propósito divulgar, promocionar, investigar y asesorar múltiples empresas con residencia colombiana, frente a temas como la responsabilidad social y la ética empresarial. Desde el año 2000 en adelante INCONTEC viene adelantado una serie de estudios en relación a la normatividad de la responsabilidad social empresarial en Colombia, para lo cual crea el comité técnico de normalización 180 de responsabilidad social (Martínez, 2005 y Scott, et al., 2010).

Valores desde el Marco Ético Empresarial

Actualmente en Colombia la responsabilidad social está orientada a fortalecer el compromiso esperado por parte de los directivos, frente a la expresión y continua formación de los valores éticos, permitiendo desarrollar y fortalecer un sentido humano a cada colaborador de la empresa, potencializando su empeño por el desarrollo sostenible de la organización (Ángel, 2010 y Hernández & Saldarriaga, 2009).

En un principio, la creación de una empresa no basta exclusivamente con la planeación y estructuración de la misma, adicionalmente se encuentran inmersos códigos y valores que contribuyen a facilitar la finalidad y el propósito de la empresa, de ahí que en los diferentes procesos de selección se debe incluir herramientas que permitan evaluar a personas que se ajusten no solamente al cargo, sino también a los valores corporativos que presenta la organización (Fernández, 2011).

Lo anterior contribuye a una mayor adaptabilidad del nuevo colaborador a la institución, preservando esos códigos de ética estipulados por la institución, de esa manera prevalecerían los planteados por la empresa, disminuyendo el riesgo de alterar estos código de conducta por el ingreso de nuevos colaboradores que no compartan esta percepción, esto también facilita la permanencia del colaborador, en la medida en que este se sienta identificado con la ética empresarial, es más probable que continúe

trabajando por mucho más tiempo, que aquel que no comparta lo mencionado anteriormente (Martínez, 2005 y Scott, et al., 2010).

Por tal motivo se vuelve indispensable identificar la similitud de los valores y expectativas que poseen los candidatos antes de ser contratados, de ser contratados queda en la persona la responsabilidad de establecer que tanto se ajustan sus principios y escala de valores a los de la organización, pues estos pueden ser moldeados o pueden generar conflictos (Fernández, 2011).

En esa medida el concepto de valor ético, cobra un sentido más amplio que el de respetar, seguir y cumplir con las leyes empresariales y gubernamentales, pues este involucra las relaciones existentes en el día a día entre los colaboradores, los compañeros, los subordinados, los jefes, los clientes ó usuarios, generando una reciprocidad de mutuo acurdo, enmarcado dentro de las líneas del respeto, lealtad y responsabilidad (Eguiguren & Barroso, 2011 y Suárez, Leiva & Negron, 2010).

Es preciso mencionar, que en toda acción empresarial debe estar presente la ética, ya sea en la negociación, la contratación, la compensación, el despido entre otros, esto da cuenta de la presencia constante que debe tener la ética en cada sector de la organización, lamentablemente hay organismos que dejan de lado la ética y los valores por obtener mayor ventaja competitiva o mejores resultados financieros, pasando por alto que los valores corporativos hacen parte de la principal ventaja competitiva, puesto que esta atrae clientes de primer nivel (Fernández, 2011).

De igual manera los valores corporativos pueden potencializar las buenas actividades organizacionales, despejando la empresa de prácticas corruptas, por tal instancia si la cultura organizacional se fortalece mediante valores comunes, más allá de los códigos o reglas conductuales, la organización se solidificaría por medio de los componentes éticos (Eguiguren & Barroso, 2011).

Debemos tener en cuenta que las personas son un fin en sí mismo no un medio, en esa medida el capital humano se convierte en el mayor activo empresarial, esto es fundamental para involucrar cada actividad institucional con la ética (Fernández, 2011).

Tanto las políticas como los valores empresariales tienen un gran impacto en la cultura organizacional, sin embargo, se debe considerar que la cultura organizacional esta en continuo cambio y para mantenerse deben prevalecer los principios éticos, según

Arrieta y De La Cruz (2009), con el fin de brindar un trato más humanizado y fomentar un desarrollo sostenible en el futuro.

Eguiguren y Barroso (2011), señalan que la sostenibilidad empresarial gira en torno a la firmeza y la toma de decisiones que estas manejen respecto a la “excelencia ética”, generando acciones que transformen la empresa, en esa medida Martínez (2005), considera que para fortalecer un marco ético, se debe brindar formación y capacitación a los colaboradores, ampliando la responsabilidad social empresarial.

En la actualidad se considera el concepto ética, a grandes rasgos como un compendio de valores morales que rigen la construcción y consolidación de una vida valiosa, con ello el coraje permite afrontar cada uno de los retos persistentes en la cotidianidad, de allí se origina la ética empresarial (Arrieta & De La Cruz, 2009).

Mencionada ética empresarial, busca fortalecer el carácter moral de las personas y constantemente generar una cultura organizacional de amplia responsabilidad social, en ese orden de ideas se conceptualiza un paradigma de valores y principios para la ética, comprendida desde aquella responsabilidad social que involucra en primer lugar el respeto por la dignidad y los derechos de los empleados y de los demás implicados con la actividad empresarial, seguido a esto se debe considerar la justicia en las diferentes transacciones y relaciones tanto individuo, grupo y empresa con el estado dentro del contexto de la globalización (Martínez, 2005).

Posteriormente se debe fomentar la solidaridad, pues esto genera compromisos con la búsqueda del bienestar social de las personas internas y externas a la organización, en igual medida la responsabilidad es una base para cualquier corporación que busque presentar un servicio de mejor calidad, esto sin deteriorar las condiciones del medio ambiente, indiscutiblemente la presencia de la honestidad es indispensable puesto que su exigencia gira en torno a la transparencia en la comunicación y ejecución de cada una de las actividades a realizar por cualquier colaborador en cualquier nivel, desde luego el coraje permite fortalecer líderes emprendedores, que se sobrepongan a las dificultades propias del mundo empresarial, para lograr sacarlas adelante dejando resultados positivos sin ocasionar lesiones personales ni funcionales (Caldevilla, 2010).

En consideración con lo anterior, es de tener en cuenta que la ética empresarial se da en comunidad y el atentar contra ella, se considera un delito, por ende quien lo

comete debe asumir las consecuencias, de allí que sea normativa, por tanto las organizaciones pretenden aumentar su capacidad de reflexión sobre la moral de la persona humana, con base en esto se han diseñado métodos de análisis que han permitido identificar el impacto que tienen los valores empresariales en el sentido de vida de los colaboradores (Fernández, 2009 y Scott, et al., 2010).

En esa medida el concepto de ética se aplica para las poblaciones inmersas en un contexto organizacional, con el fin de analizar la necesidad personal de sentido y responsabilidad en las actividades a realizar, para ello es indispensable tener en cuenta que cada persona debe asumir sus obligaciones con rigor, pues el fortalecimiento de los valores empresariales se da a nivel colectivo, cubriéndose tras una dimensión sistémica, tan solo desde allí se configura un marco de comprensión ética, vinculando un análisis entre la empresa dentro del sistema económico y la exigencia de valores éticos para que la conducta individual y grupal este de acuerdo con la dignidad humana (Martínez, 2005 y Valor & Hurtado, 2009).

Así entonces es conveniente realizar un balance social, es decir, aplicar una técnica de evaluación a los colaboradores de una organización en particular con el fin de recoger información en los distintos niveles de jerarquía en la estructura organizacional, con ello establecer conclusiones que aporten ideas para la planificación tanto del personal como del conjunto de actividades en la institución (Arrieta & De la Cruz, 2009 y Fernández, 2009).

Esto les permite a los empresarios identificar las fortalezas y aspectos a mejorar de su proyección social, además les permite conocer si esto favorece el sentido de vida de las personas, es decir, que las personas fortalezcan el conjunto de valores que poseen fomentando desde su cotidianidad el vivir con dignidad, buscando la felicidad, poniendo en práctica su sabiduría y el concebir que los seres humanos desde que nacemos somos un proyecto en constante construcción (Ángel, 2010 y Valor & Hurtado, 2009).

Es de contemplar que las empresas están constituidas con capital humano cuando se carece de él, desvaneciéndose la organización, por tal motivo es indispensable invertir en el desarrollo de la persona humana, no solamente con actividades de bienestar laboral y prestaciones de ley sino acompañando a los colaboradores en la construcción de su sentido de vida formándolos frente a la comprensión de su existencia y el significado

particular de esto, sobre el impacto de su comportamiento en los demás y su orientación hacia el obrar correctamente en la organización, lo mencionado debe estar enmarcado no solamente en la orientación, sino también en lo inteligible, es decir, en la comprensión, la paciencia y la planeación (Arrieta & De la Cruz, 2009 y Martínez, 2005).

De esa manera el sentido de vida, pasaría de ser una ilusión a ser una construcción de la integridad humana desde la razón, a partir de la verdad y el bien, tratando de ser objetivo, en la medida en que este sentido se descubra en los diferentes ámbitos de la vida, entre ellos el personal, social, familiar y desde luego laboral, aunque no se debe dejar de lado el creer en lo posible y no solo en lo racional, para ello la persona con base en una vida interior reflexiva, une estos dos aspectos e identifica lo que es de su interés acercándose al ideal ético y con ello se debe fortalecer la moral (Scott, et al., 2010 y Valor & Hurtado, 2009).

Por tal instancia la responsabilidad social, en torno a la ética empresarial pretende fortalecer actividades encaminadas a la constante construcción en beneficio de la calidad de vida de los empleados, su familia y la comunidad en general, pero esto no se da en el vacío pues adicionalmente se deben considerar los asuntos sociales y comunitarios, su impacto en la organización y las estrategias para alcanzar esa visión, si lo mencionado anteriormente es coherente, las personas vinculadas a la organización vivirán los valores (Fernández, 2009 y Martínez, 2005).

En esa medida, la vida se convierte para la persona humana en un conjunto de valores que se deben poner en práctica durante la existencia, lo cual se convierte en la capacidad de autorregulación, por eso cada persona es responsable de su propia realización personal denominado misión de vida (Ángel, 2010 y Martínez, 2005).

De esa manera, la Universidad Católica de Colombia, conceptualiza los valores corporativos como pautas que orientan el comportamiento humano, en relación a la transformación social y la realización de la persona, de lo cual concibe como valores fundamentales la libertad, responsabilidad, unidad, equidad, solidaridad, autonomía e integridad, para efectos del presente trabajo se realiza una breve definición de cada uno de los valores más se profundizara en el valor de la integridad (Departamento de humanidades, 2012).

Inicialmente el valor de la libertad, en relación al PEI y la misión institucional, se conceptualiza como una dimensión humana, en busca de la verdad y el bien desde la realización personal, respetando las normas; por su parte el valor de la responsabilidad refiere el actuar de la persona, consigo misma y la realidad, asumiendo el resultado de sus acciones en su obrar (Gestión de Calidad, 2012).

El valor de la unidad involucra la inteligencia y la voluntad, en favor de la verdad y el bien, conservando su percepción sobre la realidad, generando un equilibrio entre lo objetivo y lo subjetivo, inmerso en el contexto laboral, permitiendo potenciar el desarrollo de la persona humana (Departamento de humanidades, 2012).

Por otra parte el valor de la equidad, dentro de la institución es entendido como una rama de la justicia, que involucra el conocimiento pertinente a cada uno de los colaboradores. Para que a su vez estos sean efectivos (Gestión de Calidad, 2012).

La solidaridad es un valor, cuya descendencia proviene de la responsabilidad, en ese sentido implica que cada uno de los colaboradores debe asumir las consecuencias de sus actos ya sea para bien o para mal (Departamento de Humanidades, 2012).

En cuando al valor de la autonomía se precisa el presentar una postura crítica, sobre la propia identidad y con ello, transmitir todo aquel conocimiento que se ha adquirido; de igual manera el valor de la estudiosidad, se configura a través del afecto, la disciplina, la atención y el orden, con lo cual se pretende generar reflexiones acerca de los alcances científicos a favor de la sociedad (Burian van & Genoveva, 2009 y Gestión de Calidad, 2012).

Valor Integridad

La Universidad Católica de Colombia conceptualiza el presente valor como un elemento subyacente al valor de la unidad, en el cual se incluye la originalidad en el conocimiento, el comportamiento y el lenguaje, orientando su definición hacia la unión ontológica y la moral (Barry, 2008 y Departamento de Humanidades, 2012;).

Por consiguiente incluyen como componentes de la integridad, primero la totalidad ontológica y la moral de las personas y segundo la facultad de perfeccionar constantemente el trabajo desde la reflexión personal, con el fin de exteriorizarlo a los demás (Gestión de Calidad, 2012).

De la misma manera se establecen unos comportamientos derivados del valor de la integridad, siendo estos: primero el manejo de la inteligencia emocional, social e interpersonal, segundo el construir la belleza tras el orden de la organización, tercero el responsabilizarse con el cumplimiento de los propósitos institucionales y cuarto fomentar las virtudes, con el fin de fortalecer y descubrir nuevos talentos (Departamento de Humanidades, 2012).

De lo anterior se puede observar que Alles (2010), define el concepto integridad, como una capacidad para emitir comportamientos acertados en relación con los valores morales, permitiendo desarrollar costumbres y prácticas profesionales adecuados, para realizar actos con firmeza y coherencia entre el decir y el hacer, entonces el concepto en mención se convierte en un atributo o dimensión de la persona humana en constante fortalecimiento, tras la construcción de relaciones, cuyo fundamento es la honestidad y la veracidad.

Asimismo se debe tener en cuenta que el concepto integridad hace referencia a la totalidad, por que el ser humano como sujeto moral, es un fin en sí mismo, dotado con la capacidad de tomar decisiones responsablemente sobre su propio comportamiento, por consiguiente, desde la responsabilidad social empresarial, precisan como indicadores éticos, la rectitud, la honestidad, la honradez, el buen obrar, y la confianza esto se ve reflejado en la escala de valores que la persona presenta (Universidad de Cádiz, 2012).

La integridad como dimensión de la persona humana no solo determina la conducta, sino que también el estilo de vida, cada actividad que se realiza en la cotidianidad configura el comportamiento de esa persona en particular, en esa medida la persona continuamente está mostrando sus principios a través de sus acciones y con esto se percibe la relación que la persona establece con su entorno social, en esa medida la integridad se desarrolla tras la consagración de la persona a un código moral o ético firme, del cual hace uso y lo vive con su constante practica mostrando firmeza y fidelidad a esas normas (Diyer, 2009).

De modo que la integridad comienza a resaltar en una persona o entidad cuando da lo mejor de su ser, en cada actividad encomendada y cumple con los objetivos propuestos satisfactoriamente sin dañarse, ni dañar a otros. Por otro lado se puede identificar que una persona carece de integridad en el momento en que esta se muestre

hipócrita, puesto que aquel que no vive sus valores en cada aspecto de su vida como totalidad, no puede ser ejemplo confiable para otros (Palacios, 2010).

Dentro de los comportamientos inmersos en la integridad se identifica el admitir y asumir los errores cometidos, posteriormente se deben gestionar herramientas para corregirlo, así mismo, se debe estimular a las demás personas, con el fin de motivarlas a comportarse de la misma manera, es decir, ciñéndose a las normas y valores propuestos por ellos mismos, tan solo así, se genera apertura a la honestidad consigo mismo en diferentes situaciones ya sea familiares, laborales y demás (Alles, 2010).

Entonces la persona se ve comprometida a no despojarse de la responsabilidad culpando a otros, por el contrario se debe actuar frente a las consecuencias negativas, es necesario que la persona actúe con transparencia compartiendo información verdadera y cumpliendo con los requerimientos de su vida diaria, es pertinente mostrar ante situaciones de conflicto una actitud de conciliación equitativa, de manera que el trato de la persona hacia los demás debe ser respetuosa, consecuentemente, una persona que se considere íntegra está en la obligación de ser sincero a la hora de expresar sus pensamientos y en esa medida podrá exigir honestidad por parte de los demás (Diyer, 2009 y Universidad de Cádiz, 2012).

Por consiguiente es indispensable que la persona se distinga por identificar en las situaciones lo que es correcto, de lo que no lo es y desde luego optar por comportarse correctamente, mostrando coherencia y rectitud entre su pensamiento y su actuar, sin embargo esto se da cuando la persona tiene claro cuál es su propósito y luchar por no caer en la jugarrera de la doble moral, en donde se actúa correctamente según su conveniencia (Alles, 2010 y Palacios, 2010).

Para poner en práctica la integridad se requiere de una constante reflexión desde la moral esto implica conocerse así mismo y ser fiel a sus principios y no solo en la mente, por lo que se observa la integridad tiene un gran impacto en la toma de dediciones, pero para ello se deben consolidar los valores morales en las diferentes situaciones y se debe analizar cuáles de estos valores están implicados en esa situación, posteriormente se debe puntualizar cuales son la normas que se aplicarían a esta situación, por último se toma la decisión con responsabilidad y en esto se debe tener presente los conflictos entre valores y el interés que hay por parte de la persona en cada uno de ellos (Martínez,

2005). Para el presente trabajo se toman como dimensiones de la integridad, la integridad moral entendida como código de conducta que determina los actos de una persona concreta, la integridad personal concebida como la decisión que como individuo toma para su formación y la integridad laboral como la escala de valores que elige una organización en particular, lo anterior se profundizará a continuación.

Dimensión de la Integridad

Integridad Moral

La integridad moral vincula ciertos patrones de conducta, en donde se incluyen valores prohibiciones e ideales de vida, que conforman un sistema propio en la persona convirtiéndose así en un modelo ideal de buena conducta puede ser estudiada por las ciencias sociales sociología y antropología social (Fernández, 2009 y Martínez, 2005).

De tal manera que aquel código personal de conducta, es una guía sobre el actuar de la persona, pues tan solo esta decide cuales valores configura como los más relevantes y se ciñe a ellos a lo largo de su vida, es decir, se convierte en una serie particular de pautas conductuales que sirven de base para los juicios morales que cada cual hace sobre sí mismo y sobre los demás (Scott, et al., 2010; Valor & Hurtado, 2009).

Es conveniente mencionar que la elección de los valores por parte de las personas depende en gran medida de la influencia cultural a la cual pertenecen y no solamente a su construcción personal y la elección de los valores también depende de las condiciones socioeconómicas, el temperamento y otras condiciones de la persona, con lo anterior se puede observar que tanto la moral colectiva como la moral personal impactan en la moral vivida cotidianamente por la persona (Ángel, 2010 y Martínez, 2005).

La integridad moral se conceptualiza como una cualidad inherente a la persona humana, por lo cual decide sobre su propio comportamiento, del mismo la integridad moral, se operacionaliza como la capacidad del ser humano para tomar decisiones respecto a su comportamiento, en esa medida la persona se considera íntegra cuando sus actos son correctos, es decir, que cada una de las acciones están contempladas para hacer el bien y que a su vez esto no deteriore a los demás, ni a sí mismo (Arrieta & De la Cruz, 2009 y Fernández, 2009).

La integridad moral, se forma en torno a tres aspectos, el primero de ellos es la alineación de valores o ideales que dan sentido a las acciones de la persona humana, seguido por la construcción de principios en donde se formulen las pautas éticas universales, considerando los valores que deben ser aplicados a las diferentes situaciones y porque razón las elige, por último, fortalecer los hábitos morales, asumiendo el compromiso de llevar una vida, envuelta en valores y con la convicción de aplicar los principios morales a las diversas ocasiones, esto aumenta la repetición de actos buenos y genera en la persona una actitud permanente de actuar correctamente, de ahí que los hábitos morales crean un carácter moral de la persona catalogado como su capital moral y es consignado como el arte de vivir con dignidad (Martínez, 2005; y Scott, et al., 2010).

Sin embargo se debe complementar lo anterior, por medio de la conciencia moral, la cual establece una valoración de la conducta humana y expresa lo que se debe hacer o evitar según los valores interiorizados y las normas admitidas por las personas (Ángel, 2010), por consiguiente, la conciencia moral aprueba o desaprueba los actos de la persona y se encarga de implantar la norma interior, frente a la moralidad de los actos, instaurando la aplicabilidad de una norma exterior o de un valor objetivo en relación con una circunstancia personal concreta, la conciencia exige y compromete a la persona a emitir la conducta que aparezca como apropiada, por eso es de carácter inviolable.

No obstante, Martínez (2005), considera que se debe formar la conciencia, para ello es necesario que la persona reconozca claramente los principios morales que rigen el comportamiento y aprenda a tomar decisiones aplicando los principios a los casos concretos, el cumplir y conocer el deber moral depende de la inteligencia de la persona, su temperamento y su educación.

De allí se reconocen cuatro tipos de conciencia, siendo una de ellas la verdadera, caracterizada por juzgar con base en los valores éticos y se goza de haberlos puesto en práctica, otra es la conciencia errónea, la cual emite un juicio sobre una vaga idea de los valores, la otra es la conciencia dudosa, esta no tiene claridad respecto a lo que es bueno o lo que es malo y por último la conciencia insegura que dependiendo de la situación juzga con baja rectitud moral (Ángel, 2010 y Fernández, 2009).

Integridad Personal

La integridad personal es entendida por MacArthur (2010 como se citó en Hooijberg, Lane, & Diverse, 2010 y Ma, 2010)), como la decisión que el individuo toma para escoger la opción buena o mala de acuerdo con los valores y la formación de cada persona, puesto al servicio de los demás impulsado por la vocación y con la dignidad que corresponde a la persona humana, de modo operacional se entiende como la capacidad del ser humano para tomar decisiones respecto a su comportamiento en beneficio de la comunidad

En esa medida, al ser la integridad personal puesta al servicio de los demás, esta involucra la totalidad y diversidad de las actitudes poseídas por la persona, es decir, hay evidencia de la integridad personal cuando un individuo pasa de centrarse en una sola actividad a moverse en distintas áreas del conocimiento y hace lo correcto procurando el bien, sin que esto afecte a los demás (Caldevilla, 2010 y Stephen & Covey, 2009).

Conjuntamente se debe preservar la coherencia entre lo que se piensa, se dice y se hace, mostrando autenticidad, de allí que se incluya como valor ético puesto que debe permear toda formación tecno-científica, lo cual le da una condición más elevada a la moral, de esa forma se fortalece la persona no solo en sus conocimientos, sino en la forma de proyectarlos de hacerlos realidad (Diyer, 2009 y Palacios, 2010).

Es importante comprender, que la integridad personal, no solo refiere a la gama de aptitudes que tiene una persona, sino como esta hace uso de ello procurando un bien, sin embargo, hay ocasiones en las cuales las personas poseen duda frente a una ocasión y el cómo proceder en ese caso la alternativa considerada es abstenerse ante la legalidad de la moral (Alles, 2010 Davis, 2008; Pentland & McColl, 2008 y Universidad de Cádiz, 2012).

Integridad Empresarial

La integridad laboral implica actuar de acuerdo con normas éticas y sociales preestablecidas ante cualquier actividad relacionada con el trabajo, en donde no se debe: mentir, engañar; ocultar información relevante y demás, de igual manera se debe respetar la confidencialidad de la información tanto de la apersona como de la organización, mencionada información si la hay, no debe ser utilizada para beneficio personal (Fernández, 2009 y Gamble, 2010).

Por tanto el concepto integridad hace un llamado al comportarse de modo que esto no irrumpa con los principios de la organización, siempre y cuando estos giren en torno al bien, dentro de ello se incluye el comunicar las intenciones, ideas y sentimientos de una forma abierta y directa, con esto se debe mostrar apertura para actuar con honestidad incluso en momentos de difícil conciliación (Valor & Hurtado, 2009).

Las personas cuya escala de valores es similar a la presentada por la organización, cumple satisfactoriamente con los compromisos y responsabilidades propias de su rol, siempre y cuando le sean claros los objetivos, la misión la visión y demás condiciones particulares de la empresa. Por tanto la persona que posea esta competencia, no oculta ni sus errores, ni el de los demás (Scott, et al., 2010).

Por tal instancia, la integridad laboral se refiere al buen desempeño que tiene la organización para realizar diversas actividades, desenvolviéndose acertadamente en los distintos sectores, respecto a la toma de decisiones, además se debe tener en cuenta que se deben generar recursos para que esto aumente respetando los valores morales de las personas y las normas del código ético en la empresa (Fernández, 2009).

Desafortunadamente hay una imprecisión frente al paradigma que envuelve la ética empresarial, esto aumenta la dificultad para identificar e interpretar las problemáticas éticas que presentan diversas organizaciones en relación a las ciencias económicas y administrativas, de tal manera resulta complicado resolver moralmente aquellos conflictos de índole moral que se presenten (Scott, et al., 2010 y Valor & Hurtado, 2009).

Sin embargo, dentro del sector empresarial se puede hacer uso de los informes sociales, los cuales brindan una información detallada respecto a las acciones que se emiten dentro de la empresa y como estas se han desarrollado, a su vez permite identificar el impacto que tiene en las áreas internas y externas a la organización, con esto se pueden generar elementos que permitan fijar metas en pro del mejoramiento o de la prevención en cuanto al mantenimiento y fortalecimiento de los valores corporativos (Ángel, 2010 y Martínez, 2005).

Frente a la ética de los negocios, se pretende fortalecer el compromiso ético y el compromiso social del empresario, procurando el bienestar económico y social de los integrantes de la organización y esto se identifica, cuando en la empresa se involucra un

sistema de valores a todos los procesos y esto le consigna una identidad moral (Scott, et al., 2010 y Valor & Hurtado, 2009).

En cada nivel de la organización es de suma importancia involucrar la integridad esto se refleja en la misión de una empresa, la cual se pronuncia al dar peso dentro de sus políticas a la búsqueda de la moral al asumir sus responsabilidades apoyando el desarrollo de la sociedad, al diseñar la visión y la misión de una empresa se deben concebir los valores éticos desde luego la empresa se encarga de discernir cuales de todos los valores son de mayor interés y esto debe estar en consonancia con las metas de la actividad empresarial las cuales deben conducir a satisfacer las necesidades humanas y fortalecer las capacidades de los colaboradores (Arrieta & De la Cruz, 2009; y Fernández, 2009).

Por esta razón, la ética empresarial gesta nuevas formas de orientar el diseño de las empresas frente a la formación de una cultura basada en la integridad, cada vez se hace más necesario generar una cultura empresarial honesta en donde se definan y se cumplan las pautas de comportamiento estipuladas (Ángel, 2010 y Martínez, 2005).

Tan solo así se deben presentar los valores en cada institución, al practicarse constantemente en la cotidianidad cumpliendo con la políticas empresariales, del mismo modo en los colaboradores se debe propagar como ideal el considerarse personas correctas, que en sus actividades laborales se desempeñan con alta calidad, lo anterior se debe sostener con mesura, puesto que las personas deben mostrarse auténticas tanto en la organización como fuera de ella, siguiendo la escala de valores que dice poseer (El compromiso 2010 y Valor & Hurtado, 2009).

El forjar una integridad empresarial, consta de consolidar la empresa tanto a nivel interno como externo con credibilidad, tan solo así los valores éticos cobran para la institución una significación que posee la conducta humana en colectivo, en esa medida, estará precedido por el grado en que se muestre cada persona en determinada circunstancia, los valores que encaminan su vida en la organización hacia la autorrealización y el redimensionamiento humano (Martínez, 2005 y Fernández, 2009).

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad, en el área de gestión de cargos y selección, de la Universidad Católica de Colombia.

Objetivos Específicos

1. Documentar y establecer la herramienta del screening test, en el área de gestión de cargos y selección, de la Universidad Católica de Colombia.
2. Evaluar mediante un pilotaje a ciertos colaboradores de la Universidad Católica de Colombia y con ello determinar la calidad técnica del instrumento.

Método

Desde lo planteado por Montero y León (2007), el presente trabajo se clasifica como un Estudio Instrumental, puesto que su propósito es el diseño de un instrumento psicológico y el estudio de sus propiedades psicométricas.

A medida que evoluciona el mundo la medición a tenido su amplio crecimiento en el campo de la psicología, sin embargo se ha diversificado y dado a conocer a finales del siglo XIX y se desarrolla durante todo el siglo XX.

Cabe anotar que la psicología al ser una rama de la medición en ciencia, como cualquier otra, se apoya en los modelos matemáticos robustos que accedan a conclusiones pertinentes y a las generalizaciones que puedan soportarse. Con base en esto, la psicología ha generado dos teorías de medición, una de ellas corresponde a la Teoría Clásica de los Test (TCT) y la otra a la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI).

Por tal instancia la Teoría Clásica de los Test, corresponde a una teoría acerca de las puntuaciones o puntajes en una prueba que introduce tres conceptos importantes: puntaje (o puntuación), puntaje verdadero y puntuación de error (Hambleton & Jones, 1993). El postulado básico de esta perspectiva se expresa de la siguiente manera $X = T + E$; en donde “X” representa el puntaje observado, “T” el puntaje verdadero y “E” el puntaje de error. De esta manera la puntuación obtenida por una persona en un test o prueba es igual a la suma del puntaje verdadero y a la puntuación de error, este último es indispensable en la medición de la psicología o educación, pues no se concibe una medición sin error, desde esta perspectiva (Pardo, 1998).

Sin embargo, dentro de las debilidades en la teoría TCT, se encuentra que los valores de sus estadísticos dependen de la población examinada con las pruebas (Pardo, 1998), lo que representa un verdadero problema en la validación de las mismas, como la que se desarrolla en el presente trabajo, ya que a veces es complicado, inadecuado y poco probable conseguir una población que satisfaga los supuestos de esta teoría.

Respecto a la teoría de respuesta al ítem, esta se gesta en la segunda mitad del siglo pasado, esta teoría expresa la relación entre un ítem y la habilidad de un examinado

Hambleton y Jones (1993), en donde las respuestas a las preguntas pueden ser discretas o continuas y dicótomas o polítomas. De acuerdo con Pardo (2012), este último aspecto es de vital importancia, ya que la prueba que se está validando es de respuesta continua (es donde se permite graduar la respuesta) y polítoma (es decir, con muchas respuestas posibles, cada una con diferente valor).

Mencionada teoría, es empleada como un novedoso sistema de medición en psicometría Pardo (2010), el cual presenta como postulados: primero, que la ejecución de una persona en una prueba, es susceptible de predicción y explicación por un conjunto de factores denominados habilidades y segundo, que la relación entre la ejecución del examinado y las habilidades que la soportan, puede describirse por una función monótona y creciente llamada función característica del ítem o curva característica del ítem (ICC).

Por tanto, dentro de la TRI hay varios modelos estructurales que establecen una relación matemática entre la respuesta a un ítem concreto y el nivel de habilidad de una persona, aunque difieren en el número de parámetros que utilizan en su formulación: tres parámetros (3p), dos parámetros (2p), un parámetro (1p) y el Modelo de Rasch. Por sus propiedades y pertinencia para el problema planteado en el presente trabajo de grado, se utilizará el Modelo de Rasch, dado que establece la probabilidad de respuesta de una persona a un ítem, en términos de la diferencia entre la medida del rasgo de la persona y la medida del estímulo utilizado (Tristán, 2001).

Por ende, el presente modelo precisa que la respuesta a un ítem depende únicamente de la interacción entre la habilidad de la persona y la dificultad del ítem, es decir, de θ y de b . Se debe considerar en primera instancia la medida de una persona es independiente de la prueba utilizada y segundo la calibración del ítem es independiente de la población que lo aborda (Pardo, 1999).

En esa medida, según Linacre (2012), la función del modelo, se encuentra " $P_i(\theta)$ " que es la probabilidad de responder correctamente el ítem i en determinado nivel θ , " θ " equivalente a los valores de la variable medida, " b_i " siendo este el índice de dificultad del ítem i y " e " la base de los logaritmos neperianos (Ver Figura 1.).

$$P_i(\theta) = \frac{e^{(\theta-b_i)}}{1 + e^{(\theta-b_i)}}$$

Figura 1. Función del modelo.

De acuerdo con Linacre (2012), un método que permite obtener mediciones objetivas, fundamentales y aditivas a partir de observaciones estocásticas de respuestas en categorías ordenadas, es el análisis con el Modelo de Rasch Prieto y Delgado (2003), con ello se procesa la información de los evaluados recabada con la prueba screening test orientada a evaluar el valor de la integridad, particularmente con el software Winsteps, este tiene la particularidad de procesar datos con el Modelo de Valoración de Andrich (Rating Scale), el cual es pertinente para el tipo de prueba utilizado en el presente trabajo. Según Linacre (1994), varios autores han encontrado un gran beneficio en el uso del modelo de Rasch para procesar datos obtenidos con pruebas denominadas tipo Likert, lo que se constituye en otro argumento para utilizar este modelo y software en este trabajo.

El software Winsteps o ministeps (versión para pocos datos), opera en plataforma windows e implementa los principios de la TRI, para construir mediciones objetivas a partir de una base de datos sencilla, en la cual se especifican personas (evaluados) y sus respuestas a un grupo de ítems, El principal criterio para el análisis de ítems será el valor de ajuste que indica la correspondencia entre un grupo de datos y el modelo estadístico utilizado para representarlos (Pardo, 2010). El ajuste próximo (infit) se refiere a la relación entre los datos que se encuentran cerca del valor de dificultad del ítem y el valor de dificultad; el ajuste lejano se refiere a la relación de los datos que se encuentran lejos de dicho valor de dificultad y esa dificultad. Ambos indicadores se calculan para la clave (Linacre, 2012).

Muestra

La muestra total fue de 24 personas vinculadas laboralmente a la Universidad Católica de Colombia, contando con 19 mujeres y 5 hombres, por ello el rango de edad es tan variado encontrando como edad mínima 18 años y edad máxima 42 años.

Instrumento

En países con habla española, traen el concepto de tamizaje, haciendo referencia a las pruebas screening, precisando que son pruebas psicométricas cortas, caracterizadas por una administración fácil y una excelente calidad técnica al cumplir con todas las características técnicas de cualquier otra prueba, a partir de los modelos y métodos utilizados orientadas a medir características de los evaluados, bien sea en términos preventivos o descriptivos. Martínez (2004), da un ejemplo respecto a las salud pública, en donde se usan para detectar de manera precoz, enfermedades con miras a promover tratamientos oportunos, por tal motivo, adquieren el carácter de pruebas diagnósticas. En esa medida, el presente autor, propone dos indicadores con el fin de verificar la calidad de este tipo de instrumentos, el primer indicado es la sensibilidad (capacidad para detectar a personas con el rasgo evaluado) y el segundo indicador en la especificidad (refiere que la prueba sea específica para un solo rasgo).

Sin embargo, las pruebas screening, con frecuencia son mal empleadas Grimes y Schlz (2002), puesto que las pruebas en principio, se administran a personas que aparentemente se encuentran bien con el fin de detectar riesgos potenciales de una enfermedad o desorden; aun así, pueden ser pruebas mal utilizadas ya que pueden ser costosas o poco confortables (como en salud pública). Aunque aparentemente este no es el caso en psicología, si es de considerar el aumento del costo si se requiere diseñar pruebas screening para rasgos muy específicos.

En esta prueba Screening o de Tamizaje se evaluaron las siguientes categorías integridad personal, integridad moral e integridad laboral, el test fue aplicado a una población de trabajadores técnicos y operativos de una institución, este constaba de 20 preguntas tipo Likert, esta escala se caracteriza por un conjunto de ítems con redacción afirmativa mediante los cuales se pide que respondan según 3 opciones de respuesta para cada afirmación. La aplicación de la prueba se realizó de manera individual y se tuvo en cuenta el tiempo de aplicación. Esta prueba será representativa, debido a que no se espera predecir alguna conducta, en lugar de ello se busca identificar las categorías de integridad presentes en cada participante.

El suministro de la prueba se realizó en la ciudad de Bogotá, en la localidad de chapinero, previamente se dieron las instrucciones a seguir por los participantes y en qué

consistía, como se iba a contestar, se estableció un tiempo máximo de 15 minutos para contestar la prueba. Las pruebas resueltas se tabularon a través de Microsoft Excel y luego se transfirió el archivo al paquete winsteps, en el se realizó el análisis para cada pregunta.

Procedimiento

Para efectos del presente trabajo se ha empleado un marco de evaluación conceptual, el cual se divide en cuatro modelos siendo estos, el modelo de estudiante, el modelo de evidencia, el modelo de problemática y el modelo de presentación, lo anterior se articula en lo denominado como ensamblaje (Pardo 2012).

Inicialmente se toma el modelo del estudiante, este gira en torno a identificar el concepto amplio del objeto de estudio y con ello se empieza a tener claridad sobre lo que se va a evaluar, es decir, que se realizará una búsqueda específicamente sobre el constructo en relación a lo que se pretende observar.

Una vez definido conceptual y operacionalmente el objeto de estudio, lo siguiente es elegir las variables e identificar como se van a medir, aquí ya se pasa al modelo de evidencia, en donde se pretende identificar que herramientas se emplean para observar primero el desempeño de la variable y segundo la valoración de la calidad de la respuesta, en este caso la teoría de respuesta al ítem, es indispensable tener en cuenta la validez y la confiabilidad que brinda el diseño de la prueba para poder hacer una buena lectura de ello.

El paso a seguir se encuentra inmerso en el modelo de la problemática, al identificar en que situaciones se puede observar el desempeño de las variables, de igual manera es preciso describir cual es el material a emplear y misionar las características de las familias de problemas que se van a presentar.

Partiendo de los tres modelos anteriores, el modelo de ensamblaje busca precisar el nivel de la medición y el generar un balance entre los problemas y sus características, explicando que se dedujo de ello, finalmente se pasa al modelo de presentación este se orienta hacia la exposición del instrumento, es decir, el cómo se va a amostrar a los demás profundizando en su funcionalidad.

Estudio del Mercado

Objetivos

Objetivo general del estudio de mercado

Identificar los consumidores del producto screening orientado a evaluar el valor de la integridad con el fin de posicionarlo en el mercado meta de manera competitiva.

Objetivos específicos del estudio de mercado

1. Identificar si las características y especificaciones del producto corresponden a las necesidades de las organizaciones.
2. Identificar el tipo de organizaciones interesadas en nuestros servicios para orientar la producción del negocio.
3. Establecer e identificar los canales de distribución acostumbrados para este tipo de producto y cuál es su funcionamiento.

Presentación del Producto

PRUEBA SCREENING – INTEGRIDAD, es una prueba orientada a evaluar el valor de la integridad, identificando tres variables, siendo estas integridad moral, integridad personal e integridad empresarial, esto permitirá fortalecer los procesos de selección de aquellas empresas que muestren interés por el concepto en mención.

En esa medida, la organización al evaluar diferentes candidatos en determinados procesos de selección, aumenta la probabilidad de elegir un candidato que posee en mayor grado este valor corporativo complementando su idoneidad para ocupar el cargo, optimizando el proceso aumentado la probabilidad de permanencia y adaptación del candidato.

Nombre

PRUEBA SCREENING – INTEGRIDAD.

Logo y slogan

Figura 2. Logotipo del productos prueba screening – integridad.

Producto Básico

PRUEBA SCREENING – INTEGRIDAD es un instrumento psicométrico que mide el valor de la integridad en los procesos de selección para el sector administrativo de la Universidad Católica de Colombia y beneficia a la organización, logrando:

1. Confiabilidad de parte de la organización, ya que la Prueba Screening – Integridad está diseñada por Psicólogos profesionales, especialistas en el tema de elaboración de pruebas psicotécnicas.
2. Idoneidad del colaborador para ocupar el cargo, aumentando la probabilidad de elegir un candidato que posee en mayor grado este valor corporativo.
3. Optimizar el proceso de selección aumentando la probabilidad de permanencia y adaptación del futuro trabajador.
4. Incremento de la motivación de los empleados, al poseer características afines con los de la organización.
5. Fortalecer las aptitudes de los empleados enfatizando en la responsabilidad social y la promoción de los valores.

Producto Real

PRUEBA SCREENING – INTEGRIDAD, es una prueba constituida por tres fases relacionadas a continuación:

Fase 1: Diseño

Se construyó una prueba psicométrica, cuya evaluación gira en torno a evaluar el valor de la integridad desde las categorías correspondientes a la integridad personal, integridad moral e integridad empresarial, en esta fase se tuvo en cuenta los lineamientos institucionales, es decir, se parte desde la concepción del valor de la integridad planteado por la universidad católica de Colombia, posterior a ello se realiza una indagación documental, que permitió orientar la prueba desde una postura teórica, a partir de ahí se empieza la construcción de la prueba teniendo en cuenta el rigor metodológico de las pruebas psicométricas desde la teoría clásica de los test, la prueba se diseñó específicamente para la institución, con el fin de brindar mayor rigor en el proceso de selección ajustando los datos arrojados por la prueba a las necesidades de la organización.

Fase 2: Aplicación

El test fue aplicado a una población de trabajadores técnicos y operativos de la Universidad Católica de Colombia, esta prueba consta de 20 preguntas tipo Likert, esta escala se caracteriza por un conjunto de ítems con redacción de tipo afirmativa mediante los cuales se pide al participante que responda de acuerdo con 3 opciones de respuesta para cada afirmación. La aplicación de la prueba se realizó de manera individual y se tuvo en cuenta el tiempo de aplicación.

Fase 3: Resultados

Mediante el software winstep, se realizaron los respectivos análisis del instrumento diseñado, desde la teoría clásica de los test, desde el modelo de Rash, con ello se identifica la calidad técnica del instrumento resultando buena, aunque se debe considerar para las aplicaciones posteriores la revisión de algunos ítems en cuanto al grado de dificultad, sin cambiar el sentido del ítem, de lo anteriormente escrito se sugiere revisar los ítems 3, 4, 10 y 15.

Producto Ampliado

PRUEBA SCREENING – INTEGRIDAD, es una prueba psicométrica constituida por tres variables de análisis descritas a continuación:

Variable 1. Integridad moral: Permite identificar prohibiciones e ideales de vida, que conforman un sistema propio en la persona.

Variable 2. Integridad personal: Permite identificar la escala de valores de la persona desde la toma de decisiones.

Variable 3. Integridad empresarial: Permite identificar si actúa de acuerdo con las normas preestablecidas por la organización.

Por tal motivo, esta prueba no es de aplicación solamente para una institución, por el contrario, la aplicación consignada en este estudio da cuenta de la utilidad que tiene la prueba para una organización, razón por la cual se ofrece a toda aquella organización que muestre interés por evaluar los valores corporativos.

Clientes

Clientes Segmentación

Los clientes a los que va dirigida la prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad, son empresas medianas del sector educativo en la ciudad de Bogotá, que muestren interés por el valor de la integridad.

Mercado Potencial

El mercado potencial al cual va dirigida la prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad, está compuesto por las empresas de habla hispana interesadas en evaluar el concepto en mención.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo son todos los candidatos que participen en los diferentes procesos de selección.

Mercado Meta

El mercado meta al cual va dirigida la prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad, es la Universidad Católica de Colombia

Canales de Distribución

PRUEBA SCREENING – INTEGRIDAD, es un producto que ofreceremos a diferentes compañías que posiblemente necesiten de pruebas psicotécnicas para sus procesos de selección, la distribución del producto se realizara por medio físico entregando paquetes con hojas de respuesta, cada paquete consta de 20 hojas de respuesta y su manual de interpretación, adicionalmente se les dará a conocer todas las ventajas y beneficios que podrán recibir al adquirir este producto.

Para dar a conocer el producto se utilizara publicidad por medio de correos electrónicos y llamadas telefónicas, se realizaran publicaciones en las diferentes redes sociales, en donde se dará a conocer el producto a profundidad. Adicional a esto, se asistirá a eventos empresariales conformados por los diferentes gremios, creando un stand donde se pueda entregar publicidad y asesoría sobre el producto.

Presupuesto

Tabla 1.

Costos, gastos y ganancias del programa

Ingresos operacionales	1.600.000	2.500.000
Ingresos brutos	200.000	
Costos de producción	200.000	
Gastos operacionales	1.400.000	
Utilidad operacional		100.000
Utilidad ejercicio		700.000

Fuente. Elaboración propia

Dentro del análisis financiero de la Tabla 1 se establece que cada paquete tiene un valor de \$20.000, si una organización decide tentativamente adquirir 10 paquetes tendrán un costo inicial de \$200.000, partiendo de esto se añaden los costos que se generan en la construcción del instrumento, en la aplicación del instrumento, en el procesamiento de los datos y finalmente en el análisis y la entrega de resultados, para lo cual se tiene un costo global de 2'500.000.

Resultados



PRUEBA SCREENING ORIENTADA A EVALUAR EL VALOR DE LA INTEGRIDAD

Fecha	D	M	A	Nombre Candidato	
Edad:				Hora de inicio:	Hora de terminación:

Estimado participante, a continuación encontrará una serie de preguntas que usted debe contestar en un cuarto de hora, máximo, marque con una equis (X) de acuerdo a la siguiente escala

- A. En todas las ocasiones
- B. En algunas ocasiones
- C. En casi ninguna ocasión

Ítems	A	B	C
Comunico al jefe mis proyectos de mi futuro laboral			
Atiendo a las solicitudes, sugerencias o reclamos de mi jefe y compañeros para mejorar			
Participo constantemente en mi empresa de forma proactiva			
Evito expresarme de forma inadecuada ante mis compañeros de trabajo			
Busco fortalecer mis conocimientos y con ellos aporto a mi empresa			
Fomento una competencia sana para el beneficio de la organización evitando obtener ventaja de una manera desleal			
Brindo un trato de igualdad sin discriminaciones de cargo, genero, raza, etc.			
Reconozco el esfuerzo que mis compañeros hacen para respetar las normas			
Cumplo con las normas institucionales aun cuando esto perjudique a mis compañeros			
Acepto regalos o atenciones con el fin de entorpecer los procesos de la empresa			
Participo en pláticas partidistas			
Actué en favor propio sin tener en cuenta a los demás			
Procuro que mis compañeros participen en actividades de tipo cultural o recreativo por parte de la empresa			
Propongo acciones de mejora en las condiciones de vida de mis compañeros			
Evalúo mis acciones y comportamientos realizados durante la jornada laboral			
Protejo los bienes de la empresa tales como edificios, instalaciones, maquinaria, enceres y demás herramientas de trabajo			
Fomento un espíritu de equipo para trabajar junto a mis compañeros			
Asumo mis responsabilidades con objetividad y criterio garantizando la calidad de mi trabajo			
Asumo mis responsabilidades por los daños ocasionados hacia los demás a causa de mis actos			
Informo a mis compañeros sobre la realidad empresarial			

Figura 3. Prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad

Descripción de la población

En este apartado se presenta la descripción general de la muestra que participo en el estudio, contemplando los datos demográficos de los participantes, en la aplicación de la prueba screening test.

Tabla 2.

Edad de los sujetos encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	15	63%
26 a 33 años	8	33%
34 a 42 años	1	4%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 2 se evidencia que la muestra se conformó por 24 participantes, cuya edad mínima fue de 18 años y la edad máxima fue de 42 años, esto se clasifico en tres rangos de edad, lo cual permite identificar que los trabajadores vinculados en la institución en su mayoría son jóvenes, esto da pie a considerar su apertura frente a nuevas aplicaciones psicométricas dado que en el momento de aplicación las personas jóvenes mostraron mayor agrado que aquellas personas mayores.

Tabla 3.

Género de los sujetos encuestados

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Mujeres	19	79%
Hombres	5	21%

Fuente. Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 3.la muestra reunida para la aplicación de la prueba screening, se conformo por 19 mujeres y 5 hombres, de ésto en el momento de análisis e interpretación se identifican diferencias aunque poco significativas, en donde las mujeres responden mejor.

Descripción de la aplicación

Tabla 4.

Tiempo de respuesta de los sujetos encuestados

Tiempo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
05 minutos máximo	15	62%
10 minutos máximo	6	25%
15 minutos máximo	3	13%

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 4 se puede observar que la muestra reunida para la aplicación de la prueba screening, se dividió en tres tiempos máximos de respuesta, de esto en el momento de análisis e interpretación se identifican diferencias aunque poco significativas, mostrando que a menor tiempo empleado por el participante, este responde mejor.

Descripción del análisis sobre la calidad técnica del instrumento

El análisis descriptivo sobre la calidad técnica del instrumento consistió en la obtención de: a) la desviación estándar, desde la teoría de respuesta al ítem, arrojando un dato de 0.9310, lo cual indica que la población es homogénea, es decir todas las respuestas se parecen en algún grado, b) el promedio, mostrando un puntaje de 1.2844, es decir, que la población carece de características ajustadas al constructo que se está midiendo el instrumento en este caso el valor de la integridad y c) la confiabilidad desde la teoría clásica de los test con un resultado de 0.68, esto indica que es aceptable.

En el caso particular del instrumento mediante el cual se recoge la información en este proyecto se cumple lo mencionado ya que el instrumento ha seguido un procedimiento riguroso en su diseño, construcción o desarrollo.

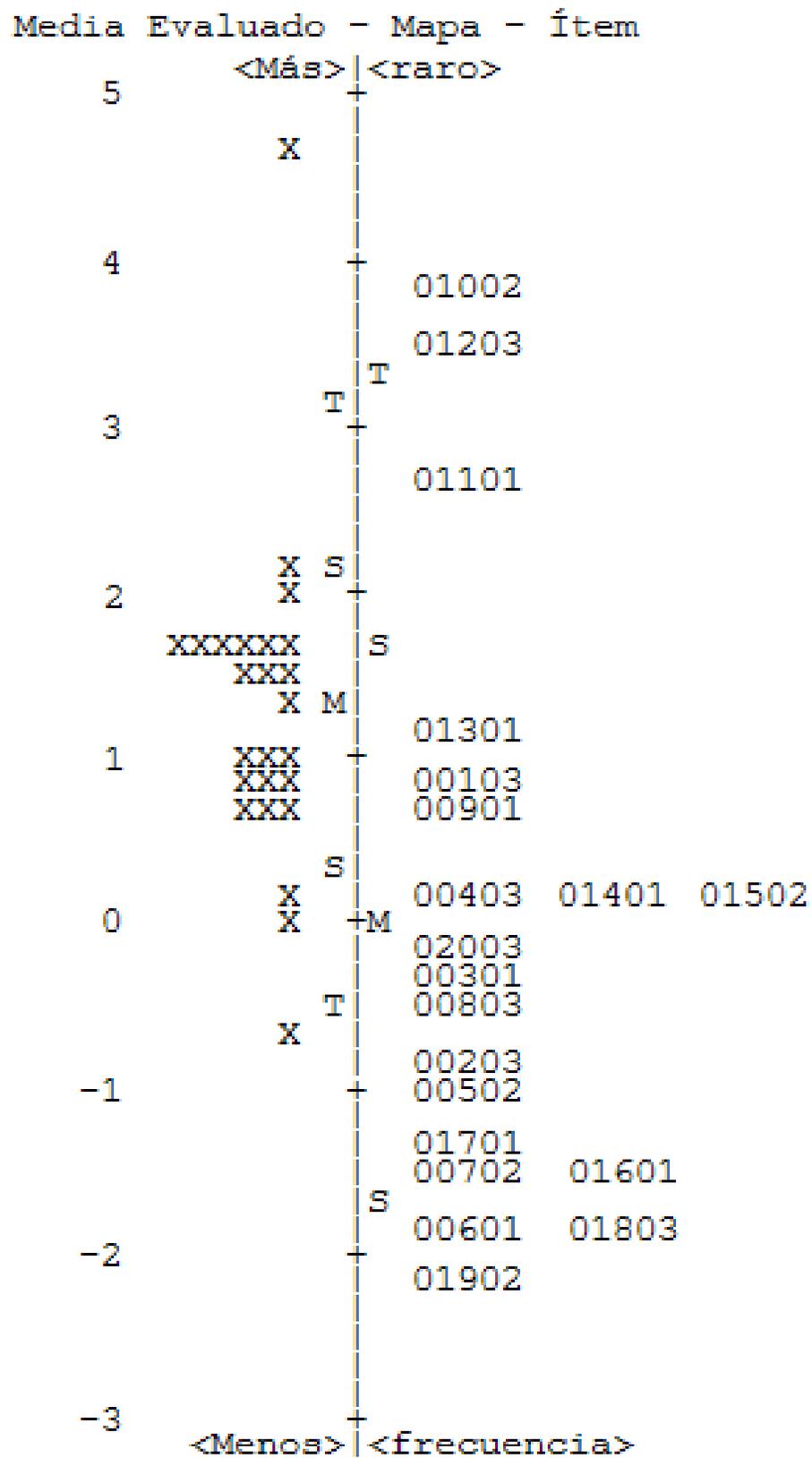


Figura 4. Promedio de ítems y evaluados

Respecto al promedio de ítems y el promedio de los evaluados se observa en la figura 5 que la M de evaluados esta por encima de la M de ítems lo cual quiere decir que la población a la que se le aplico el instrumento posee mucho del constructo, con esto se identifica que el contenido del ítem se debe complejizar sin cambiar el sentido.

Tabla 5.

Datos de ajuste de los ítems al modelo de Rash

Numero de Ítems	Grado de ajuste	
	Infit	Outfit
1	0,65	0,63
2	0,79	0,75
3	0,92	2,52
4	1,66	1,63
5	0,62	0,53
6	0,62	0,41
7	1,00	1,14
8	0,79	0,76
9	1,03	1,00
10	1,46	1,66
11	1,17	1,31
12	0,95	0,94
13	1,27	1,22
14	1,09	1,05
15	0,74	1,78
16	0,88	0,81
17	0,78	0,75
18	0,71	0,52
19	1,09	1,04
20	1,11	1,03
Media	0,97	1,07
Desviación Estándar	0,27	0,50

Fuente. Elaboración propia

En la tabla 5 se aprecian las comparaciones de los ítems desde la teoría de respuesta al ítem, con el modelo de Rash, en esa medida el ajuste de los datos de los ítems 3, 4, 10 y 15, necesitan de una revisión, puesto que en el momento de aplicación se identifico que poseen un alto grado en deseabilidad social.

Discusión y Conclusiones

En la psicología como en la educación, la medición y evaluación carece de consenso, respecto a las unidades más convenientes para hacerlo, se emplea en la medición el establecimiento de una variable y como se manifiesta tras la observación que se hace de esta, de ahí se puede inferir frente a esa variable en un sujeto en particular, tras la aplicación del instrumento prueba screening orientada a evaluar el valor de la integridad se puede establecer que es de buena calidad técnica, lo cual configura un aporte valioso para la formación a nivel de pregrado, dado que se empleo tecnología de punta, con lo cual se realizo un análisis minucioso basado en la teoría de respuesta al ítem.

En esa medida, el presente trabajo deja un aporte a la rama de la psicología hacia la medición, desde la psicometría, empleando el rigor de la metodología mediante tecnología avanzada que permita analizar desde la teoría de respuesta al ítem, el contenido del ítem y desde la teoría clásica, el nivel de confiabilidad y la desviación estándar, como criterios para establecer la calidad técnica de un instrumento, a esto se suma que en Colombia hay una baja producción de pruebas psicologías y las que se emplean actualmente, fueron diseñadas en épocas pasadas contemplando las necesidades pertinentes para ese tiempo, razón por la cual este proyecto refresca este ámbito, generando una propuesta que surgió a nivel de pregrado orientada a evaluar los valores.

De acuerdo con lo anterior, este proyecto se consigna también como un aporte en la ética empresarial, enmarcado en la responsabilidad social empresarial, sirviendo como instrumento en cuanto a la evaluación del mencionado valor con sus categorías y como eje de información, dado que en estos tiempos se hay escasa recopilación teórica y empírica respecto a los valores y en especial del valor de la integridad.

Este producto se oriento hacia las organizaciones cuyo interés gira en torno al valor de la integridad, con esto se abre una oportunidad para mejorar el proceso de selección, mediante herramientas que permitan evaluar a cierto número de candidatos los valores inmersos en el contexto organizacional, brindado la oportunidad de elegir entre estos

candidatos al o a los más aptos en relación a la vacante ofertada, alineado no solo a las competencias respectivas a los cargos, sino también contribuir facilitando la adaptación del nuevo colaborador tras poseer en gran medida uno de los principales valores corporativos, esto aumenta la probabilidad de una buena adaptación y un buen desempeño por parte del trabajador logrando aumentar el nivel competitivo de la empresa.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, el producto es una prueba psicológica diseñada desde la perspectiva de los instrumentos Screening o de Tamizaje, respecto al procesamiento de datos y la valoración técnica del instrumento se empleo el Modelo de Rasch de la Teoría de Respuesta al Ítem (Pardo, 1999), en relación a lo anterior y teniendo en cuenta el análisis de contenido del ítem, se sugiere revisar los ítems 3, 4, 10 y 15.

Finalmente, es my propósito contribuir, en esta actividad educativa, de la comunidad académica y presento a consideración de la Universidad Católica de Colombia el presente trabajo, basado en el diseño de una prueba, este proceso me ha formado como profesional aumentando mis conocimientos frente a los procesos de selección, aplicación y calificación de pruebas así como en la entrega de informes.

Esto deja una gran satisfacción, pues se adiciona un valor agregado para el egresado, permitiéndole desenvolverse en el contexto laboral con estrategias novedosas tal como lo es la prueba screening, abriendo una puerta de mercado frente a la innovación de test y no solamente quedarse como empleado y aunque lo fuera ser de mayor proyecto para la organización donde labore, generando alternativas de mejora con base en esta propuesta.

Referencias

- Alles, M. (2006). *Selección por competencias*. Argentina: Granica. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=Vsmq568qZ7sC&pg=PA19&dq=Selecci%C3%B3n+Por+Competencias&hl=es&sa=X&ei=c-jET4fIH4GE8QSHqZGoCw&ved=0CDcQ6AEwAA#v=onepage&q=Selecci%C3%B3n%20Por%20Competencias&f=false>
- Alles, M. (2009): *Dirección estratégica de recursos humanos gestión por competencias*. Argentina: Granica. Recuperado de: http://www.google.com.co/search?hl=es&tbm=bks&q=Direcci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica+de+recursos+humanos+gesti%C3%B3n+por+competencias.+&dq=Direcci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica+de+recursos+humanos+gesti%C3%B3n+por+competencias.+&aq=f&aqi=&aql=&gs_l=serp.3...238951.238951.0.239279.1.1.0.0.0.141.141.0j1.1.0...0.0.nWyh99zhqoA
- Alles, M. (2010). *Nuevo enfoque diccionario de preguntas la trilogía*. Argentina: Granica. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=t_WrHJ7umpEC&pg=PA133&lpg=PA133&dq=integridad+definicion&source=bl&ots=AruOd390ma&sig=3Xqd6A5qIcLYWuSTjgeEfbI4Sw&hl=es&sa=X&ei=zUsIUXEI_HG0AHT-4GYDA&ved=0CDYQ6AEwAQ#v=onepage&q=integridad%20definicion&f=false
- Ángel, J. (2010). *Responsabilidad social y principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa*. España: Esic. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=HeYK8OTcbboC&pg=PA21&lpg=PA21&dq=historia+de+la+responsabilidad+social&source=bl&ots=KpoRzQ46DS&sig=CeYerbGJJzGtN_OXIAh2M4rK_bs&hl=es&sa=X&ei=uQs6UKaHB4mC8ATOtIHgBg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Ansorena, A. (1996). *15 pasos para la selección de personal*. España: Paidós. Recuperado en: http://books.google.com.co/books?id=Nv_zVOrP510C&printsec=frontcover&dq=seleccion+de+personal&hl=es&sa=X&ei=GefET9ShAorh0QHO3rjgCg&ved=0CFgQ6AEwBg#v=onepage&q=seleccion%20de%20personal&f=false
- Arrieta, B. & De la Cruz, C. (2009). *La dimensión ética de la responsabilidad social*. Universidad Deusto: xertatu. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=kNsQJNZVVgkC&pg=PA38&lpg=PA38&dq=historia+%2B+responsabilidad+social&source=bl&ots=XPpmpKPn&sig=ugOZkmXQyLX-Iy52cOFloeaz7Rw&hl=es&sa=X&ei=ow06UIeiC5P29gTwiIDADg&redir_esc=#v=onepage&q&f=false
- Barry, R. (2008). Integrity and character: Implications of principled and expedient ethical ideologies. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27(10), 1078-1125. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/224873482?accountid=45660>
- Burian van, D. & Genoveva, K. (2009). Dignidad, integridad y vulnerabilidad desde las declaraciones de la unesco. *Revista colombiana de bioética*. Vol. 4 (2), 197 – 223. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=189214316009>
- Caldevilla, D. (2010). *La cara interna de la comunicación en la empresa*. España: visión libros. Recuperado de http://books.google.es/books?id=ZrSTC4vLGIIC&pg=PA110&lpg=PA110&dq=integridad+personal+%2B+2010&source=bl&ots=5iuPwsC8Pt&sig=p54aOuFhDjr_FC9bCQKE6Q4RcL4&hl=es&sa=X&ei=D6Q5UI-AE-rp0gHhpYG4Cw&ved=0CFMQ6AEwBw#v=onepage&q&f=false
- Davis, G. F. (2008). Whose body is it anyway?: Justice and the integrity of the person. *The Review of Metaphysics*, 61(3), 624-626. Recuperado <http://search.proquest.com/docview/223463542?accountid=45660>
- Deems, R. (2003). *La entrevista de selección para no expertos*. España: FC. Recuperado de

http://books.google.com.co/books?id=8C_a8c7GcPQC&printsec=frontcover&dq=La+entrevista+de+selecci%C3%B3n+para+no+expertos&hl=es&sa=X&ei=RejET93NNoyY8gSP_sjQCw&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=La%20entrevista%20de%20selecci%C3%B3n%20para%20no%20expertos&f=false

Departamento de Humanidades. (2012). *Valores corporativos en relación al PEI, misión y visión de la universidad católica de Colombia*. Bogotá, Colombia: Universidad Católica de Colombia.

Dessler, G. (2001). *Administración de Personal*. España: Pearson. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=00dKezzNE-AC&printsec=frontcover&dq=Administraci%C3%B3n+De+Personal&hl=es&ei=zunET9HwGIOo8ASx1NS-Cw&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CEQQ6wEwAA#v=onepage&q=Administraci%C3%B3n%20De%20Personal&f=false

Diyer, W. (2009). *Cambie sus pensamiento cambie su vida*. Estados Unidos: Hay Hause. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=-CBuROn7JUUC&pg=PA197&lpg=PA197&dq=integridad+%2B+definicion+%2B+2009&source=bl&ots=yymbWkm3Y8&sig=9A5Qm1DlbH_aKp1KWimTKyUoIfM&hl=es&sa=X&ei=gFg2UOeLK4Kc8gTH4YCYDg&ved=0CDQQ6wEwAQ#v=onepage&q&f=false

Eguiguren M. & Barroso, E. (2011). *Empresa 3.0: Políticas y Valores corporativos en una cultura empresarial sostenible*. España: Pirámide, S.A.;

Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. ECU: España. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=pvTHRFcMYWYC&printsec=frontcover&dq=valores+empresarial+%2B+2011&source=bl&ots=B5v8gb2wYD&sig=TI53PtR6p1BKGG-k7zxGpyOJpo4&hl=es&sa=X&ei=S1UpUJPdClIK0QGFx4CgDA&ved=0CD0Q6AEwAg#v=onepage&q&f=false>

Fernández, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. España: Ecu. Recuperado de http://books.google.es/books?id=295vqLhaTioC&printsec=frontcover&dq=integridad+empresarial+%2B+2012&source=bl&ots=y_TFdN1-

oe&sig=uRVAdZ7WdcpyENQILa-
 WUEyc4Q8&hl=es&sa=X&ei=yaU5UPfHEKTr0gH0nYHYDg&ved=0CFUQ6
 AEwBw#v=onepage&q&f=false

Gamble, C. (2010). CFOs cite integrity as most important trait. *T + D*, 64(12), 18-18.

Recuperado de :
<http://search.proquest.com/docview/817556618?accountid=45660>

García, M., Hierro, E. & Jiménez, J. (2001). *Selección de personal sistema integrado*.

España: ESIC. Recuperado http://books.google.com.co/books?id=L3o7zpfK-uwC&printsec=frontcover&dq=Selecci%C3%B3n+de+personal+sistema+integrado&hl=es&ei=pOjET8f8B46Y8gStyciYCw&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CEAQ6wEwAA#v=onepage&q=Selecci%C3%B3n%20de%20personal%20sistema%20integrado&f=false

Gestión de Calidad (2012). *Mapa estratégico de la universidad católica de Colombia*.

Bogotá, Colombia: universidad católica de Colombia.

Grimes, D., , Schulz, K. (2002). Uses and abuses of screening test. *Epidemiology series*.

En: The lancet. 359. Recuperado de
<http://www.hawaii.edu/cm/assets/images/Lancet-research.pdf>

Guerra, A. (2007). De la responsabilidad social empresarial, a la ética en el cambio

organizacional. *Compendium*, XVIII (10), 77 – 90. Recuperado de
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=88001806>

Hambleton, R. y Jones, R. (1993). *Comparison of classical test theory and item response*

theory and their applications to test development. Educational Measurement: issues and practice. NCME, National Council of Measurement in Education.

Hernández, R. y Saldarriaga, A. (2009). Gestión de la responsabilidad social

universitaria: escuela de ingeniería de Antioquia. *Dyna*, 79 (159), 237 – 248.

Recuperado de

http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532009000300024&lng=es&nrm=&tlng=es

Heter, M. (2010). Claroscuros de la responsabilidad social empresarial, una mirada

desde la filosofía. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, XXI (40), 47- 73. Recuperado

- de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17162010000100002
- Hooijberg, R., Lane, N., & Diverse, A. (2010). Leader effectiveness and integrity: Wishful thinking? *International Journal of Organizational Analysis*, 18(1), 59-75. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1108/19348831011033212>
- Jiménez, D. (2011) *Manual de recursos humanos*. España: ESIC. Jiménez.
- Linacre J. (1994). Likert or Rasch? *Rasch Measurement Transactions*. 8, (2), 356. Recuperado de <http://www.rasch.org/rmt/rmt82d.htm>
- Linacre, J. (2012). Winsteps® (Version 3.74.0) [Computer Software]. Beaverton, Oregon: Winsteps.com. Retrieved January 1, .Available from <http://www.winsteps.com/>.
- Llanos, J. (2008). *Como entrevistar en selección de personal*. México: Paz. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=0EEduhpbrLwC&printsec=frontcover&dq=seleccion+de+personal&hl=es&sa=X&ei=GefET9ShAorh0QHO3rjgCg&ved=0CEgQ6AEwAw#v=onepage&q=seleccion%20de%20personal&f=false>
- Ma, Z. (2010). Exploration into construction of moral education in colleges and universities in a new period. *Asian Social Science*, 6(7), 65-69. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/821640237?accountid=45660>
- MacArthur J. (2010). *El poder de la integridad*. Estados Unidos: portavoz. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=sB3U3GJYWxwC&printsec=frontcover&dq=integridad+%2B+definicion+%2B+2009&source=bl&ots=tFXxnEkrmU&sig=etjut8akD5lw-cu5gaqWDCpJw-w&hl=es&sa=X&ei=gFg2UOeLK4Kc8gTH4YCYDg&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q&f=true>
- Martínez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Pontificia Universidad Javeriana: Colombia.

- Martínez, M. (2004). Las pruebas de tamizaje en salud pública. En: *Epidemiología*. 21 (35). Recuperado de <http://www.dgepi.salud.gob.mx/boletin/2004/sem35/pdf/edit3504.pdf>
- Montero, I. & León, O. (2007). A guide for naming research studies in Psychology. *International journal of clinical and health psychology*. 7, (3), 847 – 862. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/337/33770318.pdf>
- Montes, J. & Gonzáles, p. (2006). *Selección de personal la búsqueda del candidato adecuado*. España: Ideas Propias. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=0jkELJ2nfVwC&printsec=frontcover&dq=Selecci%C3%B3n+de+personal+la+b%C3%BA+queda+del+candidato+adecuado&hl=es&ei=WOjET_rBEpKg8gTGi9SYCw&sa=X&oi=book_result&ct=book-thumbnail&resnum=1&ved=0CDsQ6wEwAA#v=onepage&q=Selecci%C3%B3n%20de%20personal%20la%20b%C3%BA+queda%20del%20candidato%20adecuado&f=false
- Olleros, M. (2005). *Proceso de capacitación y selección de personal*. España: Gestión. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=H2_6eMV7egMC&printsec=frontcover&dq=seleccion+de+personal&hl=es&sa=X&ei=GefET9ShAorh0QHO3rjgCg&ved=0CFIQ6AEwBQ#v=onepage&q=seleccion%20de%20personal&f=false
- Palacios, B. (2010). *La belleza de saber vivir*. Estados Unidos: Thomas Nelson. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=AshG_V5jQHOC&pg=PA201&lpg=PA201&dq=integridad+%2B+2010&source=bl&ots=Ao6UQfcx9o&sig=Jd4Xg6GVkLLIaG6w4yTrepNZyD8&hl=es&sa=X&ei=7mE2UObUJ6fc6wHuhHwBA&ved=0CDsQ6wEwAzgK#v=onepage&q&f=true
- Pardo, C. (1998). *Transformaciones en las pruebas para obtener resultados diferentes*. Bogotá: ICFES.
- Pardo, C. (1999). *Transformaciones en las pruebas para obtener resultados diferentes*. Bogotá: ICFES.

- Pardo, C. (2010). Capítulo 7 *Manual para el procesamiento y análisis de datos de la aplicación piloto*, En: Compendio de manuales del SERCE. UNESCO / OREALC, Santiago de Chile.
- Pardo, C. (2012). *Diseño de pruebas psicológicas fundamentado en el marco de evaluación conceptual*. Universidad católica de Colombia: jueves de extensión, 23 de agosto de 2012
- Pentland, W., & McColl, M. A. (2008). Occupational integrity: Another perspective on "life balance". *The Canadian Journal of Occupational Therapy*, 75 (3), 135-8. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/212955491?accountid=45660>
- Prieto, G. & Delgado A. (2003). Análisis de un test mediante el Modelo de Rasch. *Psicothema*. 15 (1), 94 – 100. Recuperado de: <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=1029>
- Rojas, P. (2010). *Reclutamiento y selección 2.0 la nueva forma de encontrar talento*. Barcelona: UOC. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=IA4jJgJcyWYC&pg=PA9&lpg=PA9&dq=Reclutamiento+y+selecci%C3%B3n+2.0+la+nueva+forma+de+encontrar+talent+o&source=bl&ots=SAZ4a2ef2d&sig=tZxBgnDZ8p3OjqIx-VkeKT17uWs&hl=es&sa=X&ei=DOF2UKjRBYeQ9gST5oDwBA&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>
- Scott, M., Bruce T. & Cere, R. (2010). *Éxito comercial: Prácticas Administrativas Y Contextos Culturales*. Estados unidos: cengage learning. Recuperado de http://books.google.es/books?id=2Yeh1kmKyq4C&pg=PR9&lpg=PR9&dq=integridad+empresarial+%2B+2010&source=bl&ots=_1RD_rx3SS&sig=s5Tm8lIVjht0OnsWWHpQKw4CIEk&hl=es&sa=X&ei=R6Q5UO-OBYuJ0QGrjIG4Dg&ved=0CDYQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false
- Stephen R. & Covey (2009). *Siete hábitos de la gente altamente efectiva*. España: Paidós. Recuperado de http://books.google.es/books?id=RHj_7xafAzYC&printsec=frontcover&dq=integridad+empresarial+%2B+2012&source=bl&ots=lad9nt4u7S&sig=evj7IB7vMY

yGhVa985RN4UJNnDc&hl=es&sa=X&ei=yaU5UPfHEKTr0gH0nYHYDg&ved=0CDIQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false

Suárez, N., Leiva, M. & Negron, M. (2010). Modelo de gerencia sustentado en valores. *Negotium*.6 (10), 154 – 197. Recuperado <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=78216327006>

Tristán, A. (2001). *Rasch para todos*. México: Ceneval.

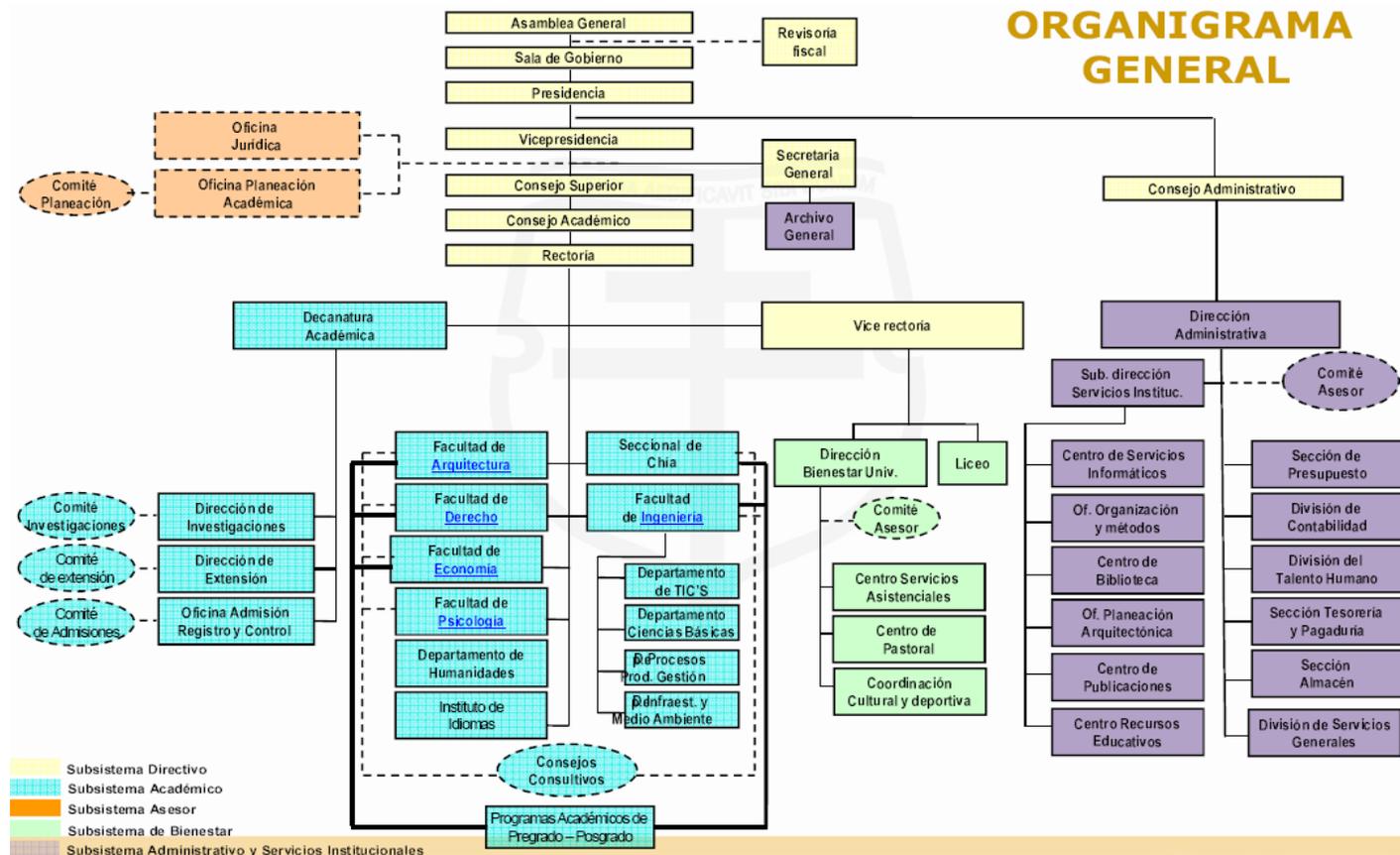
Universidad de Cádiz. (2012). *Plataforma para la formación, cualificación y certificación de competencias profesionales*. Recuperado de http://www.csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=158%3Aintegridad&catid=55%3Acompetencias&Itemid=146

Valor, C & Hurtado, I. (2009). *Las empresas españolas y la responsabilidad social corporativa*. España: Catarata. Recuperado de http://books.google.com.co/books?id=loMcIYC9hsQC&pg=PA260&lpg=PA260&dq=responsabilidad+social+en+colombia&source=bl&ots=iXoIXb3fOY&sig=U7xD9AGgmpBFp5svr3md7JoroUU&hl=es&sa=X&ei=Zgo6UNP7CZGy8ATP1YDACw&sqi=2&redir_esc=y#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20en%20colombia&f=falseg

Werther, W. & Davis, K. (2008). *Administración de personal y recursos humanos*. España: McGraw-Hill.

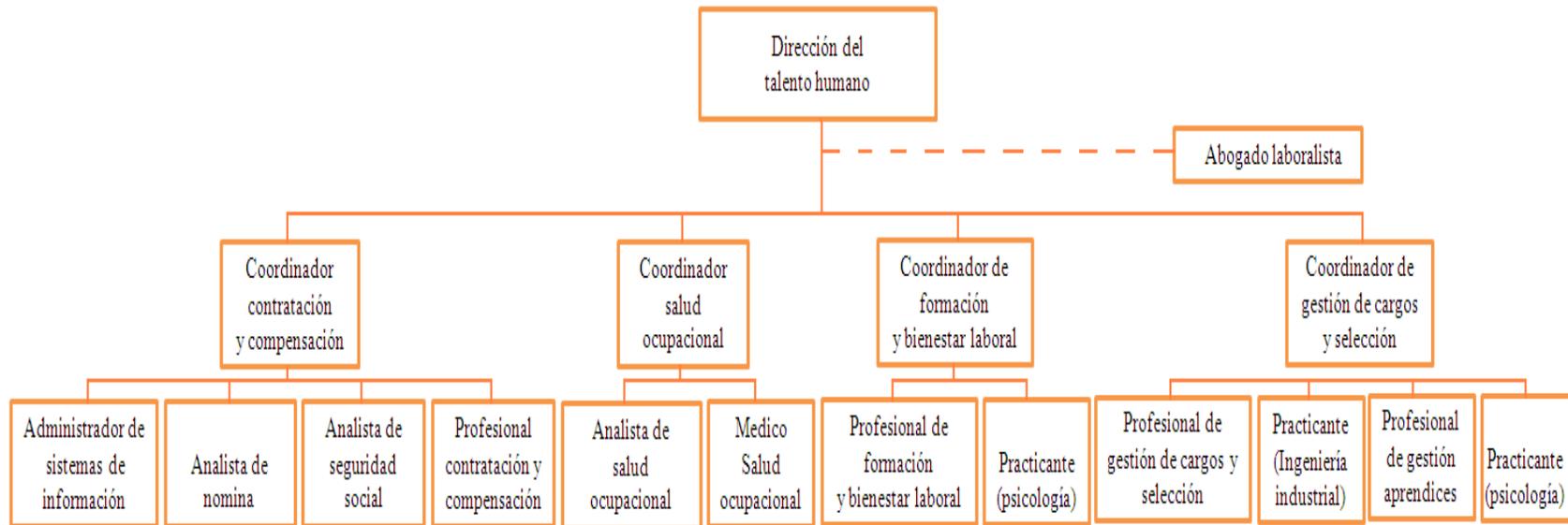
Apéndices

Apéndice A. Organigrama Universidad Católica de Colombia



Nota: Esta estructura está sujeta a modificaciones, sin embargo esta en vía de aprobación.

Apéndice B. Organigrama Gestión del talento humano



Nota: No hay un documento oficial de la estructura organizacional del área de talento humano.