

UNA APROXIMACIÓN HACIA EL CONCEPTO DE HONESTIDAD EN EL ÁMBITO LABORAL COLOMBIANO

ALEXANDER BONILLA*, GUILLERMO CORREDOR**, CONSTANZA LIZCANO***, MARISOL GALEANO****, ANDRÉS MIRANDA*****, JOSÉ ALDANA*****, JORGE RODRÍGUEZ*****, CATALINA SUÁREZ*****
COMPETENCIA HUMANA, BOGOTÁ, COLOMBIA

Recibido: 28 de julio de 2011

Aprobado: 9 de octubre de 2011

Resumen

Este artículo describe un estudio exploratorio realizado por el grupo de investigación de la empresa Competencia Humana, cuyo objetivo fue elaborar una aproximación al concepto de honestidad en el ámbito laboral. La metodología usada fue la de revisión teórica y consulta de páginas web de diferentes empresas. Primero se presenta el marco teórico que contextualiza el tema de investigación junto con investigaciones previas asociadas a conductas deshonestas en el ámbito laboral; en segundo lugar se incluyen 45 empresas con definición de honestidad publicada, para evaluar los elementos comunes en estas, y con base en ellos, realizar una definición conceptual y operacional propia. Finalmente, se discute y concluye la importancia de continuar las investigaciones y la necesidad de desarrollar instrumentos para evaluar la honestidad en contextos laborales.

Palabras clave: Honestidad, conductas deshonestas, ámbito laboral.

AN APPROACH TO THE CONCEPT OF HONESTY IN COLOMBIAN LABOUR

Abstract

This article describes an exploratory study conducted by the research group of the Competencia Humana enterprise, whose aim was to develop an approach to the concept of honesty in the workplace. The methodology used was that of theoretical review and consultation of web sites of different companies. First presents the theoretical framework that contextualizes the research topic and previous research associated with dishonest conduct in the workplace; second includes 45 enterprises with definition published of honesty, to assess the common elements in these and based them perform a conceptual definition. Finally, it discusses and concludes the importance of continuing the investigations and the need to develop tools to assess the honesty in work contexts.

Key words: Honesty – Workplace.

Introducción

Aunque el fenómeno denominado honestidad ha generado gran interés en la sociedad en general y en científicos sociales en particular, en el proceso de revisión bibliográfica adelantado no se encontró una definición técnica de honestidad que sea compartida por varios autores, sin embargo, existen diversas

aproximaciones que hacen referencia a honestidad, la persona honesta y los comportamientos honestos. Por ejemplo, Garrido y Redondo (1995), se refieren a la honestidad como una virtud porque ayuda a establecer relaciones que tienen un significado por ellas mismas; por tal razón la honestidad no es considerada como un tipo de cualidad sino que se concibe como un concepto relacional.

* Psicólogo Institución Universitaria Iberoamericana gerencia@competenciahumana.com

** Ingeniero Agrónomo gcorredors@gmail.com

*** Administrador Público mclizcano@gmail.com

**** Estudiante VIII semestre Psicología Institución Universitaria Iberoamericana josmiguel1@yahoo.com

***** Psicólogo amiranda@competenciahumana.com

***** Estudiante VIII semestre Psicología Institución Universitaria Iberoamericana marisol_gv@yahoo.es

***** Estudiante VIII semestre Psicología Institución Universitaria Iberoamericana jarg747@gmail.com

***** Estudiante VIII semestre Psicología Institución Universitaria Iberoamericana catasc88@hotmail.com

De igual manera para López y Villapalos (1997) la honestidad es una virtud que conduce a que la persona honesta sea coherente con su vocación de ser comunitario, sea confiable y creíble; no haga nada que perturbe la convivencia porque su canon de conducta es el respeto. El hombre honrado cuando armoniza las palabras con los hechos es como debe ser, actúa como debe actuar, elige en virtud del ideal que orienta su vida y no a sus impulsos de sus intereses particulares.

Para Zarate (2003), el concepto Honestidad hace referencia a un valor propio de la naturaleza humana, sinónimo de verdad, sinceridad y transparencia y va más allá de la concepción de no cometer actos de hurto, ya que también está asociada a la preservación de los recursos con los cuales se lleva a cabo una labor sean materiales o inmateriales, como por ejemplo, el tiempo. Igualmente este autor considera que persona honesta es “una persona íntegra, que en su vida no da cabida a la dualidad, la falsedad, o el engaño” (p.191).

De manera complementaria Mora (1998) plantea que “la persona honesta busca con ahínco lo recto, lo honrado, lo razonable y lo justo; no pretende jamás aprovecharse de la confianza, la inocencia, o la ignorancia de otros” (p.55).

Teniendo en cuenta que la honestidad en muchos ámbitos es considerada como un valor, resulta relevante mencionar autores como Alcover, Martínez, Rodríguez y Domínguez (2004) quienes señalan que los valores hacen referencia a:

Metas deseables y transituacionales, que varían en importancia y que sirven como principios en la vida de una persona o de otra entidad social (como por ejemplo una organización). En esta definición de valores como metas, se encuentra que: (a) sirven a los intereses de alguna entidad social; (b) pueden motivar la acción, dándole dirección e intensidad; (c) funcionan como criterios para juzgar y justificar la acción; y (d) se adquieren a través de la socialización en los valores del grupo dominante, así como a través de la experiencia personal del aprendizaje.

Por su parte, Gómez (2004) afirma que los valores son pautas que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social e individual, este autor también menciona que “un valor supone la existencia de otra cosa o persona que lo posee y de un sujeto que lo aprecia o lo descubre, los valores no tienen existencia real independiente de los objetos que lo sostienen” (p.9).

Finalmente para Hernández (2006), en los valores están inmersas “las pretensiones, intereses e ideales de los individuos que al unirse con otros, crean normas de comportamiento, sean estas éticas, jurídicas, religiosas o de trato social” (p.354).

Mentiras, robos y fraudes en las organizaciones

Se calcula que cada año los robos y fraudes cometidos por empleados en el lugar de trabajo ascienden a unos 600.000 millones de dólares en los Estados Unidos de Norte América; esto representa mucho más que el valor conjunto de atracos, allanamientos, hurtos y robos de vehículos en dicho país (Ariely, 2008).

Este panorama no es más alentador en Colombia, pues las conductas deshonestas de los empleados que afectan a las empresas, también están presentes en el país. En Julio de 2008, la cadena radial Colombiana “Caracol Radio” presentó algunos temas que se trataron en la XXVIII Jornada Internacional de Seguridad Empresarial celebrada en Colombia. Según sus organizadores, el 20% de los robos de las empresas colombianas lo hacen los empleados de la base de la compañía; el 80% restante lo realiza personal de alto nivel y de excelente preparación, lo cual refleja que los actos asociados a la deshonestidad, ocurren en todos los niveles de una organización (Caracol Radio, 2008).

Adicionalmente se divulgó que regularmente, sobre el conjunto de funcionarios de una empresa, sólo el 25% de los integrantes de las compañías son totalmente honestos; el 50% son empleados influenciados que llegan a ser confiables cuando existen controles en las empresas y el 25% restante no son confiables.

Para septiembre del 2008, uno de los diarios de mayor circulación en el país a través de la revista *Portafolio* publicó “Colombianos falsifican títulos para acceder a puestos de trabajo, reveló estudio de Competencia Humana”; el estudio muestra que la práctica de falsificar títulos académicos en el país para acceder a puestos de trabajo es más común de lo que se cree. De una muestra de 6.000 títulos presentados en las principales ciudades del país por personas interesadas en ocupar cargos operativos, administrativos, comerciales y directivos en empresas de diferentes sectores de la economía, 300 de ellos resultaron ser falsos; es decir de cada 20 títulos presentados 1 fue falso, se reveló en el artículo (Portafolio, 2008). En el año 2011 esta cifra incrementó a un nivel de 14,

4 % lo que indica que 1 de cada 10 títulos es falso (n=15.000 documentos) (Portafolio, 2011).

Las estadísticas despiertan el interés por estudiar características individuales de los trabajadores, tales como comportamientos asociados a ruptura de reglas morales, que se manifiestan en mentiras, robos, fraudes, malgastar el tiempo y los recursos de la empresa etc.

Por ejemplo, RHmanagement (2007) investigó el impacto que tienen las mentiras en las empresas y a través de una encuesta, realizada en conjunto con el portal de empleos Bumeran en Chile, consultaron a miles de chilenos sobre su opinión al respecto y se encontró lo siguiente:

Más de 1.000 encuestados, desde ejecutivos de alto nivel hasta operarios, confirmaron que la mentira no es sólo una actitud de algunos, sino que más bien forma parte de la cultura. Por ejemplo, frente a la pregunta: ¿Tiene usted la percepción de que la mentira se ha instalado como una práctica habitual en nuestros trabajos? Un 75,28% de los encuestados, respondió afirmativamente.

Durante el estudio se consultó al Doctor en psicología organizacional de la Alliant International University, director de proyectos de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO y jefe del área de psicología organizacional de la Universidad Santo Tomás, Leonel González, quien reflexiona en torno al tema y afirma que la mentira es más bien universal y cruza condiciones sociales, culturales y de género; plantea que: "mentir es parte de la esencia humana".

Según la investigación, existen diversas razones para que la gente mienta, como por ejemplo, para impresionar a otros, para proteger su imagen y autoestima, para justificar errores, para aumentar posibilidades, mejorar condiciones o proteger imágenes de responsabilidad e integridad. Los resultados de este estudio arrojaron que un 47% de los ejecutivos encuestados mientan con el fin de defender los intereses de la compañía. "Esta respuesta es una forma de esquivar la mentira debiendo justificar su accionar por el bien de la empresa, pero si lo analizamos, finalmente son los propios intereses de la persona los que también están en juego" concluye el citado Doctor.

Sin embargo, las conductas no honestas de los empleados y que afectan a las empresas, pueden ir más allá del robo y las mentiras, según se reveló en la encuesta Web@Work, publicada a mediados de octubre de 2009, conforme a lo reportado por gerentes de tecnología y empleados de importantes empresas

en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y América Central, sobre el uso que los empleados hacen de Internet cuando están en la oficina y sobre cómo sus hábitos de navegación influyen en la seguridad informática de las empresas, la encuesta reflejó que muchos trabajadores emplean las horas laborales y los recursos de las empresas para fines personales, como por ejemplo navegar por páginas web no relacionadas con el trabajo (Top Management Alta Gerencia en la Red, 2009).

Situaciones como las anteriormente enunciadas se repiten a diario en empresas colombianas, los empleados tienen comportamientos que van en contra de la normatividad de la empresa y de la política moral de la compañía; algunos actos típicos de esta desviación lo constituyen el mentir, llegadas tarde continuas al lugar de trabajo, salidas del lugar de trabajo antes de la hora estipulada, hurto a compañeros, hurto de elementos de oficina, de información, propiedad intelectual y dinero, entre otros.

A pesar de los adelantos en evaluación de personal aplicados desde las áreas de recursos humanos con el fin de seleccionar personal íntegro, lo cierto es que se siguen encontrando empleados con comportamientos desviados de la normatividad empresarial. ¿Cuál es la razón?

Las herramientas actuales de valoración de personal no parecen tener predicción concreta en cuanto a este tipo de comportamiento. Si bien es cierto, hoy en día se cuenta con nuevos enfoques y baterías de evaluación, en su gran mayoría apuntan a la valoración de elementos de competencia como lo son conocimientos, habilidades, actitudes y experiencias, entre otros.

El alcance para elementos de competencia relacionados con la dimensión moral y valorativa de la conducta de las personas, no ha resultado suficiente; ante este panorama; la situación descrita puede convertirse en fuente de oportunidad para que las empresas, generen nuevas y creativas herramientas, válidas y confiables que permitan obtener mayor información de la de las personas que van a ser contratadas y de la probabilidad de que incurran en actos deshonestos.

Considerando lo anteriormente mencionado, el objetivo de la presente investigación promovida por la empresa Competencia Humana, consistió en elaborar una aproximación al concepto de honestidad en el ámbito laboral, teniendo en cuenta que luego de la revisión bibliográfica no se identificó una definición en la cual confluyan suficientes elementos

específicos que faciliten su comprensión y puedan ser utilizados al interior de las organizaciones para la universalización de su entendimiento en los procesos de selección de personal.

Método

Tipo de estudio

Se utilizó un diseño de tipo exploratorio, que según Hernández, Fernández y Baptista (1997), se efectúa cuando el objetivo consiste en examinar un tema o problema de investigación poco estudiado. La presente investigación se realizó para obtener información acerca del concepto de honestidad en el ámbito laboral.

Procedimiento

Se consultaron en ambiente web, alrededor de 120 empresas de diferentes sectores de la economía del país, encontrándose en 45 de ellas definiciones de honestidad publicadas.

Se analizó la información consultada, se realizó una clasificación de las empresas con base en el sector de la economía al que pertenecen identificándose elementos en común en sus definiciones.

Las empresas fueron clasificadas por sector de la producción, se identificaron los elementos comunes asociados a honestidad con el fin de elaborar una definición integradora de la mayor cantidad de los mismos.

Resultados

Sector Financiero

Los elementos comunes encontrados en las definiciones de honestidad publicadas fueron:

- Responsabilidad y ética
- Economía de recursos
- Rentabilidad moral y material
- Coherencia en el pensar, decir y actuar enmarcados en los principios, valores y normas.
- Honradez, decencia y veracidad en la actuación

Sector Estatal

- Observar normas y compromisos
- Sinceridad, integridad, honradez, manejo honesto del tiempo, los recursos y la información bajo su responsabilidad
- No engaño o defraudación

- Estimación a los demás, recato, decencia, rectitud, legalidad
- Transparencia y efectividad en beneficio de la entidad y la sociedad
- Veracidad en los actos
- Sinceridad, transparencia y coherencia entre lo que se dice y se hace, seguridad
- Finalidad social

Sector Salud

- Respeto por la propiedad intelectual, bienes comunes, honra y fama
- Gestión transparente, racionalización y buen uso de recursos
- Actuación honrada y decente

Sector Servicios

- Observación de normas, conducta recta, moral y con buenas costumbres, confianza, credibilidad
- Compromiso con la institución y los usuarios.
- No participar a título personal ni en ejercicio de su cargo en actividades criminales, ilícitas o ilegales
- Transparencia y verdad frente a los clientes, cumplimiento con los empleados, accionistas, el estado y sensibilidad con la comunidad.
- Sentido crítico y constructivo, para hacer observaciones y sugerencias que permitan mejorar el desempeño colectivo

Sector de Producción

- Transparencia, rectitud, claridad
- Coherencia y sinceridad
- Confiabilidad, equilibrio

Con base en la revisión y consultas realizadas se elaboró la definición conceptual de honestidad en el ámbito laboral que se presenta a continuación:

Comportamiento voluntario de una persona calificado por la sinceridad, respeto por los recursos de los demás y responsabilidad en el cumplimiento de los acuerdos pactados con las personas, los procesos y la estructura de una compañía determinada.

La definición anterior se concreta operacionalmente en conductas específicas como las enunciadas a continuación.

- Gestionar la información de las actividades realizadas en la empresa de manera real y clara
- Respetar y cumplir los horarios de trabajo y tiempos de respuesta de la empresa

- Realizar el trabajo según las expectativas del cliente interno y del cliente externo de la empresa
- Gestionar la información del estado y funcionamiento de equipos, maquinas e instrumentos de trabajo de manera real y clara
- Respetar y no apropiarse de ningún bien o elemento de trabajo de la empresa sin consentimiento de ella
- Dar buen uso a los elementos, herramientas, equipos, accesorios y útiles de trabajo de la empresa, optimizar recursos
- Respetar el dinero, y cualquier elemento, accesorios e información y ser sincero en la interacción con jefes, pares, subalternos, y clientes internos/externos.
- Cumplir con los acuerdos de trabajo y responsabilidades asignadas en la ejecución de la función encomendada.

Discusión

En la investigación realizada se evidenció que el concepto de honestidad no es ajeno a empresas o instituciones nacionales consultadas, dado que muchas, no sólo lo han definido, sino que lo han incluido como un valor relevante dentro de su organización y contexto laboral.

Sin embargo, contar con una definición de honestidad no es garantía de la ausencia de actos que sean contrarios a lo establecido en las definiciones.

En la búsqueda de información relacionada con este concepto se encuentra que otras empresas, no tienen dentro de sus referentes como principio, valor y/o conducta la honestidad.

En el camino por encontrar una definición que identificara de manera unificada este concepto en el ámbito laboral, se hallaron elementos que sugieren ciertas ambigüedades, como es el hecho de observar que en algunas definiciones propuestas por las empresas, la honestidad es definida con atributos o cualidades a los cuales no resulta fácil identificarles su alcance y/o límites como en el caso de la transparencia, la justicia y la sinceridad.

La investigación permitió concluir que es posible establecer una definición de honestidad a partir de comportamientos esperados de un trabajador en ambiente laboral y que normalmente son atribuidos a este concepto, cuya definición es una necesidad en las organizaciones en pro de diseñar instrumentos o herramientas que favorezcan no vincular a futuro, tra-

bajadores que puedan incurrir en conductas deshonestas.

La investigación realizada refleja la necesidad de crear un concepto de honestidad que se enmarque en lo que la empresa COMPETENCIA HUMANA considera respecto a la honestidad y sea un referente para las empresas que acudan a ella solicitando procesos de selección.

En conclusión, esta definición de honestidad contribuye a contar con un concepto direccionado específicamente al ámbito laboral, lo que permite tener en cuenta, sistemáticamente, los elementos que se buscan en el comportamiento honesto de los individuos que se vinculan a una organización, considerando que en otros ámbitos puede ser identificada de otra manera, la definición hecha involucra factores evaluables. Se crea una delimitación conceptual y operacional, convirtiéndose en una herramienta interesante y útil en el desarrollo de subsiguientes estrategias y/o instrumentos de medición, que permitan detectar oportunamente a personas con conductas asociadas a deshonestidad y no solo su razonamiento moral frente a distintas situaciones.

Si bien es cierto que la definición planteada es un primer paso que contribuye a la generación de conocimiento y de propuestas metodológicas en el entorno organizacional, también es cierto que es necesario ampliar el campo de estudio para originar estrategias de evaluación y medición cuyos resultados permitirán refinar la definición de honestidad hasta ahora dada.

Finalmente, con éste proceso de definición de honestidad y los desarrollos y aplicaciones complementarios que se deriven de él, se pretende proteger los procesos organizacionales de posibles riesgos que afecten los intereses de las empresas.

Referencias

- Alcover, C., Martínez, D., Rodríguez, F., & Domínguez, R. (2004). *Introducción a la psicología del trabajo*. España: McGraw Hill.
- Ariely, D. (2008). *Las Trampas del deseo*. España: Editorial Ariel, S.A.
- Caracol Radio. (2008). *Empleados de alto nivel cometen el 80 por ciento de robos en sus empresas*. Recuperado de <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=632855>
- Garrido, V., & Redondo, S. (1995) Ediciones Jurídicas Cuyo –*Manual de Criminología Aplicada*.
- Gómez, J. (2004). *Sintaxis de los valores*. Bogotá D.C.: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Hernández, A. (2006). *Ética actual y profesional*. México: Thomson Editores, S.A.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- López, A., & Villapalos, G. (1997). *El libro de los valores*. Barcelona, España: Editorial Planeta S.A.
- Mora, G. (1998). *Valores humanos y actitudes positivas*. Santafé de Bogotá: McGraw- Hill Interamericana S.A.
- Portafolio (2008). *Colombianos falsifican títulos para acceder a puestos de trabajo, reveló estudio de Competencia Humana*. Recuperado de www.portafolio.com.co/.../ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-4541137.html
- Portafolio (2011). *Uno de cada 10 diplomas académicos en Colombia es falso, reveló estudio de Competencia Humana*. Recuperado de <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/uno-cada-diez-diplomas-academicos-colombia-es-falso>.
- RHmanagement*. (2007). *Mentiras que destruyen personas y empresas*. Recuperado de <http://redrhmanagement.blogspot.com/>
- Top Management Alta Gerencia en la Red. (2009). *Encuesta Websense Web@Work, estudio anual de Internet y el uso de aplicaciones en el lugar de trabajo*. Recuperado de <http://www.topmanagement.com.mx/modules.php?management=LA+ENCUESTA+Web@Work+SOBRE+EL+USO+DE+INTERNET+EN+EMPRESAS+DE+AMERICA+LATINA+REVELA+NUEVOS+H%C1BITOS+DE+NAVEGACI%D3N+DE+LOS+TRABAJADORES&name=Noticias&file=show&clave=54363>
- Zarate, I. 2003. *Valores, civismo familia y sociedad*. Guanajuato, México: San Martín Domínguez Editores S.C.