

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**CLIMA ÉTICO PERCIBIDO POR LOS COLABORADORES DE LA
EMPRESA COMERCIAL RC - TRUJILLO 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

AUTORA

ROCIO DEL PILAR TEJADA PEREZ

ASESORA

Mgtr. LINDA MARITA CRUZ PUPUCHE

Chiclayo, 2019

Dedicatoria

Se la dedico a Dios, ya que gracias a él he logrado alcanzar mis metas.

A mis padres porque siempre he contado con su apoyo incondicional y sus consejos me ayudaron a ser mejor persona.

A mi esposo por su apoyo incondicional y ayudarme a crecer profesionalmente.

Agradecimientos

A mis profesores por la paciencia y confianza que me brindaron para sacar adelante este proyecto.

A todas las personas que contribuyeron durante el desarrollo del trabajo y sus aportes realizados.

Resumen

El propósito de la investigación fue evaluar el clima ético pues se percibió que los colaboradores no suelen cumplir con las reglas de la institución e ignoran el código de ética profesional pues buscan su propia conveniencia lo que se traduce en un clima ético desfavorable. El objetivo principal Determinar el tipo de clima ético según la percepción de los colaboradores de la empresa comercial RC- Trujillo 2019. Esta investigación está basada en el modelo de Victor y Cullen (1998). Se empleó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta y fue aplicada a 98 colaboradores. El cuestionario de clima ético fue creado por Victor y Cullen (1998). Consta de 36 ítems tipo Likert (donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 es totalmente de acuerdo); dividido en 3 dimensiones: Egoísmo (Interés propio, Lucro de la empresa y Eficiencia); Benevolencia (Amistad, Interés de grupo y Responsabilidad social) y Principios (Moralidad Personal, Reglas y procedimientos de la organización y Leyes y códigos profesionales). Su centro de análisis fue de manera individual, local y cosmopolita. El valor promedio obtenido en la variable analizada fue de (4.19), mostrando que la percepción que tienen los colaboradores de la empresa es neutral, sin embargo, un análisis más detallado en cada dimensión y subdimensión ayudaron a examinar las diferencias en las percepciones respecto a cada uno de los aspectos de la misma, evidenciándose un clima de egoísmo negativo pues el personal opta por cuidar sus intereses y omite los intereses de la institución.

Palabras clave: Clima ético, egoísmo, benevolencia, principios

Clasificaciones JEL: M0, M1, M10, M12

Abstract

The purpose of the research was to evaluate the ethical climate because it was perceived that the collaborators do not usually comply with the rules of the institution and ignore the code of professional ethics because they seek their own convenience which translates into an unfavorable ethical climate. The main objective To determine the type of ethical climate according to the perception of the employees of the commercial company RC- Trujillo 2019. This research is based on the model of Victor and Cullen (1998). A questionnaire was used through the survey technique and was applied to 98 employees. The ethical climate questionnaire was created by Victor and Cullen (1998). Consists of 36 Likert items (where 1 strongly disagrees and 7 strongly agrees); divided into 3 dimensions: Egoism (Own interest, Profit of the company and Efficiency); Benevolence (Friendship, Group Interest and Social Responsibility) and Principles (Personal Morality, Rules and procedures of the organization and Professional laws and codes). His analysis center was individual, local and cosmopolitan. The average value obtained in the analyzed variable was (4.19), showing that the perception that the employees of the company have is neutral, however, a more detailed analysis in each dimension and subdimension helped to examine the differences in perceptions regarding each aspect of it, evidencing a climate of negative selfishness because the staff chooses to take care of their interests and omits the interests of the institution.

Keywords: Ethical climate, selfishness, benevolence, principles

JEL Classifications: M0, M1, M10, M12

Índice

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen

Abstract

I. Introducción.....	9
II. Marco Teórico	12
2.1. Antecedentes del problema.....	12
2.2. Bases teórico científicas	14
III. Metodología	19
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	19
3.2. Diseño de investigación	19
3.3. Población, muestra y muestreo.....	19
3.4. Criterios de selección.....	19
3.5. Operacionalización de variables	20
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	23
3.7. Procedimientos	26
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	26
3.9. Matriz de consistencia	27
3.10. Consideraciones éticas	29
IV. Resultados y discusión	30
4.1. Resultados.....	30
4.2. Discusión	37
V. Conclusiones	40
VI. Recomendaciones	41
VII. Lista de Referencias	42
VIII. Anexos.....	45

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variable	20
Tabla 2 Confiabilidad del instrumento.....	23
Tabla 3 Prueba KMO - Dimensión Egoísmo	24
Tabla 4 Prueba KMO - Dimensión Benevolencia.....	24
Tabla 5 Prueba KMO - Dimensión Principios	25
Tabla 6 Matriz de consistencia.....	27
Tabla 7 Distribución de la muestra analizada	30
Tabla 8 Baremación de Clima ético	30
Tabla 9 Nivel de clima ético - puntuación promedio	30
Tabla 10 Promedio de dimensiones de Clima ético	31

Índice de figuras

Figura 1	Análisis de las subdimensiones de Egoísmo.....	32
Figura 2	Análisis de las subdimensiones de Benevolencia	32
Figura 3	Análisis de las subdimensiones de Principios.....	33

I. Introducción

A nivel mundial, durante varios años, las organizaciones han experimentado diversos cambios en su manera de brindar un servicio o producto, los progresos tecnológicos y científicos, proponen un nuevo reto: Promover el desarrollo de clima ético organizacional sólido que permitan un mejor manejo de los conflictos éticos en los miembros que las conforman. Si las organizaciones pueden comunicarse activamente y defender los valores en sus prácticas comerciales y establecer normas o códigos éticos claros para guiar a sus empleados, entonces la coherencia en sus palabras y acciones formarán una cultura organizativa o un clima que se caracteriza por la ética. Debido a que el clima ético es un ambiente organizativo basado en valores y / o acciones que funciona para guiar las conductas de los empleados, se considera un factor contextual organizativo que tiene implicaciones significativas para prevenir la desviación en el lugar de trabajo (Hsieh & Wang, 2016).

Las ambiciones individuales para tener éxito son a menudo la base de un comportamiento poco ético en el lugar de trabajo, y el deseo de tener éxito puede ser muy fuerte. De hecho, Lehman Brothers, AIG, Martha Stewart y WorldCom son ejemplos de organizaciones en las que los individuos actuaron de manera poco ética para parecer exitosos y aumentar la riqueza individual. En 1973, Equity Funding Corporation se derrumbó financieramente después de que la compañía hubiera generado más de \$ 2 mil millones en pólizas de seguro ficticias y ganancias falsificadas de la compañía. La investigación posterior encontró que docenas de individuos dentro de la organización ayudaron a perpetuar u ocultar el fraude, y la mayoría fueron persuadidos con recompensas monetarias. Ante el ejemplo mencionado, se plantea si es posible que el desempeño empresarial exitoso (ya sea real o imaginario) altere el clima ético. Las personas a diario tienen diferentes respuestas a la pregunta, pero la respuesta generalmente se basa en alguna definición central de ética y confianza que se establece normativamente. Por ejemplo, las personas generalmente creen que mentir es éticamente incorrecto y no confían en las personas que mienten. Sin embargo, las organizaciones a veces recompensan a los empleados por mentir y los empleados son motivados a continuar con el comportamiento. Equity Funding Corporation es un ejemplo y otro ejemplo es Enron Corporation quienes crearon cientos de sociedades y entidades financieras para llevar a cabo transacciones financieras cuestionables que inflaron falsamente las ganancias durante un período de años. Cuanto más aumentaba el

rendimiento de Enron, más se alentaba a los gerentes de Enron a participar en actividades ilegales y más se recompensaba a los gerentes (Lilly, Duffy & WIpawayangkool, 2016).

Por otro lado, Emmanuel Lulin director mundial de ética en L'Oréal resaltó que aquellas empresas que no tengan un clima ético están destinadas al fracaso y dejarán de existir. Además, mencionó que si una organización desea sobrevivir debe tener una cultura ética. Por ejemplo: L'Oréal ha sido reconocida como una de las compañías más éticas del mundo por el instituto Ethisphere de los Estados Unidos. Es esencial la persuasión de la gerencia de una empresa en tener una "buena clima ético " que rija la relación de la compañía con sus trabajadores, clientes, proveedores y accionistas. Cabe mencionar que el director mundial de ética de L'Oréal visitó a Perú para difundir los alcances y deberes del Código de Ética a los colaboradores. También, se cuestionó de cómo promover un clima ético en Perú manifestando que aún mantiene problemas de informalidad, corrupción y de instituciones con faltas éticas. Concluyó que el equipo peruano ha pasado por un taller y todos tienen excelentes resultados. No hay que desmerecer el contexto de Perú, se tiene muchas expectativas en cuanto al comportamiento éxito y comercialmente (Diario Gestión, 2015).

La empresa Comercial RC – Trujillo es una comercializadora de acero, materiales de construcción, y herramientas industriales también, se dedica al transporte de carga por carretera. Actualmente cuenta con 98 colaboradores (gerente, administradores, jefe de sistemas y contabilidad, asistentes contables, vendedores, almaceneros, publicidad, asistentes de almacén, planillas, importación, procesos y encargada de Recursos Humanos). En dicha empresa se ha presenciado conflictos entre los trabajadores, abuso de confianza, irresponsabilidad, incumplimiento en las tareas asignadas. Se ha percibido también, que los colaboradores no suelen cumplir con las reglas o procedimientos de la institución e ignoran el código de ética profesional pues buscan su propia conveniencia lo que se traduce en un clima ético desfavorable.

Ante esta coyuntura se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es el tipo de clima ético según la percepción de los colaboradores de la empresa comercial RC- Trujillo 2019?

El objetivo general del presente estudio es: Determinar el tipo de clima ético según la percepción de los colaboradores de la empresa comercial RC- Trujillo 2019. Y los objetivos específicos fueron: Describir los factores relacionados con el clima de

egoísmo, describir los factores relacionados con el clima de benevolencia y describir los factores relacionados con el clima principios.

De manera general el clima ético se ha convertido en un tema de investigación popular entonces este trabajo sirve como antecedente y base teórica para futuras investigaciones. Así mismo, contribuye a los empleadores para que evalúen las debilidades de la empresa y puedan implementar nuevas herramientas con el propósito de desarrollar estrategias organizacionales para favorecer el clima ético beneficiando a la misma empresa, empleadores y colaboradores pues como ya se mencionó anteriormente las empresas que adopten un estilo de gestión ética serán sobrevivientes a largo plazo.

La tesis está dividida en capítulos. En el primer capítulo se aborda un panorama actual y la problemática considerada en el presente estudio. En el segundo capítulo se consideran las bases teóricas y los trabajos previos que se han efectuado acerca del tema de investigación. El capítulo tercero muestra la metodología utilizada, mientras que el cuarto, quinto y sexto capítulo cubren los resultados obtenidos, la discusión respecto a otras investigaciones y sus resultados y las conclusiones y recomendaciones que surgen de estos resultados. En el capítulo siete y ocho se consideran las referencias bibliográficas utilizadas en el presente estudio, así como los anexos que sirvieron para el mismo.

II. Marco Teórico

2.1. Antecedentes del problema

Gómez y Manrique (2014) tuvo como objetivo identificar el clima ético (egoísmo, benevolencia y principios) en una institución. El modelo fue propuesto por Cullen y Victor (1988). La muestra estuvo conformada por 63 colaboradores. En los resultados se evidenció la presencia de benevolencia asociado con las ideas grupales y equipo; presencia de principios porque acata las pautas establecidas. Además, los trabajadores se preocupan por los intereses de la empresa y de los demás. También, realizan actividades de responsabilidad social. Por otro lado, la entidad promueve el cumplimiento de las normas generando que cada empleado se involucre y se identifique con los valores de dicha institución. También, se percibe que las practicas organizacionales promueven un razonamiento ético y contribuye la formación de la identidad moral incitando la fuerza motivacional del personal para actuar de manera correcta.

Fedai y Bicere (2016) examinaron teórica y empíricamente la relación entre clima ético organizacional y comportamientos innovadores de los gerentes de nivel medio en las empresas. Se aplicó un cuestionario a 170 participantes en un grupo de compañías de producción ubicadas en Estambul, Estambul, Ankara, Adana, Mersin y Osmani en Turquía. Los resultados indican que la percepción de un clima ético positivo se asocia positivamente con un comportamiento innovador. Según el análisis de la Escala de Clima Ético Organizacional revela que las respuestas de los gerentes de nivel medio a los comportamientos relacionados con la presencia del clima ético organizacional estaban "de acuerdo". De acuerdo con los resultados, es importante mencionar que las organizaciones son coherentes y comprometidas con los estándares éticos. Todos son tratados por igual, justos y no discriminados en sus organizaciones en general. Además, la mayoría de la organización tiene una regulación ética escrita formal y que los principios éticos están respaldados por políticas administrativas de la organización.

De la Cruz (2016) estudió la relación entre clima ético y la satisfacción laboral. Fue un estudio correlacional de tipo transversal. Se emplearon dos cuestionarios que

fueron aplicados a 67 trabajadores. Respecto al clima ético el 43.28% percibieron que el grado del clima ético es moderado y el 56.72% manifestaron que el clima ético es elevado. Los resultados mostraron el valor ético de los empleados, quienes son constantes en conservar un clima de trato y comportamiento profesional dentro de la institución.

Asl et al. (2017) tuvieron como propósito investigar la relación del clima ético con la satisfacción laboral Este estudio transversal. Fue una investigación transversal y se aplicaron los cuestionarios a 197 trabajadores. Los datos fueron analizados haciendo correlación de rango de Spearman. En los resultados, se evidenció que la mitad de los participantes tenían una satisfacción laboral moderada y percepciones negativas sobre el clima ético. El clima ético se correlacionó significativamente con la satisfacción laboral. Los responsables de las políticas de la empresa deben diseñar estrategias para mejorar tanto el clima ético como la satisfacción laboral de personal.

Gorsira; Steg; Denkers y Huisman (2018) examinaron si el clima ético de las organizaciones está relacionado con la corrupción. Se realizó un estudio de cuestionario a gran escala entre funcionarios públicos y empleados de negocios. Los resultados indican que los empleados que perciben el clima ético de su organización como más egoísta y menos ético experimentan normas personales y sociales más débiles para abstenerse de la corrupción, haciéndolos más propensos a la corrupción. Para evitar que los empleados se involucren en la corrupción, las organizaciones podrían implementar medidas que fortalezcan el clima ético de una organización y alienten toma de decisiones éticas basadas en la preocupación por el bienestar de los demás, así como medidas que aumentan la fuerza de las normas personales y sociales para evitar la corrupción.

Rabia (2018) el propósito de estudio fue describir la percepción de los valores profesionales y el clima ético. Se utilizó un estudio descriptivo correlacional. Se emplearon dos cuestionarios a 150 trabajadores. Los trabajadores informaron una percepción altamente positiva de los valores profesionales. También se reveló una percepción positiva del clima ético, especialmente en la relación con el gerente. Se indicó una correlación positiva significativa moderada entre los valores profesionales y la percepción sobre el clima ético de la institución. Por lo tanto, el rol de los

gerentes es impulsar los valores profesionales, apoyar los valores profesionales menos importantes y aumentar la conciencia del personal, así como la comprensión de la importancia de estos valores profesionales que, en consecuencia, también mejorarán el entorno ético de la entidad.

2.2. Bases teórico científicas

Clima ético

El Clima Ético de una organización, es un elemento indispensable. Es una fuente de información para los empleados para orientarlos a través de los derechos y errores de los asuntos éticos (Shafer, 2008). Bulutlar y Oz (2009), subrayan que hay variedad de climas presentes en el ambiente de trabajo, uno de los cuales es el clima Ético que se relaciona con los sistemas normativos. de las organizaciones.

Según Schneider y Reichers (1983) los contextos laborales de la organización reflejan las percepciones compartidas que los empleados tienen sobre las políticas, prácticas y procedimientos que una organización premia, apoya y espera.

Basados en los patrones de experiencias y conductas que los individuos encuentran en sus organizaciones (Schneider et al. 2000), el clima laboral influye en la toma de decisiones de los empleados sobre lo que constituye un comportamiento apropiado y deseado (Zohar & Luria, 2005) al reflejar “la forma en que se hacen las cosas aquí” (Reichers & Schneider 1990) mientras que el clima ético refleja las percepciones compartidas que los empleados tienen sobre las políticas, prácticas y procedimientos que una organización premia, apoya y espera con respecto a la ética.

El clima ético es un componente del clima de trabajo general de la organización, que se construye a lo largo de las normas y convenciones dentro de la organización, y se define por acciones de apoyo y recompensa de los comportamientos de los miembros dentro de la organización (Hung & Tsai, 2016).

Se puede analizar para comprender un grupo de perspectivas dentro del clima organizacional que refleja los procedimientos, políticas y prácticas organizacionales con consecuencias morales (Martin & Cullen, 2006).

Un clima ético surge cuando se espera que el razonamiento y el comportamiento éticos sean estándares o normas en la organización (Cullen, Parboteeah & Victor, 2003).

Modelo de clima ético según Victor y Cullen

El clima puede variar dentro de las empresas debido a las diferencias en individuos, grupos de trabajo, historias de empleo, y posiciones individuales (Victor & Cullen, 1988).

El clima ético es un componente general del clima organizacional. Según Victor y Cullen (1987), el clima ético en una organización se refiere a las "percepciones compartidas de qué es éticamente correcto es el comportamiento y cómo se deben manejar los problemas éticos".

La tipología de Victor y Cullen (1987, 1988) también se basa en los juicios que los individuos utilizan en la toma de decisiones: individual, local y cosmopolita.

Criterio ético	Centro análisis		
	Individual	Local	Cosmopolita
Egoísmo	Interés propio	Lucro de la empresa	Eficiencia
Benevolencia	Amistad	Interés de grupo	Responsabilidad social
Principios	Moralidad Personal	Reglas y procedimientos de la organización	Leyes y códigos profesionales

Nota. Adaptada de: *The organizational bases of ethical work*, por Cullen y Victor (1998).

En la primera dimensión, Victor y Cullen (1988) crearon tres constructos que se refieren a los diferentes grupos referentes que los individuos utilizan en la toma de decisiones denominada locus de análisis, que incluyen lo individual, lo local y lo cosmopolita. El individuo se refiere al yo como referente del razonamiento moral; lo local se relaciona con los sistemas sociales más inmediatos dentro de los cuales se ubican los individuos (es decir, la organización); y lo cosmopolita se refiere a fuentes de razonamiento moral fuera de la organización o grupo (es decir, normas de la sociedad o profesión) (Victor & Cullen, 1988).

Además del lugar de análisis, la segunda dimensión representa los criterios éticos utilizados para la toma de decisiones organizativas (Victor & Cullen, 1988). Los tres criterios básicos son el egoísmo, benévolo y el principio. El egoísmo se refiere a cuando las normas organizativas apoyan la satisfacción del interés propio; benevolente se refiere a cuando las normas de la organización apoyan la satisfacción de los intereses de tantas personas como sea posible; y los principales climas se

relacionan con internalización de estándares y creencias universales por parte de los miembros de la organización (Elci & Alpan, 2008).

Clima egoísmo

El clima egoísta se basa principalmente en la maximización del interés personal a nivel personal, empresarial o social, e ignorando las necesidades o intereses de los demás (Cullen, Parboteeah & Victor, 2003).

Las decisiones que se basan en el nivel individual (interés propio) representan los valores y creencias internalizados de un individuo, y las decisiones a nivel local (lucro de la empresa) satisfacen el interés superior de la organización (Upchurch, 1998).

Las decisiones a nivel cosmopolita (eficiencia) se ven afectadas por intereses sociales o económicos (Upchurch, 1998). Cuando el clima organizacional apoya los comportamientos de interés propio, se espera que los empleados tengan menos preocupación por los demás en la organización (Cullen, Parboteeah & Victor, 2003).

Según, Ahmadi y Panahi (2010) las personas creen que la toma de decisiones debe servir a los intereses de la organización o intereses personales.

Clima benevolencia

Un clima benévolo se basa en la preocupación por los demás (Victor & Cullen, 1988). En este clima, los empleados buscan alternativas para maximizar los intereses conjuntos, incluso si esto significa una menor satisfacción de las necesidades individuales (Weber, 1995).

Los empleados dentro de estos climas consideran que su organización tiene un interés sincero por el bienestar de los demás (Wimbush & Shepard, 1994).

Las personas que utilizan criterios benévolos desarrollan amistades sin tener en cuenta la percepción de pertenencia hacia la organización, mientras que el nivel de referencia local (interés de grupo) se refiere a una influencia colectiva que existe dentro del entorno de trabajo (por ejemplo, equipos de trabajo; Upchurch, 1998).

Desde una perspectiva cosmopolita (responsabilidad social), los individuos toman decisiones éticas basadas en factores externos que guían el comportamiento socialmente responsable (Upchurch, 1998).

En este clima, a las personas les gusta la prosperidad de los demás, son personas honestas y además, hay otras personas dentro y fuera de la organización, que pueden verse influenciadas por sus decisiones éticas (Ahmadi & Panahi, 2010).

Clima de principios

En un clima de principios, los empleados que se enfrentan a un dilema ético se refieren a principios que se basan en el cumplimiento de las normas y códigos (Cullen, Parboteeah & Victor, 2003).

En el nivel individual de análisis (moralidad de análisis), las decisiones se basan en reglas y principios individuales. A nivel local (reglas y procedimientos de la organización), los individuos están tomando decisiones que están alineadas con sus reglas y procedimientos organizacionales. Y a nivel cosmopolita (leyes y códigos profesionales), las decisiones éticas se ven afectadas por códigos de ética externos a la organización (Upchurch, 1998).

En este clima ético, el personal presta atención a los principios, reglas y regulaciones de su profesión. En los puestos de toma de decisiones dentro de este clima se perciben principios, reglas y reglas de reglamentación, en las cuales los empleados deben tomar decisiones, basadas en la autoridad y el juicio de algunos sistemas externos, como la ley o las regulaciones profesionales (Khorshid & Mohseni, 2010).

Importancia del clima ético

Para mantener un clima ético, se sugiere a la organización que tome medidas activas que se adapten a todos los criterios presentados anteriormente (Deshpane, 1996). Por ejemplo, un código de ética puede ser muy efectivo en un clima principal, pero no tan efectivo en un clima benevolente. Por lo tanto, los diferentes tipos de clima requieren diferentes estrategias de gestión de la ética.

La comunicación ética, en diversas formas, ha demostrado promover la toma de decisiones éticas dentro de la organización, mientras que el líder ha demostrado tener un papel clave (Koh & Boo, 2001; Victor & Cullen, 1988).

La importancia de la participación e influencia de los líderes en el clima ético se ha señalado en otras investigaciones relacionadas con el clima ético (por ejemplo, Cullen, et al., 2003; Elci & Alpan, 2009; Hung & Tsai, 2016).

Las organizaciones necesitan valores compartidos, que definen más el grupo que cualquier tipo de estatutos, reglas o procesos compartidos. Considerar cómo un individuo dentro de un grupo toma decisiones en un escenario que carece de orientación estructurada. Las personas se sienten bien cuando toman medidas que

mejoran la posición del grupo social; los sistemas de valores hacen que el marco sea más claro. Por ejemplo: En una empresa llamada Wells Fargo cometieron errores durante los últimos años y son un buen ejemplo de la pérdida de valor organizacional. Debido a que su sistema de valores se caracterizó por generar ventas a toda costa, hacer lo correcto no era parte de sus planes sino realizar todo tipo de fraude. Si la administración de Wells Fargo tomara importancia a las personas antes que las ganancias, no habría sido llevado ante el Congreso. Los empleados de bajo nivel se sentirían capacitados para tomar las decisiones correctas, incluso si eso significara rendimientos más bajos. Los gerentes no habrían sentido presión para alcanzar objetivos de ventas absurdos. Los consumidores que están entrando en el mercado están tomando decisiones de compra de marca basadas en la perspectiva ética de la empresa (Quora, 2018).

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

Se utilizó el enfoque cuantitativo por cuanto se hizo uso de mediciones de estadísticos que permitieron responder a los objetivos de estudio. Asimismo, fue aplicada pues el propósito del trabajo fue evidenciar el cumplimiento de los elementos teóricos vigentes respecto a la variable de análisis, clima ético, y fue de nivel descriptivo pues se buscó efectuar un análisis y mostrar lo encontrado en la institución respecto a la variable de estudio y sus diferentes dimensiones.

3.2. Diseño de investigación

La presente investigación fue no experimental pues su propósito no fue la manipulación de variables para mostrar el efecto de dicha manipulación, por el contrario, se buscó describir la realidad hallada sin ningún elemento que la altere. Del mismo modo, se propuso una investigación transversal puesto que el recojo de la información y su análisis corresponde a un periodo de tiempo específico.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: Conformada por los 98 colaboradores de la empresa Comercial RC - Trujillo 2019

Muestra: Censal, pues se entregaron los cuestionarios de recolección de información a la totalidad de la población considerada en el estudio.

Muestreo: Al ser muestra censal, no se aplicó técnica alguna de muestreo.

3.4. Criterios de selección

La unidad de análisis fueron todos aquellos colaboradores que pertenecen a la organización y que estén en planillas. Cumpliendo esto, no hubo ningún criterio de exclusión.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 1 Operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICION	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	TÉCNICA	INSTRUMENTO
CLIMA ÉTICO	Las percepciones compartidas de los empleados sobre lo que es la acción éticamente correcta y cómo los temas éticos deben ser desarrollados (Cullen & Victor, 1988).	Egoísmo	Interés propio	-Propia conveniencia -Correcto/incorrecto -Propio interés -Preocupación por los intereses de la institución -Ética personal -Preocupación por sí mismo -Tomar decisiones	LIKERT	ENCUESTA	CUESTIONARIO DE CLIMA ÉTICO
			Lucro de la empresa	-Favorecer los intereses de la institución -Perjudicar los intereses de la institución -Lograr utilidades			
			Eficiencia	-Principal responsabilidad: eficiencia -Manera eficiente, manera correcta			

				<ul style="list-style-type: none"> -Trabajar eficientemente -Decisiones eficientes 			
		Benevolencia	Amistad	<ul style="list-style-type: none"> -Buscar el bien de los demás -Lo mejor para la otra persona -Preocupación por lo mejor a los demás 			
			Interés de grupo	<ul style="list-style-type: none"> -Lo mejor para todos -Procurar el bien para todos -Preocupación por los empleados -Espíritu de equipo 			
			Responsabilidad social	<ul style="list-style-type: none"> -Hacer lo correcto -Sentido de responsabilidad -Preocupación por los usuarios -Efecto de las decisiones de los usuarios 			
		Principios	Moralidad personal	<ul style="list-style-type: none"> -Propias creencias morales y personales -Espacio para la moral o ética personal 			

				-Sentido de la persona sobre lo correcto e incorrecto			
			Reglas y procedimientos de la organización	-Seguir reglas y procedimientos -Ceñir las reglas y procedimientos -Regirse estrictamente por las reglas			
			Leyes y códigos profesionales	-Decisión violar una ley -Cumplir la ley por encima de todo -Cumplir estrictamente los estándares legales y profesionales -Código de ética profesional			

Fuente: Basado en el modelo del clima ético de Cullen y Victor (1988)

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Técnica

Encuesta: Fue una técnica que consistió en formular preguntas, que fueron respondidas con opción a una respuesta de siete, con lo cual obtuvo información sistematizada del tema abordado, puesto que se estableció una comunicación de los participantes del entorno en donde acontece la problemática del estudio (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014).

Instrumento

Cuestionario: Se empleó como instrumento para la recolección de datos, el cuestionario fue desarrollado por Cullen y Victor (1988). Existen tres tipos de clima ético: Egoísmo (Interés propio, Lucro de la empresa y Eficiencia); Benevolencia (Amistad, Interés de grupo y Responsabilidad social) y Principios (Moralidad Personal, Reglas y procedimientos de la organización y Leyes y códigos profesionales). Su centro de análisis fue de manera individual, local y cosmopolita.

La escala consistió en 36 preguntas, tipo Likert en la que los participantes debieron calificar de 1 a 7, en donde uno (1) es totalmente en desacuerdo y siete (7) es totalmente de acuerdo.

Análisis de confiabilidad del instrumento de recolección de datos

Tabla 2 Confiabilidad del instrumento

Dimensión	Sub dimensiones	Alfa de Cronbach	Apreciación
Egoísmo	Interés propio	0.774	Respetable
	Lucro de la empresa	0.651	Suficiente
	Eficiencia	0.723	Respetable
Benevolencia	Amistad	0.601	Suficiente
	Interés de grupo	0.608	Suficiente
	Responsabilidad social	0.643	Suficiente
Principios	Moralidad personal	0.569	Suficiente
	Reglas y procedimientos de la organización	0.709	Respetable
	Leyes y códigos profesionales	0.643	Suficiente

Se puede observar que el instrumento de recolección de datos cumple con el requisito de confiabilidad desde cada una de sus dimensiones y subdimensiones, lo que permite utilizarlo en el presente estudio.

La confiabilidad evalúa la consistencia de los indicadores en la construcción (todos los indicadores deben medir lo mismo). Los investigadores calcularon el alfa de Cronbach (Cronbach, 1970) clasificando los indicadores de 0 (ausencia de homogeneidad) a 1 (homogeneidad máxima). El alfa de Cronbach presupone que cada indicador en una construcción tiene el mismo peso, siendo habitual que el criterio de fiabilidad alcance valores mínimos de 0.7.

Validez de constructo Clima ético

Para validar el constructo utilizado se efectuó el análisis de multidimensionalidad en cada dimensión, efectuando la prueba KMO.

Dimensión Egoísmo

Tabla 3 Prueba KMO - Dimensión Egoísmo

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,771
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	618,952
	G1	91
	Sig.	,000

Dimensión Benevolencia

Tabla 4 Prueba KMO - Dimensión Benevolencia

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,588
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	548,987
	G1	55
	Sig.	,000

Dimensión Principios

Tabla 5 Prueba KMO - Dimensión Principios

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,693
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1161,198
	Gf	55
	Sig.	,000

El análisis de la prueba KMO para esta dimensión asegura que cada dimensión está explicada a través de las subdimensiones consideradas en el presente trabajo y con ello asegurar que el constructo Clima ético puede estudiarse a través de las dimensiones y dimensiones consideradas en el elemento teórico considerado.

Validez convergente

Dimensión Egoísmo

El análisis de la validez convergente asegura que las subdimensiones expliquen al menos el 50% de la variabilidad de cada dimensión analizada, lo que en el caso de la dimensión Egoísmo se da en un 57.905%, al utilizar las subdimensiones Interés propio, Lucro de la empresa y Eficiencia (Ver anexo 3)

Dimensión Benevolencia

En el análisis de la dimensión Benevolencia, se pudo determinar que las tres subdimensiones, Amistad, Interés de grupo y Responsabilidad social explican el 63.305% de la variabilidad de la dimensión Benevolencia, cumpliendo así con la validez convergente (Ver anexo 3)

Dimensión Principios

Se puede observar que las tres subdimensiones de Principios, explican el 73.33% de la variabilidad de la dimensión (Ver anexo 3)

Validez divergente

El análisis de la validez divergente permitió verificar que las preguntas consideradas para medir cada dimensión estaban altamente correlacionadas con los otros ítems de la misma dimensión y mostraban baja correlación con los de otras dimensiones, asegurando consistencia al permitir recoger información que aporte a la medición de la dimensión respectiva.

3.7. Procedimientos

La encuesta se aplicó a la muestra seleccionada de los colaboradores de la organización durante todo el mes de junio y julio. Estas encuestas fueron entregadas a los colaboradores al momento de efectuarse las diversas reuniones ya sean grupales o generales que se suelen realizar en la empresa.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Los datos recogidos se registraron en el software SPSS, fueron analizados inicialmente para determinar la confiabilidad del cuestionario utilizado, haciendo uso de las escalas de Alfa de Cronbach. Asimismo, se verificó la validez del constructo utilizando para ello el análisis de Comunalidades, el análisis de la varianza explicada y el análisis discriminante o divergente.

Una vez registrados los datos, se hizo uso del cálculo de estadísticos descriptivos y se presentó gráficamente los datos para analizar la variable de estudio Clima Ético y sus dimensiones, para ello se obtuvo una tabla de puntuaciones para establecer la escala de valoración de esta.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 6 *Matriz de consistencia*

Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal	Dimensiones/ Variables	Subdimensión	Indicadores/ Operacionalización
¿Cuál es el tipo de clima ético según la percepción de los colaboradores de la empresa comercial RC-Trujillo 2019?	Objetivo general Determinar el tipo de clima ético según la percepción de los colaboradores de la empresa comercial RC-Trujillo 2019.	El clima ético percibido por los colaboradores en la empresa Comercial RC- Trujillo es negativo	Variable independiente Clima ético	Interés propio	Propia conveniencia Correcto/incorrecto Propio interés Preocupación por los intereses de la institución Ética personal Preocupación por sí mismo Tomar decisiones
	Objetivos específicos		1)Egoísmo	Lucro de la empresa	Favorecer los intereses de la institución Perjudicar los intereses de la institución Lograr utilidades
	Describir los factores relacionados con el clima de egoísmo		2)Benevolencia	Eficiencia	Principal responsabilidad: eficiencia Manera eficiente, manera correcta Trabajar eficientemente Decisiones eficientes
	Describir los factores relacionados con el clima de benevolencia			Amistad	Buscar el bien de los demás Lo mejor para la otra persona Preocupación por lo mejor a los demás
	Describir los factores relacionados con el clima principios		Interés de grupo	Lo mejor para todos Procurar el bien para todos Preocupación por los empleados Espíritu de equipo	
			Responsabilidad social	Hacer lo correcto Sentido de responsabilidad Preocupación por los usuarios Efecto de las decisiones de los usuarios	
			Moralidad personal	Propias creencias morales y personales	

3)Principios

Reglas y
procedimientos de la
organizaciónLeyes y códigos
profesionales

Espacio para la moral o ética personal
Sentido de la persona sobre lo correcto e
incorrecto
Seguir reglas y procedimientos
Ceñir las reglas y procedimientos
Regirse estrictamente por las reglas

Decisión violar una ley
Cumplir la ley por encima de todo
Cumplir estrictamente los estándares legales y
profesionales
Código de ética profesional

Diseños de Investigación	Población/Muestra
Diseño no experimental	Población: 98 Colaboradores Muestra: Censal

Técnicas Estadísticas
Estadísticas descriptivas KMO

Tipo de Investigación
Enfoque cuantitativo Tipo aplicada Nivel descriptivo

3.10. Consideraciones éticas

Se informó a los participantes sobre el propósito del estudio y que la participación fue anónima y voluntaria, y que tenían derecho a abandonar el estudio si lo deseaban. La información también explicó que las respuestas solo se utilizarían con fines académicos. La información que se recogió fue confidencial y no se usó para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Se respetó la autonomía y bienestar de la persona, además en todo momento se protegió su dignidad y libertad. No existieron riesgos para participar en el estudio y se declara que no hay conflictos de intereses.

IV. Resultados y discusión

4.1. Resultados

A continuación, se muestran los resultados del análisis efectuado a la muestra analizada y las percepciones que han sido obtenidas.

a) Distribución de la muestra

Tabla 7 Distribución de la muestra analizada

Variable	Categoría	Porcentaje
Sexo	Masculino	72%
	Femenino	28%
Estado Civil	Soltero	67%
	Casado	33%
Categoría edad	Adulto joven	45%
	Adulto mayor	9%
	Joven	46%

Baremo para medición del Clima ético

Tabla 8 Baremación de Clima ético

Nivel de Clima ético	Rangos de valores
Clima ético negativo	[5 – 7]
Clima ético neutral	[3 – 5>
Clima ético positivo	[1 – 3>

Tabla 9 Nivel de clima ético - puntuación promedio

Estadísticos		
Clima Ético		
N	Válido	98
	Perdidos	0
Media		4,1874
Desv. Desviación		,37719

El valor promedio obtenido en la variable analizada, Clima ético, 4.19, muestra que la percepción en general que tienen los colaboradores de la empresa es neutral, sin embargo, un análisis más detallado en cada dimensión y subdimensión ayuda a examinar las diferencias en las percepciones respecto a cada uno de los aspectos de esta.

Tabla 10 Promedio de dimensiones de Clima ético

<i>Estadísticos</i>		EGOISMO	BENEVOLENCIA	PRINCIPIOS
N	Válido	98	98	98
	Perdidos	0	0	0
Media		5,4925	3,4484	3,6213
Desv. Desviación		,57940	,48106	,72496

Como se observa en la tabla la dimensión Egoísmo se ha valorado de manera alta (5.49), evidenciando que los colaboradores se preocupan más por los intereses propios que por los de la institución. Algunos colaboradores solo brindan ayuda a otras personas para obtener ganancias sobre cualquier situación. Por lo general este acto se da con frecuencia. Evitan compartir un conocimiento o cualquier bien material, para poder tener el control sobre alguna situación. También, siempre encuentran “excusas” para no apoyar en algún proceso o actividad. y la preocupación principal del personal de la empresa comercial RS SAC es la obtención de utilidades y al logro de la eficiencia en el trabajo.

Respecto a la dimensión Benevolencia se ubica en un nivel neutral, 3.45, esto indica que los trabajadores en la empresa perciben que no se procura buscar el bien para todos ni se comparte un espíritu de trabajo en equipo, siendo indiferentes ante esta dimensión, así como se muestran indiferentes a las actividades relacionadas con responsabilidad social en su entorno.

Asimismo, la dimensión Principios, se ubicó en un nivel indiferente o neutral (3.62), es decir, se mostraron imparciales ante el seguimiento de reglas y normas institucionales, lo que sugiere a un trabajador que considera que no se le da la importancia debida al cumplimiento de las políticas de la empresa y el seguir los principios de la ética en el trabajo.

Dimensión Egoísmo

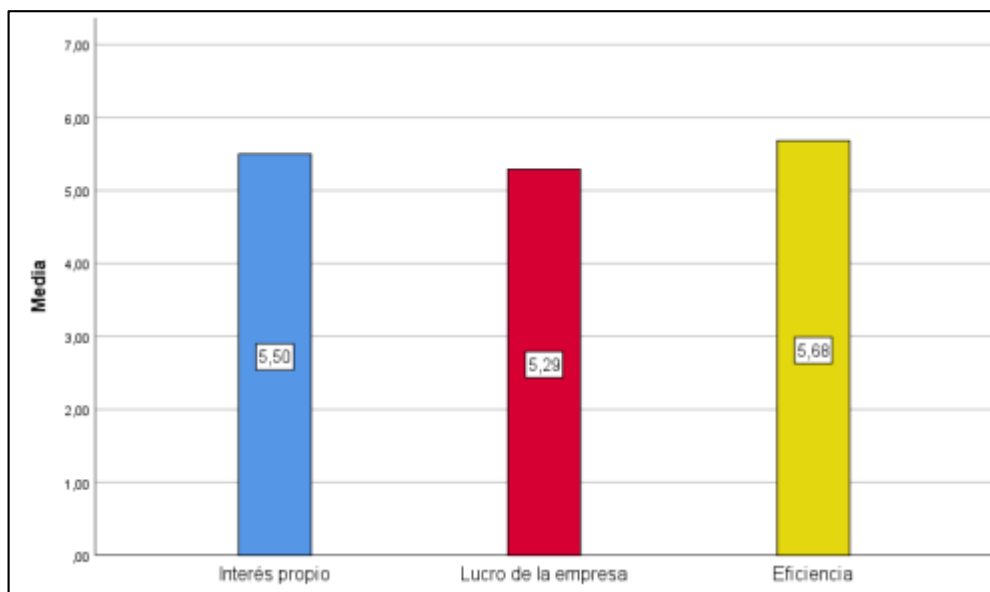


Figura 1 Análisis de las subdimensiones de Egoísmo

El análisis de estas subdimensiones (interés personal, lucro de la empresa y eficientes) fueron calificados de manera alta, percibiendo un clima ético negativo.

Dimensión Benevolencia

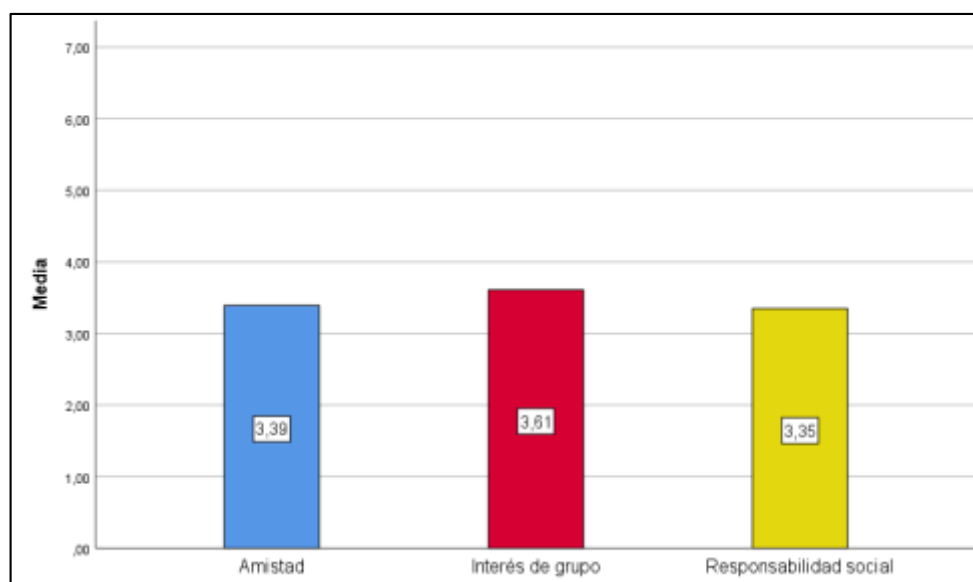


Figura 2 Análisis de las subdimensiones de Benevolencia

La calificación dada en estas subdimensiones muestran que los trabajadores perciben una menor calificación en los aspectos de responsabilidad social (3,35) es decir, no se tiene una alta preocupación por el impacto que tengan en la comunidad así como su valoración neutral

de los aspectos referidos al actuar procurando el bien de los demás, esto implica que perciben que son indiferentes a la preocupación por sus compañeros y por el trabajo en equipo, y se piensa en su interés individual.

Dimensión Principios

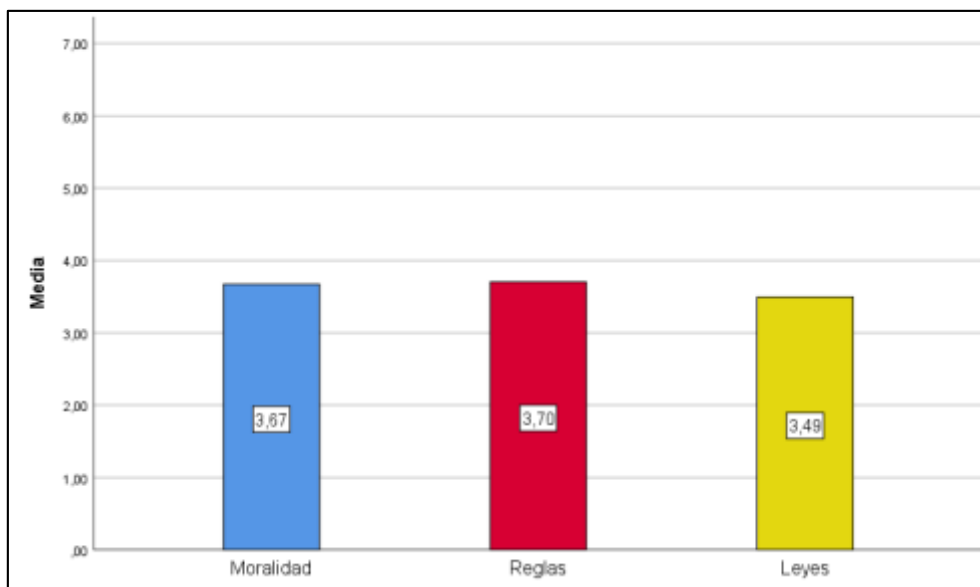


Figura 3 Análisis de las subdimensiones de Principios

En esta dimensión y sus subdimensiones se halló que también se tiene a un colaborador que percibe que el actuar en la empresa no está necesariamente guiado por la moralidad, reglas o leyes impartidas en la institución, esto es un colaborador que podría actuar convenientemente según lo crea necesario para satisfacer su interés sin que eso implique que considere que faltar a las normas sea un acto que va en contra de lo que piensa, esto es un colaborador que puede actuar de manera incorrecta en tanto no tienen un arraigo con los valores morales o éticos.

Dimensión Egoísmo por sociodemográfico

Al analizar la dimensión egoísmo se pudo apreciar una leve diferencia en las ponderaciones obtenidas en la categoría hombres y mujeres, por lo tanto, los varones se muestran apenas algo más interesados en su propio beneficio y en el lucro que pudiera ofrecerles la empresa. Así mismo se sienten ligeramente más preocupados por la eficiencia que les exige la organización.

Con respecto al estado civil, se encontró valores similares en solteros y casados, mostrando una pequeña diferencia los solteros, con respecto a los trabajadores casados.

Con respecto a la edad, se halló que los jóvenes y los adultos mayores mostraron percibir un mayor clima ético negativo respecto a la dimensión egoísmo, mientras que el adulto joven refirió una menor calificación, en tanto los jóvenes por su propia inmadurez o falta de experiencia de vida, no aprecia los valores en su verdadera dimensión o no le dan el peso debido de la dimensión egoísmo (como parte del clima ético) en la gestión empresarial.

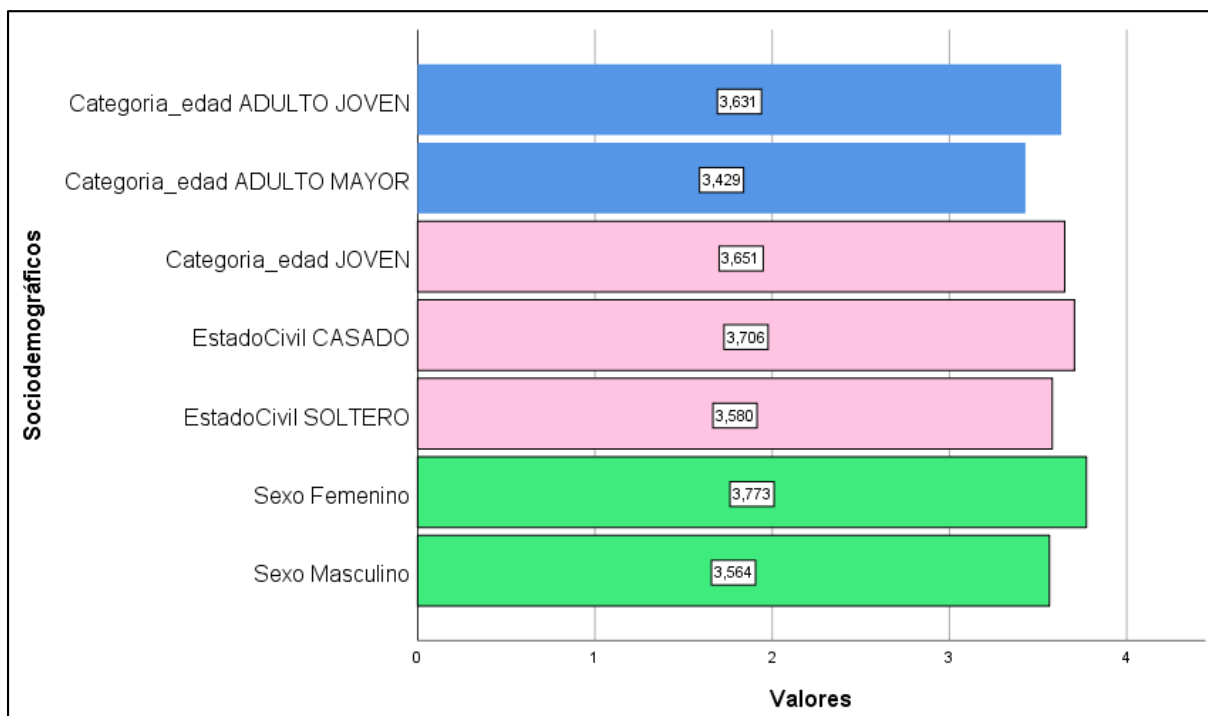


Figura 4 Análisis de la dimensión Egoísmo por sociodemográficos.

Dimensión Benevolencia por sociodemográfico

Se encontró que la percepción de una valoración neutral en la dimensión Benevolencia es similar entre hombres y mujeres.

Respecto al estado civil, hay una valoración algo mayor en las personas casadas quienes perciben una mejor calificación para esta dimensión, siendo sin embargo neutral, del mismo modo que en los solteros.

Respecto a la edad, se encontró una mejor percepción de benevolencia en las personas jóvenes, posiblemente asociadas al hecho de que suelen ser los jóvenes los que esperan un comportamiento que busca el bien para los demás, siendo de igual modo neutral.

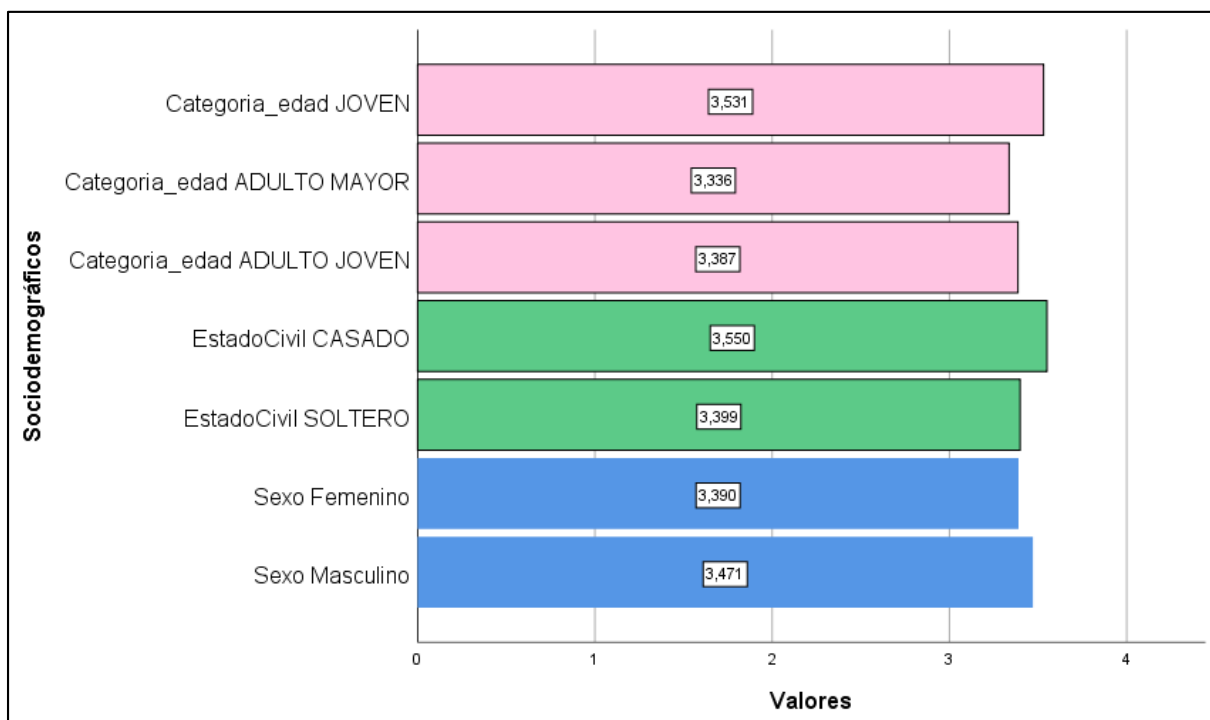


Figura 5 Análisis de la dimensión Benevolencia por sociodemográficos

Dimensión Principios por sociodemográfico

Se halló que la percepción neutral es similar en hombres y mujeres respecto a la consideración de los principios morales y éticos en el actuar y al seguimiento de las normas y políticas en la institución, se mostró una leve mejor percepción en las mujeres que en los varones.

Respecto al estado civil, se halló una mejor valoración respecto a la percepción de los principios y su respeto por ellos en la empresa, por parte de las personas casadas, siendo a pesar de ello valoradas de manera neutral, de la misma manera que los solteros.

En el análisis con respecto a la edad, los jóvenes y adultos jóvenes mostraron una leve mejor percepción del esperar seguimiento de los principios éticos y morales en la empresa, así como del seguimiento de las normas y elementos legales que deberían guiar su actuar, y una menor calificación dada por la percepción de los adultos mayores, esto podría explicarse en que los adultos mayores basados en su experiencia laboral, podrían considerar que esto no se da y por tanto no creen que sería algo que esperen se de en su institución.

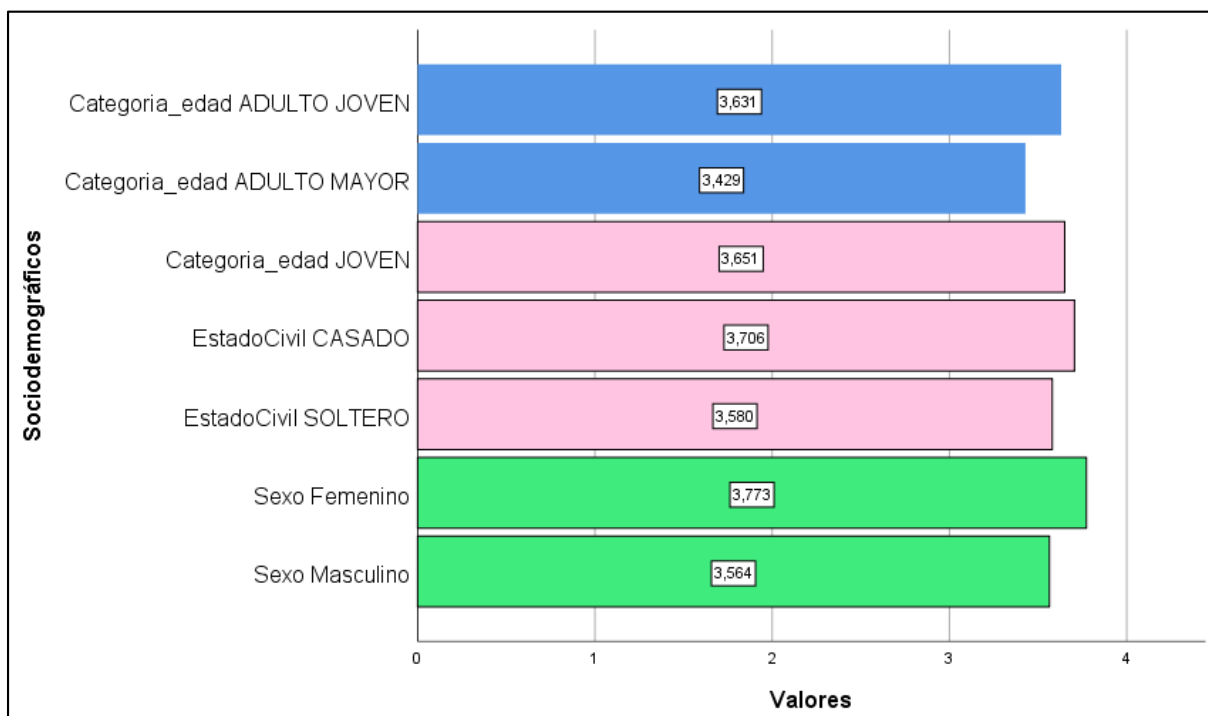


Figura 06 Análisis de la dimensión Principios por sociodemográficos.

Discusión

Frente al objetivo general Determinar el tipo de clima ético según la percepción de los colaboradores de la empresa comercial RC- Trujillo 2019. Se concluye que el valor promedio obtenido en la variable analizada, Clima ético, 4.19, muestra que la percepción en general que tienen los colaboradores de la empresa es neutral. Estos resultados son diferentes a la investigación del autor De la Cruz (2016) quien encontró que los trabajadores percibían el clima ético elevado. Por otro lado, en el estudio de Asl et al. (2017) los colaboradores tenían percepciones negativas sobre el clima ético. Los autores resaltaron que los responsables de las políticas de la empresa deben diseñar estrategias para mejorar tanto el clima ético como la satisfacción laboral de personal. Según, los autores Koh y Boo (2001) y Victor y Cullen (1988) la comunicación ética, en diversas formas, ha demostrado promover la toma de decisiones éticas dentro de la organización, mientras que el líder ha demostrado tener un papel clave. Las organizaciones necesitan valores compartidos que definen más el grupo que cualquier tipo de estatutos, reglas o procesos compartidos (Quora, 20108).

Según el objetivo Describir los factores relacionados con el clima de egoísmo se halló que esta dimensión se encuentra ubicado en promedio de manera alta en promedio (5.49), esto significa un clima ético negativo. Es decir, el personal prefiere velar por sus intereses y dejar de lado los intereses de la institución. Estos resultados, son similares a la investigación de Gorsira; Steg; Denkers y Huisman (2018) quien concluyó que, si los colaboradores perciben un clima ético en su organización, experimentan normas personales y sociales más débiles, haciéndolos más propensos a la corrupción. Como mencionaron Cullen, Parboteeah y Victor (2003) el clima egoísta se funda esencialmente en la maximización del interés propio ignorando las necesidades del resto. Por ello, es esencial que las empresas fortalezcan el clima ético de una empresa y fomenten la toma de decisiones éticas basadas en la preocupación por el bienestar de los demás.

Por otro lado, analizando la dimensión en subdimensiones, se mostró que el interés propio, lucro de la empresa y eficiencia fueron calificadas de manera alta (5,50; 5,29 y 5,68, respectivamente), percibiendo un clima ético negativo. Cuando el clima organizacional apoya comportamientos de interés propio, se espera que los trabajadores se preocupen menos por los integrantes en la institución. En resumen, el clima egoísta expresa una situación de deficiencia ética pues la gente cree que la toma de decisiones debe servir a los intereses de la organización o intereses personales (Ahmadi & Panahi, 2010)

Respecto al objetivo Describir los factores relacionados con el clima de benevolencia, se hallaron valores promedio consistentes con un nivel neutral (3.45), indicando que el personal percibe que no se busca el bien para todos ni hay espíritu de equipo, es decir, son indiferentes ante esta dimensión. Además, son indiferentes a las actividades sobre responsabilidad social. Estos resultados discrepan del estudio de Gómez y Manrique (2014) quien concluyó que en la empresa existe benevolencia (ideas grupales y equipo) y que los colaboradores se preocupan por los intereses de todos. Asimismo, De la Cruz (2016) en su estudio halló que los trabajadores conservaban un clima de trato (llevarse bien con todos los miembros de la institución y velar por el bienestar) y comportamiento profesional dentro de la empresa. En este tipo de clima, los trabajadores perciben que la empresa tiene un real interés en el bienestar de todos (Wimbush & Shepard, 1994) y también, los colaboradores buscan maximizar los intereses comunes, aunque signifique poca satisfacción de las necesidades individuales (Weber, 1995).

De otro lado, analizando la dimensión en subdimensiones, se mostró que la amistad, interés de grupo y responsabilidad obtuvieron un promedio de 3,39; 3.61 y 3.35 respectivamente, percibiendo un clima ético neutral. Se resalta que no existe una preocupación por parte del personal en realizar actividades para ayudar a la comunidad y también, se evidenció la indiferencia ante el bienestar de los colegas y el trabajo en equipo, es decir, cada uno vela por sí mismo. Estos resultados, discrepan del estudio de Gómez y Manrique (2014) quien halló que los trabajadores se preocupaban por los intereses de los miembros de la institución y de la empresa y que, además, realizaban actividades de responsabilidad social. En este clima, a las personas les gusta la prosperidad de los demás, son personas honestas y además, hay otras personas dentro y fuera de la organización, que pueden verse influenciadas por sus decisiones éticas.

Y respecto, al último objetivo Describir los factores relacionados con el clima principios también, se mostraron indiferentes o neutrales (3.62), ante el seguir sus creencias morales ante su actuar. Es decir, el personal no le da importancia al acatamiento de las políticas y leyes de su centro laboral. Estos resultados discrepan del estudio de Gómez y Manrique (2014) pues, concluyó que la empresa fomenta el cumplimiento de las normas logrando que cada trabajador se involucre y se identifique con los valores de dicha institución. Por otro lado, en la investigación de Fedai y Bicere (2016) mencionaron que las organizaciones son coherentes y comprometidas con los estándares éticos. Todos son tratados por igual, justos y no discriminados en sus organizaciones en general. Además, la

mayoría de la organización tiene una regulación ética escrita formal y que los principios éticos están respaldados por políticas administrativas de la organización. En este clima ético, los empleados prestan atención a los principios, reglas y regulaciones de su profesión. En los puestos de toma de decisiones dentro de este clima se perciben principios, reglas y reglas de reglamentación, en las cuales los empleados deben tomar decisiones, basadas en la autoridad y el juicio de algunos sistemas externos, como la ley o las regulaciones profesionales (Khorshid & Mohseni, 2010).

Ahora, analizando la dimensión en subdimensiones, se halló que moralidad, reglas y leyes obtuvieron un promedio de 3,67; 3,70 y 3,49 respectivamente, percibiendo un clima ético neutral. Se observa en los hallazgos que a un personal que percibe que el actuar en la empresa no está precisamente regido por la moralidad o leyes dadas en la institución, esto es un colaborador que podría actuar convenientemente según lo crea necesario para satisfacer su interés sin que eso implique que considere que faltar a las normas sea un acto que va en contra de lo que piensa. Sin embargo, en el estudio de Rabia (2018) los trabajadores informaron una percepción altamente positiva de los valores profesionales. También se reveló una percepción positiva del clima ético, especialmente en la relación con el gerente. Se indicó una correlación positiva significativa moderada entre los valores profesionales y la percepción sobre el clima ético de la institución. Por lo tanto, el rol de los gerentes es impulsar los valores profesionales, apoyar los valores profesionales y aumentar la conciencia del personal. Todo lo anterior, contribuiría a optimizar el entorno ético de la empresa. También, en el estudio de Gómez y Manrique (2014) concluyeron que los trabajadores perciben que las practicas organizacionales promueven un razonamiento ético y contribuye la formación de la identidad moral incitando la fuerza motivacional del personal para actuar de manera correcta.

Para mantener un clima ético, se sugiere a la organización que tome medidas activas que se adapten a todos los criterios (Deshpane, 1996). Por ejemplo, un código de ética puede ser muy efectivo en un clima principal, pero no tan efectivo en un clima benevolente. Por lo tanto, los diferentes tipos de clima requieren diferentes estrategias de gestión de la ética.

V. Conclusiones

La percepción en general que tienen los colaboradores sobre el clima ético es neutral es decir, las percepciones compartidas entre los participantes, la existencia de prácticas organizacionales coherentes con las normas morales propuestas y la fuente de razonamiento moral para sus integrantes para ellos es indiferente.

Se evidenció un clima de egoísmo negativo ligeramente, por lo que se considera negativo para el bien común, pues el personal opta por cuidar sus intereses por encima de otras consideraciones. Además, las personas no se guían por su ética personal dañando muchas veces a otros colaboradores o afectando a la misma empresa.

El nivel del clima benevolencia fue neutral, evidenciándose que los colaboradores son indiferentes ante el buen actuar y el espíritu de equipo también, son indiferentes ante los problemas y las decisiones correctas. Además, no se preocupan por la situación de la empresa y de las actividades sobre responsabilidad social.

El nivel de clima principios estuvo ubicado en un nivel neutral pues, los colaboradores se mostraron indiferentes ante el seguir sus creencias morales. Es decir, el personal no le da importancia al acatamiento de las políticas y leyes de su centro laboral.

VI. Recomendaciones

Diseñar un sistema adecuado para conocer y evaluar los índices de conductas éticas en la organización y poder. Es necesario, convocar reuniones una vez al mes para conocer la situación y los índices de conductas. Además, brindar reconocimiento público u ofrecer otro tipo de beneficios a los colaboradores que son sobresalientes en aspectos de ética personal e índices de trabajo.

Emplear una metodología innovadora es decir, implementar e iniciar un programa de compromiso institucional sobre la ética para construir un clima ético en todos los miembros. Los gerentes o directivos deben integrar a los colaboradores en el proceso de enseñanza sobre la ética.

Realizar talleres de integración para promover el espíritu de equipo y fortalecer las relaciones entre todo con el propósito de aumentar el clima benevolente dentro y fuera de la empresa. También, promover el sentido de responsabilidad hacia la comunidad externa, planificar acciones de responsabilidad social en la empresa, así como incorporar las metas sociales para demostrar el interés en otras personas.

Realizar charlas y capacitaciones para que todo el personal tenga conocimiento de las normas y valores de la empresa. Sobre todo, enseñar con el ejemplo y sancionar las actitudes negativas e inmorales. También, se puede fomentar la cultura ética a través de reflexiones en el colaborador para que su comportamiento guarde relación con las normas de la institución.

VII. Lista de Referencias

- Ahmadi, A. A & Panahi, Balal. (2009). "Effects of ethical climate on attitudes and job behaviors Eastern University Noor azrbayjan message", *Research Management, Second Year, 5*, 55-33.
- Asl. Et al. (2017). The relationship of ethical climate and nurses' job satisfaction in the operating room: A cross- sectional study. *Nurs Midwifery Stud*, 6 (13), 7-9.
- Bulutlar, F. & E.U. Oz, (2009). The effects of ethical climates on bullying behavior in the workplace. *Journal of Business Ethics*, 86: 273-295.
- Cullen, J. B., Praveen Parboteeah, K., & Victor, B. (2003). The Effects of Ethical Climates on Organizational Commitment: A Two-Study Analysis. *Journal Of Business Ethics*, 46(2), 127-141.
- De la Cruz, V. (2016). Clima ético y satisfacción laboral en profesionales de la salud de la Micro-Red Sesquicentenario- Callao, 2016. (*tesis de pregrado*). Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Deshpande, S. P. (1996). Ethical climate and the link between success and ethical behavior: An empirical investigation of a non-profit organization. *Journal Of Business Ethics*, 15(3), 315-320. doi:10.1007/BF00382957
- Elçi, M., & Alpkın, L. (2009). The impact of perceived organizational ethical climate on work satisfaction. *Journal Of Business Ethics*, 84(3), 297-311. doi:10.1007/s10551-008- 9709-0
- Fedai, M. & Bicere, M. (2016). Relationship between Organizational Ethical Climate and Innovative Behavior: An Example from Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6 (10), 117-127.
- Gestión (2015). "Tener una cultura ética es la única forma de sobrevivir". Obtenido de: <https://archivo.gestion.pe/empresas/tener-cultura-etica-unica-forma-sobrevivir-2136653>
- Gómez, G. & Manrique, A. (2014). Clima ético en una entidad del estado. *Divers.: Perspect. Psicol*, 10 (2), 321-336.
- Gorsira; M.; Steg, L.; Denkers, A. & Huisman, W. (2018). Corruption in Organizations: Ethical Climate and Individual Motives. *Adm. Sci.* 8 (4), 2-19. doi:10.3390/admsci8010004
- Hernandez, S. Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.). McGraw Hill: México.
- Hsieh, H.-H., & Wang, Y.-D. (2016). *Linking perceived ethical climate to organizational deviance: The cognitive, affective, and attitudinal mechanisms*. *Journal of Business Research*, 69(9), 3600–3608. doi:10.1016/j.jbusres.2016.01.001

- Hung, Y., & Tsai, T. (2016). Ethical work climate and organizational citizenship behavior in the Taiwanese military. *Military Psychology*, 28(1), 34-49. doi:10.1037/mil0000096
- Koh, H. C., & Boo, H. Y. (2001). The Link between Organizational Ethics and Job Satisfaction: A Study of Managers in Singapore. *Journal Of Business Ethics*, (4), 309.
- Khorshidi, S & Mohseni, Z. (2010)."Effects of ethical climate on job satisfaction of public and private banks in Iran", *Journal of the third year*, (7), 119-79.
- Lilly, J. Duffy, J. & WIpawayangkool, K. (2016). The Impact of Ethical Climate on Organizational Trust and the Role of Business Performance: If Business Performance Increases, Does Ethical Climate Still Matter?. *Impact of ethical climate on organizational trust*, 33-49.
- Martin, K. D., & Cullen, C. B. (2006). Continuities and Extensions of Ethical Climate Theory: A Meta-Analytic Review. *Journal Of Business Ethics*, (2), 175. doi:10.1007/s10551-006-9084-7
- Quora (2018). Why do you think the ethical climate of an organization is so important?. Obtenido de : <https://www.quora.com/Why-do-you-think-the-ethical-climate-of-an-organization-is-so-important>
- Rabia S. (2018). "Hospital Ethical Climate and It's Impact on Nurses' Professional Values" *ARC Journal of Nursing and Healthcare* ; 4(3): 13-19.
- Reichers, A. E., & Schneider, B. (1990). Climate and culture: An evolution of constructs. B. Schneider, ed. *Organizational Climate and Culture*. Jossey-Bass, San Francisco, 5–39.
- Shafer, W. E. (2008). Ethical climate in Chinese CPA firms. *Accounting, Organizations and Society*, 33(7), 825-835.
- Schneider, B., A. E. Reichers. (1983). On the etiology of climates. *Personnel Psych.* 36(1) 19–4.
- Schneider, B., Bowen, D., Ehrhart, M. & Holcombe. K. (2000). The climate for service: Evolution of a construct. N. M. Ashkanasy, C. P. M. Wilderom, M. F. Peterson, eds. *Handbook of Organizational Culture and Climate*. Sage, Thousand Oaks, CA, 21–36.
- Upchurch, R. S. (1998). Ethics in the hospitality industry: an applied model. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, (6), 227. doi:10.1108/09596119810232266
- Victor, B. & Cullen, J. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Admin. Sci. Quart.* 33(1) 101–125.
- Weber, J. (1995). Influences Upon Organizational Ethical Subclimates: A Multi-departmental Analysis of a Single Firm'. *Organization Science* 6, 509 - 523. doi:10.1287/orsc.6.5.509

Wimbush, C. W., & Shepard, J. M. (1994). Toward an Understanding of Ethical Climate: Its Relationship to Ethical Behavior and Supervisory Influence. *Journal Of Business Ethics*, (8), 637.

Zohar, D. & Luria, G. (2005). A multilevel model of safety climate: Cross-level relationships between organization and group-level climates. *J. Appl. Psych.* 90(4) 616–628.

VIII. Anexos

Anexo 1: Cuestionario de Clima Ético

<p>Sexo: Masculino () Femenino () Edad: -----</p> <p>Instrucciones: En este cuestionario se pregunta sobre el clima ético percibido en la empresa. . No hay respuesta correcta o incorrecta . No dejar preguntas sin responder . Marca con una el número que corresponda a la respuesta</p> <p style="text-align: center;">1= Totalmente en desacuerdo 2= Muy en desacuerdo 3= En desacuerdo 4 = Indiferente 5 = De acuerdo 6 = Muy de acuerdo 7 = Totalmente de acuerdo</p>
--

Clima egoísmo		1	2	3	4	5	6	7
Interés propio	En esta Institución, las personas buscan más que todo su propia conveniencia.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución cada persona decide qué es correcto y qué es incorrecto.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución protegen sus propios intereses por encima de otras consideraciones.	1	2	3	4	5	6	7
	Las personas se preocupan por los intereses de la empresa por encima de los intereses de las personas que trabajan allí.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta empresa los trabajadores no se conducen por sus propios valores (ética personal)	1	2	3	4	5	6	7
	Las personas en esta Institución se preocupan mucho por lo que sea mejor para ellas mismas.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta institución no se toma en cuenta a cada persona a la hora de tomar decisiones.	1	2	3	4	5	6	7
Lucro de la empresa	Se espera que las personas hagan cualquier cosa para favorecer los intereses de la Institución.	1	2	3	4	5	6	7
	El trabajo se considera de inferior calidad solo cuando perjudica los intereses de la Institución.	1	2	3	4	5	6	7
	Las decisiones en esta Institución son evaluadas principalmente en términos de su contribución a lograr utilidades.	1	2	3	4	5	6	7
Eficiencia	La principal responsabilidad para las personas en esta Institución es considerar primero la eficiencia.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución la manera más eficiente es siempre la manera correcta.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución, se espera por encima de todo, que cada persona trabaje eficientemente.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución siempre se buscan decisiones eficientes a los problemas.	1	2	3	4	5	6	7

Clima benevolencia								
Amistad	En esta Institución las personas siempre buscan el bien de los demás.	1	2	3	4	5	6	7
	Lo más importante para nosotros en esta Institución es lo que sea mejor para la otra persona.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución una preocupación central es lo que es mejor para cada individuo.	1	2	3	4	5	6	7
Interés de grupo	Lo más importante para nosotros es lo que sea mejor para todos en la Institución.	1	2	3	4	5	6	7
	La preocupación más importante es procurar el bien de todas las personas de la Institución.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución las personas se preocupan mucho por lo que es generalmente mejor para los empleados.	1	2	3	4	5	6	7
	Las personas en esta Institución consideran importante el espíritu de equipo.	1	2	3	4	5	6	7
Responsabilidad social	En esta Institución se espera que usted siempre haga lo que es correcto para el usuario.	1	2	3	4	5	6	7
	Las personas en esta Institución tienen un fuerte sentido de responsabilidad hacia la comunidad externa.	1	2	3	4	5	6	7
	Las personas en esta Institución se preocupan activamente por los intereses de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
	El efecto de las decisiones de los usuarios es un asunto de interés prioritario en esta Institución.	1	2	3	4	5	6	7

Clima de Principios								
Moralidad Personal	En esta Institución, se espera que las personas sigan sus propias creencias morales y personales.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución no hay espacio para la moral o la ética personal.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución la consideración más importante es el sentido que cada persona tiene sobre lo que es correcto y lo que es incorrecto.	1	2	3	4	5	6	7
Reglas y procedimientos de la organización	Aquí es muy importante seguir las reglas y procedimientos de la Institución.	1	2	3	4	5	6	7
	Se espera que todos se ciñan a las reglas y procedimientos de la Institución	1	2	3	4	5	6	7
	Las personas exitosas en esta Institución se rigen estrictamente por las reglas	1	2	3	4	5	6	7
	Las personas exitosas en esta Institución obedecen estrictamente las políticas institucionales.	1	2	3	4	5	6	7
Leyes y códigos profesionales	En esta Institución la principal consideración es si una decisión viola alguna ley.	1	2	3	4	5	6	7
	Se espera que las personas cumplan con la ley y con los estándares profesionales por encima y más allá de otras consideraciones.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución se espera que las personas cumplan estrictamente con los estándares legales y profesionales.	1	2	3	4	5	6	7
	En esta Institución, la ley o código de ética profesional es la consideración principal	1	2	3	4	5	6	7

Anexo 2: Comunalidades correspondientes al análisis factorial.

Egoísmo

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
IP1	1,000	,805
IP2	1,000	,304
IP3	1,000	,568
IP4	1,000	,573
IP5	1,000	,568
IP6	1,000	,512
IP7	1,000	,371
LE1	1,000	,430
LE2	1,000	,685
LE3	1,000	,531
EFI1	1,000	,594
EFI2	1,000	,886
EFI3	1,000	,386
EFI4	1,000	,894

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Benevolencia.

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
AMI1	1,000	,430
AMI2	1,000	,752
AMI3	1,000	,330
IG1	1,000	,516
IG2	1,000	,667
IG3	1,000	,842
IG4	1,000	,744
RS1	1,000	,592
RS2	1,000	,731
RS3	1,000	,465
RS4	1,000	,864

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Principios.

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
MP1	1,000	,888
MP2	1,000	,973
MP3	1,000	,883
RP1	1,000	,904
RP2	1,000	,542
RP3	1,000	,968
RP4	1,000	,882
LCP1	1,000	,581
LCP2	1,000	,489
LCP3	1,000	,604
LCP4	1,000	,354

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Anexo 3: Varianzas explicadas para evaluar validez convergente.

Dimensión Egoísmo

Varianza total explicada									
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de	%	Total	% de	%	Total	% de	%
		varianza	acumulado		varianza	acumulado		varianza	acumulado
1	4,510	32,215	32,215	4,510	32,215	32,215	3,084	22,028	22,028
2	2,300	16,430	48,645	2,300	16,430	48,645	2,858	20,411	42,439
3	1,296	9,260	57,905	1,296	9,260	57,905	2,165	15,466	57,905
4	1,005	7,181	65,086						
5	,923	6,593	71,679						
6	,709	5,067	76,746						
7	,654	4,674	81,420						
8	,620	4,431	85,851						
9	,535	3,821	89,672						
10	,467	3,338	93,010						
11	,433	3,093	96,102						
12	,279	1,990	98,092						
13	,218	1,559	99,652						
14	,049	,348	100,000						

Dimensión Benevolencia

Varianza total explicada									
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de	%	Total	% de	%	Total	% de	%
		varianza	acumulado		varianza	acumulado		varianza	acumulado
1	3,531	32,104	32,104	3,531	32,104	32,104	2,548	23,160	23,160
2	2,052	18,651	50,755	2,052	18,651	50,755	2,234	20,314	43,473
3	1,351	12,280	63,035	1,351	12,280	63,035	2,152	19,562	63,035
4	1,214	11,033	74,068						
5	,835	7,589	81,657						
6	,714	6,491	88,148						
7	,582	5,293	93,441						
8	,351	3,192	96,633						
9	,144	1,311	97,944						
10	,124	1,124	99,068						
11	,102	,932	100,000						

Dimensión Principios

Varianza total explicada									
Compo nente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	5,261	47,829	47,829	5,261	47,829	47,829	3,362	30,567	30,567
2	1,689	15,351	63,180	1,689	15,351	63,180	2,671	24,282	54,849
3	1,117	10,155	73,335	1,117	10,155	73,335	2,033	18,485	73,335
4	,856	7,785	81,119						
5	,651	5,915	87,034						
6	,563	5,122	92,157						
7	,466	4,239	96,396						
8	,317	2,880	99,275						
9	,056	,511	99,786						
10	,013	,118	99,905						
11	,010	,095	100,000						

Validez discriminante o divergente.

Dimensión egoísmo.

Matriz de componente rotado ^a			
	Componente		
	1	2	3
LE2	,763		
LE3	,721		
EFI1	,680		
LE1	,628		
IP6	,602		
IP7	,466		
IP1		,892	
IP3		,745	
IP4		,722	
IP5	,520	,545	
IP2		,518	
EFI2			,897
EFI4			,887
EFI3			,581

Dimensión de Benevolencia

Matriz de componente rotado^a			
	Componente		
	1	2	3
IG4	,861		
RS2	,850		
RS1	,670		
IG1	,612		
AMI2		,867	
IG2		,788	
AMI1		,652	
AMI3		,548	
RS4			,926
IG3			,897
RS3			,557

Dimensión Principios

Matriz de componente rotado^a			
	Componente		
	1	2	3
RP1	,933		
MP1	,925		
RP2	,657		
LCP2	,554	,426	
LCP3	,544	,528	
MP3		,852	
RP4		,851	
LCP4		,591	
LCP1	,518	,559	
MP2			,971
RP3			,965