

Aportes de la investigación empírica a la ética empresarial¹

Contributions of empirical research in business ethics

Gloria Stella Salazar Yepes²
Sandra Patricia Rumierk Giraldo³

Resumen

Desde hace varias décadas se ha considerado de gran importancia la investigación empírica en la ética empresarial. Sin embargo, pese a que esta investigación aporta gran cantidad de elementos para avanzar en este tema, en opinión de varios analistas (Cowton 1998; Frederick, 1992; Randall y Gibson, 1990; Robertson, 1993; Trevino, 1992) los estudios de este tipo presentan algunos problemas en su proceso investigativo, tales como, la estructura metodológica, sus marcos teóricos y la formulación de hipótesis. El propósito de este documento es dar a conocer los resultados obtenidos de la revisión crítica de algunos informes de investigación en ética empresarial.

Palabras clave: ética empresarial, investigación empírica, códigos de buen gobierno y empresa.

Abstract

That empirical researching is a helpful tool for management ethics because of its related contribution to information concerning on what is happening in the real world, enterprise managing, as well as allowing to know and comprehend individuals belonging to an enterprise attitudes and opinions, facing their own deeds and the organization moral development.

Since long decades ago, empirical researching has been considered of a great importance on management ethics by contributing means for advancing on this topic. However, many analysts (Cowton 1998; Frederick, 1992; Randall y Gibson, 1990; Robertson, 1993; Trevino, 1992), considerate that this type of studies has some difficulties inside its investigative processes, such as methodological structure, theoretical frame, and hypothesis formulation. Thus, the purpose of this document is to make the reader know the results obtained from the critical revision of some articles and investigation reports about management ethics.

Keywords: managerial ethics, empiric investigation, good government's codes and company.

Introducción

La ética representa un saber práctico, y la labor en la construcción de éste conocimiento se justifica en la medida en que dicho saber orienta la acción humana, aunque de manera mediata. El producto de la reflexión sobre la moral debe ser utilizado en el mundo cotidiano, para contribuir a la solución de problemas prácticos. De allí que se trabaje la ética en diferentes espacios, tales

como, la educación, la medicina, la justicia y la empresa, los cuales se constituyen en casos concretos de ética aplicada.

Una de las principales características de la ética aplicada es la interdisciplinariedad. La ética empresarial, también llamada ética de los negocios, o *Business Ethics*, es un término que aparece con fuerza en los Estados Unidos y se extiende por Europa, América Latina y el Oriente.

¹ Este artículo es el resultado de una revisión crítica efectuada por las autoras, a algunos informes de investigación empírica en ética empresarial y hace parte de los avances teóricos, de la investigación que está realizando Gloria Stella Salazar, sobre "Comportamientos éticos de las sociedades comisionistas de bolsa en Colombia" (primera fase), el proyecto fue aprobado y está siendo financiado por Colciencias, de acuerdo con la Convocatoria N° 452. Cód. 1349-452-21132.

² Docente investigadora de la Universidad Católica Popular del Risaralda. Administradora de empresas de la Universidad Católica Popular del Risaralda, estudiante de maestría de la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. Correo electrónico: gloritasalazar_320@hotmail.com

³ Docente de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Pereira, de la Universidad Católica Popular del Risaralda, y de la Universidad Tecnológica de Pereira. Magíster en Administración Económica y Financiera de la UTP. Correo electrónico: sanpati60@hotmail.com

Recibido 30 de mayo de 2009 **Aceptado** 18 de agosto de 2009

Relaciona varias disciplinas e induce a la reflexión acerca de la necesidad que existe de hacer un razonamiento ético del quehacer administrativo, comercial, productivo y financiero de la gestión organizacional (Donalson, 1989, p. 206).

A través del razonamiento ético que se hace de la dinámica de la organización, resulta evidente que el producto de la reflexión sobre la realidad moral humana (ética) desciende al mundo de la cotidianidad y aporta elementos que permiten abordar los problemas prácticos; en este contexto, la investigación se constituye en el medio a través del cual entran a dialogar el saber práctico llamado ética y el quehacer profesional, mediante el uso de varios tipos de investigación, como la investigación empírica.

El objetivo de este artículo es dar a conocer algunas críticas hechas a la investigación empírica, utilizada para ahondar en temas relacionados con la ética empresarial, con el fin de llevar al lector que reflexione sobre posibles estrategias de mejoramiento en la realización de futuras investigaciones de este tipo. El artículo está dirigido a docentes, investigadores y estudiantes interesados en abordar el tema de ética empresarial, comportamientos éticos y desarrollo organizacional.

Se busca responder a preguntas tales como: ¿Qué aporte brinda la investigación empírica a la investigación en ética empresarial?, y ¿qué características se identifican en los estudios realizados, en cuanto a la formulación del problema, el marco teórico, la formulación de hipótesis, diseño metodológico, la recolección y el análisis de la información? La búsqueda de dichas respuestas se logra a través de una revisión crítica de algunos estudios realizados por Cowton (1998a); Frederick (1992); Randall y Gibson (1990) y Robertson (1993).

En relación con el proceso de socialización de los productos de investigación, se intenta brindar algunas sugerencias para elaborar y publicar los informes, para lo cual se describen algunas formas empleadas actualmente para su difusión, con base en las expectativas del investigador y del entorno donde se desean presentar. Finalmente, se enuncian algunas estructuras planteadas y

utilizadas por autores, como Calderón (2005), Pelegrina del Rio et ál. (1999), Ramos et ál. (2004) y Hernández et ál (1997).

Aspectos generales y observaciones a la investigación empírica en ética empresarial

La ética en el plano empresarial, ha tenido diversos enfoques; entre ellos se encuentran los utilitaristas, uno de los modelos éticos más seguidos en el ámbito económico y financiero:

De acuerdo con Cavanagh (1990), el utilitarismo es el criterio dominante en el 90% de las decisiones empresariales, donde el principal propósito de la empresa es la generación de utilidades, excluyendo otros fines, que desde la perspectiva ética o del desarrollo humano, revisten igual importancia (Rodríguez, 2005, p. 28).

Aquí la acción moral se juzga por las consecuencias que ella produce; de esta forma, las prácticas éticas se convierten más en un medio que en un fin, se valoran como mejores aquellas que traigan utilidades al menor costo posible para todos los involucrados; es decir, se aceptan las acciones que contribuyen con la generación de mayores beneficios para los grupos de interés.

Para los no utilitaristas, el ser ético en el ámbito empresarial significa un fin, que no debe ser utilizado como medio para lograr los beneficios económicos. Para ellos, la ética es la manera como la empresa obtiene reconocimiento por parte de la sociedad. Conforme a lo anterior, se afirma que ser una empresa ética, significa cumplir con los compromisos establecidos a través del contrato social (Rodríguez, 2003); esto significa que la empresa adquiere el compromiso con la sociedad de generar beneficios sociales, en contraprestación al derecho que se le otorga para poder funcionar en el mercado.

Se observa que la empresa enfrenta dos dilemas éticos: el primero tiene que ver con la responsabilidad que posee de generar las máximas utilidades para sus accionistas, y garantizar permanencia, crecimiento y eficiencia en el mercado. Esto constantemente lleva a la empresa a que adopte estrategias como sobornos, evasión de impuestos, negociaciones asimétricas, alianzas oligopólicas, manipulación u ocultamiento de la información

financiera, desconocimiento y trasgresión de los derechos de asociación, y explotación de la fuerza de trabajo.

El segundo dilema hace referencia a la necesidad que tiene la empresa de hacer que sus empleados, directivos y demás grupos de interés cumplan adecuadamente con sus funciones, sin menoscabar sus derechos, y sin privarlos de la libertad, la autonomía y la realización personal. “[...] Para avizorar posibles soluciones a éste dilema es necesario reconocer, ante todo, que el problema central que afrontamos es lo que Adela Cortina denomina la legitimidad social de la actividad empresarial” (Carrillo, 2006, p. 94).

Cortina (1996) afirma, además, que la legitimidad social de las organizaciones proviene del grado de confianza y de aceptación que estas logren en sus grupos de interés; de ahí que las empresas no deben pensar sólo en la generación constante de dinero, pues además de lograr beneficios económicos son instituciones sociales y ciudadanos corporativos, que deben trabajar para lograr el bien organizacional y contribuir al bien de la sociedad. La investigación es el medio a través del cual la organización puede indagar acerca de esa legitimidad y grado de aceptación social que tiene la organización, y realizar una valoración ética de su actuación respecto al beneficio social que brinda.

La investigación en ética inicialmente era de carácter teológico y religioso. Algunos buscaron las bases de la ética en las ideas morales; otros, en una intuición especial, en el sentido común, en la simpatía o en la utilidad; y otros llamaron la atención sobre el papel que desempeña la sociedad en la formación de conceptos morales. Finalmente, existían otros grupos que consideraban que el fundamento último de la ética era la creencia religiosa o la dogmática religiosa. Como resultado de todos estos enfoques surgieron diferentes corrientes éticas, a las cuales se les han dado diferentes denominaciones (Ferrater, 2002).

Posteriormente dicho proceso tuvo una contribución filosófica fuerte, y recientemente se le ha dado una perspectiva científica social; especialmente, desde los campos filosóficos,

normativos, psicológicos y desde la teoría organizacional, lo cual orienta los estudios hacia la investigación empírica, cuya perspectiva es alcanzar un punto más alto que las historias instructivas, y para cuyo fin se requiere un conocimiento que connota algo sistemático y disciplinar, en términos de adquirir mayor comprensión de los comportamientos éticos empresariales a escala mundial. La investigación empírica en la ética empresarial se preocupa por lo que está pasando en el mundo real de la empresa (Cowton, 1998a).

La investigación empírica favorece el acercamiento entre el análisis ético normativo y la realidad empresarial, pues brinda elementos que permiten reflexionar sobre el deber ser y lo que sucede realmente en el contexto organizacional. De ahí que la investigación empírica se constituya en un elemento complementario para la ética empresarial, la cual, aunque requiere un buen sustento teórico, también debe apoyarse en los fenómenos de la realidad.

Al indagar acerca de la actuación del gerente se pueden identificar dos tipos de estudios: el descriptivo, que muestra cómo es la realidad (¿cómo es el gerente y cómo es su actuar?) y el normativo; o sea, lo que es la esencia de la realidad (es lo que guía la acción y explica la naturaleza de las cosas), lo que intenta dar respuesta al cómo debe actuar el gerente. En este orden de ideas, en la reflexión ética, ocasionalmente lo que es normativo termina influenciando la acción; es decir, se traduce en normas para la acción (Cowton, 1998a). De ahí la importancia de hacer una revisión sobre las observaciones y propuestas de mejoramiento planteadas para que la investigación empírica aporte resultados cada vez más valiosos, que lleven a fortalecer el componente ético de las organizaciones.

Entre los interrogantes planteados para analizar este tipo de investigaciones se encuentran: ¿Se presentó una teoría? ¿Se especificaron las hipótesis? ¿Se definieron con claridad las estructuras metodológicas? ¿Los instrumentos usados brindan confiabilidad y validez? ¿Diseñaron un plan concreto para realizar la investigación? ¿Los investigadores buscaron generalizar algún

aspecto a través de una población más grande? ¿Qué técnicas de observación fueron usadas? ¿Qué técnicas estadísticas utilizaron para analizar los datos? (Randall y Gibson, 1990). De acuerdo con los interrogantes planteados, se destacan los aspectos relacionados a continuación.

Formulación de la pregunta

Algunos académicos, como Trevino y Weaver (1994), sugieren que en la investigación empírica una buena formulación de la pregunta es de vital importancia, dado que puede servir para guiar la aplicación de las teorías morales específicas. Otra de sus contribuciones es que permite identificar ciertas prácticas que pueden resolver un dilema ético particular. Por ejemplo, muchos accionistas y otros asesores financieros consideraban que era imposible lograr los objetivos financieros siguiendo estrictamente los principios éticos, que se cumplían únicamente en parte. La investigación empírica ha demostrado no sólo que se puede hacer una inversión ética, sino, también, que esto no necesariamente lleva a que el inversionista asuma un sacrificio financiero (Luther y Matatko, 1994).

A través de varios ejemplos, las autoras muestran las dificultades que se pueden presentar ante la formulación de preguntas vagas, y ante la influencia que puede tener sobre las respuestas la presencia de rasgos socialmente indeseables, así como las tendencias observadas en los individuos cuestionados, y entre las cuales se destacan la inclinación a contestar con demandas socialmente deseables y a opinar de tal forma que queden ubicados en una situación de convivencia favorable; a eso se lo ha llamado "deseabilidad social" (Cowton, 1998b; Nederhof, 1985; Randall y Fernández, 1991).

Esta deseabilidad social indica que las personas generalmente actúan de acuerdo con sus propias creencias; es decir, el hecho de que una persona considere algo como bueno o malo depende, en gran medida, de aspectos tales como su vida familiar, escolar o universitaria; de las experiencias pasadas, y de la forma como aquellas fueron asumidas. De ahí la dificultad para que el comportamiento de una persona tenga una valoración ética positiva tan sólo por

haber cursado la asignatura de ética durante su formación profesional.

Estudios previos han descubierto una correlación positiva entre códigos de conducta ética y altos estándares de comportamiento ético; de igual forma, se ha creado consenso entre estudiantes y profesores acerca de la importancia que reviste incorporar la dimensión ética en el proceso de formación profesional. Sin embargo, las actitudes hacia los códigos de ética no sólo se desarrollan a través de la educación académica; de hecho, algunos estudios muestran que factores socioeconómicos y políticos pueden influenciar la actitud de una persona hacia la ejecución de prácticas éticas (Peppas, 2003).

En virtud de los aspectos anteriores, es importante que las investigaciones relacionadas con la ética empresarial tengan claramente definidas las variables susceptibles de análisis, así como los actores internos y externos que intervienen en la organización. En este tipo de investigación a veces se encuentran diferencias entre lo que las personas dicen que harían y lo que realmente hacen; de ahí que quienes responden pueden ser sensibles al contestar las preguntas sobre su conducta ética ante determinadas situaciones.

Frente al aspecto anterior, la tendencia mostrada por las personas sobre las cuales se indaga es que se sientan presionadas por prejuicios sociales, que exageren acerca de sus creencias éticas o que digan cosas que los ubiquen en un lugar favorable para la convivencia social. Varios estudios emplearon preguntas que son muy susceptibles a este tipo de prejuicios. Se afirma, entonces, que la investigación empírica presenta un cierto grado de complejidad, justificado, en parte, por el número significativo de actores que intervienen en el comportamiento humano, y, específicamente, en el comportamiento ético (Cowton, 1998a).

De igual manera, dependiendo de la situación de las personas al momento de ser entrevistadas, puede aparecer un sesgo amplio en las respuestas que brindan, de tal forma que no sea posible un análisis objetivo del problema de investigación. Si se traslada esta situación al caso colombiano, y específicamente a Risaralda,

se debe resaltar que el sector empresarial está conformado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, en las cuales, se supone, no están claramente identificados los códigos éticos que rigen cada una de sus actividades. De ahí que su comportamiento pueda estar determinado por las circunstancias que las rodean y el medio en el cual interactúan; por ello, se puede pensar que este tipo de empresas es más susceptible a desarrollar prácticas éticas desde la conveniencia económica y social.

Según lo expresado por Adela Cortina en su documento *Ética de la empresa* (2005), para superar estas dificultades es necesario formular preguntas apropiadas para entender las percepciones que posee cada persona en particular sobre la ética. Las respuestas a estas preguntas deben permitir al investigador que elabore un concepto objetivo sobre el manejo de la ética en diferentes contextos.

Así mismo, la percepción individual interfiere directamente en la toma de decisiones empresariales, pues son los individuos los encargados de desarrollar los códigos éticos que deben orientar todas las actividades de una organización. No obstante, esta percepción individual es el resultado de la interacción con el medio externo. Cuando las relaciones en el medio están dadas por la libertad para actuar, se puede decir con certeza que los individuos pueden elegir el comportamiento ético que más se ajusta a la necesidad empresarial, pero cuando no existe plena libertad la responsabilidad individual está limitada.

Para que alguien sea plenamente responsable es necesario que pueda usar y disponer de lo suyo, esto es tener la máxima flexibilidad, no solo para el éxito del negocio y, consecuentemente el mayor bienestar de la gente, sino que, como queda dicho, el campo ético queda restringido allí donde el empresario no es plenamente responsable de sus actos y decisiones (Machan, 2002, p. 13).

Marco teórico

La investigación en ética empresarial busca describir, explicar y comprender comportamientos, para lo cual es de gran valor contar con teorías

capaces de brindar una serie de conceptos que permitan explicar los fenómenos observados. De ahí que para evaluar la investigación, determinar su alcance y el ámbito de sus aplicaciones resulte trascendental que se haga explícito el marco teórico sobre el cual se basa ésta (Ghiso, 2002).

En cuanto a la fortaleza teórica, los artículos revisados presentan debilidad en este aspecto: por ejemplo, Randall y Gibson (1990) encuentran que de 94 informes de investigación el 64% (60) de ellos no establece un marco teórico; por ende, las autoras consideran que la teoría es un componente necesario para el proceso de investigación, pues posibilita un acercamiento al desarrollo del proceso deductivo de la construcción teoría y se constituye en un elemento esencial para la investigación empírica. Se llama la atención sobre la necesidad que existe de acercar los trabajos empíricos a los trabajos teóricos y conceptuales.

En este tipo de investigación, una vez se ha establecido una base teórica, los investigadores pueden hacer las predicciones sobre qué creencias y qué conductas probablemente ocurrirían bajo las condiciones dadas. Lógicamente, se debe desarrollar un programa de investigación para examinar esas predicciones, e interpretar los resultados a la luz de la teoría específica o de la generación de nuevo conocimiento. Sin embargo, el investigador no necesariamente debe desarrollar teoría nueva: existen muchos modelos teóricos en espera de ser comprobados empíricamente. Al respecto se afirma que:

La teoría es la reunión de un conjunto de leyes que atañen a un fenómeno determinado en un cuerpo explicativo, global y sintético. Por ejemplo [...] el conjunto de leyes del mercado, oferta, demanda, escasez, ventajas comparativas, ganancia [...], constituye la teoría económica clásica (Aktouf, 2001, p. 30).

En la revisión se encontró que la conceptualización es una fase particularmente necesaria en este tipo de investigaciones, lo que se constituye en creencias éticas, o en conductas éticas, dentro de una organización puede no serlo en otras; además, éstas pueden cambiar con el tiempo o ante determinadas situaciones. En relación con este

aspecto, la mayoría de los artículos analizados no ofrecía ninguna definición de creencias éticas que guiaran a los participantes de los procesos de investigación, ni a los lectores de los artículos. Adicionalmente, se observó confusión conceptual en algunos estudios, a tal punto que "Lewis (1985) identificó 308 definiciones diferentes del término ética empresarial en 254 artículos y libros" (Randall y Gibson 1990).

En virtud de lo anterior, se concluye que en todo estudio considerado científico los conceptos utilizados deberán definirse con claridad y precisión, en el marco de una teoría pertinente al tema tratado.

Formulación de hipótesis

Así como pocos artículos presentaron un marco teórico sólido, de igual manera sólo en algunos de ellos se pudieron observar hipótesis. En relación con este tema, las autoras afirman que una vez el marco teórico se ha establecido, los investigadores deben formular hipótesis o proposiciones que permitan establecer una relación particular entre dos o más variables. Según la forma como los investigadores en ética empresarial se muevan más allá de la investigación exploratoria, será necesario desarrollar hipótesis específicas.

Diseño metodológico y técnicas de recolección de información

Al revisar los artículos empíricos publicados en los periódicos académicos, se encontró que éstos no proporcionaban una descripción metodológica justamente detallada, y se había perdido una cantidad de aspectos importantes. La relación metodológica completa aparecía en menos de 45 de los 94 artículos. Pese a las ventajas que presenta la investigación del laboratorio, y aunque ésta permite examinar la relación causa-efecto y ejercer un control sobre las variables exógenas, solamente seis de los 94 artículos utilizaron este tipo de investigación. Al respecto, las autoras Randall y Gibson (1990) dicen que en cualquier estudio empírico una descripción completa de los métodos es esencial para una apreciación exacta de los resultados de la investigación: sin su conocimiento, será

difícil evaluar la importancia de los resultados de la investigación, y resultaría arriesgado deducir cualquier implicación práctica del estudio.

En cuanto a las técnicas para recolección de información, se considera que las entrevistas reportan gran utilidad a la investigación sobre ética empresarial; sobre todo, en la fase exploratoria. Sin embargo, sólo el 4% de los 94 artículos usó esta técnica: el 82% de ellos utilizó cuestionarios; el 6%, experimentos y simulación; el 3%, combinación de cuestionario y entrevista, y sólo el 5% de las indagaciones no encontró respuesta (Randall y Gibson, 1990). Entre las falencias encontradas en esta etapa, puede citarse, además, que en ocasiones se nota la falta de claridad por parte del investigador para describir el problema ante las personas involucradas en la investigación, motivo por el cual no se entendían suficientemente las preguntas planteadas; esto ocasionaba que se incurriera en errores al analizar los datos.

La mayoría de estudios empíricos hace uso de cuestionarios; quizás, porque es una de las herramientas más fáciles y rápidas de usar. Sin embargo, su uso ocasiona algunos riesgos, razón por la cual se sugiere hacer uso de datos secundarios, entendidos como aquellos datos coleccionados por otros y que no han sido específicamente diseñados para dar respuesta a la pregunta de la investigación. Entre ellos se destacan las instituciones gubernamentales o reguladoras, las cuales brindan publicaciones importantes, como los censos, los índices económicos, el nivel de ingreso nacional y el del gasto; las instituciones involucradas en la regulación de la organización, por su parte, brindan criterios que pueden servir como complemento para hacer una valoración ética del quehacer empresarial (Cowton, 1998b).

La segunda fuente secundaria hace referencia a las empresas, en las cuales existe información pertinente y oportuna: particularmente, los informes financieros, dado que se constituyen en la oportunidad para indagar acerca de la ética en la gestión financiera de la empresa. Otra fuente de gran importancia son los artículos de prensa, cuya utilidad depende de quién los escribe, de la magnitud, claridad y calidad del artículo y de

la cercanía que tiene con el tema que se está investigando. Uno de los fenómenos que marcan la calidad de esta fuente de información son las votaciones de hombres de negocios y estudiantes que indagan acerca de dichos artículos y el volumen de consultas, aspectos que determinan el *ranking* de responsabilidad social sobre los artículos (Cowton, 1998b).

Otras investigaciones académicas pueden servir como fuente de información, puesto que proporcionan datos relacionados con algunos aspectos concernientes al estudio que se está realizando en el momento; sin embargo, se debe tener presente que esta fuente de información puede estar cargada de juicios éticos fuertes, los cuales en algún momento pueden distorsionar la investigación.

Una de las principales ventajas que poseen los datos secundarios es el costo en que se incurre para obtenerlos, pues aunque no es despreciable, estos datos ya existen, y la manera como se llega a ellos puede ahorrar tiempo y recursos, lo que se constituye en otra ventaja de esta fuente de información; además, brindan la posibilidad de conocer otros estudios y realizar un análisis más profundo del tema que se está investigando.

Sin embargo, existen algunos riesgos al utilizar este tipo de fuente de información, y entre ellos se destaca la pérdida de control sobre la generación de los datos secundarios, y como consecuencia de ello, cabe la posibilidad de que dichos datos se acomoden en beneficio de la nueva investigación, de modo que se produzcan dificultades en la relación que se desea establecer entre el cumplimiento de los objetivos de la investigación y su desarrollo teórico (Cowton, 1998b; Robertson, 1993; Randall y Gibson, 1990).

Determinación de la población y de la muestra

Respecto a la etapa de determinación de la población y del muestreo, se encontró como algo particularmente interesante la confianza que se tenía en las muestras conformadas por los directivos o encargados de la administración de la empresa, por encima de aquellas

muestras conformadas por jóvenes en proceso de formación profesional, lo cual se explica, en parte, por la idea que existe de que los encargados de la administración de la empresa encuentran un mayor número de situaciones donde las decisiones se ven influenciadas por creencias éticas, contrariamente a lo que puede suceder con el personal que realiza otro tipo de actividades.

Se privilegió la selección mediante el muestreo al azar, pues se considera que este tipo de muestras ofrecen mayor confiabilidad para los propósitos perseguidos en este tipo de proyectos.

En la obtención de los datos se pueden presentar dos tipos de problemas: primero, muchos integrantes de la muestra podrían negarse a formar parte de la investigación, y así perderse la posibilidad de obtener altas tasas de respuestas, y ponerse en riesgo la posibilidad de generalizar los resultados.

Segundo, las respuestas que brindan los participantes del proceso pueden estar sujetas al prejuicio de la *conveniencia social*, definida como la tendencia de las personas a negar aquellos rasgos socialmente indeseables y admitir los rasgos deseables; un problema que, en realidad, no es exclusivo de la investigación en ética empresarial, pero, debido a la sensibilidad de los temas allí tratados, existe una alta probabilidad de que se presente y con ello se ponga en riesgo la validez de los resultados (Randall y Gibson, 1990).

En la medida de lo posible, los investigadores de la ética empresarial deben intentar que disminuya su confianza en muestras por conveniencia, y que aumente el uso de muestras escogidas al azar. No obstante, la muestra escogida al azar no siempre es factible, debido a las premuras del tiempo, a la escasez de recursos y, en ocasiones, a la necesidad de hacer generalizaciones en una población más grande.

Algunos investigadores y críticos afirman que un tamaño de muestra grande puede ayudar a reducir al mínimo el error de muestreo; sin embargo, la competencia del tamaño de muestra no es simplemente una función del número total de las unidades de observación;

además, debe responderse a los siguientes interrogantes: ¿Cómo se seleccionó la muestra? (¿al azar o por conveniencia?), ¿Cuál fue la distribución del parámetro poblacional? (¿cuál es la variable de interés?), ¿Cuál es el propósito de la investigación, y cuáles son los procedimientos previstos para el análisis de los datos?

En los estudios revisados se encontró que, pese a la importancia de los factores antes mencionados, estos no se consideraron de forma apropiada en la determinación del tamaño de la muestra (Cowton, 1998a; Randall y Gibson, 1990).

Aunque los artículos revisados revelaron una relación insignificante entre el tiempo requerido para conseguir la información y la tasa de respuesta, existen varios aspectos que impiden obtener rápidamente los datos; entre ellos, que el tema tratado en estas investigaciones es un asunto particularmente delicado, donde los encargados de realizar la indagación pueden sentirse incómodos al realizar directamente las observaciones, o que las personas poco involucradas en la investigación no estén dispuestas a divulgar información que requieren los investigadores, por considerarla confidencial, o, sencillamente, por no estar convencidas del objetivo y de la utilidad del estudio.

Una tasa de respuesta baja en cualquier tipo de investigación preocupa, pues los datos pueden no ser representativos de acuerdo a la población examinada. Babbie (1986) afirma una tasa de respuesta por lo menos del 50% de la población es adecuada para el análisis y divulgación de los datos; una tasa del 60% es buena, y una del 70%, o más, es muy buena.

No obstante, en investigaciones sobre asuntos sensibles, tales como la ética, existe una alta probabilidad de que un gran número de personas no responda, y se generen así errores sustanciales de muestreo (Randall y Gibson, 1990).

Con el fin de adquirir una tasa de respuesta adecuada, investigadores de la ética empresarial, consideran tres sugerencias. Primero, utilizar técnicas más fuertes para animar una tasa de respuesta más alta, tales como entrevistas con el personal del negocio, persuadiendo a los entrevistados acerca de la importancia del asunto de la investigación y de sus respuestas sinceras.

En segundo lugar, los investigadores podrían intentar determinar las diferencias existentes entre quienes responden y quienes se niegan a hacerlo. Finalmente, cuando se obtiene una tasa de respuesta baja y los datos comparables sobre respondedores no están disponibles, los investigadores pueden desear advertir a los lectores que no generalicen más allá de la muestra (Randall y Gibson 1990, p. 465).

Análisis de los datos

En lo que respecta a las técnicas de análisis, en los estudios descriptivos, y especialmente en los exploratorios, pueden utilizarse métodos estadísticos para el manejo de una variable (medias, modas, porcentajes, o las desviaciones normales). Sin embargo, cuando el interés es la interrelación de dos o más variables resulta más apropiado manejar métodos multivariados. La adecuación de la técnica por utilizar depende, principalmente, de la teoría, de las hipótesis que se formulan y de los datos disponibles.

El 35% de los 94 artículos estudiados (o sea, 33 artículos) utilizó estadísticas de una sola variable; 27 de ellos trabajaron con porcentajes, 3 trabajaron medias y los restantes utilizaron otras técnicas. El 46% del total (43 artículos) utilizó estadísticas bivariadas, y el 19% restante, estadísticas para multivariados (covarianza, regresión múltiple, entre otras). En consecuencia, puede afirmarse que se deben tener muy claros los objetivos de la investigación y lo que se espera de ella, dado que sin el detalle metodológico completo ni una comprensión del propósito del proyecto de la investigación es difícil especificar qué herramientas estadísticas se deben utilizar para el análisis de los datos (Randall y Gibson, 1990).

Socialización de la investigación

Teniendo en cuenta que los documentos en los cuales se basa el presente artículo analizan la forma como se presentan los informes de investigación en ética empresarial, se considera valioso dar a conocer algunas recomendaciones que se deben seguir para elaborar y publicar los informes de investigación.

El objetivo principal de la comunicación entre científicos es dar a conocer los resultados de las

investigaciones y la manera como se obtuvieron, y hacerlo de una forma ágil, clara y sencilla. Esto permite objetivar y evaluar la relevancia de dichas investigaciones en cuanto a los aportes que pueden brindar al avance del conocimiento. Para lograr este objetivo es necesario que dichos informes se elaboren pensando en su máxima difusión y comprensión, y cuidar siempre de que la estructura seguida muestre con claridad los objetivos, hipótesis y sustentos teóricos, así como los aspectos metodológicos, que permitieron interrelacionar estos componentes y llegar a las conclusiones allí plasmadas.

Los informes de investigación y de generación de conocimiento tienen diferentes maneras para ser difundidos, dependiendo del objetivo que se persiga y del contexto donde se desee presentar.

Posteriormente se presentarán algunas propuestas de los elementos contemplados por varios autores para la presentación de informes de investigación.

“La investigación no genera interés ni produce impacto si no se comunica en forma inteligente y el proceso de investigación no es completo si no se informa” (Pineda et ál., 1994, p. 167). Sin embargo, comunicar correcta y claramente la investigación no necesariamente refleja que dicha investigación es buena.

Conclusiones

Pese a que la dinámica de la investigación en las ciencias sociales ha justificado la diversidad de modelos de investigación utilizados, actualmente algunos investigadores afirman que es ventajoso no restringirlas a un modelo en particular, siempre y cuando el modelo seguido en la investigación se lleve a cabo con rigor académico e investigativo. La teoría juega un papel crucial en cada una de sus etapas: la determinación de los fines, la elección del modelo de investigación, la definición de la población y de la muestra para estudiar; también, el rol del investigador dentro del estudio, el proceso de recolección de datos, el proceso de análisis de los datos, y la presentación, la interpretación y la aplicación de los resultados (Randall y Gibson, 1990).

Al revisar los estudios de los informes logrados sobre la investigación en ética empresarial, se encuentran fallas en cuanto a la ausencia de marcos teóricos y conceptuales, así como de hipótesis, al igual que otros aspectos metodológicos, todo lo cual obliga a diseñar mejores técnicas estadísticas y estudios longitudinales, que permitan disminuir estas falencias metodológicas.

Este fenómeno ha ocasionado el surgimiento de diversas corrientes de investigación; algunas de ellas se enfocan en la discusión filosófica, y otras, en la investigación empírica. Tal variedad de enfoques investigativos ha permitido una mayor flexibilidad en la comprensión de los fines y medios de la dimensión ética, mediante la realización de investigaciones en ciencias humanas; de ahí que algunas revistas académicas e investigativas brinden actualmente espacios para investigaciones no positivistas en ética empresarial (Cowton, 1998a; Ranadall y Gibson, 1990).

La investigación empírica permite formular preguntas, dar respuestas y promover el análisis de la información en torno a la ética empresarial; puede también ayudar a priorizar problemas y a comprobar fenómenos y teorías; sirve de guía para orientar investigaciones científicas, y muestra cómo algunas personas resuelven problemas éticos y cómo han ejercido la creatividad moral. Además, permite identificar y socializar algunas prácticas que pueden ayudar a la solución de algunos dilemas éticos.

En el ámbito regional, por ejemplo, un buen manejo de la investigación empírica permitirá elaborar un diagnóstico sobre el comportamiento ético en el interior de cada organización, con el fin de diseñar estrategias que garanticen un mejor ambiente laboral, desde la óptica de la responsabilidad social. Para este tipo de investigación se sugiere evitar el divorcio entre la filosofía y la administración, puesto que, en la práctica, los problemas éticos han sido tratados por filósofos, y los empresariales, por administradores, por lo cual se ha desperdiciado un potencial enorme en la generación transdisciplinar del conocimiento.

Finalmente, los datos secundarios proporcionan información útil cuando se dificulta acceder a datos primarios, por tratarse de un tema tan sensible como lo es la ética. Entre las ventajas reportadas por la utilización de datos secundarios están el costo y la agilidad en términos de tiempo para conseguir la información; sin embargo, algunos investigadores consideran que debe existir un equilibrio entre la utilización de datos primarios y secundarios (Cowton, 1998b).

La realidad muestra que la mayoría de investigadores no es tan consciente del potencial que brindan los datos secundarios; una de las razones para que esto suceda es la desconfianza existente entre los científicos sociales respecto a la recolección de estos datos, y, en ocasiones, al rígido seguimiento de las técnicas de recolección de información propuestas en los textos de metodología de la investigación.

Para concluir, los investigadores afirman, que mientras es necesario hacer todos los refinamientos metodológicos sugeridos, de igual manera, es importante reconocer que la investigación en cualquier área implica compensaciones entre lo deseable y lo práctico (Bailey 1982). Debido a las dificultades que presenta un asunto tan sensible, como es el de la investigación en la ética empresarial, las autoras afirman que algunos investigadores no podrán acercar sus estudios a un proceso científico "ideal" de la investigación. Sin embargo, con la divulgación completa de las decisiones metodológicas utilizadas por investigadores exitosos y la consideración de los refinamientos en el proceso de la revisión como sea posible, una fundamentación metodológica sólida puede ser establecida y ésta puede contribuir substancialmente en el mejoramiento del clima ético de organizaciones (Randall y Gibson 1990: 469).

Referencias

- Aktouf, O. (2001). *La metodología de las ciencias sociales y el enfoque cualitativo en las organizaciones. Una introducción al procedimiento clásico y una crítica*, Cali, Universidad del Valle.
- Babbie, E. (1986). *The practice of social research*, (4ª ed.), Belmont, C. A., Wadsworth Publishing Co.
- Bailey, K. D. (1982). *Methods of social research*, (2ª. ed.), Nueva York, Free Press.
- Calderón, H. G. (2005). *Aprender a investigar investigando. Errores más frecuentes en el proceso investigativo y como evitarlos. Una aplicación en las ciencias de la administración*, Manizales, Editorial Zapata.
- Carrillo, (2006). *Ética y empresa ¿son compatibles la ética y la gestión empresarial en el contexto de la economía de mercado?*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas.
- Cavanagh, G. F. (1990). *American Business Values*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Cortina, A. (1996). *El quehacer ético. Guía para la educación moral*, Madrid, Santillana.
- (2005). "Ética de la empresa, no sólo responsabilidad social", en *Revista de Empresa: La fuente de ideas del ejecutivo*, pp. 11, 40-49.
- Cowton, C. J. (1998a). *Research in real worlds. The empirical contribution to business ethics*, en Cowton, C. J. y Crisp, R. (eds), *Business ethics: Perspectives on the practice of theory*, Oxford, Oxford University Press.
- (1998b). "The use of secondary data in business ethics research", en *Journal of business ethics*, vol. 17, pp. 423-434.
- Donalson, J. (1989). *Key issues in business ethics*, Londres, Academic Press.
- Ferrater, M. J. (2002). *Diccionario de filosofía*, (Tomo 2), Barcelona, Editorial Ariel S. A.
- Frederick, W. C. (1992). "The empirical quest for normative meaning: Introduction and overview", en *Business Ethics Quarterly*, vol. 2, núm. 2, pp. 91-98.
- Ghiso, A. (2002). "Para enfrentar la indiferencia... una configuración epistémica humana y compleja" [en línea], Medellín, Funlam Fiuc, disponible en: www.quadernsdigitals.net, recuperado: 5 de abril de 2008.
- Hernández S. R. I.; Fernández C. C. y Baptista, L. P. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*, Madrid, McGraw Hill.
- Luther, R. G. y Matatko, J. (1994). "The performance of ethical unit trusts: Choosing an appropriate Benchmark", en *British Accounting Review*, vol. 26, pp 77 -89.
- Machan, T. R. (2002). "Una Introducción a la Ética en los Negocios", en *Libertas* 33, Eseade, pp. 11-13.

- Nederhof, A. J. (1985). "Methods of doping with social desirability bias: A review", en *European Journal of Social Psychology*, vol. 15, pp. 263-280.
- Pelegrina del Río, M. y Salvador, B. F. (1999). *La investigación experimental en psicología. Fundamentos científicos y técnicas*, Málaga, Edición Aljibe.
- Peppas, S. C. (2003). "Actitudes hacia los códigos de ética: los efectos de la falta de ética profesional", en *Management Research News*, vol. 26, núm. 6, pp. 77-89.
- Pineda, E. B.; de Alvarado, E. L. y de Canales, F. H. (1994). *Metodología de la investigación. Manual para el desarrollo del personal de salud*, 2ª. ed., Washington, Organización Panamericana de la Salud.
- Ramos, A. M. M.; Catena, M. A. y Trujillo, M. H. M. (2004). *Manual de métodos y técnicas de investigación en ciencias del comportamiento*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- Randall, D. M. y Fernández, M. F. (1991). "The social desirability response bias in ethics research", en *Journal of Business Ethics*, vol.10, núm. 11, pp. 805-817.
- Randall, D. M. y Gibson, A. M. (1990). "Methodology in business ethics research: A review and critical assessment", en *Journal of Business Ethics*, vol. 9, núm. 6, pp. 457-471.
- Robertson, D. C. (1993). "Empiricism in business ethics: Suggested research directions", en *Journal of Business Ethics*, vol. 12, núm. 8, pp. 585-599.
- Rodríguez C., M. P. (2003). *Comportamiento Ético Gerencial en Colombia, España e Inglaterra*, traducción del inglés al español de la Tesis de Ph.D. titulada *Managerial Ethical Behaviour in Colombia, Spain and Britain*, Capítulo 2, Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales.
- (2005). *Comportamiento ético gerencial. Comportamientos gerenciales más valorados por empleados en Colombia, España e Inglaterra*, Universidad Nacional de Colombia sede Manizales.
- Trevino, L. K. (1992). *Experimental approaches to studying ethical-unethical behavior in organizations*, en *Business Ethics Quarterly*, vol. 2, pp. 12-136.
- Trevino y Weaver, G. R. (1994). *Business ETHIC/BUSINESS ethics: One field or two?*, en *Business Ethics Quarterly*, vol. 4, pp. 113-128.