

LA ÉTICA COMO GENERADORA DE CONFIANZA Y CRECIMIENTO EN TIEMPOS DE CRISIS EN LAS PYME DEL SECTOR TIC DE MADRID

ETHICS AS A TRUST AND GROWTH GENERATOR IN CRISIS TIMES FOR SMES IN THE MADRID ICT SECTOR

Val Merino, Carlos del (Instituto Cervantes)) *

Bermúdez González, Guillermo (Universidad de Málaga) **

Tous Zamora, Dolores (Universidad de Málaga) ***

RESUMEN

Los sistemas empresariales de las PYME españolas mayoritariamente se han basado en rígidos modelos productivos que poco o nada han tenido en cuenta parcelas relacionadas con la Ética o los valores morales de sus trabajadores, ya que se consideraba que éstos no tenían una influencia ni aporte directo a la mejora ni crecimiento de la productividad empresarial.

En momentos de crisis, no solo económica sino de valores como el que se vive en España, cada vez más se van demandando por parte de los grupos de interés (sociedad, trabajadores, accionistas, clientes, proveedores...) cambios sustanciales en el modo de operar de las empresas, otorgando mayor valor a la ética y moral a la hora de la toma de decisiones.

El desempeño de una buena actividad económica que base sus decisiones en sólidos principios morales, no sólo es compatible, sino que a través de este binomio ética-productividad se puede generar un ambiente de confianza que se convierte en un activo de incalculable valor para la empresa.

La aplicación de una Cultura empresarial apropiada que priorice los comportamientos Éticos y morales de sus trabajadores, podría ayudar a lograr mejoras significativas en los resultados económicos, especialmente en lo concerniente al tejido empresarial constituido por PYME del sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), de importancia estratégica para el desarrollo económico de un país.

Palabras claves: ética, confianza, productividad, PYME, tecnología de la información y la comunicación (TIC). **JEL:** Y90, Z190.

ABSTRACT

Spanish SMEs production systems have been mostly based on rigid management models that have a little relationship with employee's moral values, because the feeling that these aspects had no influence or direct contribution into productivity results.

* Calle Alcalá, nº 49, 28014, Madrid. cval_exmba2002@yahoo.es

** Departamento de Economía y Organización de Empresas, Campus El Ejido, s/n, 29071, Málaga. gjbermudez@uma.es

***Departamento de Economía y Organización de Empresas, Campus El Ejido, s/n, 29071, Málaga. dtous@uma.es

Recibido: Diciembre de 2012. Aceptado: Junio de 2013.

In crisis times, not only in the economical aspect but also in terms of moral weakness values, such as the one that Spain is living, it is demanded by Groups of Interest (society, customers, workforce...) substantial changes in the way that companies operate, giving special attention to ethic and morality in terms of decision making.

A good performance in business activity basing its decisions on strong moral principles, is not only compatible, but also through this ethical-productivity binomial could be generated a trust atmosphere that becomes an invaluable asset for the company.

The application of a proper business culture that prioritizes ethical and moral behavior of their workforce, can help to the achievement of significant economic results, specially in the business network made up by SMEs (Small and Medium Enterprises) in the Information Technologies and Communication Technologies sector (ICT) of strategic value for a economic country development.

Key words: Ethic, trustfulness, Productivity, Small and Medium Enterprises (SMEs), Information and Comunication Technology (ICT). **JEL:** Y90, Z190.

1. INTRODUCCIÓN

La incorporación de España a entornos macro-económicos como el de la Unión Europea, por un lado, ha generado mayor riqueza y oportunidades comerciales y, por otro, ha mostrado el hecho de que todavía existe un gran número de empresas en nuestro país sin posibilidad de competir en un contexto económico y social tan exigente como el actual.

A fecha de hoy España, con un tejido empresarial constituido en más del 90 por 100 por PYME con estructuras y sistemas de gestión en su mayor parte anticuados y rígidos, sigue inmersa en una crisis financiera sin precedentes. Será el análisis de esta tipología de pequeñas y medianas empresas tecnológicas englobadas en el sector TIC, de especial relevancia, no sólo por su proliferación en los últimos años, sino sobre todo por la importancia estratégica que representan para el crecimiento económico de un país.

El mercado TIC en España con más de 396.000 ocupados (cifras publicadas por INE 2010) y con una cifra de negocio de casi 100.000 millones de Euros, configuran al sector TIC como eje de la competitividad y de la recuperación económica española.

Las posibilidades aportadas por los procesos de producción industrial masiva han incidido sobre el precio a la baja de los productos y servicios de las empresas tecnológicas de pequeño y medio tamaño que no están en igualdad de condiciones para competir en un mercado cada vez más globalizado y competitivo, favorecido por la ampliación de la liberalización de los mercados mundiales bajo la dinámica de los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC 2007). Esto ha llevado a una situación de oligopolios en la que unos pocos llevan el control total y el resto de empresas tienen que sufrir y luchar para poder sobrevivir, como puede ocurrirle a la mayoría de la PYME del sector TIC en España.

En medio de esta situación caracterizada por el progreso tecnológico, es importante tomar medidas para dinamizar los mercados TIC en España. Estas medidas deben encaminarse a reactivar la economía productiva, a impulsar el empleo en el macrosector TIC, a apoyar la innovación en las empresas TIC mejorando la calidad de los productos y servicios, y a facilitar la incorporación de cambios culturales que ayuden a las empresas tecnológicas a ser más competitivas, apoyándose en sólidos principios éticos que generarán un ambiente de confianza, ya que “ la responsabilidad y la transparencia pueden dar a una organización una ventaja competitiva en la ejecución de su estrategia corporativa y a la hora de ayudar a los

individuos, equipos y divisiones a conseguir un rendimiento inesperado” (Epstein y Birchard, 2001, p. 18).

Una organización del tipo que sea, que haya descuidado sus responsabilidades éticas, puede encontrarse ante una bancarrota moral¹ que podría conducirle hacia una bancarrota contable y una falta de productividad que acabaría rompiendo la confianza de los grupos de interés.

El crecimiento de una economía así como la eficacia de una empresa, no dependerían únicamente del capital físico o humano como argumenta la teoría económica tradicional, también dependería de aspectos morales y sociales donde la confianza se convierte en un elemento clave y activo indispensable para que se produzca un crecimiento y desarrollo de las relaciones económicas.

El filósofo Pettit (1995) analiza la lógica que gobierna una relación de naturaleza de confianza, pudiendo ser considerada esta elección como algo racional no solamente en la creencia de la confianza de aquellos sobre los que se confía, sino también en el hecho de que las personas sobre las que se deposita confianza sean responsables de los actos de confianza.

A través del buen cuidado de los valores éticos de los trabajadores y con políticas que se apoyen en sólidos principios morales, se podrá lograr que las empresas consigan niveles de confianza adecuados que atraigan la atención e inversión de los Grupos de Interés.

En este artículo se parte de la teoría de que trabajadores con mayores índices de ética pueden llegar a ser trabajadores más productivos, planteándose una serie de cuestiones cuyo objetivo será el de demostrar la existencia o no de una interrelación entre las variables de ética y productividad del trabajador de la PYME del sector TIC madrileño, de modo que a mayor índice de valores éticos, el trabajador será más productivo.

De esta manera, se destacaría la importancia que tiene el hecho de cuidar y priorizar los valores éticos y morales de los trabajadores construyendo ambientes de trabajo flexibles basados en la confianza, siendo la cultura empresarial la herramienta principal para poder llevar a cabo esta transformación. De no ser así tal cual argumentan Günter y Wasieleski (2013), aquellas empresas que no se adapten rápidamente a aquellos cambios demandados por la sociedad, serán menos sostenibles y por tanto serán más vulnerables.

2. ÉTICA Y CONFIANZA EN LAS EMPRESAS

VARIABLES como la ética y empresa han sido conceptos que durante muchos años se han movido en planos de la realidad distintos. La ética se ha vinculado con la subjetividad, con lo que cada uno cree que está bien o mal, y no ha sido aceptada como un valor que ayude a la empresa a desarrollarse, ya que no se permitía que la anteposición de criterios y valores personales mermaran o se vieran en riesgo.

Por otro lado, la empresa se ha concebido tradicionalmente como un ente objetivo, siendo una institución ligada al beneficio y, por tanto, que requiere de criterios económicos y no morales, no habiendo cabida para la ética de los negocios. La ética de los negocios con frecuencia se ha enfrentado a problemas de legitimidad debido a las dificultades con las que se ha encontrado para dar respuesta a cuestiones fundamentales como la razón por la que una empresa debe ser ética (MacIntyre, 1984; Solomon, 1992) o como se puede medir el daño o beneficio de una acción ética.

¹ Concepto desarrollado por Francés (2003).

Algunos autores, dentro del ámbito financiero, pensaban que la única misión de la empresa era la de ganar dinero. Friedman (2009) iba más allá y pensaba que la ética debería estar excluida de la empresa y que la máxima responsabilidad del directivo empresarial era la de maximizar beneficios y no la de participar en proyectos comunitarios. Es esta propia filosofía de “amor del dinero” la que como dice Liping-Tang. y Chiu (2011) la que induce a ciertos trabajadores a comportarse de manera poco ética. Sin embargo, existen otras posturas relacionadas con la ética empresarial menos extremas como la expuesta por Friedman, como la expresada por Solomon (1997) en la que defiende que la empresa tiene obligaciones no sólo con el accionista, sino también con el consumidor y la comunidad, en tanto que su objetivo es el de ofrecer servicios de calidad al público sin perjudicar a la sociedad.

Autores como Peters y Waterman (1987) avalan posturas similares a la de Solomon argumentando que la ética debe ocupar un lugar destacado en las organizaciones empresariales. Sin embargo, no hay que olvidar tal cual argumentan Günter y Wasieleski (2013) que el objetivo principal de una empresa es su supervivencia económica, encontrándose los managers de las empresas ante un dilema importante, ya que se debe producir un equilibrio entre los objetivos sociales y financieros en la propia estrategia de la empresa.

Poco a poco son mayor el número de demandas no sólo de los grupos sociales sino también de los agentes económicos por encontrar nuevas soluciones a los problemas empresariales existentes, profundizándose en disciplinas clave para el buen desarrollo empresarial como pudieran ser las materias que tratan sobre la ética de los trabajadores, cuya aplicación adecuada a los modelos de gestión empresarial actuales podría producir sinergias y mejoras significativas en los resultados de estas PYME del sector TIC, las cuales son objeto del presente análisis.

La ética de la empresa o *Business ethic* ha evolucionado positivamente en las últimas 5 décadas. Modelos conceptuales de decisiones basados en la ética han sido discutidos en la literatura (Forsyth, 1980; Hunt y Vitell, 1986; Michalos, 1995; Vitell *et al.*, 1993; Wines y Napier, 1992) los cuales presentaban las bases no sólo para hacer negocios, sino también decisiones para la vida y sociedad en general.

Los innumerables casos de empresas faltas de ética y carentes de conciencia social han hecho que en los últimos años se hayan ido integrando a las empresas políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y códigos de conducta éticos que intentan promover una cultura basada en principios más justos y humanos. Estos comportamientos faltos de ética generaron, tal cual comentan Weber y Wasieleski (2013), la respuesta del propio gobierno de EE.UU. ya en la década de los 70, generando normas reguladoras como la FCPA (*Foreign Corrupt Practises Act*) para controlar el comportamiento amoral en empresas e instituciones, o la *Federal Sentencing Guidelines* en el año 1991 que calculaba la pena a imponer a una firma cuando cometía actos ilegales.

Gross (1995) basándose en investigaciones de la década de los 90, ya apuntaba que el 56 por 100 de los hombres de negocios americanos habían sufrido presión para comportarse de forma poco ética con el fin de conseguir los objetivos de negocio, el 48 por 100 admitieron haber tenido comportamientos no éticos y el 29 por 100 había utilizado técnicas poco éticas con el fin de ser ascendidos. No obstante, tal cual argumenta Moreno (2001), en muchos casos esta creciente atención hacia la ética de la empresa para poder paliar comportamientos como los anteriores no respondería sino a la conveniencia y a la necesidad, estando así ante medidas eminentemente utilitaristas, pero también es cierto que “las empresas van siendo cada vez más receptivas hacia lo que el entorno les solicita [...], si la sociedad demanda ética, sería

ruinoso, económicamente hablando, defraudar esta expectativa social desde la praxis mercantil” (Fernández, 1996, p. 33).

Bien por convicción o por obligación, lo cierto es que la ética de la empresa, que no deja de ser la compuesta por los propios trabajadores que la integran, se convierte en un activo de indiscutible valor, siendo la obligación de todos los integrantes de la organización la de salvaguardar y fomentar los principios éticos, promoviéndolos a través de una cultura adecuada y unas acciones correctas.

Gracias a una sólida cultura empresarial que se preocupe por transmitir a todos los niveles jerárquicos de la organización unas políticas y criterios de decisión responsable, y que además implemente políticas adecuadas de RRHH que ayuden a seleccionar a aquellos trabajadores con elevados índices éticos o los forme en caso de no tenerlos activados, se podrá lograr un clima propicio y motivador que haga que los trabajadores se sientan orgullosos de pertenecer a la empresa, involucrándose en mayor medida en los proyectos empresariales y, en consecuencia, mejorando su capacidad productiva.

La cultura organizacional fruto de las diversas culturas de los individuos que gobiernan y dirigen las empresas será el canal a través del cual se transmitan estos principios éticos de obligado cumplimiento por todos los miembros de una estructura empresarial, siendo los gerentes y directivos los máximos responsables de que este canal se use de la forma más adecuada, haciendo respetar unos códigos morales que a la larga generarán un ambiente de confianza agradable basado en sistemas de decisión con acciones más justas.

Sin ética cada quien actuaría de manera desarticulada y egoísta, generándose un caos de desconfianza de grandes proporciones que haría desestabilizar el sistema socio económico, ya que el comportamiento ético está estrechamente conectado con la generación de confianza. Cuando alguien falta a la ética está minando la confianza básica que sus interlocutores le han depositado, ya sea porque se sienten engañados, manipulados o utilizados, siendo esta confianza tal cual argumentan Carmona, Donoso y Reckers (2013) como el pegamento que sustenta el comportamiento ético, el cual una vez perdido es muy difícil de recuperar. En este sentido la confianza es un capital generado con la base de las acciones éticas cuyo crecimiento es lento, siendo clave en la vida cotidiana de cualquier persona y siéndolo mucho más para quienes representan el interés de otras personas o grupos. Probablemente una de las afirmaciones más directas sobre el papel que juega esta confianza en el ámbito social es aquella de Simmel (2003) según la cual, sin la confianza generalizada de la que las personas se nutren mutuamente, la sociedad se desintegraría. Cualquier tipo de organización, independientemente de su naturaleza (social, económica, política...) que no genere confianza, componente fundamental y necesario en la vida, perdería la cohesión interna, no tendría posibilidad de crecer y no podría ser considerada propiamente como una organización.

La confianza pasa a ser tal como afirman algunos “el aire que respiramos” (Pelligra, 2007, p. 17) ya que esta ayudaría al crecimiento de toda organización por una variedad de razones como, por ejemplo, la de justificar y racionalizar la existencia de comportamientos de riesgo o también para justificar la existencia de elevados niveles de cooperación, ya que “la característica peculiar del ser humano civilizado es la capacidad de cooperación: y esta, como todas las facultades humanas, tiende a aumentar con el uso y es capaz de alcanzar una gama cada vez mayor de acciones” (Mill, 2004, p. 168).

Gélinier plantea una reflexión sobre la adecuación del castigo en el trabajo cuando no se cumplen las normas establecidas sobre lo que es bueno o malo de la siguiente manera: “En los negocios, ¿se castiga el mal? Parece que no, salvo acaso a largo plazo. De modo más preciso, el bien es recompensado, pero el mal no es castigado” (Gélinier, 1991, p. 29).

En cada decisión que toman los miembros de una empresa debería estar implícita algo de ética, trátase de negociaciones con proveedores o con el sindicato, de contrataciones o despidos de empleados, de asignación de responsabilidades o de promocionar a alguien, la ética siempre debería estar de una manera u otra presente en todas estas cuestiones.

Los trabajadores buscan en las empresas un lugar donde no sólo se gane dinero y se dé prioridad a éste elemento, sino también un lugar donde exista un ambiente agradable de trabajo y, sobre todo, donde se pueda hallar un equilibrio entre sus criterios, valores y necesidades. Esto generará un nivel de satisfacción tal cual argumenta Michalos (1985) que es función de la diferencia existente entre lo que uno “quiere” y “obtiene” y donde el “quiere” no está exclusivamente basado en variables económicas y obtención de dinero.

“Trabajar para una empresa que mide su éxito en términos realmente significativos y no centrándose exclusivamente en el interés económico, supone una verdadera inyección de moral y energía” (Goleman, 2000, p. 384).

Según Weber y Wasieleski (2013) la importancia de la ética corporativa es reforzada por estudios empíricos que muestran que los empleados que trabajan en estas empresas que tienen programas basados en acciones éticas, evitan los comportamientos antiéticos, buscan consejo cuando se ven enfrentados a dilemas éticos y están más comprometidos con la organización. Williams y Hazer (1986) indican que este compromiso es consecuencia de la satisfacción en el trabajo. Aunque las organizaciones las componen personas y aunque el carácter personal de los gerentes y directores de las compañías tiene importancia decisiva en el perfil ético de las organizaciones, las responsabilidades corporativas no siempre coinciden con las individuales. Los métodos de decisión corporativos difieren de los personales, los principios y objetivos de las organizaciones están a veces por encima de las personas y los valores corporativos no tienen por qué identificarse con los valores personales de los miembros de la empresa, produciendo esta situación un conflicto de intereses entre la organización empresarial y trabajadores.

El saberse no respetado en cuanto a sus creencias y valores morales genera un desasosiego emocional y desmotivación en el trabajador que le coloca en un estado de ánimo inapropiado para acometer las tareas que se les encomiendan ya que “el trabajo es, entre otras cosas pero muy principalmente, una conducta humana. Sólo es realmente eficaz si lo es como conducta humana” (Álvarez *et al.*, 1993, p. 90).

Muchas veces las empresas no saben muy bien cómo lidiar con este conflicto donde se enfrentan los valores éticos de las personas con los objetivos de la organización, objetivos a los que seguramente no les ayude el tener esos valores de fondo, y que son vistos, en muchos casos, como algo que entorpece la buena marcha de la empresa.

Los trabajadores que poseen valores éticos, cuando presencian este enfrentamiento que se produce entre lo que ellos consideran que está bien y aquello que les es impuesto de manera jerárquica, se pueden llegar a desmotivar. Buscan un consenso entre sus principios y valores con los propios de la empresa, intentando cambiar las cosas, pudiéndose llegar al punto en que no se vea salida a este enfrentamiento y se decidan a abandonar la empresa con la que ya no comparten nada. Este abandono puede producir una fractura en la empresa que afectaría a la buena marcha de esta, ya que uno de sus eslabones se ha roto y tiene que ser sustituido. El sustituirlo y formarlo de manera eficaz llevará tiempo, recursos y dinero.

La ética individual de los trabajadores y la ética empresarial deberían ser indivisibles ya que al fin y al cabo quienes realizan las tareas en las empresas son personas concretas con su ética personal y sus convicciones personales, las cuales tendrán su parte de peso a la hora de la toma de decisiones que afectarían a la buena marcha de la organización.

La idea principal es la de no tratar de eludir las obligaciones legales mediante códigos éticos corporativistas, sino más bien elaborar una autorregulación para el beneficio de todos, implicando normas y valores de los individuos, de las empresas y de la sociedad, planteando los múltiples problemas que implica un comportamiento poco honrado en los negocios.

Crear que la concepción de la ética empresarial se limita básicamente al cumplimiento de las normas legales y el respeto a las regulaciones internacionales es un pensamiento erróneo y engañoso a la vez. Ser “buenos” no significa sólo cumplir plenamente con las obligaciones legales, sino también ir más allá de su cumplimiento, avanzando convencido hacia nuevas exigencias, mayor inversión en capital humano, mejor relación con los interlocutores y un mayor respeto con el medio ambiente. De esta manera, y como dice Zsolnai (2004) la ética en los negocios funcionará y con buenos resultados, siempre que sea perseguida como un valor en sí y no por los resultados que produce.

La ignorancia sobre aspectos éticos puede acabar siendo perjudicial y costosa para la empresa. La necesidad de la ética es vista, a veces, no como una demanda social a la que hay que dar respuesta, sino como una posible fuente de pérdidas (en caso de no ser tenida en cuenta), que puede tener repercusión directa en la cuenta de resultados de la empresa.

“La ética no debe entenderse como una autoridad externa que impone sus normas a la empresa” (Benavides Fernández y Villagra, 2006, p. 96) ya que en el momento de producirse un descuido en su vigilancia, cualquier persona no convencida de que estas normas son válidas aprovechará la grieta para traspasarlas e incumplirlas.

Para que exista una convicción de que los códigos de conducta éticos son válidos y coherentes, estos deben ser abanderados por personas respetables y a las que no se les pueda tachar de haber tenido una mala conducta, ya que ellos van a ser los referentes a seguir. Por tanto, quien instaure la ética en cualquier tipo de organización debe tener una base de legitimidad para que se le siga y respete. De esta manera, tal cual defienden Leonidas *et al.* (2013) las compañías se enganchan con prácticas de negocio éticas como resultado de su deseo deliberado de hacer las cosas correctas sin ningún tipo de presión externa, o su deseo de convencer a los accionistas que la compañía actúa para su mejor interés. “La autoridad tiene necesidad de una base de legitimidad que en la teoría de Weber puede ser aquella carismática, tradicional o legal²” (Bruni, 2009:61).

Poco a poco y con casos de éxito de donde los principios morales no sean sinónimo de debilidad y pérdida de dinero, se podrá conseguir que otras muchas empresas se sumen a un modelo de gestión que se base en criterios éticos y de buena conducta. La ética se convierte en un elemento clave para que los trabajadores vean un significado a su función en la empresa, siendo la ética empresarial (BE) un componente imprescindible para mejorar la productividad empresarial.

Gracias a este tipo de estudios y a mostrar que existen casos de éxito de empresas que siguen una cultura diferente basada en principios éticos, se podrá conseguir un cambio filosófico en la cultura empresarial, de modo que poco a poco y a través de un proceso de *evangelización* se consiga generar un cambio en la cultura de las empresas y en su modo de proceder. Éstas apoyarían su gestión en principios éticos y no en principios desmotivantes, injustos, anacrónicos, que a corto plazo sólo conseguirían minar la moral del trabajador y, en consecuencia, su eficacia empresarial.

² Traducido del texto original: *L'autorità ha dunque bisogno di una base di legittimà che nella teoria di Weber può essere quella carismatica, quella tradizionale o quella legale*

Si los departamentos de RRHH de las empresas se dieran cuenta de la importancia que tienen los principios morales intrínsecos de las personas a las que seleccionan, tal vez este hecho ayudaría a ubicar en los puestos de mayor complejidad y responsabilidad a los perfiles más adecuados que cuenten con una actitud orientada hacia la ética y moral. Estos perfiles se convertirían en el embrión de un nuevo modo de hacer las cosas, ayudando a guiar a los trabajadores hacia acciones en Pro de la comunidad y no hacia acciones individualistas y egoístas.

3. HIPÓTESIS PLANTEADAS

En el proceso de planteamiento de las hipótesis en este estudio se siguen los criterios para facilitar su correcta formulación:

- Se formulan las hipótesis afirmativas o positivas y las hipótesis nulas que afirma lo contrario.
- Se plantea la relación entre las variables de ética y productividad de los trabajadores.
- Se posibilita el someter a prueba las relaciones expresadas entre ambas variables.

Las hipótesis que se presentan en este trabajo son de tipo descriptivas, ya que son afirmaciones más generales e involucran diversas variables. En este estudio se plantean las siguientes hipótesis (en modo afirmativo y nulo) que intentan encontrar las relaciones entre las variables de ética y productividad de los trabajadores de las PYME del sector TIC de Madrid:

H₁: Existe correlación entre el nivel de ética de los trabajadores de las PYME del sector TIC de Madrid y su nivel de productividad.

H_{1_Nula}: No existe correlación entre el nivel de ética de los trabajadores de las PYME del sector TIC de Madrid y su nivel de productividad.

4. PROCEDIMIENTO Y METODOLOGÍA

Primeramente cabría señalar que el procedimiento que se llevó a cabo en este trabajo se inscribió a los pasos básicos para la realización de cualquier investigación y que según Dominick (2001, p. 13) debe contemplar las siguientes etapas:

- 1.- Selección del problema.
- 2.- Revisión de la investigación y las teorías existentes.
- 3.- Elaboración de las hipótesis o interrogantes.
- 4.- Determinación de la metodología apropiada.
- 5.- Recopilación de la información.
- 6.- Análisis e interpretación de los resultados.
- 7.- Presentación de los resultados.

En lo que compete propiamente al diseño de investigación, con la finalidad de recabar la mayor información posible en relación con los objetivos planteados y considerando el tema de la viabilidad, se utilizó básicamente la técnica de investigación cuantitativa.

En este estudio se descartó la técnica de observación participativa por la dificultad en su aplicación y de conseguir reunir a un grupo significativo de personas que se ofrecieran a discutir e intercambiar opiniones sobre las materias de ética y productividad de los trabajadores en cuestión.

En el bloque cuantitativo se utilizó el método de la encuesta ya que la aplicación de una encuesta que pueda considerarse como una ‘muestra representativa’ del universo sería un paso necesario, entendiéndose como ‘muestra’ a ‘un subconjunto representativo de la población completa, entendiéndose que una muestra que no sea representativa de toda la población, independientemente de su tamaño, es inadecuada para los propósitos de análisis, pues los resultados no pueden ser generalizados (Dominick, 2001, p. 81).

Para la obtención del cuestionario final de 24 ítems que se distribuyó a un grupo de trabajadores del sector TIC de Madrid, se siguieron una serie de pasos que consistieron principalmente en el análisis de varios tipos de herramientas y cuestionarios ya validados para la medición de valores éticos y productividad de los trabajadores.

En cuanto a los sistemas analizados y sintetizados con el objeto de conseguir un conjunto de ítems que midiera los valores de ética del trabajador, se destacan los siguientes sistemas:

- a) El cuestionario SPV ideado por Gordon (1998) que es un instrumento que determina como las personas se enfrentan a los problemas de la vida diaria, indicando cuales son los valores personales por los cuales se rigen.
- b) La Prueba de Definición de Problemas DIT-2 ideada por Rest (1996) que es una medida de valores éticos que incluye cinco dilemas hipotéticos de índole moral a los que se enfrentan los encuestados.
- c) El estudio de valores AVL ideado por Allport y sus colegas Vernon y Lindzey (2001) cuyo objetivo es el de determinar los valores prioritarios que mueven a las personas.
- d) El Inventario de Hall y Tonna (1989) que sirve para medir los valores éticos y morales del personal que pretende incorporarse a un equipo docente.
- e) El cuestionario de Schwartz y Blisky (1992) que investiga la estructura relacional que está en la base de los valores de: seguridad, poder social, logro, hedonismo, estimulación, autodirección, universalismo, benevolencia, conformidad y tradición.

Para la medición de los valores de productividad y competencias profesionales del trabajador que identificaran a aquellos trabajadores y empleados más productivos, varias fueron las técnicas analizadas, y que se basaban en gran medida en sistemas de análisis 360³, autoevaluación, medición del desempeño a través de entrevistas, y sistema de encuestas que se aplicaban a los trabajadores. Entre ellas cabe destacar las siguientes herramientas y sistemas:

- a) El cuestionario de la Fundación Valenciana (2011) cuyo propósito es servir de ayuda a las organizaciones que quieren medir su rendimiento y autoevaluación.
- b) El cuestionario SOSIA que evalúa competencias genéricas relacionadas con las características subyacentes a la persona relacionadas con una actuación de éxito en un puesto de trabajo.
- c) La encuesta CHEERS -*Career After Higher Education: a European Research Studyque* que pone de manifiesto las competencias genéricas relacionadas con el trabajo en equipo.

³ También conocida como evaluación integral, es una herramienta que da una perspectiva del desempeño del trabajador lo más adecuada posible al obtener aportes desde todos los ángulos: supervisores, compañeros, subordinados, clientes internos, etc.

- d) La encuesta AQUICAT donde se consideran diversas competencias y conocimientos así como la relación entre la formación obtenida y su utilidad para el trabajo.
- e) La encuesta INCUAL que evalúa y acredita las competencias profesionales adquiridas mediante la experiencia laboral o de vías no formales de formación.

Fruto del análisis, síntesis, filtrado de preguntas, y adaptación a las necesidades de esta investigación de las anteriores herramientas de medición de valores éticos y productivos, surge el cuestionario final de 24 ítems, el cual se distribuyó usando una herramienta de encuestas que permitía su distribución de modo electrónico y fiable. Esta encuesta se distribuyó a una población de más de 1.500 trabajadores de empresas PYME del sector TIC de Madrid de edades comprendidas entre los 35 y 44 años (58,6 por 100 hombres y 41,4 por 100 mujeres), con una tasa de respuesta cercana al 10 por 100 con un universo compuesto por 100.000 empleados de empresas PYME TIC (9.100 empresas, casi el 40 por 100 del total de España) en el ámbito de la provincia de Madrid. El error muestral es del 6,17 por 100 con un nivel de confianza del 95 por 100.

Para el análisis de la información de las encuestas se utilizó el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) en su versión 20.0. Se eligió este programa estadístico ya que es una herramienta que permitía realizar análisis multivariados que conlleven la obtención de información compleja, permitiendo incluso la predicción.

Para analizar la consistencia interna de las escalas se utilizó la fórmula de consistencia interna α de Cronbach⁴, analizándose por separado las consistencias de los bloques correspondientes de ética y productividad de los trabajadores con unos resultados respectivos del alfa de Cronbach de 0.81 y 0.84, lo que indica que los bloques de preguntas por separado (12 ítems por bloque) eran consistentes y, por tanto, el cuestionario podía ser enviado con total fiabilidad.

4.1. Análisis de datos y contraste de las hipótesis planteadas

Las dos variables que se han analizado y correlacionado en esta investigación son la productividad y la ética de los trabajadores de las empresas PYME del sector TIC de Madrid.

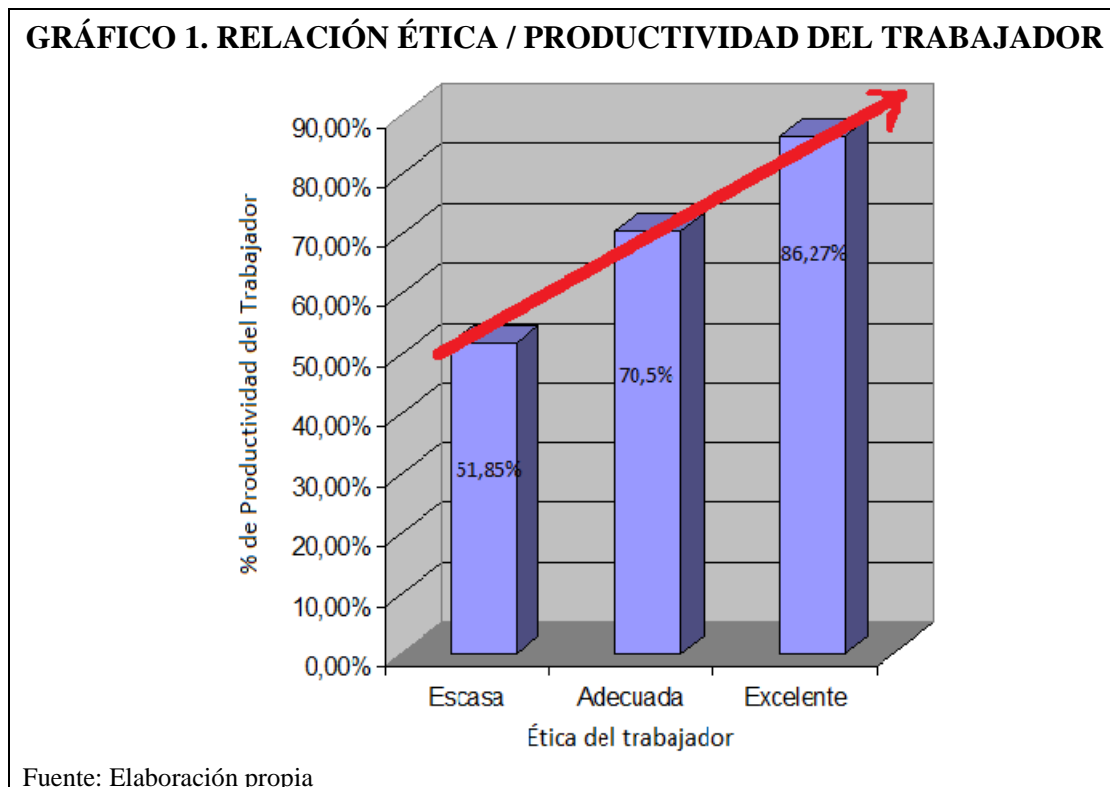
Se trata la variable de estudio productividad como variable dependiente en su modelo decodificado a tres valores (1 = escasa, 2 = adecuada, 3 = excelente), y como factor (variable independiente) la variable ética, obteniendo los valores de la media, la desviación estándar y el error típico.

La información obtenida del cruce de las variables de ética y productividad de los trabajadores servirá para contrastar la hipótesis planteada sobre el hecho de si existe o no una correlación significativa entre el nivel de ética de los trabajadores de las empresas del sector TIC de Madrid y su grado de productividad. Se parte para ello de un nivel de significación de $\alpha = 5\% = 0,05$.

Al estar tratando variables ordinales con un número de categorías idéntico, se utiliza la prueba estadística Tau-b de Kendall, ya que ésta, además de ser un coeficiente, es una prueba de hipótesis.

⁴Coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida permitiendo cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las n variables observadas.

Se obtienen los valores de la media para todos los trabajadores con el siguiente resultado.



Por último, se realiza el cálculo del Tau-B de Kendall y el valor de P, los cuales se trasladan al siguiente cuadro resumen de análisis:

CUADRO 1. CUADRO RESUMEN

Planteamiento de hipótesis	
H₁_Nula: No existe correlación entre el nivel de ética de los trabajadores y su nivel de productividad.	
H₁: Existe correlación entre el nivel de ética de los trabajadores y su nivel de productividad.	
Establecimiento de nivel de significación α	
$\alpha = 5\% = 0.05$	
Selección del estadístico de prueba	
Tau-b de Kendall =	0,467 (la correlación es moderada y significativa al nivel 0,01 bilateral)
Valor de P =	0,000

Fuente: Elaboración propia

Tras analizar el gráfico 1, se observa que a medida que aumenta la ética del trabajador, su nivel de productividad aumenta de forma progresiva. El valor de la significancia bilateral $P = 0$ que está por debajo del valor de significancia $\alpha = 0,05$, constituye un error nulo que respalda la hipótesis de que a mayor nivel de ética en los trabajadores, mayor será el nivel de productividad de éstos, rechazándose la hipótesis nula.

En este sentido se hablaría de un caso de correlación moderada (valor 0,467), lo que se traduce en que podrían existir otros valores además del de la ética, que influirían en el nivel de productividad en esta población, como pudieran ser entre otros: el salario, el ambiente de trabajo, las herramientas adecuadas y formación que debe poseer el trabajador para poder desempeñar eficientemente su actividad, etc., que no han sido considerados en el análisis de este estudio.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo se ha demostrado que existe una correlación entre los valores éticos de aquellos trabajadores de PYMES del sector TIC de Madrid con los valores de productividad de estos mismos trabajadores. Esto podría llevar a pensar que aquellos trabajadores que disponen de una buena base ética, se involucrarían en mayor medida en la empresa, trabajando en defensa de la comunidad y no de modo individualista.

El saber que se están haciendo las cosas bien, produce un grado de satisfacción en el trabajador que respeta a los demás, colabora, ayuda, no miente, etc. Este comportamiento produce un nivel de satisfacción que podría contribuir a la motivación de estos trabajadores para que sigan haciendo bien las cosas y con un nivel de implicación mayor al de aquellos que no disponen de los niveles de ética adecuados.

La aplicación de normas éticas y morales en estas empresas tecnológicas no debe ser vista como una tendencia, sino más bien como una herramienta de innovación y competitividad en una economía global; un instrumento que aporte utilidad y valor que permita que todos sus integrantes vivan en armonía, no siendo tal cual argumenta Chun, R. (2005) función de unos pocos “héroes virtuosos”, sino del esfuerzo hecho por todo el colectivo.

A riesgo de ser menos competitiva en el corto plazo, la empresa que se comprometa con su entorno, ganará estabilidad e incrementará la confianza no sólo de los inversores y clientes, sino sobre todo de sus trabajadores por el hecho de sentirse a gusto en un entorno laboral digno. Esto generaría el comienzo de un debate y una reflexión sobre las necesidades reales de este tipo de empresas.

La confianza pasaría a ser un componente fundamental y necesario en la vida de los trabajadores, ayudando al crecimiento de la organización por una variedad de razones como, por ejemplo la de justificar y racionalizar la existencia de comportamientos de riesgo, o también para justificar la existencia de elevados niveles de cooperación en entornos económicos tan complejos como en el que se desenvuelven las empresas del sector TIC.

Para algunos directivos este proceso de cambio hacia una empresa más ética pondría en peligro la productividad empresarial por considerar que no aporta valor a los procesos productivos, para otros no dejaría de ser un mero cumplimiento de normas, y para otros significaría el cambio tan esperado para que se produjera una verdadera transformación y adaptación de estas empresas al exigente mercado laboral que les rodea.

Se hace necesaria una reflexión por parte de los grupos de interés de las empresas tecnológicas sobre la aplicación de reglas éticas que favorezcan la generación de confianza, ayudándolas al crecimiento en el ámbito socio-económico.

Para la determinación de un buen desempeño profesional hace falta un nuevo planteamiento y modo de pensar que ayude a los trabajadores a desarrollarse a nivel personal y profesional, convirtiéndose la ética en una disciplina indispensable que no debe ser olvidada por las empresas a la hora de establecer sus políticas de contratación y planes de formación.

Este es un proceso de transformación a largo plazo que debe comenzar pronto si de verdad se quiere conseguir una mejora notable en el desarrollo empresarial, debiéndose aplicar técnicas en los planes formativos universitarios para que los alumnos que en pocos años se van a incorporar al mercado laboral, puedan adquirir conocimientos y destrezas éticas, siendo esta característica de vital importancia, ya que como argumenta Albrecht et al., existe una carencia de cohesión entre la comunidad de escolares y la ética en los negocios.

Dicho proceso de cambio solo podrá ser llevado a cabo con ayuda de todos los miembros de la empresa, especialmente por los puestos gerenciales y directivos, que a través de una cultura adecuada empujen a todos los miembros de la empresa hacia un mismo fin.

Un estudio de estas características podría convertirse en la punta de lanza para que se comenzaran acciones de mejora en empresas, no sólo PYME del sector TIC de Madrid, sino de otros sectores y regiones, ya que les aportaría una serie de conclusiones en lo referente a aspectos éticos y productivos de los trabajadores que podría ayudarles a plantearse el hecho de iniciar reformas sustanciales (en aspectos relacionados con la formación, futuros procesos de contratación, modo de plasmar y comunicar la cultura organizacional) en pro de una mayor productividad.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AQUCAT (2011): *Memòria D'activitats*, Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (http://www.aqu.cat/index_es.html).
- Albrecht, C. et al. (2011): *Productivity and Prestige in Business Ethics: A Report and Commentary on the State of the Field*, Business and Society.
- Allport, G., Vernon, P. y Lindzey, G. (2001): *Estudio de valores: una escala para la medición de los intereses dominantes de la personalidad*, El manual moderno, México.
- Álvarez, C. et al. (1993): *Códigos de conducta*, Asociación Social Empresarial, Madrid.
- Benavides, J., Fernández, J.L. y Villagra, N. (2006): *La Ética y la responsabilidad social de las empresas y organizaciones, Memoria académica curso 2005-2006*, Universidad Pontificia de Comillas, Madrid.
- Bruni, L. (2009): *L'impresa civile. Una via italiana all'economia di mercato*, Università Bocconi Editore, Milán.
- Carmona, S., Donoso, R. y Reckers, P. (2013): "Timing in accountability and trust relationships", *Journal Business Ethics* (<http://www.link.Springer.com>).
- Chun, R. (2005): "Ethical Character and Virtue of Organizations: An Empirical Assessment and Strategic Implications", *Journal of Business Ethics*, 57.
- Dominick, J. et al. (2001): *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*, Thompson, México.
- Epstein, M. J. y Birchard, B. (2001): *La empresa honesta. Como convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja competitiva*, Paidós, Barcelona.

- Fernández, J.L. (1996): *Ética para empresarios y directivos*, Esic, Madrid.
- Forsyth, D. R. (1980): "A Taxonomy of Ethical Ideologies", *Journal of Personality and Social Psychology*, 39.
- Francés, P., et al. (2003): *Códigos éticos en los negocios. Creación y aplicación en empresas e instituciones*, Pirámide, Madrid.
- Friedman, M. (2009): "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *The New York Times Magazine* (<http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>).
- Fundación Valenciana para la Calidad (2011): *Cuestionario de Auto Evaluación*, (http://www.fvq.es/Archivos/Publicaciones//c67390c105cuestionario_de_autoevaluacion.pdf).
- Gélinier, O. (1991): *Ética de los negocios*, Espasa Calpe, Navarra.
- Goleman, D. (2000): *La práctica de la inteligencia*, Kairós, Barcelona.
- Gordon, L. (1998): *SPV, Cuestionario de Valores Personales*, TEA ediciones, Madrid.
- Gross, D. (1995): "School of Scandal?", *CFO*, 11.
- Günter, S. y Wasieleski, D. (2013): "Erratum to: Institutionalizing Ethical Innovation in Organizations: An Integrated Causal Model of Moral Innovation Decision Processes", *Journal Business Ethics*. (<http://www.link.springer.com>).
- Hall, B. y Tonna, B. (1989): *El inventario Hall-Tonna. Colección Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Deusto-Bilbao*, Tartalo, San Sebastián.
- Hunt S.D. y Vitell, S., (1986): *A General Theory of Marketing Ethics*, Journal of Macro marketing.
- INE. (2010): *Indicadores del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)*, Instituto Nacional de Estadística (http://www.ine.es/inebmenu/mnu_tic.htm).
- Leonidas, L. et al. (2013): "Business Unethicality as an Impediment to Consumer Trust: The Moderating Role of Demographic and Cultural Characteristics", *Journal Business Ethics*. (<http://link.springer.com/article/10.1007>)
- Linsley, P. y Stack, R. (2013): "Crisis Management and an Ethic of Care: The Case of Northern Rock Bank", *Journal Business Ethics* (<http://www.link.springer.com>)
- Liping-Tang, T. y Chiu, R. (2011): "Productivity and prestige in Business ethics research: A report and commentary on the estate of the field", *Business and Society*.
- Macintyre, A. (1984): *After Virtue, 2nd Ed.* University of Notre Dame.
- Michalos, A.C., (1985): "Multiple Discrepancies Theory (MDT)", *Social Indicators Research*.
- Michalos, A.C., (1995): *A Pragmatic Approach to Business Ethics*, Sage, Thousand Oaks, California.
- Mill, J.S. (2004): *Principles of political economy*, Hackett Publishing Company, EE.UU.
- Moreno, J.A. (2001): "Ética empresarial y globalización", *Cuadernos de la fundación*, nº 65, Fundación MAPFRE Estudios, Madrid.
- OMC (2007): *Consejo del Comercio de Servicios - Examen de las políticas comerciales*, Organización Mundial del Comercio. (www.wto.org/spanish/tratop_s/).
- Pelligra, V. (2007): *I paradossi della fiducia. Scelte razionali e dinamiche interpersonali*, Le edizioni del Mulino, Bolonia, Italia.
- Peters, T.J.y Waterman R.H. (1987): *En busca de la excelencia: Lecciones de las empresas mejor gestionadas de EE.UU.*, Folio, Barcelona.

- Pettit, P. (1995): *The Cunning of Trust*, Princeton University Press, EE.UU.
- Rest, J. (1996): *DIT- Defining issues test: (cuestionario de problemas sociomorales)*, NAU Libres, Valencia.
- Schwartz, S. and Bilsky, W. (1992): "Toward a theory of the universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications", *Journal of Personality and Social Psychology*, EE.UU.
- Simmel, G. (2003): *Filosofía del dinero*, Albolote, Granada.
- Solomon, R.C. (1992): "Corporate roles, personal virtues: An Aristotelian approach to Business Ethics", *Business Ethics Quarterly*, nº 2, vol. 3.
- Solomon, R.C. (1997): *It's good business. Ethics and free enterprise for the new millennium*, Rowman & Littlefield Publishers, Boston.
- SPSS V20.0 (2009): *Statistical Package for the Social Sciences*, EE.UU.
- Vitell, S.J. et al. (1993): "The Effect Of Culture On Ethical Decision Making: An Application Of Hofstede's Typology", *Journal of Business Ethics*, 12.
- Weber, J. y Wasieleski, D. (2013): "Does Job Function Influence Ethical Reasoning? An Adapted Wason Task Application", *Journal Business Ethics* (<http://www.link.springer.com>).
- Williams, L.J. y Hazer, J.T. (1986): "Antecedents and Consequences of Satisfaction and Commitment, in Turnover Models: A Reanalysis Using Latent Variable Structural Equations Methods", *Journal f Application Psychology*, 71.
- Wines, W.A. y Napier, N.K., (1992): "Toward an Understanding of Cross-Cultural Ethics: A Tentative Model", *Journal of Business Ethics*, 11.
- Zsolnai, L. (2004): "The Morality of Economic Man", *European Business Review*, vol. 16.