

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

La finalidad del presente capítulo es dar a conocer la metodología que se siguió para llevar a cabo la recopilación y posteriormente el análisis de los datos necesarios para la aplicación del modelo basado en la Teoría General de la Ética para la Mercadotecnia (Hunt y Vitell, 1986). Se retomará la necesidad de la realización del estudio, se definirá la población, la selección de la muestra, selección de variables, diseño del instrumento, aplicación del instrumento y se concluirá con la explicación acerca de cómo se analizaron los datos obtenidos.

3.1 Necesidad de la realización del estudio

El presente estudio propone un análisis para conocer cómo los valores arraigados en los estudiantes de las diferentes Licenciaturas pueden o no variar en una situación dada con conflictos éticos en ella.

Para este análisis, se aplicó un modelo elaborado con base en la Teoría General de la Ética para la Mercadotecnia de Hunt y Vitell (1986), a fin de conocer las variantes en la Toma de Decisiones Ética por cada Licenciatura, compararlas entre sí y conocer la tendencia ya sea deontológica o teleológica de cada una de ellas.

3.2 Definición de la población del estudio

La población del estudio para la aplicación y análisis del modelo antes descrito, se determinó que fuese constituida por los estudiantes de todos los semestres de las Licenciaturas de HR, CO, PS, CP y AC impartidas en la Universidad de las Américas Puebla.

3.3 Selección de la muestra

A fin de que los resultados del presente estudio fueran confiables y representativos, se examinó una pequeña parte de la población conocida como muestra.

De cada Licenciatura se sacó una muestra con ayuda de la fórmula para un muestreo estratificado descrita a continuación:

$$E = Z \sqrt{pq/n} \sqrt{N-n/N-1} \quad \text{con despeje a:}$$

$$n = N [(E^2 / Z^2 * (N-1)/(0.5)^2+ 1]$$

Donde,

Z = nivel de confianza

p = proporción de sujetos con características de interés

q = proporción de sujetos con características sin interés

N = población

n = muestra

E = cantidad de error aceptable

A esta fórmula se le aplicaron los siguientes valores:

$$Z^2 = 1.96 (95\%)$$

$$N = 1452$$

$$E^2 = 0.04$$

Es así como de estos datos se obtuvo una muestra total (n) de 423 estudiantes con una muestra individual, es decir, por cada Licenciatura como se indica a continuación:

- Para HR la muestra fue del 31.3% = 133 encuestas
- Para CO la muestra fue del 27.5% = 116 encuestas
- Para PS la muestra fue del 17.2% = 73 encuestas
- Para AC la muestra fue del 13% = 55 encuestas
- Para CP la muestra fue del 11% = 46 encuestas

3.4 Selección del modelo

Se estudiaron distintos modelos para la Toma de Decisiones Ética y se llegó a la conclusión de que todos estaban basados en la Teoría General de la Ética para la Mercadotecnia (Hunt y Vitell, 1986) por lo cual se decidió apoyarse en el mismo, ya que responde a todas las necesidades para efectos del estudio.

En relación a este, se elaboró un modelo propio para la investigación en donde se destacan los siguientes constructos: género, semestre, Licenciatura,

valores, acciones no éticas, intenciones y comportamiento en una situación dada, deontológico y teleológico. Los tres primeros se consideran constructos independientes, mientras que los demás se consideran dependientes.

3.4.1 Relaciones del modelo

En la figura 3.1 se destacan las diversas relaciones y correlaciones entre los diferentes constructos que componen el modelo.

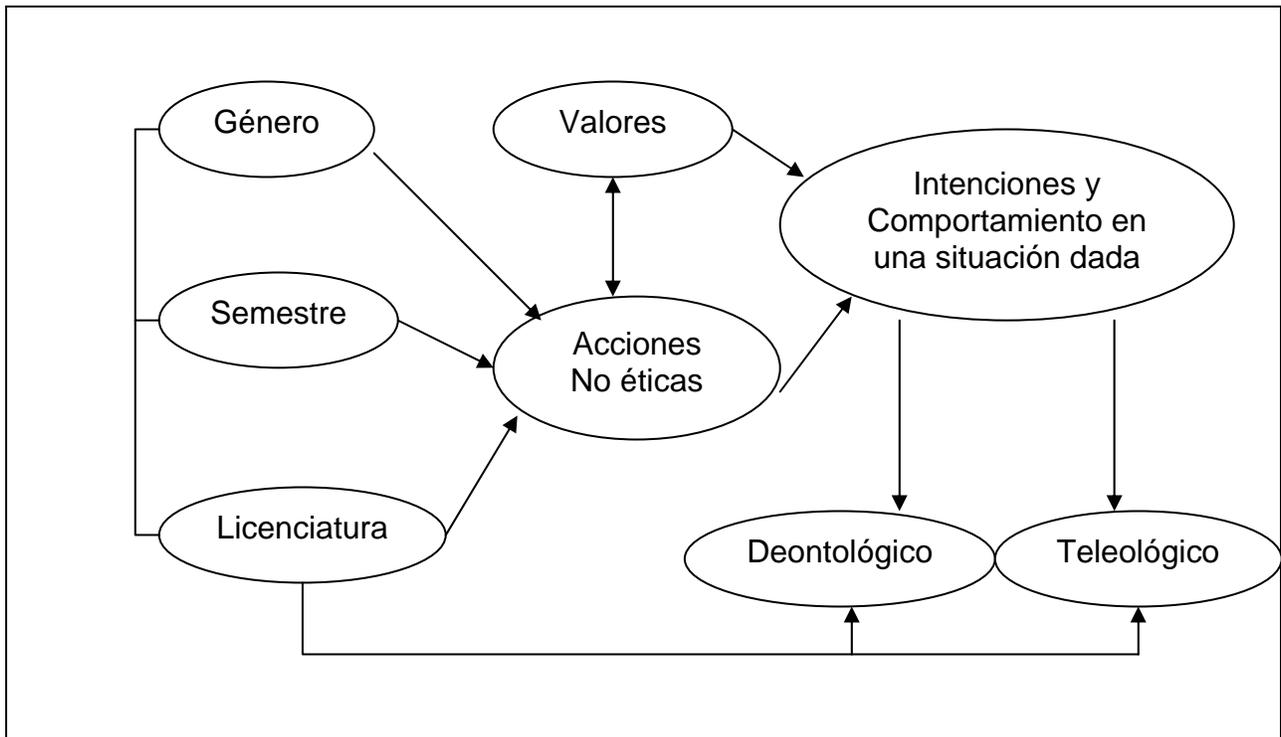


Figura 3.1 Relaciones y correlaciones entre los constructos del modelo

Fuente: Elaboración propia

Este modelo ayudó en la elaboración del cuestionario para obtener los resultados esperados logrando los objetivos establecidos para la realización del estudio. El modelo consta de tres constructos principales (género, semestre y Licenciatura) los cuales se estudiaron cada uno por separado. Para llegar a saber cuál era la tendencia por cada constructo, se tuvieron que relacionar los valores con las acciones no éticas mismas que se compararon con las intenciones y el comportamiento de una persona en una situación dada y así concluir si los constructos estudiados tendían a ser más deontológicos o teleológicos.

3.4.2 Selección de variables

La selección de las variables mencionadas anteriormente se basó en el modelo Hunt-Vitell (1986) modificado para la realización del estudio esto con el fin de aplicar las hipótesis y los objetivos establecidos.

Para ello, primeramente se realizó una prueba piloto a 25 estudiantes escogidos aleatoriamente de la Licenciatura en Administración de Hoteles y Restaurantes en donde destacan cada una de las variables mencionadas con el fin de comprobar la claridad de las preguntas. Una vez terminada la prueba piloto se procedió a hacer las correcciones pertinentes.

3.5 Instrumento de medición

Se determinó que el cuestionario era el mejor instrumento de medición para la aplicación del modelo y la recopilación de datos con el propósito de obtener aquellos valores necesarios para medir las variables o constructos señalados en el modelo (Figura 3.1).

3.5.1 Construcción del cuestionario

Después de una ardua búsqueda y lectura de diferentes casos con contenido ético encontrados en diferentes fuentes, se dio a la tarea de crear uno especial que lograra definir los objetivos planteados al principio del estudio. La construcción del cuestionario se basó en diferentes criterios. Uno de ellos fue el de crear un caso con conflictos éticos en uno de los diferentes departamentos de un hotel. De ahí se eligieron los 4 valores y las 4 acciones no éticas más sobresalientes del mismo, para así llegar a la resolución de este.

3.5.2 Diseño del cuestionario

El cuestionario también se basó en la metodología que se utilizó en el modelo Hunt-Vitell (1986) en donde se interpretan las variables previamente mencionadas en el capítulo 2 (ver Figura 2.2).

Se dividió en 4 secciones (ver Anexo A): la primeras 2 señalaron dos columnas en donde se mostraron como se mencionó en el apartado anterior, 4 valores universales y 4 acciones no éticas, las cuales tenían que ser enumeradas del 1 al 4 siendo el uno el más importante o el que más le afectaría a un estudiante en una situación dada y el cuatro el menos importante o el que menos le afectaría. La tercera sección relató un caso con conflictos éticos y en la cuarta y última sección mostraron 4 posibles soluciones al caso, las cuales debían enumerarse del 1 al 4 siendo el 1 aquella que definitivamente haría y la 4 aquella que nunca haría. Se decidió aplicar el cuestionario de esta manera para que los estudiantes no fueran influenciados primeramente por el caso antes de elegir el grado de afección o de importancia en sus juicios éticos.

3.5.3 Interpretación del cuestionario

El cuestionario explicado anteriormente fue elaborado de dicha manera porque el objetivo principal fue el de relacionar tanto los valores personales, como las acciones consideradas no éticas con las soluciones establecidas en el caso. Esto para indagar y comparar la tendencia por cada Licenciatura hacia las dos teorías de la ética ya mencionadas y la variación de respuestas por semestre y género.

3.5.4 Aplicación del cuestionario

El cuestionario se aplicó únicamente a una muestra de 423 estudiantes de la Universidad de las Américas-Puebla inscritos actualmente en las Licenciaturas de Administración de Hoteles y Restaurantes, Comunicación, Contaduría, Psicología y Actuaría sin distinción de sexo ni de semestre.

3.6 Análisis de datos

Los resultados recopilados en los cuestionarios se analizaron haciendo una base de datos en el programa Excel, donde se colocaron cada uno de los valores dados en cada sección.

Posteriormente, estos fueron evaluados en el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versión 11.0 para Windows utilizando el análisis de correlaciones de Spearman el cual contempla coeficientes de escala entera. Este método relaciona cada una de las variables expuestas en las tres secciones para así determinar el significado de aquellas relaciones más significativas y obtener como resultado la existencia de una coherencia o contradicción entre los valores y las acciones que les afectan éticamente al momento de tomar una decisión para la solución de una situación dada que envuelve conflictos éticos.

A continuación se muestra una tabla de equivalencias (ver Tabla 3.1) en donde se señala la lógica simbólica que se utilizó para evaluar las relaciones más significativas por Licenciatura, semestre y género determinadas en el cuestionario.

Tabla 3.1 Equivalencias

Sección 3: SOLUCIONES AL CASO	COHERENCIA / CONTRADICCIÓN si $x \rightarrow y$ $y \rightarrow z$ entonces $x \rightarrow y$ si $x \rightarrow y$ $y \rightarrow \sim z$ entonces $x \rightarrow \sim z$
Solución A: Le crees a Mario y esperas a ver resultados porque es tu amigo y crees en él con la oportunidad de obtener nuevos clientes.	Confianza, Amistad, Lealtad, Deslealtad, Deshonestidad
Solución B: Te vas porque consideras que te engañó lo cual causó que perdieras credibilidad en él y decides no seguir mintiéndole a tus clientes, aunque fue él quien te los consigné.	Confianza, Amistad, Lealtad, Deslealtad, Deshonestidad
Solución C: Decides quedarte y manipular información para obtener mayores ventas ya que es difícil conseguir un trabajo tan bien pagado, y crees que en un corto lapso de tiempo todo se arreglará.	Mentir/Engañar, Deshonestidad
Solución D: Renuncias, y tal como anteriormente hiciste con el hotel X, decides ser desleal al hotel Y, llevándote de nuevo la cartera de clientes con la que crees poder obtener un mejor trabajo o igual.	Robo, Deslealtad

Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla fue con la cual se basó la medición de las relaciones más representativas en donde se detectaron las coherencias o las contradicciones por cada evaluación. Por lo tanto, si la relación más representativa entre valores y/o acciones no éticas coincidía con la relación más significativa de soluciones al caso, se consideró como una toma de decisiones ética con tendencia a la teoría deontológica. Pero si por el contrario dicha relación se contradecía, entonces se consideró una toma de decisiones no ética con tendencia a la teoría teleológica.

Todo esto dependió de aquellos valores que resultaran más importantes y de aquellas acciones que afectaran más a cada persona para cada estudio ya fuera por Licenciatura, semestre o por género.