



JORGE ALBERTO GÁMEZ GUTIÉRREZ*

FECHA DE RECEPCIÓN: 12 DE DICIEMBRE DE 2014

FECHA DE EVALUACIÓN: 7 DE FEBRERO DE 2015

FECHA DE ACEPTACIÓN: 26 DE MAYO DE 2015

EMPRENDIMIENTO Y ÉTICA. ¿INFLUYE LA EDUCACIÓN EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS EMPRESARIOS BOGOTANOS? **

Entrepreneurship and ethics: does the education affect the behavior of the businessman of Bogota?

Empreendedorismo e ética. Influe a educação no comportamento dos empresários Bogotanos?

* Economista, de la Universidad Cooperativa de Colombia; especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria, de la Universidad de San Buenaventura, Bogotá, Colombia; especialista en Formulación de Proyectos, de la Universidad Católica de Colombia y doctor en Ciencias Empresariales, de la Universidad de Nebrija, Madrid, España. Profesor de la Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: jgamez@unisalle.edu.co

** En esta investigación financiada por la Universidad de La Salle se contó con el apoyo de Gustavo Gil Ángel, Dora Osorio, Íngrid López, Mireya González y Carol Chávez.



Cómo citar este artículo: Gámez Gutiérrez, J. A. (2015). Emprendimiento y ética. ¿Influye la educación en el comportamiento de los empresarios bogotanos? *Revista de Educación y Desarrollo Social*, 9(2), 152-177.

RESUMEN

Los niveles de corrupción hacen que Colombia ocupe el puesto 94 entre 176 países donde se mide el comportamiento ético. Tres empresas esperan pagar sobornos para lograr sus metas y para algunos la corrupción ha alcanzado un carácter estructural. Este trabajo pretende profundizar el conocimiento de las conductas, emociones y cognición (no de manera directa) de los actos corruptos en las compañías por parte de empresarios a partir de su nivel educativo, sexo, edad de los emprendedores y tiempo de funcionamiento de las empresas (nacientes, nuevos empresarios y empresarios establecidos), en Bogotá.

Para identificar de manera indirecta las actitudes de los emprendedores creadores de empresas frente al fenómeno de la corrupción, se

presentan las teorías que describen las cualidades de dichos creadores y sus valores, una aproximación a la ética individual y la ética de la empresa, algunas modalidades de corrupción y algunos casos de formación en ética en instituciones de educación superior. Es una investigación de tipo descriptivo y muestra cómo los emprendedores parecen conocer los actos corruptos en etapas tempranas de sus empresas, pero parecen olvidarlo a medida que se adaptan al mercado y sus comportamientos. Los hombres parecen tener mayor disposición a llevar a cabo acciones corruptas en el campo administrativo y la categoría ambiental parece ser la más desconocida en las empresas, por lo que se aprueban en alto grado las conductas corruptas que amplían el desastre ecológico.

Palabras clave: ética, educación, entendimiento, empresa, corrupción.

ABSTRACT

Corruption levels make Colombia occupy the 94th place among 176, three companies expect to pay bribes to achieve their goals and for some people corruption has reached a structural nature. This work aims to further the understanding of the behaviors, emotions and cognition (not directly) from corrupt acts in enterprises by businessmen from their educational level, sex, age of entrepreneurs and uptime of companies –start up, new business and established business- in Bogotá.

To identify indirectly the attitudes of entrepreneurs who are companies' creators towards the phenomenon of corruption, the theories that are presented describe the qualities of those creators and its values, an approach to individual ethics and business ethics, some forms of corruption, some cases of training in ethics in institutions of higher education. This descriptive research and it shows how entrepreneurs seem to know the corrupt acts at early stages of their businesses, but they appear to forget as they adapt to the market and its behaviors. Men seem to be more willing to perform corrupt actions in the administrative field and the environmental category seems to be an unknown category in companies which is why corrupt behaviors are highly accepted to enhance the ecological disaster.

Keywords: Entrepreneur, ethic, enterprise, corruption, education.

RESUMO

Os níveis de corrupção fazem que Colômbia ocupe o lugar 94 entre os 176 países onde o comportamento ético é medido. Três empresas

esperam a pagar subornos para conseguir seus objetivos e, para alguns a corrupção chegou a um caráter estrutural. Este trabalho tem o objetivo de aprofundar o conhecimento dos comportamentos, emoções e cognição (não diretamente) dos atos de corrupção nas empresas por parte de empresários a partir de seu nível educacional, sexo, idade dos empreendedores e tempo de atividade das empresas (nascentes, novos empresários e empresários estabelecidos), em Bogotá.

Para identificar indiretamente as atitudes de empreendedores criadores de empresas frente a o fenômeno da corrupção, apresentam-se as teorias que descrevem as qualidades destes criadores e seus valores, uma aproximação para a ética individual e a ética empresarial, algumas modalidades de corrupção e alguns casos de formação em ética em instituições de ensino superior. É uma pesquisa descritiva e mostra como os empreendedores parecem saber sobre os atos de corrupção nos estágios iniciais de suas empresas, mas eles parecem esquecer-lo na medida em que eles se adaptam ao mercado e seus comportamentos. Os homens parecem estar mais dispostos a realizar ações corruptas no campo administrativo e a categoria ambiental parece ser a mais desconhecida nas empresas, pelo que são aprovados em altos graus de condutas corruptas que ampliam o desastre ecológico.

Palavras-chave: ética, educação, compreensão, empresa, corrupção.

Los negocios también son un arte ya que en ellos se mezcla la estética y la ética.
Los negocios sin ética no son útiles.

Alejandro Jodorowsky

INTRODUCCIÓN

La corrupción es un obstáculo para el uso eficiente y eficaz de los recursos, y un riesgo adicional para el desarrollo económico y la democracia. Los más afectados son los pobres, así como los más vulnerables. Ello supone la existencia de razones morales para luchar contra la corrupción, pero la ética por sí sola no proporciona una guía suficiente a los involucrados. Los incentivos deben exaltar los riesgos del comportamiento corrupto y resaltar los beneficios de un comportamiento íntegro (Boehmb y Graf, 2009).

¿Y los emprendedores que crean empresa? Son conscientes del rol que debe jugar la ética y cómo esta puede influir en el éxito o fracaso de la empresa. Su comportamiento como empresario individual dentro y fuera de la empresa está ajustado a unos estándares éticos; sin embargo, al ser preguntados sobre su comportamiento dentro de cada sector, sus respuestas muestran que perciben comportamientos no éticos que deploran y ante los cuales se acomodan y es muy posible que se sumen (Vaca, Sepúlveda y Fracica, 2010). Según el antiguo director de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN), el pago de las obligaciones fiscales recae sobre pocos empresarios, se evaden más de seis billones de pesos al año, el 60% de las empresas evaden sus obligaciones tributarias y se recurre a la figura de pagos de salarios en especie para inflar los costos. En este escenario es claro que no se trata de que los empresarios produzcan y vendan bienes o servicios, sino de que al producirlos ha de incorporar sus valores durante el proceso.

Se pretende profundizar el conocimiento de las conductas, emociones y cognición (no de manera directa) de los actos corruptos en las empresas por parte de empresarios a partir de su educación superior —con y sin—, sexo y edad de las empresas —nacientes, nuevos empresarios y empresarios establecidos—, en Bogotá.

Según Transparencia Internacional (28 de junio de 2014) los niveles de corrupción de Colombia ubican al país en el puesto 94 entre 176, con una escala de 36 sobre 100 (cero es mayor percepción de corrupción y 100 es país limpio). El 2,8% de las empresas consultadas por el Banco Mundial en 2010 esperaban pagar sobornos (impuestos, aduanas, licencias y servicios, entre otros), para lograr cosas (Gutiérrez, 2013). Transparencia Internacional (2009) asegura, además, que la corrupción en Colombia ha alcanzado un carácter estructural. El soborno está motivado, en primer lugar, por la necesidad de acelerar procesos (49%) y como única manera de obtener un servicio (36%). También debe destacarse que un 40% de los colombianos teme denunciar, el 46% cree la denuncia no marcaría diferencia y el 7% no sabe ante quién denunciar los actos de corrupción (Transparencia Internacional, 28 de junio de 2014). La corrupción en Colombia se asocia con el pago de sobornos en la contratación, compensaciones por favores para concretar un negocio o acceder a un servicio público, pero también se manifiesta en la captura del Estado en sus diferentes niveles, el nepotismo, en el hecho de legislar en beneficio propio, entre otros. Mientras que el 93% de los empleadores percibe que hay empresas que ofrecen sobornos y el 61%, que los sobornos permiten conseguir las cosas, los emprendedores

colombianos se ubican en el puesto 45 entre 185 países para hacer negocios (Gutiérrez, 2013). Si bien la percepción de corrupción es alta, los ciudadanos parecen estar dispuestos a luchar contra ella, a través de acciones de movilización y presión a los gobernantes, o con acciones individuales como consumir productos de empresas que muestren cero corrupción. Empero, las cifras no son del todo confiables dada la condición de ilegalidad y secreto de los actores¹. Así, sin cifras los componentes corruptos tienden a ser ignorado y con datos se podría entender mejor (González-Espinosa y Boehm, 2013).

Boehmb y Graf (2009) reconocen en el concepto de corrupción diversas prácticas, entre ellas el soborno, la extorsión, la malversación de fondos, el favoritismo y el nepotismo, el fraude y la colusión entre empresas que se reparten el mercado o fijan los precios. Estas prácticas tienen su propia lógica, sus propios mecanismos y realidades. Al estudiar la corrupción lo que pasa entre corruptor y corrupto queda en una “caja negra”, y los modelos económicos formales, en su mayoría, no examinan los costos de transacción, las instituciones involucradas ni su complejidad.

La interpretación subjetiva de los hechos —no los hechos mismos— determina la emoción². Las personas perciben y estructuran el mundo (cogniciones) y a partir de allí se determinan sus emociones y sus conductas (Ramos *et al.*, 2009). No es posible conocer de manera directa la motivación para cometer actos corruptos; según los expertos consultados los empresarios nacientes conocen pero no practican actos de corrupción. Los empresarios nacientes tienen actitudes emocionales de desaprobación frente a la corrupción y

las conductas corruptas se presentan en los empresarios avanzados más que en otros (ver figura 1). Para conocer las actitudes de los empresarios es necesario definir cuál es la relación que existe entre las creencias, los pensamientos, las expectativas de los emprendedores de la ciudad, las emociones y sentimientos que despiertan las acciones de corrupción y los niveles de aprobación de dichas acciones.

Al indagar por aproximación sobre los comportamientos corruptos surgen preguntas respecto de la decisión del bien actuar de los emprendedores que crean empresa: ¿cuál es el rol de la educación en temas éticos al crear empresa y consolidarla? ¿Cuándo un empresario decide ser corrupto? ¿El sexo determina los

Gráfico 1. La actitud desde las dimensiones cognitiva, emocional y conductual³



Fuente: *Elaboración propia.*

comportamientos corruptos? ¿Las actitudes ante la corrupción son diferentes cuando se inicia la empresa y cuando se ha consolidado?⁴

MARCO METODOLÓGICO

Para identificar de manera indirecta las actitudes de los emprendedores creadores de empresas egresados de educación superior frente al fenómeno de la corrupción en el entorno empresarial de Bogotá, se presentan las teorías que describen las cualidades de estos emprendedores y sus valores; además, se hace una aproximación a la ética individual, la ética de la empresa y algunos modelos que presentan los comportamientos éticos de los empresarios, la conducta y la actitud. Se presentan algunas modalidades de corrupción en Colombia, los delitos más frecuentes y un breve diagnóstico. Finalmente, se muestran algunos casos de formación en ética en algunas instituciones de educación superior.

EMPRENDER Y CREAR EMPRESA

El análisis del emprendimiento incluye diversas formas de actuar para lograr resultados. En este documento se analiza el emprendimiento expresado en creación de empresa como un comportamiento racional que pretende la optimización racional de las tecnologías y los recursos financieros (Fontela, 2006). La acción del empresario no admite estandarización porque no es una rutina sino una actividad de la imaginación, la percepción de nuevas oportunidades y el uso de la innovación (Dávila, 1996).

Marshall (1890) analizó cómo las condiciones económicas de la vida moderna son mejores a pesar de su complejidad y presentan más oportunidades de negocios. El “trabajador superior” tiene ciertas capacidades de mando requeridas o aptitud para organizar, cuya motivación, aparte del afán de ganancia y el riesgo, puede ser el egoísmo y la vanidad, motivos que pueden ser predichos y considerados como fuerzas motoras que es posible verificar con resultados.

Para Smelser (1965) la actividad económica se convierte en un medio para obtener compensaciones sociales que dependen de estas, el prestigio, el acceso al capital y mercados para los nuevos productos. El éxito de los empresarios depende de los determinantes culturales como la personalidad y los factores estructurales sociales. Simmel (1910) entendió que la percepción de ganar o percibir ganancias impulsa al sacrificio, no solo por el trabajo para sí mismo sino también para otros, o para abandonar de inmediato cuando se dejan de percibir. Swedberg (2003) considera que las redes sociales y empresariales afrontan los desafíos de los nuevos escenarios económicos y permiten el aprendizaje y la innovación a partir de la construcción de confianza, valores y formas de trabajo. Es el emprendedor el que obtiene beneficios por intermediar y controlar el tráfico en esas redes (Gámez, 2013).

Las motivaciones psicológicas del emprendedor lo muestran con rasgos característicos de creatividad, deseo de independencia, oportunismo, individualidad, intuición y planificación. También tiene motivaciones, una interrelación entre necesidad de éxito y estructura de oportunidades y desempeño. Según McClelland (1970), el

comportamiento emprendedor depende de las motivaciones personales que el medio ambiente proporcione. Los motivos de un emprendedor no son siempre económicos, aunque las personas que tienen necesidad de éxito son más sensibles a los estímulos económicos.

El emprendimiento visto desde la administración implica el emprendimiento con hacer negocios e implementar estrategias para su permanencia. Por ello, desde la administración se analizó el proceso emprendedor desde los métodos, prácticas y estilos de toma de decisión; las dimensiones de autonomía, innovación, toma de riesgo, proactividad y la agresividad competitiva. Drucker (1984) imaginó el emprendimiento como trabajo; los emprendedores pueden aprender, pero requieren esfuerzo, ser disciplinados, trabajar y practicar. Además, atribuye el fracaso de un emprendedor a factores como la codicia, estupidez, impulsos sin raciocinio e incompetencia.

APROXIMACIÓN A LA ÉTICA

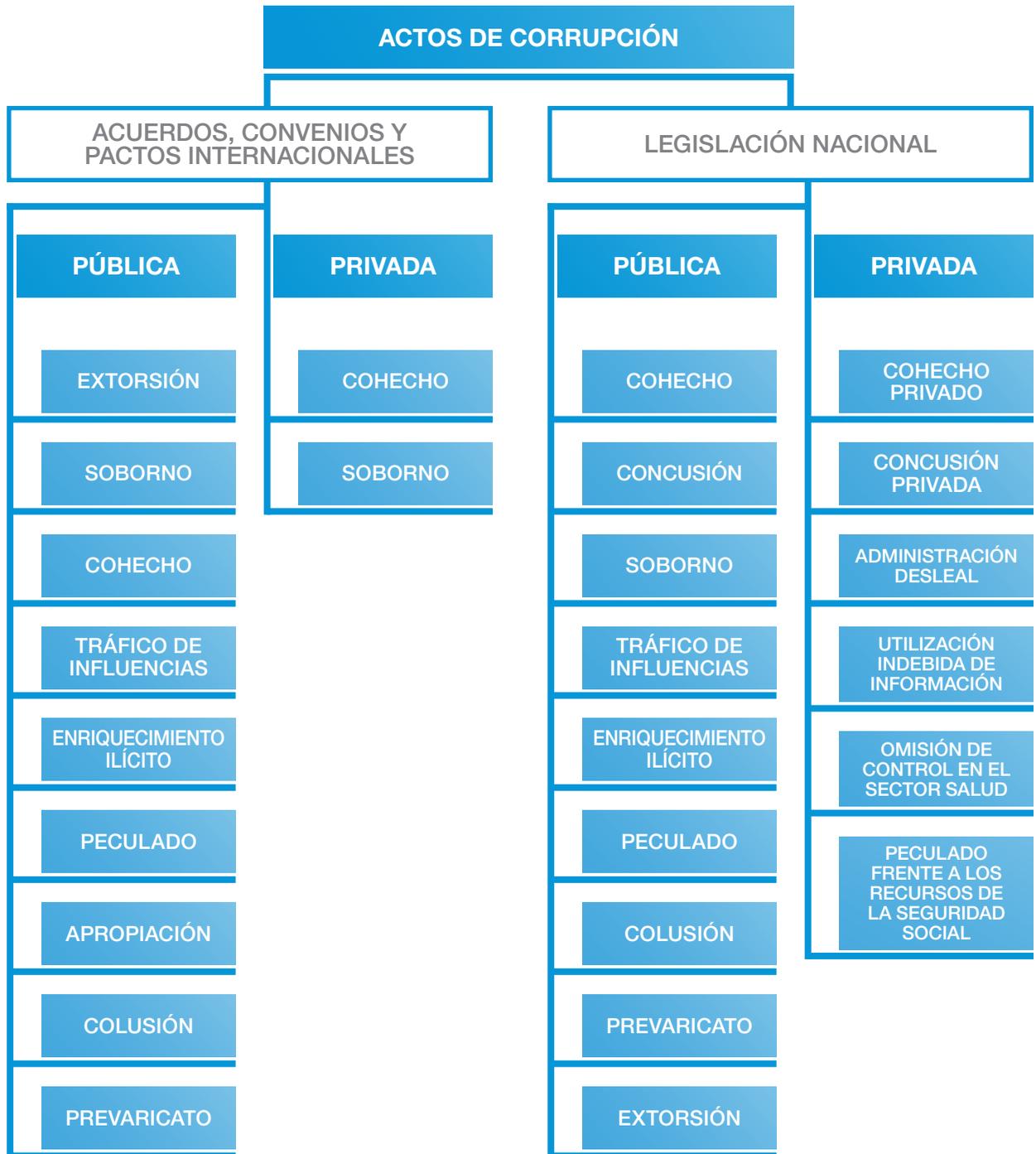
Ética proviene del término griego *ethos* que significa carácter o modo de ser; el carácter que un individuo tiene es decisivo para su vida y para aquellos que le rodean, porque aunque los efectos externos lo condicionen, ese carácter o modo de ser define sus decisiones. Las personas se habitúan a hacer elecciones y la ética las hace conscientes de los fines últimos que persiguen, para acostumbrarlas a elegir en relación con ellos y tener la habilidad para escoger los medios más adecuados para alcanzarlos (Cortina, 1994, p. 20). El individuo es todo aquello que es indiviso en sí, y no puede dividirse sin

que deje de ser esencialmente lo que es; desde la lógica se trata del sujeto singular que admite predicados, pero que no puede ser el mismo predicado de ningún otro (Rodríguez, 2001). Los intereses de los individuos son egoístas, en cualquier situación se piensa en el bienestar propio y el de su familia cercana; sin importar la educación, el entorno cercano, los círculos de amigos, cada individuo piensa en su beneficio y desestima el de los demás (Serrano Rincón, 2006).

La ética es una disciplina filosófica que busca explicaciones al comportamiento humano en las diversas facetas de su vida individual y colectiva. Cuando se aplica a ámbitos concretos de actuación como la empresa, la familia, la política, la ecología, entre otros, deja de ser una teoría o reflexión y se convierte en ética práctica o aplicada. La ética de la empresa, por ejemplo, es una ética aplicada que contribuye a humanizar la organización mediante la creación de unos “valores corporativos” y la generación de una “cultura ética empresarial” (Hamburger, 2004).

Revenga (2007) reconoce una nueva cartografía social con nuevos estratos sociales, redistribución de privilegios y despojos, de riqueza y pobreza, poder e impotencia, libertades y restricciones; no obstante, no hay quien asuma la responsabilidad por los que pierden dentro del sistema. La empresa está formada por individuos que persiguen objetivos comunes que al involucrar personas permite superar el individualismo. La empresa además trasciende el beneficio y persigue bienes de largo para la comunidad; de allí que sea posible hablar de ética empresarial. La consideración con los empleados supone evitar las agresiones psicológicas que pueden producirle estrés

Gráfico 2. Algunos actos de corrupción.



Fuente: elaboración propia.

y efectos adversos en el clima organizacional (Gutiérrez, 2007). En la empresa se debe vivir bien, esto es, en un ambiente de confianza, virtud imprescindible para cualquier empresa y empresario; es difícil que una empresa funcione de manera óptima en ausencia de un mínimo de confianza (Carrillo Guarín, 2006, p. 82) (Savater, 1998).

La empresa, al igual que las personas, tiene obligaciones con la sociedad y debe pensar y proponer sus políticas a sabiendas de que tendrá que dar cuentas ante ella. Por tanto, ha de definir con claridad cuál es su fin específico por el que cobra su legitimidad social (Martínez, 2005) (Cortina, 1994). No es posible entonces que el empresario eluda la responsabilidad por los efectos de sus actos —contaminación, pobreza e inequidad, por ejemplo—. La ética empresarial trata de combinar eficiencia económica con libertad individual y mercado con bienestar social (Martínez Herrera, 2005, p. 26).

ALGUNAS MODALIDADES DE CORRUPCIÓN

No solo el soborno entre quien ofrece y acepta es corrupción, puesto que los efectos sobrepasan el delito; al volverse común ese tipo de prácticas se olvida que hay formas silenciosas de corrupción en las cuales actúan las altas autoridades de un país—tráfico de armas, colusión de grandes dimensiones, crimen organizado, la Policía, el sistema judicial, los grandes crímenes contra el medioambiente⁵. Los actos de corrupción que están establecidos en la legislación colombiana (ver figura 2) incluyen actos de corrupción a nivel internacional que afectan al país, las

adhesiones e inclusiones a organismos y tratados para combatir la corrupción que han tenido lugar en los siglos XX y XXI, al mismo tiempo que se ha avanzado en la inclusión comercial en el marco de la globalización económica.

LA ÉTICA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Es en la educación superior donde hay espacios para reflexionar sobre la ética y las prácticas empresariales⁶. La corrupción no es solo una acción individual, sino que se genera por las dinámicas sociales, entre ellas la educación superior que debe analizarla y proponer acciones para disminuirla⁷. Algunas actuaciones de los empresarios son percibidas como nocivas por sus colegas, provocan impotencia y otras se han vuelto naturales; estos es, se han vuelto parte del ambiente competitivo de los empresarios (Vaca, Sepúlveda y Fracica, 2010). La formación que este profesional obtenga en la universidad va a permitir dar el valor agregado que se espera que aporte a la organización y a la sociedad. Además, ha de enseñarse a los estudiantes a buscar y obtener beneficios sin sacrificar la dimensión social de las decisiones que se tomen en las empresas que dirigen; por tanto, los egresados deben ser capaces de analizar y tomar decisiones éticas (Hernández, Silvestre y Álvarez, 2011, p. 5).

Rodríguez y Díaz (2004), de la Universidad Nacional de Colombia, hicieron la evaluación del modelo del Código de Ética con relación a un listado de comportamientos éticos que fueron categorizados como los valores. Se justifica y legitima el desempeño ético por parte del consumidor de los productos

o servicios ofrecidos en la educación. Anderson y Smith (2007) muestran la relación que existe entre el emprendimiento y la ética, ya que aunque anteriormente se consideró que las actividades económicas y las relaciones sociales no económicas se incorporaban naturalmente, en la modernidad se ha visto que el desarrollo económico y el propósito moral se han alejado uno del otro, debido a la prioridad que se le da a la generación de rentabilidad.

FORMACIÓN ÉTICA EN ALGUNAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN BOGOTÁ

Las competencias ciudadanas pueden sobrepasar la teoría que las clases de ética puedan tener en un currículo universitario con el fin de convertir las habilidades de la vida armoniosa en sociedad en una realidad; la calidad de la educación puede aportar a los altos índices de corrupción de Colombia. A partir del trabajo de competencias

ciudadanas que se ejecuta en la educación básica y secundaria, se considera indispensable continuar con el desarrollo de dichas competencias en los niveles universitarios (pregrado y postgrado), para no interrumpir el proceso educativo. Por cierto, un objetivo de la educación actual consiste en formar personas competentes en lo cognitivo, práctico y social (Guerra, 2011).

Algunas universidades han incluido en su oferta la formación ética. La Universidad Nacional tiene en sus área de formación socio humanística espacios para los programas académicos (ver tabla 1).

La ética está vinculada a las buenas formas de manejo del poder y el dinero; empero, la ambición supera la debilidad de los mecanismos de control y la falta de compromiso ético de las personas. La corrupción tiene un denominador común que es el bajo nivel de compromiso ciudadano de algunas sociedades; en últimas, la batalla por ganar es contra la apatía de los ciudadanos (Arland, 2002).

Tabla 1. Formación ética en algunas universidades de Bogotá

INSTITUCIÓN	TIPO DE FORMACIÓN	CONTENIDOS
Universidad Nacional de Colombia	Núcleo básico	Proyecto Pedagógico, Epistemología. En todos los programas.
Javeriana	Humanidades	I y II, Teología I y II, ética profesional. En todos los programas.
Universidad del Rosario	Formación rosarista	Ética, taller de cultura rosarista
La Salle	Formación lasallista	Cátedra lasallista, humanidades I y II, cultura religiosa I, II y III, ética general, ética de las profesiones, epistemología
Universidad Sergio Arboleda	Ética y responsabilidad social	Principios y evolución de la ética, ética aplicada, casos de ética y responsabilidad social empresarial

Fuente: tomado de las páginas de las instituciones citadas.

RESULTADOS

Esta es una investigación de tipo descriptivo, que hace referencia a la búsqueda de propiedades, rasgos y características importantes de un fenómeno, en este caso la corrupción del sector privado empresarial (Hernández, Fernández y Baptista, 2003). En este trabajo se adelanta un análisis descriptivo de la actitud del empresario por sexo, grado de educación y las etapas de la empresa —naciente, nueva y consolidada— frente a comportamientos de corrupción⁸. Asimismo, es posible afirmar por la naturaleza de los instrumentos para la recolección de información que la investigación es mixta, ya que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para abordar el fenómeno por estudiar⁹.

Para el análisis cuantitativo de datos se diseñó una escala tipo Likert, que permite medir la actitud de empresarios frente a la corrupción, en el sector privado. Siguiendo el modelo de Blanco (2001), acerca del equilibrio y la proporción de ítems, que representen tanto el componente cognoscitivo, como el afectivo y el conductual, se lleva a cabo un ejercicio de operacionalización de las variables, haciendo un cruce entre las categorías que definen la corrupción y los componentes emocionales, conductuales y cognitivos¹⁰. La pretensión frente al ejercicio de medición es identificar las fortalezas y debilidades, relacionadas con los tres componentes, que caracterizan a la población y podrían estar generando una predisposición mayor o menor a tener reacciones de corrupción en el contexto empresarial. A partir de lo anterior, el instrumento está compuesto por la caracterización sociodemográfica de la población y por 15 ítems, asociados cada uno de ellos a una dimensión y a una categoría de análisis.

Las dimensiones conductual, cognitiva y emocional son determinantes para el análisis de los resultados obtenidos, ya que permiten analizar las reacciones de los participantes ante cada una de las categorías de estudio. La dimensión conductual se puede entender como la acción que emite una persona ante una situación en particular. La dimensión cognitiva hace referencia a los pensamientos que tiene un individuo frente a un estímulo, persona o situación. La dimensión emocional está relacionada con reacciones biológicas y sentimientos que despiertan en una persona contextos o estímulos particulares¹¹.

Desde el punto de vista conceptual, a partir de la teoría de la disonancia que afirma la existencia de incoherencia entre los pensamientos y las acciones de un individuo (Festinger, 1957), se sostiene que un empresario que emite comportamientos de corrupción en la mayor parte de los casos se muestra disonante entre su pensar, su sentir y su actuar. Quiere decir que a pesar de conocer la normatividad legal vigente, por ejemplo, un empresario puede emitir comportamientos corruptos. El propósito del instrumento diseñado es identificar, según las categorías de operacionalización, cuál o cuáles de las dimensiones aumentan la predisposición para comportarse de manera corrupta en el contexto empresarial¹².

Procedimiento

Se hizo un marco muestral de los empresarios egresados de programas de educación superior y emprendedores que no hayan cursado formación ética. Los criterios de selección

de la muestra se resumen así: 1) las empresas deben tener más de cinco años conformadas para 2013; 2) las empresas son independientes y de propiedad privada a 31 de diciembre de 2013, y su registro de Cámara de Comercio está vigente o renovado a esa fecha. Finalmente se aplicó un modelo de encuesta (ver anexos) que tiene los datos de identificación general. Incluye las variables.

Variables

Para esta investigación se tienen en cuenta como variables poblacionales el sexo, el nivel educativo y la antigüedad de la empresa, las cuales son analizadas a la luz de las cinco categorías y los resultados obtenidos para cada una de estas¹³.

Muestra

186 emprendedores de Bogotá entre los 17 y los 52 años, de ambos sexos, con estudios formales oscilantes desde ninguno hasta postgrado.

Se analizan los datos por medio de la aplicación de la prueba de Kruskal Wallis, teniendo en cuenta que es una prueba no paramétrica que permite comparar tres o más muestras independientes. Esta prueba es análoga a la prueba no paramétrica Anova y permite comparar poblaciones cuyas distribuciones no son normales.

Para complementar el estudio se hicieron tres entrevistas en profundidad con una batería de preguntas abiertas y cerradas con el propósito de recopilar información necesaria que permita reconstruir sus historias, reseñar sus procesos de incursión y consolidación empresarial, su comportamiento ético tomando en consideración su ambiente familiar, su contexto socioeconómico y laboral, su formación académica y demás variables contempladas en las preguntas que originaron esta propuesta de investigación.

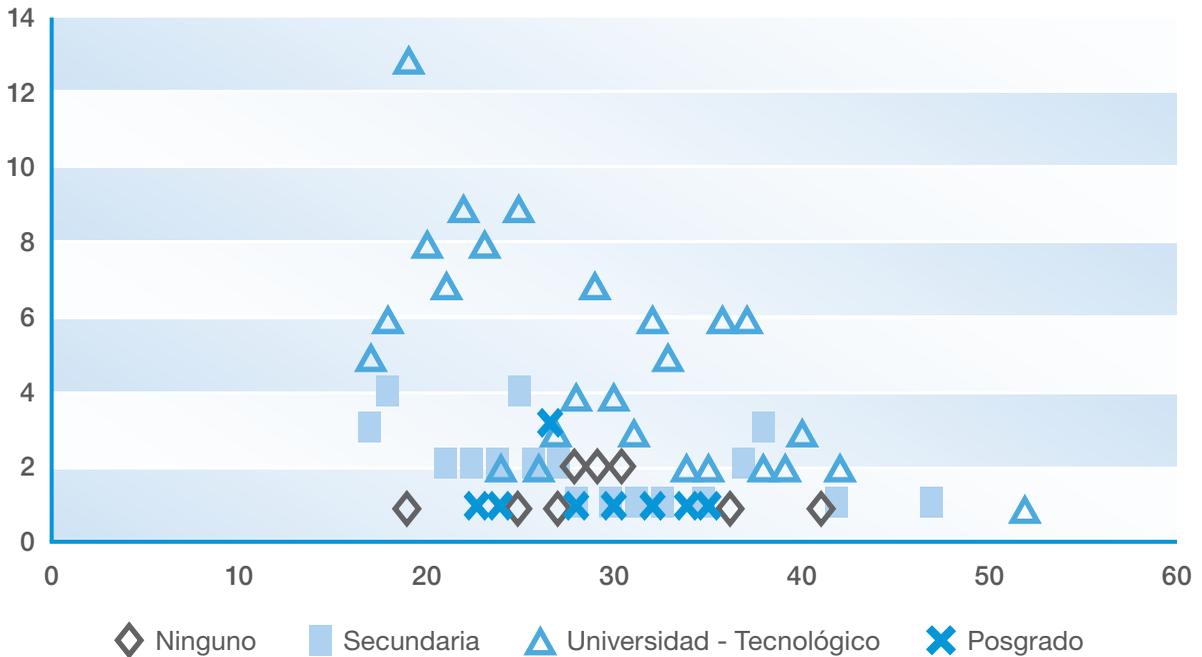
Las decisiones éticas no son simples porque sus consecuencias tienen múltiples ramificaciones y el mundo empresarial y su contexto agregan más presiones (Treviño y Brown, 2004).

Tabla 1. Dimensión, Alfa de Cronbach y explicación de la varianza

DIMENSIÓN	ALFA DE CRONBACH	VARIANZA EXPLICADA		
		TOTAL (AUTOVALORES)	INERCIA	% DE LA VARIANZA
1	,964	9,985	,666	66,564
2	,885	5,749	,383	38,330
Total		15,734	1,049	
Media	,935 ^a	7,867	,524	52,447

a. El Alfa de Cronbach Promedio está basado en los autovalores promedio.

Gráfico 3. Emprendedores por edad y formación.



Fuente: Elaboración propia.

El comportamiento ético en las organizaciones se afecta por factores individuales como la personalidad y las formas de socialización; estas determinan los soportes filosóficos y la ideología de la decisión junto con fuerzas externas como las condiciones económicas y las instituciones sociales y políticas (Klebe y Brown, 2004).

El análisis de Cronbach permite generar relaciones entre variables cualitativas; en este caso son sexo, edad del empresario, antigüedad de la empresa y educación. El resumen del modelo permite ver correspondencias múltiples:

Los emprendedores de esta muestra inician la actividad empresarial a tempranas edades (78 emprendedores que equivalen al 41,9%

están entre los 17 y 24 años); el panorama en cuanto a experiencia y competencias empresariales no es halagüeño: 2 de ellos no tienen ninguna educación, 2 no tienen secundaria y solo 2 están cursando postgrado; sin experiencia ni formación académica no parecen tener empresas competitivas. En los extremos, 9 de ellos no tienen educación formal y 8 tienen formación de postgrado; 13 tienen secundaria y 47 formación universitaria-tecnológica.

Hay 31 emprendedores mayores de 35 años y hasta los 52 años que equivalen al 16,7% de la población de esta investigación. De ellos 2 no tienen formación, 7 tienen educación secundaria; 22, educación universitaria-tecnológica, y ninguno tiene postgrado (ver figura 3). Al parecer los

emprendedores mayores de 35 años no conocieron los beneficios del Fondo Emprender, ni las actividades de promoción del emprendimiento de la educación; en las instituciones de educación media y superior se ha incluido el emprendimiento desde 2002 con la cátedra Ceinfi y las cátedras de plan de negocios.

Las empresas nacientes son creadas por hombres y mujeres en similar proporción (ver tabla 2) aunque es más marcada la diferencia hacia

las mujeres en las nuevas empresas (19,4%) y en las empresas establecidas (18,8%).

Respecto de la educación el 7,5% de los emprendedores no tiene educación formal; el 18,8% tiene educación secundaria; el 68,3%, educación universitaria-tecnológica, y 5,4%, algún postgrado. En cuanto a la edad de las empresas, en esta muestra el 33,9% se compone de empresas nacientes; el 34,9%, de nuevas empresas (entre 3 y 42) y el 31,2% son empresas establecidas. El número de empresas creadas por personas sin formación es bajo (7,5%) frente al total (ver tabla 3); de ellas un 1,6% está en la etapa naciente, 2,2% son nuevos empresarios y 3,8% se han consolidado.

Llama la atención que sea bajo el número de emprendedores con alta formación; es probable que la tendencia se revierta con las convocatorias del Fondo Emprender que incluyen a los estudiantes y egresados de postgrados de un lado y de otro, el impacto que tengan las universidades con sus programas de formación en emprendimiento. La toma de decisiones éticas de estos

Tabla 2. Emprendedores por sexo y edad de la empresa

SEXO	EDAD DE LA EMPRESA			TOTAL
	0 a 3 meses	3 a 42 meses	Más de 42 meses	
Femenino	33	36	35	104
Masculino	30	29	23	82
TOTAL	63	65	58	186

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Emprendedores por edad de la empresa y nivel educativo

EDAD DE LA EMPRESA	NIVEL EDUCATIVO				TOTAL
	NINGUNO	SECUNDARIA	UNIVERSIDAD (TECNÓLOGO)	POSTGRADO	
0 a 3 meses	3	15	43	2	63
3 a 42 meses	4	8	51	2	65
Más de 42 meses	7	12	33	6	58
Total	14	35	127	10	186

Fuente: Elaboración propia.

emprendedores se basa en las características personales del individuo en cuanto a educación, personalidad del individuo, socialización, edad, sexo y experiencias (Stead, Worrel y Garner, 1990).

Una veta para analizar es que los empresarios eludan las responsabilidades por los efectos de sus actos —engaños, publicidad engañosa, competencia desleal, entre otros—. Alrededor del 35% de las personas que no tienen estudios muestran actitudes positivas frente a la corrupción en los

procesos de mercadeo de las organizaciones. En el caso de los emprendedores con estudios de pregrado, el 40% de ellos tiende a reconocer las acciones corruptas en los procesos de mercadeo de las empresas; son quienes más consideran que el llevar a cabo estas acciones no debe implicar emociones y sentimientos negativos. Alrededor del 80% de los empresarios con estudios de postgrado tiende a rechazar la corrupción en los procesos de mercadeo empresarial.

Tabla 4. Emprendedores por nivel educativo y emoción, mercadeo

NIVEL EDUCATIVO		MERCADERO - EMOCIÓN				
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
NINGUNO	Recuento	1	2	2	4	5
	% dentro de Nivel Educativo	7,10%	14,30%	14,30%	28,60%	35,70%
SECUNDARIA	Recuento	11	3	7	3	11
	% dentro de Nivel Educativo	31,40%	8,60%	20,00%	8,60%	31,40%
UNIVERSIDAD TECNÓLOGO	Recuento	32	15	19	8	53
	% dentro de Nivel Educativo	25,20%	11,80%	15,00%	6,30%	41,70%
POSTGRADO	Recuento	8				2
	% dentro de Nivel Educativo	80,00%				20,00%
TOTAL	Recuento	52	20	28	15	71
	% dentro de Nivel Educativo	28,00%	10,80%	15,10%	8,10%	38,20%

Fuente: *Elaboración propia.*

A mayor educación es más fácil identificar las acciones corruptas a través de la expresión de emociones negativas (ver tabla 4)¹⁴; según desciende el nivel educativo, se desdibujan las acciones corruptas (pregrado, 41,7%; ningún nivel educativo 30% y secundaria 40%). Si bien las actuaciones de los empresarios son percibidas como nocivas por sus colegas, los emprendedores con formación profesional —que incluye ética— pueden ser capaces de analizar y tomar decisiones éticas (Vaca, Sepúlveda y Fracica, 2010; Hernández, Silvestre y Álvarez, 2011).

Con relación a la dimensión de cognición, los empresarios que no tienen estudios formales muestran desconocimiento y aprobación por las afirmaciones que justifican acciones corruptas (50%). Por el contrario, los emprendedores con mayor formación conocen y desaprueban las acciones corruptas, como es el caso de quienes tienen postgrado (80%) y pregrado (45%).

Un alto porcentaje de los empresarios expresa sus emociones frente a las conductas corruptas en el área de mercadeo. Los emprendedores nacientes (46%) son quienes más expresan esas emociones frente a los actos no éticos que disminuyen con el paso del tiempo. Las teorías del emprendimiento se confirman por cuanto los empresarios buscan la colocación del capital en el que haya más rentabilidad, aprovechan sus capacidades y cálculos para generar beneficios; como empresarios toman riesgos y se benefician de los resultados.

En la dimensión emocional las mujeres, con un 47,2% de aprobación acumulada, muestran mayor nivel de acuerdo con la ausencia de emociones negativas al llevar a cabo acciones

corruptas en la categoría de mercadeo. Por su parte, un 45,1% de los hombres muestra, de manera acumulada, acuerdo con la aseveración. Con relación a la dimensión cognitiva, los hombres muestran mayores porcentajes de aprobación (46,3%) de aprobación de ideas que justifican la implementación de acciones corruptas relacionadas con estrategias de mercadeo empresarial. Respecto de la dimensión conductual, a pesar de que los hombres (32,9%) muestran mayor aprobación en el total ante los comportamientos corruptos, son las mujeres (42,3%) las que más aprueban dichos comportamientos. En cuanto a las emociones frente a situaciones no éticas en área de mercadeo, las mujeres (38,5%) las expresan en mayor grado frente a los hombres (37,8%).

Los emprendedores parecen conocer los actos corruptos en etapas tempranas de sus empresas (0 a 3 meses), pero parecen olvidarlo a medida que se adaptan al mercado y a sus comportamientos. Con Murillo (2007) se puede afirmar que el mercado es justo en cuanto beneficie al individuo y a la comunidad; empero, las respuestas de este acápite privilegian el comercio malevolente —entre desconocidos y guiado por el interés propio y la avaricia del empresario—, que es propio de modelos de esclavismo, colonialismo y monopolios.

Con relación al nivel de aprobación de la población encuestada, en cuanto a la dimensión conductual, el estudio permitió identificar que alrededor del 50% de los hombres está de acuerdo parcial o totalmente con las acciones corruptas que se dan en la administración de las organizaciones. Por su parte, el 36% de las mujeres está

“ Los niveles de corrupción de Colombia ubican al país en el puesto 94 entre 176, con una escala de 36 sobre 100 (cero es mayor percepción de corrupción y 100 es país limpio). 2.8% de las empresas consultadas por el Banco Mundial en 2010, esperaban pagar sobornos (impuestos, aduanas, licencias y servicios, entre otros), para lograr cosas

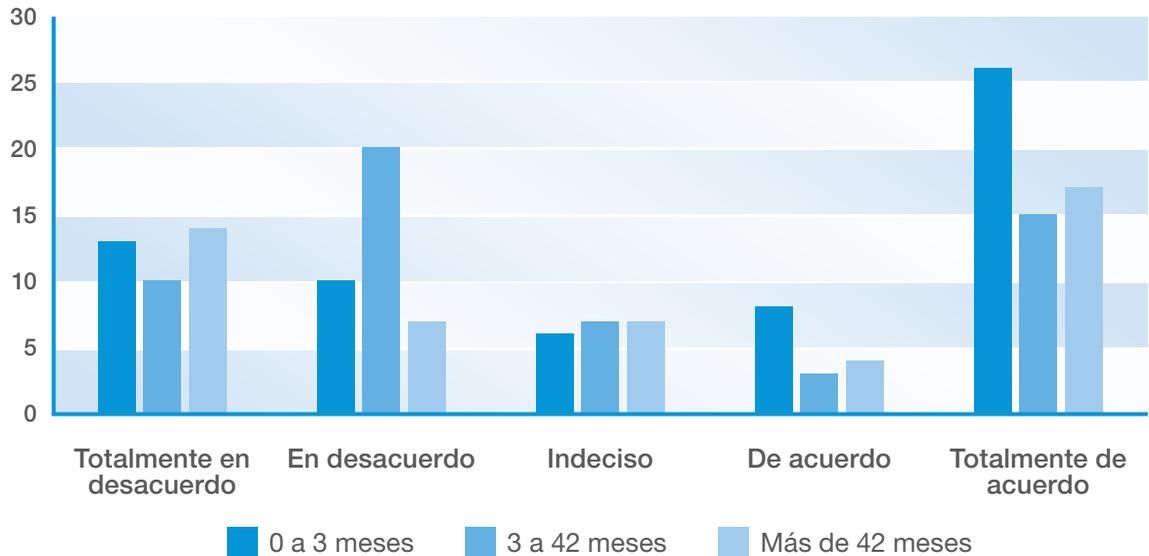
de acuerdo. Esto quiere decir que son los hombres, en el ejercicio del empresarios, evidencian una mayor disposición a llevar a cabo acciones corruptas en el campo administrativo.

LOS TEMAS AMBIENTALES EN LA EMPRESA

Los países en vías de desarrollo son más vulnerables a los nuevos problemas: aumento de la temperatura del agua, cambio climático, calidad de agua, aumento del nivel del mar y menor disponibilidad de agua. La categoría ambiental, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, es la que mejor establece una relación con el nivel educativo, ya que los porcentajes de aprobación de las tres dimensiones disminuyeron de manera proporcional con el nivel educativo de los encuestados. Lo anterior implica que cuanto más alto es el nivel de estudio de los empresarios, menor es el nivel de aprobación de la corrupción. Las personas que más aprobaron los aspectos relacionados con la corrupción fueron los empresarios que no tienen ningún nivel educativo, oscilando los porcentajes de aprobación entre el 64% y el 92%.

El 38,7% de la población encuestada aprueba la ausencia de emociones negativas al realizar actos corruptos que atentan contra el ambiente. Los empresarios que no han culminado ningún tipo de educación formal son quienes más aprueban la ausencia de estas emociones, ya que el 92,9% del segmento poblacional encuestado se mostró totalmente de acuerdo con la situación planteada. El 28,6% de los empresarios que han cursado estudios de secundaria mostraron una aprobación total con la ausencia de

Gráfico 4. Conductas ante hechos corruptos en el área ambiental de la empresa



emociones y 37,8% de los empresarios con estudios universitarios de pregrado también lo hicieron. Por su parte, solamente el 10% de la población con estudios de postgrado encuestada aprueba la ausencia de las emociones al actuar de manera corrupta en esta categoría.

Los temas ambientales no despiertan emociones ante los actos corruptos por los emprendedores de esta muestra. El 39% expresa emociones

de apoyo total ante las situaciones hipotéticas en las cuales la empresa afecta el medio ambiente, que se suma al 7% de apoyo.

Al analizar la dimensión cognitiva para la categoría ambiental, se podría pensar que aún en la actualidad existen altos niveles de desconocimiento sobre aspectos de desarrollo ambiental, y la influencia que tienen las empresas del sector privado en este aspecto. Lo anterior teniendo en cuenta

Tabla 5. Estadísticos de prueba a, b

	EDAD	NIVEL EDUCATIVO	MERCADEO - EMOCIÓN	MERCADEO - COGNICIÓN	MERCADEO - CONDUCTUAL
Chi-cuadrado	10,057	2,49	4,192	6,858	5,76
G1	3	3	3	3	3
Sig. asintótica	0,018	0,477	0,241	0,077	0,124

	PRODUCCIÓN - EMOCIÓN	PRODUCCIÓN - COGNICIÓN	PRODUCCIÓN - CONDUCTUAL	ADMINISTRACIÓN - EMOCIÓN	ADMINISTRACIÓN - COGNICIÓN	ADMINISTRACIÓN - CONDUCTUAL
Chi-cuadrado	4,396	2,593	4,981	1,088	3,259	1,965
Gl	3	3	3	3	3	3
Sig. asintótica	0,222	0,459	0,173	0,78	0,353	0,58

	LEGAL - EMOCIÓN	LEGAL - COGNICIÓN	LEGAL - CONDUCTUAL	AMBIENTAL - EMOCIÓN	AMBIENTAL - COGNICIÓN	AMBIENTAL - CONDUCTUAL
Chi-cuadrado	12,79	3,453	6,422	5,345	4,729	3,171
Gl	3	3	3	3	3	3
Sig. asintótica	0,005	0,327	0,093	0,148	0,193	0,366

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Sexo

que un alto porcentaje de los empresarios aprueba las ideas que justifican las acciones corruptas en temas ambientales. El 100% de las personas encuestadas que no tienen ningún nivel de estudio formal aprobó total o parcialmente las ideas que racionalmente justifican el actuar de manera corrupta, con relación al ambiente. De los empresarios que tienen estudios de secundaria, el 37,1% de ellos aprobó dichas ideas y de los que han cursado estudios universitarios de pregrado, el 33,1%. Por su parte, de los empresarios que tienen estudios de postgrado solamente el 20% aprueba parcial o totalmente dichos pensamientos.

Los temas ambientales no son de conocimiento general por parte de los empresarios de esta investigación. Nótese que todos los

emprendedores sin educación formal están de acuerdo y total acuerdo con las situaciones en las que se afecta de manera negativa el medio ambiente. Por el contrario, quienes tienen postgrado sí conocen los probables impactos de las empresas en el ambiente.

Las conductas de los emprendedores en temas ambientales parecen desconocer el impacto de las empresas, en particular aquellas nacientes (ver figura 4). Los resultados en el área ambiental de la empresa no permiten prever formas de actuación de la sociedad, por ejemplo, actividades de responsabilidad social empresarial con instrumentos éticos, relaciones honestas con los consumidores y transparencia (Kliksberg, 2011).

Los empresarios de esta investigación no conocen iniciativas para evitar comportamientos corruptos en temas de medio ambiente. Si bien no se preguntó de manera explícita, se colige que no se manejan enfoques preventivos que favorezcan el medio ambiente, iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental ni el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

En cada una de las observaciones y haciendo la prueba de Kruskal Wallis (ver tabla 5), se puede establecer que no hay suficiente evidencia estadística para asegurar que las preguntas no estén relacionadas directamente con la antigüedad de la empresa.

JUICIO DE EXPERTOS

Colombia está entre los países más corruptos del mundo. ¿Contribuyen los empresarios en ese grado de corrupción? Coinciden Luis Enrique Orozco (4 de septiembre de 2014)¹⁵ y Jaime Páez (3 de septiembre de 2014)¹⁶ al mencionar que “hay de todo”, no se puede generalizar, existen muchos emprendedores y empresarios cuyo comportamiento y actuar son íntegros y responden a los estándares de construcción de sociedad que se esperan; sin embargo, por otro lado encontramos a personajes poco gratos que anteponen los intereses económicos frente a los intereses sociales, y en su afán por conseguir mejores resultados, por lucrarse, por expandir sus negocios y ser más competitivos se convierten en el típico “*Homo economicus*”¹⁷. Agrega Germán Montoya, profesor de la Universidad de La Salle, que no se ha

medido aun el impacto de los empresarios en la corrupción y cómo la corrupción imperante en la sociedad los ha permeado.

El profesor Orozco describe al emprendedor y su desempeño según las reglas de juego que brinda el entorno: “no es un problema únicamente de conciencia moral individual, tiene que ver con el desarrollo de las instituciones del país a lo largo de la historia, las normas, las reglas del juego que no son fuertes, no son claras, no son transparentes¹⁸. Claramente el entorno está contaminado, en los hogares el aprendizaje de los valores es débil, no se interiorizan las normas a través de la educación y no es que los empresarios nazcan corruptos, la socialización afecta a las personas y terminan por aceptar a largo plazo la idea de corrupción como una pauta de comportamiento normal”.

La educación debe actualizarse de la misma manera como lo está haciendo el mundo empresarial e incorporar los temas éticos de una manera más efectiva que la tradicional cátedra. El profesor German Montoya percibe que “los empresarios en general en Colombia tienen un actuar ético favorable, salen de la universidad con deseos de aportar desde su conocimiento, salen con ganas de generar proyectos profesionales que aporten elementos interesantes en favor de la sociedad; desafortunadamente algunos pocos enlodan lo que el común de ellos intenta realizar”. El profesor Páez considera que parte de la corrupción es responsabilidad del empresario porque “puede generar un discurso basado en la honestidad”, pero no se percibe así; por el contrario, parece interesarse más por el lucro, la expansión de sus negocios, mientras

busca la competitividad a cualquier precio. A veces parece que su accionar no se apoya en la ética. El ambiente que rodea al empresario también es opaco, como es el caso de los bancos. Para muchos la ética parece ser la cenicienta, con carácter opcional, puesto que “si es ético bien y si no también”.

¿El rol de la educación impacta en la dinámica del deseo de poder y corrupción? ¿Por qué algunos empresarios con educación académica en temas éticos no se comportan como la sociedad y el entorno empresarial esperan? El profesor Orozco, de la Universidad de los Andes, destaca que “es triste ver cómo alumnos que en su etapa académica tenían los mal altos promedios están con honores en la lista de los funcionarios corruptos por los escándalos de corrupción más sonados en nuestro país”. Agrega que hay responsabilidad por parte de la academia sobre estos temas, pero cuestiona el rol de la familia, la sociedad y el entorno: “como docentes debemos evitar que la corrupción sea una opción ética o una opción que los estudiantes consideren inclusive propia de la naturaleza humana; un exalumno involucrado en un escándalo de corrupción dijo en una entrevista que “la corrupción es una característica propia de la naturaleza humana”, afirmación que expresa el desconocimiento de la más básica ética que se imparte en las instituciones educativas”.

CONCLUSIONES

Se identificaron las actitudes de los emprendedores creadores de empresas egresados de educación superior frente al fenómeno de la corrupción en el entorno empresarial de Bogotá.

Los emprendedores de esta muestra tienden a aprobar comportamientos corruptos; principalmente cuando el grado de educación alcanzado es menor y cuando la antigüedad de la empresa alcanza etapas de estabilización. El mayor desconocimiento del impacto de las empresas —aliciente para aparición de conductas corruptas— se da en aspectos ambientales. Este trabajo no puede predecir conductas corruptas de los emprendedores, pero a través de la aproximación de actitudes, cognición y conductas permite inferir que de no haber correctivos las empresas seguirán siendo percibidas como partícipes del comportamiento corrupto del país.

Los emprendedores de esta muestra inician la actividad empresarial a tempranas edades (78 emprendedores que equivalen al 41,9% están entre los 17 y 24 años); 31 emprendedores son mayores de 35 años y menores de 52 años (16,7% de la población). Las empresas nacientes (3 de 10) son creadas por hombres y mujeres en similar proporción, aunque es más marcada la diferencia hacia las mujeres en las nuevas empresas (19,4%) y en las empresas establecidas (18,8%). Respecto de la educación, el 7,5% de los emprendedores no tiene educación formal; el 18,8% tiene educación secundaria; el 68,3%, educación universitaria-tecnológica, y el 5,4%, algún postgrado. En cuando a la antigüedad de las empresas en esta muestra, el 33,9% se compone de empresas nacientes; el 34,9%, de nuevas empresas (entre 3 y 42 meses), y el 31,2% son empresas establecidas.

Con relación a la edad de las organizaciones, las empresas nacientes presentan mayores índices de aprobación de conductas corruptas

en el ámbito de producción; un 42% no muestra emociones negativas, el 30% aprueba los hechos corruptos y el 49% estuvo de acuerdo con los comportamientos corruptos. Por sexo es posible afirmar que los hombres muestran una actitud positiva frente a los comportamientos corruptos (40%) frente a las mujeres (38%). El 25,8% de los empresarios aprueba las acciones corruptas y el doble (50%) los emprendedores sin formación académica. Por tanto, 50 de cada 100 empresarios sin nivel educativo formal no experimentan emociones negativas por cometer actos de ilegalidad y violación de normas contextuales.

Se describieron los comportamientos éticos de los empresarios y las formas como se enseña ética en la educación superior. No todos los emprendedores asumen las demandas éticas que la sociedad les hace cuando incurren en comportamientos como la corrupción.

Las iniciativas internacionales contra la corrupción incluyen Pacto Global, la Convención Interamericana Contra la Corrupción de la Organización de Estados Americanos (OEA) enfocada en la corrupción pública, la convención para prevenir el soborno de funcionarios públicos extranjeros en las transacciones comerciales internacionales de la Organización para la Cooperación y el desarrollo Económico (OCDE), que combate el soborno transnacional, y la Convención de Naciones Unidas Contra la Corrupción, que incluye al sector privado. En Colombia la Constitución Política contiene formas para prevenir la corrupción con apoyo en la Corte Suprema de Justicia, el Consejo Superior de la Judicatura, la Fiscalía General de la Nación desde 1991, la Contraloría General de la República y la Procuraduría General de la Nación.

Se identificaron las dimensiones cognitivas, emocionales y conductuales de los empresarios ante comportamientos corruptos por educación, sexo y edad de la empresa. Alrededor del 35% de las personas sin estudios muestra actitudes positivas frente a la corrupción en los procesos de mercadeo. Los emprendedores con estudios de pregrado (40%) reconocen las acciones corruptas y no expresan emociones negativas. Casi el 80% de los empresarios con postgrado rechazan la corrupción. A mayor educación, más fácil identificar las acciones corruptas expresadas en emociones negativas, y mientras haya menos nivel educativo se desdibujan las acciones corruptas. Los emprendedores nacientes (46%) son quienes más expresan esas emociones frente a los actos no éticos que disminuyen con el paso del tiempo. En el área de producción los empresarios con actitud positiva frente a la corrupción son aquellos que no tienen ningún tipo de estudios (21%). El 30,6% aprobó las acciones corruptas propuestas al no mostrar emociones negativas, mientras que los emprendedores con postgrado (70%) las desapruaban.

En el ámbito administrativo, la dimensión emocional muestra que 35,7% de los empresarios sin ningún nivel educativo no expresa rechazo a la corrupción; la dimensión cognitiva muestra que casi 30% con secundaria aprueba las ideas que justifican las acciones corruptas y la conducta es aprobada por el 21,4% de los empresarios sin estudio formal. 40 de cada 100 empresarios que llevan en el mercado alrededor de 3 años, aprueban la violación de las normas estatales y sectoriales para mantener indicadores y cumplir los objetivos de las organizaciones.

En el área legal, casi el 46% aprobó la ausencia de emociones negativas, alrededor del 36% aprobó las ideas que justifican la corrupción, y el 39%, las conductas corruptas. El 46% de las mujeres aceptaría los comportamientos corruptos y el 41% de los hombres, también.

En el área ambiental de las empresas, lo cognitivo, la emoción y la conducta los empresarios son más tolerantes con la corrupción; el 38,7% no expresa emociones negativas por los actos corruptos que atentan contra el ambiente. Por su

parte, los empresarios sin educación formal son quienes más aprueban la ausencia de estas emociones (92,9%) y la totalidad de los empresarios sin educación desconocen su impacto en el ambiente. Solo 23 empresarios actuarían a favor del medio ambiente. A menor nivel educativo, parece haber más probabilidades de que se presenten comportamientos que atenten contra el ambiente 78 de cada 100 empresarios sin nivel educativo formal acepta y aprueba los comportamientos corruptos en la categoría ambiental—.

NOTAS

1. Los acuerdos corruptos suelen ser secretos y poco transparentes, por esto las posibilidades de participar en ellos son limitadas —más si la empresa acaba de empezar y el emprendedor no conoce el sector en profundidad—. Hay altas barreras de acceso e inversiones que se pueden convertir en costos irrecuperables y sin destino alternativo. Los acuerdos corruptos tienen complicaciones importantes que se traducen en costos de transacción para los actores corruptos. Para quien pretende iniciar un acuerdo corrupto, el primer paso es encontrar un socio y negociar; empero, por ser una actividad ilegal no es fácil. El socio debe estar en capacidad de proporcionar el beneficio —a veces también hay timos entre los corruptos—. Además, el socio debe tener la voluntad de proporcionar el beneficio. Ser muy directo supone el riesgo de ser puesto en evidencia. Más adelante, se define quién recibe qué, cuánto, cómo y cuándo (Boehmb y Graf, 2009).
2. El estudio de los comportamientos incluye parte de la teoría de la acción razonada (TAR de Fishbein y Ajzen, 1975; Ajzen y Fishbein, 1977; Fishbein, 1980) y de la teoría de la conducta planificada (TCP de Ajzen, 1988, 1991; Ajzen y Madden, 1986). La capacidad predictiva de estos modelos no es suficiente (Caballero, Carrera, Sánchez, Muñoz y Blanco, 2003).
3. Se trata de medir una cualidad que no se puede observar de manera directa (el comportamiento corrupto) en una población de emprendedores; se evalúan las tres variables observables (cognición, emoción y conducta) de los empresarios; a su vez, en ellos se desglosa si tienen educación formal o no.
4. Las dimensiones emocionales, cognitivas y conductuales, según Bolívar (1995), están en interacción constante y tienen un carácter cíclico, es decir, se pueden entender como antecedentes de la acción y asimismo se pueden comprender como consecuencias de la acción, ya que esta modifica las dimensiones y, por consiguiente, la actitud de la persona frente al objeto o situación.
5. Una forma de combatir la corrupción es ampliar la participación de las mayorías en educación, salud e información, para vigilar y protestar. La corrupción también se combate con la mejora permanente del sistema judicial, profesionalización de las instituciones policiales, instituciones reguladoras muy sólidas con suficiente capacidad técnica, y elementos para perseguir a los corruptos fuera de las

fronteras del país. Por supuesto, la sociedad también puede participar en la prevención de la corrupción desde la familia, el sistema educativo y los medios de comunicación, para construir una cultura de la transparencia. La “corrupción no es un destino”, por ello las sociedades menos corruptas del mundo tienen altos grados de equidad, poder judicial sólido y un rechazo cultural hacia los corruptos que llegan a ser considerados como “parias sociales” (Kliksberg, 2011).

6. El Ministerio de educación prevé trabajar competencias laborales y ciudadanas en la formación de los futuros profesionales; ello supone implementar prácticas de lucha contra la corrupción a partir de competencias de honestidad y transparencia en el manejo del poder y los recursos —no solo públicos— (Guerra, 2011).
7. Es recordada la frase de Julio César Turbay, presidente entre 1978 y 1982, que sugería disminuir la corrupción a sus mínimos.
8. No se analizan los comportamientos de la teoría de la acción razonada (TAR) y de la teoría de la conducta planificada (TCP), puesto que la capacidad predictiva de estos modelos no es suficiente, más aún en temas de corrupción de los emprendedores en las diversas etapas de las empresas: nacientes, nuevas y establecidas (Caballero *et al.*, 2003).
9. Este estudio no propone relaciones de causalidad entre las variables estudiadas y sus resultados únicamente señalan relaciones de concomitancia o covariación entre ellas (Garaigordobil, 2000). Empero, la educación en temas éticos —cognición— sí puede afectar las emociones y conductas no éticas en el ámbito empresarial y su entorno.
10. La emoción es un concepto intermedio entre lo empírico y lo gramático; la persona actúa como totalidad en su entorno. Las emociones primarias son darwinianas —adaptativas y no cognitivas— y las emociones secundarias se encuentran mediadas por la cultura: lo ecológico, lo económico, lo político. Es probable que las creencias produzcan emociones y que las emociones produzcan creencias (Rodríguez Sutil, 2001).
11. Desde los años noventa del siglo XX se sugirió incluir más análisis en las teorías de conducta planificada, entre ellos, la emoción (Caballero *et al.*, 2003); empero, las emociones vividas y recordadas no permiten en esta investigación prever los comportamientos futuros sobre la corrupción empresarial, puesto que la muestra es una insuficiente para tal fin y per se, las conductas corruptas tienen fuertes limitaciones para recoger información.
12. Una limitación de este estudio es que el acceso a las experiencias no éticas por parte de los emprendedores es imposible, por cuanto la participación en delitos de corrupción exige el menor número de evidencias (Caballero *et al.*, 2003). Los delitos de corrupción tienen castigos sociales (en muchos casos de cárcel) para los participantes y testigos.
13. Empresa de un emprendedor naciente —individuo involucrado en la puesta en marcha de una empresa hasta 3 meses, ya sea como autoempleado o en combinación con otro trabajo—; los nuevos empresarios —sus empresas tienen entre 3 y 42 meses de funcionamiento, es decir, pagando salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo—; y empresarios establecidos con empresas que llevan más de 42 meses haciendo pago de salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como autoempleados o en combinación con otro trabajo (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2011).
14. Cognición y emoción son abstracciones de dos aspectos diferentes del cerebro al servicio de la acción, por lo que los procesos cognitivos son necesarios para el procesamiento, adquisición y experimentación de las emociones. Además, no es posible separar la emoción de la cognición (Ramos *et al.*, 2009).
15. Entrevista realizada por Sandra Márquez.
16. Entrevista realizada por Nicolás Bernal.
17. Los expertos están de acuerdo con Alcoberro (2007) en la descripción de un individuo que maximiza sus opciones y se comporta de manera egoísta, insaciable, que siempre busca maximizar sus preferencias, tener más por menos a toda costa.
18. Orozco sugiere que el ejemplo corrupto de la clase dirigente se convierte, en algún grado, en un patrón de comportamiento avalado por todos, y en muchos casos los más corruptos son los más educados.

REFERENCIAS

- » Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago: Dorsey
- » Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- » Ajzen, I. y Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: a theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84, 888-918.
- » Ajzen, I. y Madden, T. J. (1986). Prediction of goal directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- » Alcoberro, R. (2007). *¿Homo economicus o idiota moral?* En *Ética, economía y empresa* (pp. 29-44). Barcelona: Gedisa.
- » Anderson, A. y Smith, R. (november, 2007). The moral space in entrepreneurship: an exploration of ethical imperatives and the moral legitimacy of being enterprising. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19, 479-497.
- » Arland, R. (1 de diciembre de 2002). Ética o corrupción. El dilema del nuevo milenio. *Fundación Estado y Sociedad*. Recuperado el 23 de agosto de 2014, <http://www.dnit.gov.br/institucional/comissao-de-etica/artigos-e-publicacoes/publicacoes/Etica%20o%20Corrupcion.pdf>
- » Blanco, N. (2001). Una técnica para la medición de actitudes sociales. *Revista de Ciencias Sociales* 7, 7(1), 45-54.
- » Boehmb, F. y Graf, J. (2009). Corrupción y anticorrupción: una perspectiva institucional. *Revista de Economía Institucional*, 11(21), 45-72.
- » Caballero, A., Carrera, P., Sánchez, F., Muñoz, D. y Blanco, A. (2003). La experiencia emocional como predictor de los comportamientos de riesgo. *Psicothema*, 15(3), 427-432.
- » Carrillo Guarín, J. E. (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.
- » Cortina, A. (1994). *Ética en la empresa*. Bogotá: Trotta.
- » Cortina, A. y Conill, J. (2000). *Diez palabras claves en ética de las profesiones*. Barcelona: EVD Editores.
- » Dávila, C. (1996). *Empresa e historia en América Latina. Un balance historiográfico*. Bogotá: TM Editores y Colciencias.
- » Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford university Press.
- » Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research*. Reading: Addison-Wesley.
- » Fontela E., G. J. (2006). The art of entrepreneurial foresight. *Emerald Group Publishing Limited*, 8(6), 3-13.
- » Gámez, J. (2014). El crecimiento económico es diferente al desarrollo humano integral y sustentable: una reflexión para contribuir al bienestar. *Traza*, (9), 72-89.
- » Gámez, J. (5 de noviembre de 2008). Emprendedores. Hacia una definición y caracterización. *Consejo Profesional de Administración de Empresas*. Recuperado el 12 de octubre de 2014, de http://www.cpa.gov.co/userfiles/salle_emprendedores.pdf
- » Gámez, J. (2009). *Diccionario de economía aplicada, política económica, economía mundial y estructura económica*. Madrid: Ecobook Editorial del Economista.
- » Gámez, J. (2013). *Emprendimiento y creación de empresa*. Bogotá: Ediciones Unisalle.
- » Garaigordobil, M. (2000). Un estudio correlacional de las cogniciones prejuiciosas con diversas conductas sociales y con rasgos de personalidad. *Anuario de Psicología*, 3(3), 39-57.
- » General Dynamics European Land Systems. (2005). *El libro azul. Estándares de ética y conducta en los negocios* (5ta. edición). Virginia: autor.
- » Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2011). *Reporte GEM Colombia 2010*. Bogotá: Legis.
- » González-Espinosa, A. y Boehm, F. (2013). Medir la corrupción: de la generación de conciencia a los peligros de la mala interpretación. *Opera*, 11, 259-277.
- » Guerra, Y. (2011). Competencias ciudadanas para una sociedad sin corrupción. *Principia Iuris*, 16, 124-144.

- » Gutiérrez, A. (2007). Acoso moral y empresa: vulneración de mínimos. En R. Alcoberro (Ed.), *Ética, economía y empresa* (pp. 115-140). Barcelona: Gedisa.
- » Gutiérrez, H. (2013). Colombia: overview of corruption and anti-corruption. *U4 Expert Answer*, 10.
- » Hamburger, A. (2004). *Ética de la empresa. El desafío de la nueva cultura empresarial*. Bogotá: Paulinas.
- » Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación* (3ra. edición). México, D. F.: McGraw-Hill.
- » Klebe, L. y Brown, M. (2004). Managing to be ethical: Debunking five business ethics myths. *Academy of Management Executive*, 18(2), 14.
- » Kliksberg, B. (2011). *Escándalos éticos*. Buenos Aires: Temas.
- » Marshall, A. (1890). *Principles of economics: an introductory volume*. Nueva York: Palgrave MacMillan.
- » Martínez Herrera, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- » Martínez, H. (2005). La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio: una aproximación bibliográfica y pedagógica. *Pontificia Universidad Javeriana*. Recuperado el 19 de Julio de 2014, de <https://culturadelalegalidad.org.mx/recursos/Contenidos/EstudiosAcademicosyEstadsticos/documentos/La%20Etica%20Empresarial%20al%20Comienzo%20del%20Nuevo%20Milenio%3B%20Una%20Aproximacion%20Bibliografica%20y%20Pegdagogica.pdf>
- » McClelland, D. (1970). *Cómo se motiva el éxito económico*. México: Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana.
- » Murillo, D. (2007). Rescatar la ética económica de Adam Smith. En Alcoberro, R. (Ed.), *Ética, economía y empresa* (pp. 19-28). Barcelona: Gedisa.
- » Naciones Unidas, Pacto Global. (s. f.). *Transforming business, changing de word*. Recuperado el 20 de junio de 2014, de <https://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>
- » Organización para la Cooperación y el desarrollo Económicos [OCDE] (2014). *Convención contra la Corrupción en Transacciones Comerciales Internacionales* Recuperado el 1 de agosto de 2014, de <http://www.oecd.org/corruption/oecdantibriberyconvention.htm>
- » Ramos, V., Piqueras, J., Martínez, A. y Oblitas, L. (2009). Emoción y cognición: implicaciones para el tratamiento. *Terapia Psicológica*, 27(2), 227-237.
- » Red Pacto Global Colombia. (2014). Recuperado el 1 de agosto de 2014, de <http://pactoglobal-colombia.org/index.php/sobre-pacto-global/que-es-pacto-global>
- » Rodríguez Sutil, C. (2001). *Emoción y cognición. James cien años después*. Universidad de San Andrés, Chile.
- » Rodríguez, M. J. (2001). *Temas de sociología I*. Madrid: Huerga y Fierro Editores.
- » Savater, F. (1998). *La dimensión ética de la empresa*. Bogotá: Siglo del Hombre.
- » Simmel, G. (1910). How is society posible? *American Journal of Sociology*, 16, 1910-1911.
- » Smelser, N. (1965). *Sociología de la vida económica*. México, D. F.: Uteha.
- » Swedberg, R. (2003). *The economic sociology of capitalism: an introduction and agenda*. Ithaca: Cornell University.
- » Serrano Rincón, A. (2006). *El individuo y las organizaciones*. Madrid: El Economista.
- » Stead, W. G. (1990). An integrative model for understanding and managing ethical behavior in business organizations. *Journal of Business Ethics*, 9, 233-242.
- » Transparencia Internacional. (2009). *Global corruption report*. Cambridge: Cambridge Press.
- » Transparencia Internacional. (28 de junio de 2014). *Informe anual*. Recuperado de <http://transparenciacolombia.org.co/es/quienes-somos/informe-anual>
- » Vaca, P., Sepúlveda, M. y Fracica, G. (enero-junio, 2010). Acción del empresario bogotano: creencias y prácticas. *Pensamiento & Gestión*, (28), 1-24.