

El reporte de investigación en Psicología Organizacional: rigor y dimensión ética en la exposición de los resultados.

The research report on Organizational Psychology: rigor and ethical dimension in the presentation of results.

Elizabeth Caro Montero

Universidad de La Habana, Cuba

Datos de la autora

Máster en Psicología Laboral y de las Organizaciones. Máster en Dirección. Profesora Asistente. Centro de Estudios de Técnicas de Dirección, Universidad de La Habana. e.caro@ceted.uh.cu

RESUMEN

El proceso de una investigación no culmina cuando acaba la investigación sino cuando se socializan los resultados. En el contexto científico-académico cada vez cobran más importancia los formatos y espacios elegidos para socializar resultados de investigación. De ello depende la posterior visibilidad y transferibilidad de la investigación, así como el reconocimiento del investigador. En el contexto de las ciencias sociales, específicamente en Psicología Organizacional, la correcta presentación del reporte de investigación es fundamental por el doble carácter conceptual-aplicado de estas investigaciones. Hay que buscar satisfacer las demandas y estándares tanto de las organizaciones donde se aplica, como de las instituciones académicas donde se origina. El objetivo de este trabajo es ofrecer pautas generales para la presentación de resultados de investigaciones en el ámbito de la Psicología Organizacional. Se describen los tipos de reportes de investigación, se enfatiza en el artículo científico, se discuten los criterios de rigurosidad a tener en cuenta en investigaciones en ciencias sociales y se proponen algunos elementos a observar para una conducta ética cuando se investiga en organizaciones laborales. Este esfuerzo va dirigido a profesores, estudiantes, consultores y/o investigadores que tomen las organizaciones como espacios de investigación.

PALABRAS CLAVE: reporte de investigación; artículo científico; psicología organizacional; rigurosidad del reporte; ética en los resultados de investigación

ABSTRACT

The process of an investigation does not end when the investigation ends but when the results are socialized. In the scientific-academic context, the formats and spaces chosen to socialize research results become increasingly important. On this depends the subsequent visibility and transferability of the research, as well as the recognition of the researcher. In the context of

social sciences, specifically in Organizational Psychology, the correct presentation of the research report is fundamental, given the double conceptual-applied nature of these investigations. We must seek to meet the demands and standards of both the organizations where it is applied, and the academic institutions where it originates. The objective of this work is to offer general guidelines for the presentation of research results in the field of Organizational Psychology. The types of research reports are described, the scientific article is emphasized, the criteria of rigor to be taken into account in social science research are discussed and some elements to be observed for ethical conduct are proposed when investigating labor organizations. This effort is aimed at professors, students, consultants and / or researchers who take the organizations as research spaces.

KEYWORDS: research report; scientific article; organizational psychology; rigor of the report; ethics in the research results

RECIBIDO: 21/10/2018

APROBADO: 20/12/2018

INTRODUCCIÓN

La comunicación es una función social que acompaña al ser humano desde hace millones de años. Sin embargo, la comunicación científica es relativamente nueva en la historia. Las primeras revistas científicas se publicaron hace solo 300 años y la organización estandarizada para la redacción de artículos científicos se registran a partir de los últimos 100 años. Los conocimientos, científicos o de otra clase, no pudieron transmitirse de la forma en que se conoce hoy, hasta que se dispuso de mecanismos apropiados de comunicación (Johnsonbaugh, 2006).

La comunicación, socialización o divulgación de los resultados de una investigación es tan importante como el proceso de investigar. No tiene sentido conocer algo para sí porque el valor del conocimiento reside en su utilidad ante la solución de problemáticas reales de la sociedad. Por esa razón, los investigadores de hoy día consideran que el proceso de investigación no concluye una vez que se ha ejecutado el diseño, recogido y procesados los datos. Es imprescindible comunicar los resultados. Éstos deben ser definidos con claridad y de acuerdo con las características y/o el contexto del usuario o receptor.

El reporte de investigación, en el ámbito de la Psicología Organizacional, puede ser académico o no académico. De acuerdo con esta clasificación presentará diferencias de forma aunque no

de esencia. Más adelante se abordarán los diferentes formatos en que pueden presentarse los resultados de una investigación, enfatizando en el artículo o *paper* por la relevancia que alcanza en la comunidad científica.

Independientemente del tipo de reporte de investigación que elija, el investigador de las ciencias sociales, debe considerar el *criterio del valor de verdad*, el *criterio de la aplicabilidad*, y el criterio de la *consistencia* y *la neutralidad*, de manera que los reportes de investigación se estimen como científicos.

Durante el proceso investigativo en las organizaciones laborales, tropezará con situaciones que pondrán de relieve su ética como persona y como profesional. Las elecciones que haga tendrán un impacto en el resultado final. Por ello es importante abordar algunos aspectos claves a observar para un comportamiento ético en este campo de la psicología aplicada. El objetivo de este trabajo es ofrecer pautas generales para la presentación de resultados de investigaciones en el ámbito de la Psicología Organizacional.

DESARROLLO

El documento, medio o material que se usa para comunicar los resultados en una investigación, es a lo que se llama un “reporte de investigación”. Puede adquirir diferentes formatos, puede salir en forma de un libro o un capítulo, un artículo para una revista académica, un diario de divulgación general, un documento técnico, una tesis o disertación, etc. En cualquier caso, se debe describir la investigación realizada y los descubrimientos producidos.

Dentro de los reportes de investigación más difundidos o de mayor circulación en el ámbito científico, considerando la clasificación de Moyano (2001), se pueden encontrar los géneros siguientes: Artículo científico, Ensayo, Reseña de libros, Ponencias a Eventos, Proyectos de investigación, Tesis, Tesina y Monografía.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) recomiendan primero definir el tipo de reporte que es necesario elaborar. Esto depende en opinión de los autores de tres precisiones: 1- Las razones por las cuales surgió la investigación; 2- Los usuarios/beneficiarios finales del estudio; 3- El contexto en el cual se habrá de presentar. Por tanto, es necesario que antes de comenzar a preparar el reporte, el investigador reflexione respecto de las siguientes preguntas: ¿Cuál fue el motivo o los motivos que originaron el estudio? ¿Cuál es el contexto en que habrán de presentarse los resultados? ¿Quiénes son los usuarios de los resultados? ¿Cuáles son las características de tales usuarios?

La manera en que se presenten los resultados dependerá de las respuestas a dichas preguntas. Si el motivo fue elaborar una tesis para obtener un grado académico, el panorama es claro: el formato del reporte debe ser, justamente, una tesis de acuerdo con el grado que se cursó (licenciatura o pregrado, maestría o doctorado) y los lineamientos son los establecidos por la institución educativa donde se habrá de presentar. En caso de que la razón que originó el estudio fuera la solicitud de una empresa para que se analizara determinado aspecto que interesa a sus directivos, el reporte será en un contexto *no académico* y los usuarios son ejecutivos de la organización en cuestión, que utilizará los datos para tomar decisiones.

El reporte que se elabora para el contexto no académico puede ser un *breefing* o resumen ejecutivo donde se recojan los principales resultados. Un documento fácil de leer y entender, con tablas y otros elementos visuales que apoyen la comprensión. Este será estudiado por ejecutivos y empresarios que cuentan con poco tiempo y tienden a ser pragmáticos, por lo tanto, para ellos lo más importante es el *¿para qué?* El reporte que se elabora para el contexto académico podrá tener más detalles, se espera mayor rigurosidad y se explicitan las fuentes del conocimiento. No solo son importantes los resultados sino también los métodos para obtenerlos. Este tipo de reportes será objeto de estudio por académicos que harán un uso específico de este tipo de material y por lo general tienden a ser expertos evaluadores críticos, por lo tanto, en este caso, el reporte debe elaborar con énfasis en el *¿cómo?*

En el ámbito de la Psicología Organizacional, la presentación de resultados debe considerar el doble carácter *académico / no académico* del contexto en que se desarrollan las investigaciones. Si bien, las exigencias y orientaciones sobre la escritura del reporte se originan por lo general en una institución académica, también lo es que la aplicación de estos resultados se desarrollará en la práctica institucional de las organizaciones, ya sea en personas, grupos o en toda la organización, o ya sea aplicado a aspectos conceptuales, técnicos o humanos de la gestión. Por esa razón, el investigador organizacional debe prepararse para presentar reportes adaptados a ambos contextos; así como redactar posteriormente estos reportes en forma de artículos que pueda publicar.

El artículo científico ha sido definido como una publicación primaria con suficiente información como para permitir a los colegas proseguir observaciones, reproducir experimentos, evaluar procesos intelectuales, susceptibles de ser sometidos a revisión de la comunidad científica sin restricciones de naturaleza alguna y disponibles para ser incluidos en una o varios de los servicios de índices (Zulueta, 1997). Por su importancia como espacio de socialización de

resultados y por su alto impacto como instrumento de divulgación científica, a continuación, se dedican algunas reflexiones en relación a la redacción de artículos.

El artículo se distingue por su capacidad para analizar, enjuiciar, los fenómenos y las interpretaciones que se hacen de los mismos, relacionarlos entre sí, hallar su esencia, extraer de ellos conclusiones razonadas y fundamentaciones sólidas, para orientar al lector hacia la adopción de un determinado punto de vista, un criterio o actitud.

El artículo no solo satisface la necesidad de comunicación, imprescindible para el desarrollo de la ciencia, sino que también se convierte en una forma de reconocimiento e identificación de los méritos de un investigador en la comunidad científica (Johnsonbaugh, 2006).

Al igual que el ensayo y la monografía, el artículo científico sirve tanto al literario, al científico como al profesional, siempre y cuando se adopte en cada caso al estilo que caracteriza cada especialidad. No obstante, hay que tener presente que un artículo científico no es una obra literaria, ni el que prepara un artículo es realmente un autor en el sentido literario (Day, 1996).

El destino de los artículos científicos o “paper” lo constituyen las revistas especializadas en el área científica del texto. Estas revistas tienen un grado de indexación y mientras mejor sea su ranking mayores posibilidades tiene el artículo de ser conocido y socializado en el ámbito de investigación. Las indexaciones ISI, Scopus y Scielo constituyen una categoría de relevancia en especialización científica de las revistas en la actualidad.

En relación con su estilo y formato si bien estos cada vez más se elaboran a la medida de las revistas donde piensan publicarse los resultados, se puede reconocer cierto formato común o convencional conocido también como IMRYD o lo que es lo mismo: Introducción, Metodología, Resultados y Discusión. Hay un segundo esquema que plantea como estructura básica: Resumen, que condensa el contenido del artículo; Introducción, donde se informa el propósito e importancia del trabajo; Materiales y métodos, donde se explica cómo se hizo la investigación; Resultados, donde se presenta los datos obtenidos; y Discusión, donde se explican los resultados y se compara con el conocimiento previo del tema, problematizando con literatura citada. El cierre de estos textos se realiza a través de Conclusiones, aunque algunos autores desagregan el apartado conclusiones y otros lo consideran dentro de la discusión. Las referencias bibliográficas son contenidos obligatorios en todas las publicaciones científicas y constituyen un requisito para la publicación en revistas especializadas (Johnsonbaugh, 2006).

La rigurosidad en la presentación de los resultados, juega un papel muy importante en las investigaciones de ciencias sociales (Jansen, 2012), donde se incluyen las de Psicología Organizacional. Existe una tendencia histórica en la comunidad científica a menospreciar las investigaciones provenientes de estos campos. Ello se debe a la difícil replicabilidad de resultados y por lo complicado de controlar las variables subjetivas involucradas. Ambas, replicabilidad y objetividad, condiciones claramente posicionadas desde los paradigmas positivistas, dominantes de las ciencias exactas. Por esa razón, el científico organizacional debe ser muy cuidadoso e insistir en demostrar la rigurosidad en su reporte de investigación, donde la evaluación del proceso investigativo constituye una premisa de primer orden.

Flick (2004, 2015) define una serie de principios en la gestión de la calidad del proceso de investigación que debe tomarse en cuenta al evaluarlo. Si bien este autor se centra más en investigaciones de tipo cualitativas, sus principios pueden ser utilizados tanto en diseños cuantitativos como cualitativos y mixtos, los que deben estar contemplados desde el diseño inicial y ser transversal durante todo el proceso:

- La definición de metas y estándares del proyecto deben ser claros y precisos, donde investigadores y colaboradores deben estar integrados a esta definición.
- Una definición de cómo se pueden alcanzar estas metas y estándares, y de forma más general la calidad que se obtenga, y por consiguiente, un consenso sobre el modo de aplicar ciertos métodos (quizá mediante entrenamiento conjunto de entrevista), y su análisis, son condiciones previas para la calidad en el proceso de investigación.
- Una definición clara de las responsabilidades para obtener calidad en el proceso de investigación.
- La transparencia del juicio y de la evaluación y la calidad en el proceso.

Según Guba y Lincoln (1981) cuatro criterios deben considerarse de manera que los reportes de investigación, en ciencias sociales, se estimen como científicos: el *criterio del valor de verdad*, el *criterio de la aplicabilidad*, y el criterio de la *consistencia* y la *neutralidad*. Posteriormente estos autores, Guba y Lincoln (1985), convienen en que la calidad científica se evalúa con:

- *Credibilidad*. La credibilidad se logra cuando el investigador, a través de observaciones y conversaciones prolongadas con los participantes del estudio, recolecta información que produce hallazgos y luego éstos son reconocidos por los informantes como una verdadera aproximación sobre lo que ellos piensan y sienten. Es el grado o nivel en el cual los resultados de la investigación reflejen una imagen clara y representativa de una realidad o

situación dada. Entonces, credibilidad se refiere a cómo los resultados de un estudio son verdaderos para las personas que fueron estudiadas, y para quienes lo han experimentado o han estado en contacto con el fenómeno investigado. El criterio de credibilidad se puede alcanzar porque generalmente los investigadores, para confirmar los hallazgos y revisar algunos datos particulares, vuelven a los informantes durante la recolección de la información. Según Castillo y Vásquez (2003) a las personas les gusta involucrarse en la revisión para reafirmar su participación y también porque desean que los hallazgos sean lo más creíbles y precisos. En este sentido, pueden corregir los errores de interpretación de los hechos dando ejemplos que ayuden a clarificar las interpretaciones del investigador.

- *Confirmabilidad.* La confirmabilidad (Leininger, 1994) o auditabilidad, se refiere a la forma en la cual un investigador puede seguir la pista, o ruta, de lo que hizo otro (Guba & Lincoln, 1981). Para ello es necesario un registro y documentación completa de las decisiones e ideas que ese investigador tuvo en relación con el estudio. Esta estrategia permite examinar los datos y llegar a conclusiones iguales o similares, siempre y cuando se tengan perspectivas análogas.
- *Transferibilidad.* La transferibilidad o aplicabilidad da cuenta de la posibilidad de ampliar los resultados del estudio a otras poblaciones. Guba y Lincoln (1981) indican que se trata de examinar qué tanto se ajustan los resultados a otro contexto. Hay que recordar que en la investigación cualitativa los lectores del informe son quienes determinan si se pueden transferir los hallazgos a un contexto diferente. Para ello se necesita hacer una descripción densa del lugar y las características de las personas donde el fenómeno fue estudiado. Así el grado de transferibilidad es función directa de la similitud entre los contextos donde se realiza un estudio.

Para Castillo y Vásquez (2003) reproducir el fenómeno social es difícil porque pueden variar las condiciones bajo las cuales se recolectaron los datos, y resulta inverosímil controlar las variables que pueden afectar los hallazgos; sin embargo, hay modos de repensar la reproductividad para extrapolar su significado.

A pesar de lo afirmado hasta aquí Morse, Barret y Mayan (2002) plantean que las definiciones de confiabilidad y validez deben retomarse en la investigación cualitativa como patrones de rigor científico por tres razones: 1- Validez y confiabilidad son estándares de rigor científico independientemente de los paradigmas que orientan la investigación, ya que el objetivo fundamental de ella es encontrar resultados plausibles y creíbles / 2- No utilizar las pautas de validez y credibilidad puede fortalecer la noción de que un trabajo es inválido, no confiable, falto

de rigor y por tanto no científico / 3- Los criterios de credibilidad, auditabilidad y transferibilidad del rigor científico sólo en el informe de investigación, por lo cual se corre el riesgo de que no se identifiquen las amenazas contra la validez y confiabilidad del estudio planeado.

Para Martínez (2004), cada representación del conocimiento tiene sus propios intereses, sus usos, sus propios criterios, por tanto, debe ser justificada en sus propios términos y contextos. Por ello es importante que en investigación organizacional el abordaje metodológico considere los criterios descritos al evaluar los informes presentados como producto o creación del desarrollo.

El investigador, durante el proceso investigativo, tropezará con situaciones que pondrán de relieve su ética como persona y como profesional. Las elecciones que haga tendrán un impacto en el resultado final. De ahí, que sea importante abordar la dimensión ética en la exposición de los resultados de investigaciones en Psicología Organizacional.

De acuerdo con De Gasperín (2006, citado en Zazueta, Díaz, Millán & Castro, 2017), desde los antiguos griegos hasta la época actual, el hombre ha tratado de entender el sentido de su propia existencia, siendo la ética una de las expresiones en la que más ha encontrado preguntas y respuestas. Para Savater (2000), la ética es el arte de elegir lo que más nos conviene, para vivir lo mejor posible.

Savater (2012, 2014) sostiene que para la ética importa la capacidad de recordar que se debe reconocer lo humano, que hay una relación que no se puede romper y que constantemente hay que estar redescubriendo, al margen de todas las novedades y los cambios de la ciencia o de la técnica. Aplicado al campo de la investigación, implica una mirada a la relación de rol persona-investigador, investigador-organización, investigador-academia, academia-organización.

De acuerdo con el Manual de publicaciones de la American Psychological Association. (2010), los participantes en una investigación tienen los siguientes derechos: estar informados del propósito de la investigación, el uso que se hará de los resultados de esta y las consecuencias que puede tener en sus vidas; negarse a participar en el estudio y abandonarlo en cualquier momento que así lo consideren conveniente, así como negarse a proporcionar información; y, cuando se utiliza información suministrada por ellos o que involucra cuestiones individuales, su anonimato debe ser garantizado y observado por el investigador.

En cuanto a los derechos de los participantes, dos aspectos se consideran fundamentales: el consentimiento y la confidencialidad. Los participantes, además de conocer su papel en una

investigación específica, es necesario que proporcionen su consentimiento explícito acerca de su colaboración, preferentemente por escrito (Wiersma & Jurs, 2005; Koepsell & Ruiz de Chávez, 2015).

En el contexto de la Psicología Organizacional, la dimensión ética en el desarrollo de la investigación científica y en la exposición final de los resultados, tiene sus propias manifestaciones. A continuación, se proponen algunos aspectos claves a observar para un comportamiento ético en este campo de la psicología aplicada:

- *Clarificación inicial de expectativas:* cuando va a darse inicio a algún proceso de diagnóstico/intervención en organizaciones, debe quedar explicitada la expectativa que las partes involucradas tienen respecto al proceso. Ello juega un papel importante en la definición del problema científico de partida, puesto que en la clarificación de expectativas se ajustan las demandas iniciales y se llega a un consenso entre los involucrados/as respecto a los resultados que se esperan alcanzar al término de la investigación.
- *Beneficios para todas las partes:* Aun y cuando el alcance de la metodología llegue solo hasta el nivel de diagnóstico, como ocurre en no pocos casos, es correcto decir que se está interviniendo, pues la sola presencia de un observador ajeno al sistema ya es motivo de cambios. Por lo tanto, toda acción investigativa es fuente de beneficio si se maneja conscientemente. El investigador debe velar porque el beneficio sea conocido y reconocido por todas las partes y no solo por él.
- *Presentar informes de resultados a la organización:* la presentación y discusión de informes de resultado a la organización aseguran, no solo la ética al compartir información sensible, sino la calidad de la investigación. Principalmente cuando se trata de enfoques cualitativos como la investigación-acción-participación. Antes de presentar los resultados finales de una investigación a un tribunal académico o editorial científico, debe haberse hecho una previa presentación a los primeros involucrados y participantes del proceso. Esto es respeto y reconocimiento de su papel activo, pero también es una forma de validación.
- *Proponer acciones de mejora y recomendaciones:* en toda investigación se discuten aspectos positivos y negativos sobre el objeto de estudio. Como resultado del diagnóstico, es imprescindible extender a la organización un plan de mejoras o al menos un listado de recomendaciones a seguir para disminuir estas problemáticas. Esto se debe hacer aun y cuando la investigación se proponga solo llegar hasta el diagnóstico.
- *Guardar secretos:* existen informaciones sensibles en relación con la gestión de las organizaciones, que los ejecutivos, trabajadores e involucrados, podrían no querer compartir. Datos financieros, planes de sucesión, podrían ser algunos ejemplos de información

sensible. Los participantes tienen derecho a mantener esos datos protegidos y los investigadores tienen la obligación de respetar esa decisión y no compartir la información, aunque se haya manejado en el proceso de la investigación.

- *Seguimiento desinteresado*: una vez que termina la investigación y se presentan los resultados es común “abandonar” a la organización. Esto no es correcto. Se debe mantener una relación cordial investigador-organización, pues en el futuro podrían volver a necesitarse, incluso, aunque este no fuera el caso se recomienda mantener una política de seguimiento esporádico, mostrando preocupación y empatía por las personas que se comprometieron también con la investigación y ofrecieron su espacio de trabajo como foco de análisis y escudriño.

Los principios éticos de la investigación son universales pero su aplicación requiere la adaptación a las condiciones locales, socioculturales, económicas. La disponibilidad de los recursos necesarios para garantizar los principios no es universal y los procedimientos que se usan para asegurar que los estudios de investigación se ejecuten éticamente pueden no ser óptimos. Independientemente de las limitaciones, estos principios éticos deben guiar la conducta de quienes participan en la planeación, realización y patrocinio de la investigación con seres humanos.

CONSIDERACIONES FINALES

- Por ser la Psicología Organizacional un espacio de indagación con doble carácter académico / no académico, donde se manejan variables subjetivas y cada organización constituye un sistema de interacciones que la hace única, es por ello que el investigador organizacional debe estar consciente de que son claves la rigurosidad y la ética en la exposición de sus resultados. La elección del reporte de investigación adecuado y del indicado espacio de socialización, constituyen decisiones trascendentales.
- Se debe incorporar la introspección como método sistemático, que garantice la honestidad y la objetividad en la presentación de los resultados de investigación.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Castillo, E. & Vásquez, M. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Colombia Médica*, 34 (s.n), 164-167. Cali: Universidad del Valle.
- Day, R. A. (1996). *Como escribir y publicar trabajos científicos*. Cuba: Publicaciones OPS.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata S.L.
- Flick, U. (2015). *El diseño de Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

- Guba, E. & Lincoln, Y. (1981). *Effective evaluation: improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Guba E. & Lincoln Y. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ta Ed. México: McGraw Hill/Interamericana.
- Jansen, H. (2012). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Paradigmas*, 4, 39-72.
- Johnsonbaugh, R. (2006). *Redacción Científica*. Vol II, 4ta Ed. Francia: Editorial Americana.
- Koepsell, D. & Ruiz de Chávez, M. (2015). *Ética de la investigación. Integridad científica*. México: Ed Comisión Nacional de Bioética/Secretaría de Salud.
- Leininger, M. (1994). *Evaluation criteria and critique of qualitative research studies. Qualitative research methods*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Manual de publicaciones de la American Psychological Association. (2010). Tercera edición D.R. © 2010 por Editorial El Manual Moderno S. A. de C. V. ISBN: 978-607-448-052-8
- Martínez, M. (2004). *Arte y Ciencia de la Metodología de la Investigación Cualitativa*. México: Trillas.
- Morse, J., Barret, M. & Mayan, M. (2002). *Verification strategies for establishing reliability and validity in qualitative research*. Consultado en enero de 2019 en <http://www.ualberta.ca/~ijqm>
- Moyano, E. (2001). *Una clasificación de géneros científicos*. Argentina. Universidad Nacional de Lomas de Zamoro. Consultado en noviembre de 2018 en <http://userpage.fu-berlin.de/vazquez/vazquez/Clasificacion%20de%20generos%20MOYANO.pdf>
- Savater, F. (2000). *Ética para Amador*. 7ma Ed. España: Ariel, S.A.
- _____ (2012). *Ética de Urgencia*. España: Planeta S.A.
- _____ (2014). *Ética para la Empresa*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, S.A.U.
- Wiersma, W. & Jurs, S. (2005). *Research methods in education: An introduction*. Boston: Ally and Bacon.
- Zazueta, H., Díaz, C., Millán N. & Castro, R. (2017). *Ética en las organizaciones*. México: Ed Pearson.
- Zulueta, M. (1997). *Redacción y revisión de textos científicos: Aspectos básicos*. Diplomado de Comunicación Profesional. ISPPEJV. Ciudad de La Habana.