

El Comité de Ética informa

El rol del liderazgo en la ética y la calidad

Hace algunos años, en una conversación, un colega dentro de la industria expresó una idea que resulta reveladora: "En nuestra empresa, la ética es fundamental... siempre y cuando no afecte a los resultados." Aunque la dijo en tono de broma, esa frase refleja una realidad incómoda: muchas organizaciones promueven valores éticos y de calidad pero, en algunas ocasiones, terminan imponiéndose otras prioridades.

El desajuste entre las prioridades y la realidad no ocurre porque las empresas sean deliberadamente poco éticas, sino porque existen valores implícitos que, sin darnos cuenta, pueden socavar nuestras mejores intenciones. Así lo recoge el artículo *The near and far enemies of organisational culture*, destacando que no solo debemos preocuparnos por valores opuestos a la ética y la calidad, sino también por los llamados 'enemigos cercanos': valores que parecen positivos pero que, en la práctica, pueden desviarnos.

Aplicando esta idea a nuestra industria, tenemos el caso de la **objetividad**, un valor al que damos gran importancia pero que, cuando se distorsiona, puede llevarnos a omitir hallazgos incómodos o presentar datos de manera sesgada para no incomodar a los clientes. Del mismo modo, la **representatividad** puede quedar comprometida cuando la presión por reducir costes lleva a seleccionar muestras más accesibles en lugar de aquellas que garantizan una visión fiel de la realidad.

Las normas ISO, especialmente aquellas relacionadas con la gestión de calidad y la ética en investigación de mercados, refuerzan un mensaje claro: la dirección debe estar alineada con estos principios de calidad y ética para que realmente se vivan en la organización. Si los líderes priorizan únicamente resultados a corto plazo o métricas de negocio, aunque sea de manera inconsciente, los equipos recibirán un mensaje claro: la ética y la calidad son importantes, pero secundarias.

En un sector donde la confianza de clientes, entrevistados y otros *stakeholders* es nuestro mayor activo, no podemos permitirnos esta desconexión. La cultura organizacional debe ser un reflejo genuino de los valores que defendemos, y eso comienza en los niveles más altos de liderazgo. Como profesionales de la investigación, nuestro reto no es solo cumplir con estándares de calidad y ética, sino asegurarnos de que estos principios sean el eje central de nuestro trabajo, desde la toma de decisiones hasta la ejecución de cada estudio.

Garantizar una cultura organizacional alineada con los principios de calidad y ética no es solo un deber, sino la clave para el futuro de nuestra industria.

Referencias:

Neil, J. (2025, 13 de febrero). The near and far enemies of organisational culture. The Ethics Centre. <https://ethics.org.au/the-near-and-far-enemies-of-organisational-culture/>

Si tiene dudas sobre esta u otras cuestiones éticas, no dude en contactar con el Comité de Ética en el correo electrónico: etica@ia-espana.org. Se garantiza la confidencialidad.