



ARTÍCULOS

UTOPIA Y PRAXIS LATINOAMERICANA. AÑO: 24, n° EXTRA 4, 2019, pp. 64-74
REVISTA INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA Y TEORÍA SOCIAL
CESA-FCES-UNIVERSIDAD DEL ZULIA. MARACAIBO-VENEZUELA.
ISSN 1315-5216 / ISSN-e: 2477-9535

Juicios en dilemas éticos por estudiantes de negocios de una universidad estatal chilena

Trials in Ethical Dilemmas by Business Students of a Chilean State University

Francisco GANGA-CONTRERAS

fganga@ulagos.cl
Universidad de Los Lagos, Chile

Nataly GUIÑEZ-CABRERA

nguinez@ubiobio.cl
Universidad del Bío-Bío, Chile

Héctor VARAS MEZA

hvaras@unap.cl
Universidad Arturo Prat, Chile

RESUMEN

Los recientes y frecuentes escándalos empresariales han intensificado la preocupación por la ética de las organizaciones y particularmente por la de los profesionales de negocios a nivel mundial. Este estudio tiene la finalidad de explorar los juicios en dilemas éticos de un grupo de estudiantes de negocios pertenecientes a una universidad del Estado del centro-sur de Chile, basado en la investigación de Baumhart (1961) y de Gleen y Van Loo (1993), realizada en los Estados Unidos a alumnos y profesionales de negocios. Los resultados muestran que éstos presentan dificultades para responder a correctos juicios éticos y que, por lo tanto, necesitan un reforzamiento en su formación en esa área.

Palabras clave: Educación Superior, universidad, gestión universitaria, ética organizacional.

ABSTRACT

Near permanent and recent corporate scandals around the world have intensified the concern for ethics in organizations and particularly those from business professionals worldwide. Thus, the main purpose of this study is to explore the ethical criteria in dilemmas of a group of business students from a university in the central-southern state of Chile, based on Baumhart's (1961) and Gleen and Van Loo's (1993) investigation, conducted in the United States on students and business professionals. The results show that students find it difficult to respond correctly to ethical dilemmas and therefore need reinforcement in their formation of ethical business judgments.

Keywords: Higher education, university, university management, organizational ethics.

Recibido: 12-09-2019 • Aceptado: 25-10-2019



Utopía y Praxis Latinoamericana publica bajo licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0). Más información en <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

INTRODUCCIÓN

Cuando las empresas apuestan por la competitividad y viabilidad de largo plazo deben enfrentar muchos imperativos y una de las claves principales tiene que ver con su perceptibilidad de las necesidades y exigencias, tanto de clientes internos como externos.

Dentro de los requerimientos altamente apreciados por la sociedad sobresale la denominada cultura ética, orientada a la promoción de valores que fomentan el combate de acciones corruptas y propician iniciativas tendientes a mantener adecuados climas organizacionales. Tales exigencias que, aunque parecen obvias, no siempre se dan en la realidad, inciden directamente en que se cuestione a los profesionales del área de los negocios, criticados fuertemente en múltiples ocasiones por sus actuaciones poco éticas en el instante de tomar decisiones empresariales.

Los escándalos corporativos, conocidos en todo el mundo en el último tiempo, involucran comportamientos pocos honestos; fenómeno que ha acrecentado la preocupación por la ética empresarial (en prácticas comerciales, contables y financieras) y que ha traído consigo el poner mayor énfasis en la enseñanza de la ética como parte de los programas académicos de negocios (Tormo-Carbó, Seguí-Mas y Oltra: 2018; Martinov-Bennie y Mladenovic: 2015).

Por otra parte, Ballantine, Guo y Larres, (2018, p. 56), indican que “el mundo de los negocios está mal atendido por los estudiantes de negocios deshonestos que se gradúan y entran al lugar de trabajo con un conjunto de valores éticos dudosos”.

El tema siempre ha estado en la agenda de los investigadores del ámbito organizacional. En las últimas seis décadas se han desarrollado un sinnúmero de estudios relativos al comportamiento no ético en las universidades (Ghanem y Mozahem: 2019) y en la literatura se observa un amplio consenso de que el comportamiento deshonesto es un problema grave que enfrentan muchas de las instituciones de Educación Superior (Smyth y Davis: 2004).

Los resultados del estudio de Ghanem y Mozahem (2019, p. 291), “muestran que el engaño es generalizado en las universidades hasta un grado alarmante”.

Particular interés suponen dichos resultados cuando de estudiantes de negocio se trata, ya que se espera que muchos sean los líderes del mañana en las empresas (Ghanem y Mozahem: 2019). Conforme a tales preocupaciones crece la necesidad de mejorar la formación de la ética empresarial a nivel de la educación terciaria (Tormo-Carbó, Seguí-Mas y Oltra: 2018).

Numerosas investigaciones aluden a que el comportamiento engañoso en el entorno académico es un fuerte factor predictor de actuaciones poco honestas de la futura toma de decisiones en el lugar de trabajo (Ghanem y Mozahem: 2019; Lawson: 2004; Nonis y Swift: 2001; Smith, Davy y Easterling: 2004).

En consecuencia, no sorprende que estudiosos de gran cantidad de países hayan analizado seriamente estos tópicos en un intento por comprender los factores que conducen a tal proceder (Freire: 2014; Lupton, Chapman y Weiss: 2000).

McCabe (1997), encontró que los alumnos de negocios reportaron un nivel más alto de trampas que los de ingeniería. Freire (2014), descubrió que los estudiantes universitarios de Economía y Negocios eran más propensos a cometer engaños que los de otras carreras.

Al constituir éste un tema neurálgico en la formación de los futuros graduados, el objetivo de la presente exploración es adentrarse los juicios de dilemas éticos de 130 estudiantes de la especialidad de una universidad estatal del centro-sur de Chile.

La pregunta de investigación original apunta a determinar ¿cuáles son los juicios en dilemas éticos de los estudiantes de las carreras de negocios de una universidad estatal?

Para lograr dar respuesta a la interrogante y alcanzar las metas trazadas se procedió a realizar una indagación exploratoria, aplicando la encuesta de Baumhart (1961). Primeramente, se revisó la literatura relativa a la ética en los estudiantes de negocios; a partir de ahí, se discutieron detalladamente la metodología y las medidas aplicadas; posteriormente, se analizaron los hallazgos más relevantes y, finalmente, se dan a

conocer las conclusiones y posibles implicaciones que pudiesen mejorar la educación profesional y técnica empresarial.

1. REVISIÓN DE LA LITERATURA

1.1 La ética en las escuelas de negocios

Tomando como punto de partida que las decisiones empresariales inciden en la vida y afectan el bienestar de toda la sociedad, profundizar en el comportamiento y los juicios éticos del área de los negocios resulta de vital importancia.

La cultura empresarial tiende a centrarse primordialmente en los intereses de las partes interesadas, en lugar de darle importancia a los empleados actuales y futuros, la comunidad y los clientes (Henle: 2006).

Por lo tanto, los estudiantes de negocios podrían tender a buscar un beneficio a cualquier costo, promoviendo conductas no éticas para alcanzar un retorno inmediato (Ghanem y Mozahem: 2019). Uno de los marcos teóricos que aborda apropiadamente el comportamiento oportunista de las personas (directivos o agentes), en un escenario de "información asimétrica", es la Teoría de Agencia bajo el concepto denominado "riesgo moral" (Ganga-Contreras: 2005; Jensen y Meckling: 1976; Reig y Ramírez: 1998; Lozano: 2005; Ganga-Contreras et al.: 2015a; Ganga-Contreras et al.: 2015b; Araya y Crespo: 2016).

También se ha argumentado que los estudiantes de negocios están motivados por factores extrínsecos como el salario, en lugar de adquirir conocimiento (Pfeffer y Fong: 2004). Jordan (2001), descubrió que aquellos que tenían motivaciones extrínsecas hicieron más trampa que quienes poseían motivaciones intrínsecas.

Por su parte, Karassavidou y Glaveli (2006), detectaron como la falta de honradez académica se relaciona positivamente con las actitudes de los estudiantes hacia el comportamiento de los directivos poco éticos en el contexto empresarial. Si los alumnos se acostumbran a la deshonestidad académica, entonces habrá razones para sospechar que igualmente practicarán un comportamiento poco honesto en el terreno profesional.

El hallazgo de que los estudiantes de negocios tienen más probabilidades de involucrarse en prácticas no éticas en la universidad, reviste implicaciones sociales importantes, especialmente si se toma en cuenta que los estudios de negocios están dentro de las carreras universitarias más populares (Hollier, Blankenship y Jones: 2013).

Como resultado, de estas diversas situaciones, las escuelas de negocios y sus académicos han comenzado a prestar más atención a las consideraciones éticas (Ghanem y Mozahem: 2019), dada su gran responsabilidad de formar éticamente a los futuros profesionales (Klein, Levenburg, McKendall y Mothersell: 2007). Se promueve una ética comprometida con el bien común, donde las relaciones laborales y personales de coexistencia se comparten (Argota: 2018).

Tormo-Carbó, Seguí-Mas y Oltra (2018, p. 13), a partir de los resultados de su estudio, indican: "Se anima a las escuelas de negocios a reexaminar la enseñanza de la ética empresarial y, por lo tanto, deben reevaluar su papel en la formación de futuros profesionales de la gestión con mentalidad ética, honestos y confiables".

Ello también se debe en parte a que la Acreditación Internacional AACSB³, ha puesto énfasis en la ética empresarial; por lo mismo, se debe reconocer que existe un debate sobre la utilidad de la enseñanza de la ética empresarial (Ghanem y Mozahem: 2019).

1.2 Teoría de la Acción Razonada

A fin de conseguir explicar los juicios de dilemas éticos de los estudiantes de negocios se empleará la extensión conceptual de la teoría del comportamiento planificado para los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011), integrando el modelo de la teoría de la acción razonada relacionada con las actitudes y los juicios éticos.

Los autores Ajzen y Fishbein (1980) y Fishbein y Ajzen (1975), respaldan que la intención es el antecedente inmediato del comportamiento y es determinada por la actitud y la norma subjetiva. A su vez, dicha acción está compuesta por las creencias y la probabilidad percibida de consecuencias particulares de la conducta.

La norma subjetiva no es más que las creencias normativas, la presión percibida de los referentes destacados, ponderada por la motivación para cumplir con esos referentes.

Con el tiempo, se propuso una extensión de la teoría de la acción razonada, llamada teoría del comportamiento planificado, con un constructo de control del comportamiento percibido (Ajzen: 1988; 1991). Este control conductual percibido, se relaciona con la facilidad o dificultad de realizar una actuación en el que el control de la voluntad de un individuo puede ser cuestionado (Celuch y Dill: 2011).

Participar en una acción éticamente cuestionable está determinado por la actitud, la norma subjetiva, el control conductual, y un juicio ético, todos ellos hacia el acto (Celuch y Dill: 2011).

Por otra parte, Cherry (2006), halló una fuerte relación entre el juicio ético y la intención; y en virtud de ello, se agrega ese constructo como antecedente proximal a la misma tomando como referente estudios anteriores en varios marcos éticos (Celuch y Dill: 2011; Hunt y Vitell: 1986). Específicamente, Hunt y Vitell (1986) y Cherry (2006), fueron los que establecieron el juicio ético como un antecedente inmediato a la intención.

Investigaciones afines respaldan la importancia potencial del control de comportamiento; donde en definitiva, el control conductual puede ser particularmente distintivo para comprender los juicios éticos, ya que es probable que los individuos busquen las actuaciones de otras personas relevantes en su entorno para obtener información y relativizar la conducta apropiada (Celuch y Dill: 2011).

2. METODOLOGÍA

La presente investigación es de carácter exploratoria, dado que busca entender, de manera preliminar, los juicios éticos de los estudiantes de negocios por medio de la extensión de la teoría del comportamiento planificado en los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011).

La información se obtuvo a través de una encuesta aplicada, por primera vez, por Baumhart en 1961 a estudiantes de negocios; a partir de esa fecha, la mencionada herramienta ha sido ampliamente utilizada en una gran cantidad de trabajos. Por ejemplo, Gleen y Van Loo (1993), la aplicaron a estudiantes y profesionales de negocios en los Estados Unidos, recurriendo otros estudios también a usar un número significativo de preguntas de ésta. Al ser el cuestionario Baumhart ampliamente empleado da garantías de que es un dispositivo de medición aceptado, validado y apropiado.

En esta oportunidad se hace una adaptación al incorporar 3 mini casos y 5 preguntas predestinadas a conocer los juicios éticos de los estudiantes de negocios.

La encuesta se administró presencialmente en una escuela de negocios de una Universidad Estatal de la zona centro-sur de Chile, en formato papel. Todas se completaron anónimamente con el objetivo de proteger la identidad de los encuestados.

La muestra abarcó 130 estudiantes, siendo la mayoría (60%) mujeres. La mitad era solteros(as) y más del 80% superaba los 26 años; la mayoría (70%) dijo profesar una religión y más del 70% declaró ser católico. (Ver características demográficas en la Tabla 1).

Tabla 1: Perfil de la muestra

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Genero		
Hombres	52	40%
Mujeres	78	60%
Estado Civil		
Casado	48	36,9%
Soltero	64	49,2%
Divorciado o Separado	17	13,1%
Viudo	0	0%
Sin Información	1	0,8%
Edad		
De 17 a 19 años	1	0,8%
Entre 20 a 22 años	0	0%
Entre 23 a 25 años	21	16,2%
Más de 26 años	108	83,1%
Carrera que Cursa		
Técnico en Administración	75	57,7%
Ing. en Eje. En Administración	40	30,8%
Ingeniería Comercial	13	10,0%
Sin información	2	1,5%
Ingreso Mensual		
Menos de US\$ 380	1	0,8%
De US\$ 381 a US\$ 761	31	23,8%
De US\$ 762 a US\$ 1522	56	43,1%
Más de US\$ 1522	42	32,3%
Profesa una religión		
Si	91	70%
No	37	28,5%
Sin Información	2	1,5%
Religión		
Católica	66	72,5%
Evangélica	14	15,4%
Mormona	2	2,2%
Sin información	9	9,9%
Situación laboral		
Si Trabajando	123	94,6%
No trabajando	7	5,4%

Fuente: Elaboración propia.

3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Intención de comportamiento

Varios investigadores han recurrido a los casos cortos de Baumhart (1961), en el momento de evaluar los juicios éticos de los profesionales y estudiantes de negocio. Los datos recopilados por Baumhart (1961), Fulmer (1967) y Glenn y Van Loo (1993) están disponibles para los cuatro mini casos y para Brenner y Molander (1977) dos casos. En esta ocasión solo se contemplaron tres de los cuatro mini casos de Baumhart (1961), lo que facilita efectuar comparaciones a lo largo del tiempo. (Ver en la Tabla 2).

Tabla 2: Casos cortos de Baumhart (1961)

	Profesionales			Estudiantes	
	Baumhart 1961	B & M ¹ 1976	Fulmer 1967	G & V ² 1993	Este estudio 2016
Caso 1					
Alternativas de acción con información privilegiada.					
Compraría algunas acciones para mí.	43%		44%	45%	20%
Le contaría a una buena amiga o amigo.	15%		21%	33%	20%
Decirle a mi agente financiero acerca de la próxima fusión.	2%		5%	12%	25%
No me gustaría hacer ninguna de las acciones anteriores.	55%		48%	49%	35%
Caso 2					
Énfasis en el programa de publicidad					
Enfatizar la calidad del producto.	65%		55%	57%	73%
Enfatizar la superioridad del comprador al tener el producto.	12%		13%	12%	10%
No veo ninguna razón para elegir un programa sobre el otro.	23%		32%	31%	17%
Caso 3					
Contratar a un empleado de la competencia					
Probablemente contrataría.		50%	62%	73%	66%
Probablemente no contrataría.	51%	50%	38%	27%	34%

Fuente: Elaboración propia.

Esgrimiendo los criterios de conducta ética de Baumhart (1961), los resultados muestran que los estudiantes toman menos juicios éticos que los profesionales de negocio.

En el caso 1, el 55% de los profesionales manifiesta que no comprarían acciones ni para ellos ni para otros de contar con información privilegiada acerca de una fusión inminente, sin embargo, el 48% en el estudio de Fulmer y el 49% en el de Glenn y Van Loo expresan que no lo harían; siendo este un porcentaje que es más preocupante en los estudiantes chilenos, dado que únicamente el 35% dijo que no tomarían acciones, en un escenario como el descrito.

A su vez, es interesante observar que la proporción de estudiantes y profesionales que comprarían acciones para beneficio propio, es aproximadamente la misma (43%, 44% y 45% respectivamente); no obstante, de los estudiantes chilenos solamente el 20% comprarían menos.

En lo que concierne a la (transmisión de información al agente), las respuestas de los estudiantes chilenos de negocio arrojan un 25%, siendo una cifra alta en relación a los otros casos, cuyo promedio es del 6,3%. De igual manera, se puede apreciar un porcentaje mucho mayor en los estudiantes, en relación a los profesionales.

Cuando se analizan a los estudiantes de negocios chilenos -según la extensión conceptual de la teoría de la acción razonada para los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011)- las actitudes, las normas subjetivas y las del comportamiento estarían influyendo en el proceso de comprar acciones (20%) o compartir información privilegiada con algún buen amigo o amiga (20%) o agente (25%). Situación que es muy preocupante, debido a que un 65% realizaron un juicio ético incorrecto y exclusivamente un 35% lo hizo correctamente con arreglo a sus actitudes, normas subjetivas y de comportamiento.

Sobresale en el caso 2 que los estudiantes representen un mayor porcentaje en relación a los profesionales al responder la elección éticamente superior, con una cifra que supera el 70%, correspondiente a la calidad del producto en un programa de marketing (65%, 55% y 57% respectivamente). Conforme a la extensión conceptual de la teoría de la acción razonada para los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011), las

¹ Brenner y Molander.

² Glenn y Van Loo.

actitudes, y las normas subjetivas y de comportamiento son correctas en un alto porcentaje, lo que es muy satisfactorio.

Considerando la posición menos ética planteada por Baumhart (1961), como optar por un programa de publicidad que atienda al ego del comprador, es notable que sea casi el mismo porcentaje de profesionales que de estudiantes; pese a que estos últimos, al referirse a ese juicio menos ético, ofrecen una valoración menor (un 10%). Nuevamente, las actitudes y las normas subjetivas y de comportamiento se hallarían bajo un porcentaje incorrecto.

Solo un (17%) de los estudiantes chilenos, cuando se les pregunta por seleccionar la opción intermedia, declaran que no vieron razón alguna para elegir entre las dos alternativas; situación que podría ser estimado como algo muy positivo.

Con respecto al caso 3, en lo que atañe a una mayor disposición a "contratar un empleado de la competencia" que acaba de hacer un importante descubrimiento científico; a diferencia de las posiciones anteriores, los estudiantes al parecer están más predispuestos a contratar (62%, 73% y 66% respectivamente), mientras que en los profesionales se percibe una inclinación mayor a no contratar a esa persona (51%, 50% y 38%).

Las actitudes y las normas subjetivas y de comportamiento juegan entonces un papel crucial en los juicios éticos en esas situaciones hipotéticas, de acuerdo con la extensión conceptual de la teoría de la acción razonada para los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011).

Tabla 3: Actitudes (porcentaje de acuerdo)

	Profesionales			Estudiantes	
	Baumhart 1961	B & M 1976	Fulmer 1967	G & V 1993	Este estudio 2016
(1) Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo.	98%	96%	98%	94%	92%
(2) El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias.	50%	37%	42%	59%	58%
(3) Actuar solo en interés de los accionistas o empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.	83%	80%	76%	73%	68%
(4) La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas.	41%	36%	40%	52%	42%
(5) El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia.	4%	7%	7%	11%	56%

Fuente: Elaboración propia.

La diferencia entre las actitudes de profesionales y estudiantes se ve en otra serie de preguntas (ver Tabla 3). En la década de los años ochenta, los estudiantes aparentemente sienten con más fuerza que los profesionales, que una competencia dura obliga a las empresas a recurrir a prácticas turbias en poco más o menos el mismo período de tiempo (pregunta 4).

Por otra parte, los estudiantes de las décadas de los años sesenta y ochenta tienen menos probabilidad que los profesionales del primer decenio o principios del segundo (pregunta 3), de aceptar que la persona de negocios actúe acorde al interés de los empleados y consumidores, así como de los accionistas y son un poco más proclives a creer que su único propósito es obtener una ganancia (pregunta 5). De todas formas, se observan líneas opuestas en el curso del tiempo: los profesionales advirtieron la preocupación de los ejecutivos por la disminución de la ganancia mientras que los estudiantes la vieron aumentar; con todo, sus respuestas no difieren sustancialmente de los profesionales en las preguntas 1, 4 y 6.

A través del tiempo, existe cierta evidencia de una tendencia aplicable tanto a los profesionales de negocios como a los estudiantes. En las preguntas 3 y 5 se aprecia un ligero descenso en el porcentaje de individuos en ambos grupos que admiten que las empresas deben actuar en función del mejor interés de los

empleados, los consumidores, los accionistas y de ellos mismos. La pregunta 1 revela una predisposición a la baja (98%, 96%, 98%, 94% y 92% respectivamente), indicando esto, que menos estudiantes y personas de negocios de hoy creen que la ética sólida es una "buena apuesta", incluso a largo plazo.

Por consiguiente, aun cuando no se tenga una completa certeza y exista menos solidez en las preguntas que sondean actitudes, respecto de aquellas que indagaban en las intenciones de comportamiento, éstas no son inconsistentes: los estudiantes eligen opciones éticas con menos frecuencia que los profesionales. Con el tiempo unos y otros parecen estar haciendo elecciones menos éticas, aunque la evidencia relativa a los profesionales es algo limitada.

Finalmente, los estudiantes coinciden en que los compradores deben tener cuidado, de observar el papel de las empresas de manera más restringida y encontrar menos incentivos para comportarse alejado de lo éticamente correcto a lo largo del tiempo.

CONCLUSIONES

Analizar los juicios en dilemas éticos en estudiantes de negocio en una universidad estatal de Chile fue el propósito cardinal del trabajo, dado el interés que despierta el tema en una sociedad que fustiga comportamientos ligados a actuaciones que persiguen fines particulares a cualquier precio y terminan afectando la imagen y reputación de una empresa.

Podría afirmarse que la investigación cumplió su cometido y así lo avalan los resultados, dejando en evidencia que, en lo relativo a la información privilegiada, los estudiantes chilenos de negocios de la muestra analizada, tienen un comportamiento menos ético que otros alumnos y profesionales del área. Una alta cifra de ellos realizó un juicio ético incorrecto y solo un porcentaje que no superó el 40% emitió una opinión adecuada con actitudes, normas subjetivas y de comportamiento correctas, según la extensión conceptual de la teoría de la acción razonada para los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011).

Acerca de un juicio ético de la publicidad, el porcentaje correcto de la respuesta en la elección éticamente superior (73%) es mayor en los estudiantes de negocio chilenos. Conforme a la extensión conceptual de la teoría de la acción razonada para los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011), las actitudes y las normas subjetivas y de comportamiento serían más correctas.

Es oportuno subrayar que se detectó un alto número de estudiantes chilenos que contrataría a un profesional de la competencia, lo cual resulta muy preocupante a pesar de que dicha proporción es semejante a resultados de estudios anteriores.

A la luz de lo antes expuesto, urge reforzar los juicios éticos de los estudiantes de negocio vinculados con la extensión conceptual de la teoría de la acción razonada para los juicios éticos (Celuch y Dill: 2011), y ello conlleva a que las actitudes y las normas subjetivas y de comportamiento sean mejoradas.

Tener una percepción cercana al 60%, de que los ejecutivos de negocios chilenos tienden a ignorar las leyes éticas y que se hallan sólo preocupados por las ganancias, resulta muy alarmante, dado que puede afectar a las normas de comportamiento y así al juicio ético.

A su vez, inquieta la visión que se tiene de los empresarios, como sujetos cuyo único propósito radica en obtener un beneficio para sí mismo, lo que significa reconocer que las consecuencias espirituales y morales no son de gran incumbencia para éstos. Ocurre lo mismo con el alto porcentaje que no tendría inconveniente en compartir información privilegiada para su propio beneficio y actuaría incorrectamente con la competencia con la finalidad de obtener mejores resultados en el negocio en el cual participa.

Considerando las situaciones mencionadas, debiese ser primordial reforzar sistemática y potentemente estos temas con los estudiantes de negocios, máxime si desde ya se sabe que con los años habrá una tendencia alta a la práctica de juicios éticos incorrectos.

Por otro lado, los resultados iniciales expuestos, permiten en gran medida, ampliar y poner mucho énfasis en esta línea investigativa y de comprobarse estas opiniones con estudios complementarios a nivel de país y de la región, habría que tomar decisiones muy profundas y agresivas, lo cual implicaría hacer reflexiones

que se traduzcan en estrategias que posibiliten el análisis, planificación y puesta en práctica de acciones que permitan la intelección crítica de los temas moralmente relevantes. Lo anterior podría significar, por ejemplo: intervenir las respectivas mallas curriculares y los contenidos de las asignaturas que son parte de ella.

BIBLIOGRAFÍA

- AJZEN, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago, IL: Dorsey Press.
- AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, n°2, pp.179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- AJZEN, I., & FISHBEIN, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- ARAYA, I., y CRESPO, F. (2016). Teoría de agencia: una revisión del origen biológico del delito. *Estudios Gerenciales*, vol. 32, n°139, pp. 146-153. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.02.002>
- ARGOTA, G. (2018). Ética ecológica: una reconfiguración cultural del sentido de la naturaleza. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 23, n°83, pp.183–193. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27957772016>
- BALLANTINE, J., GUO, X, & LARRES, P. (2018). Can future managers and business executives be influenced to behave more ethically in the workplace? The impact of approaches to learning on business students' cheating behavior. *Journal of Business Ethics*, vol. 149, n°1, pp.245–258. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3039-4>
- BAUMHART, R. (1961). How ethical are businessmen? *Harvard Business Review*, vol. 38, n°4, pp.6-31.
- BRENNER, S.N. & MOLANDER, E.A. (1977). Is the ethics of business changing? *Harvard Business Review*, vol. 57, n°1, pp.57-71.
- CELUCH, K., & DILL, A. (2011). An extension of the theory of reasoned action in ethical decision contexts: The role of normative influence and ethical judgment. *Journal of Education for Business*, vol.86, n°4, pp.201–207. <https://doi.org/10.1080/08832323.2010.502913>
- CHERRY, J. (2006).The impact of normative influence and locus of control on ethical judgments and intentions: A cross-cultural comparison. *Journal of Business Ethics*, vol. 68, n°2, pp.113–132. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-006-9043-3>
- FISHBEIN, M., & AJZEN, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison Wesley.
- FREIRE, C. (2014). Academic misconduct among Portuguese economics and business undergraduate students—a comparative analysis with other major students. *Journal of Academic Ethics*, vol. 12, n°1, pp.43–63. <https://doi.org/10.1007/s10805-013-9199-2>
- FULMER, RM. (1967). An Investigation into the Ethical Standards of Graduating M.B.A.'s. Working paper n°67–68–1, The Florida State University School of Business, Tallahassee, Florida.
- GANGA-CONTRERAS, F. (2005). Análisis preliminar del gobierno universitario chileno. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol.10, n°30, pp. 213-246.
- GANGA-CONTRERAS, F., RAMOS, ME., LEAL, A., y VALDIVIESO, P. (2015 a). Teoría de agencia (TA): supuestos teóricos aplicables a la gestión universitaria. *Innovar*, vol.25, n°57, pp. 11-25.

<https://dx.doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50324>

GANGA-CONTRERAS, F., & QUIROZ, J., & MALUK, S. (2015). ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LA TEORÍA DE AGENCIA (TA)? Algunos trabajos teóricos y empíricos aplicados a las organizaciones. *Prisma Social*, n°15, pp. 685-707. <https://www.redalyc.org/html/3537/353744533019/>

GHANEM, C., & MOZAHM, N. (2019). A study of cheating beliefs, engagement, and perception – The case of business and engineering students. *Journal of Academic Ethics*. Vol. 17, n°3, pp. 291-312. <https://doi.org/10.1007/s10805-019-9325-x>

GLENN, J., & VAN LOO, M. (1993). Business students' and practitioners' ethical decisions over time. *Journal of Business Ethics*, vol.12, n°11, pp.835–847. <https://doi.org/10.1007/BF00871665>

HENLE, C. (2006). Bad apples or bad barrels? A former CEO discusses the interplay of person and situation with implications for business education. *Academy of Management Learning & Education*, vol. 5, n°3, pp.346–355. <https://doi.org/10.5465/amle.2006.22697023>

HOLLIER, G., BLANKENSHIP, D., & JONES, I. (2013). College business students attitudes toward ethics. *Journal of Business and Behavior Sciences*, vol. 25, n°1, pp.54–68.

HUNT, S., & VITELL, S. (1986). General theory of marketing ethics. *Journal of Macromarketing*. Spring, vol. 6, n°1, pp.5–16.

JENSEN, M., & MECKLING, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, agency Costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, vol.3, n°4, pp. 305-360. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0304405X7690026X>

JORDAN, A. (2001). College student cheating: The role of motivation, perceived norms, attitudes, and knowledge of institutional policy. *Ethics & Behavior*, vol. 11, n°3, pp.233–247. https://doi.org/10.1207/S15327019EB1103_3

KARASSAVIDOU, E., & GLAVELI, N. (2006). Towards the ethical or the unethical side? An explorative research of Greek business students' attitudes. *International Journal of Educational Management*, vol.20, n°5, pp.348–364. <https://doi.org/10.1108/09513540610676421>

KLEIN, H., LEVENBURG, N., MCKENDALL, M., & MOTHERSELL, W. (2007). Cheating during the college years: How do business school students compare? *Journal of Business Ethics*, vol.72, n°2, pp.197–206. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9165-7>

LAWSON, R. (2004). Is classroom cheating related to business students' propensity to cheat in the "real world"? *Journal of Business Ethics*, vol.49, n°2, pp.189–199. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000015784.34148.cb>

LOZANO, MB. (2005). El mercado de control empresarial ante el conflicto de agencia accionista-directivo. *Tribuna de Economía*, n°823, pp. 217-234.

LUPTON, R., CHAPMAN, K., & WEISS, J. (2000). International perspective: A cross-national exploration of business students' attitudes, perceptions, and tendencies toward academic dishonesty. *Journal of Education for Business*, vol.75, n°4, pp.231–235. <https://doi.org/10.1080/08832320009599020>

MARTINOV-BENNIE, N., & MLADENOVIC, R. (2015). Investigation of the impact of an ethical framework and an integrated ethics education on accounting students' ethical sensitivity and judgment. *Journal of Business Ethics*. Vol.127, n°1, pp.189–203. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-2007-5>

MCCABE, D. (1997). Classroom cheating among natural science and engineering majors. *Science and*

Engineering Ethics, vol.3, n°4, pp.433–445. <https://doi.org/10.1007/s11948-997-0046-y>

REIG, A., & RAMIREZ, I. (1998). Efecto de la información asimétrica sobre el riesgo y el comportamiento de las sociedades de garantía recíproca: un análisis empírico. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.27, n°95, pp. 469–497. https://www.jstor.org/stable/42782141?seq=1#page_scan_tab_contents

NONIS, S., & SWIFT, C. (2001). An examination of the relationship between academic dishonesty and workplace dishonesty: A multicampus investigation. *Journal of Education for Business*, vol.77, n°2, pp.69–77. <https://doi.org/10.1080/08832320109599052>

PFEFFER, J., & FONG, C. (2004). The business school 'business': Some lessons from the US experience. *Journal of Management Studies*, vol.41, n°8, pp.1501–1520. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2004.00484.x>

SMITH, K., DAVY, J., & EASTERLING, D. (2004). An examination of cheating and its antecedents among marketing and management majors. *Journal of Business Ethics*, vol.50, n°1, pp.63–80. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000020876.72462.3f>

SMYTH, M., & DAVIS, J. (2004). Perceptions of dishonesty among two-year college students: Academic versus business situations. *Journal of Business Ethics*, vol.51, n°1, pp.63–73. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000032347.79241.3c>

TORMO-CARBÓ, G., SEGUI-MAS, E., & OLTRA, V. (2018). Business ethics as a sustainability challenge: higher education implications. *Sustainability*, vol.10, n°8, pp.2717–2734. <https://doi.org/10.3390/su10082717>

BIODATA

Francisco GANGA-CONTRERAS: Administrador Público, Licenciado en Administración, Magíster en Administración de Empresas, DEA en Organización de Empresas, Doctorado en Administración de Empresas, Doctorado en Gestión Estratégica y NI y Postdoctorado en Ciencias Humanas. Consultor Internacional y Profesor Titular e Investigador del Programa en Gobernanza e Inclusión Organizacional de la Universidad de Los Lagos-Chile. Correo postal: República N° 517, Universidad de Los Lagos, Chile. orcid.org/0000-0001-9325-6459 Web personal: docente.ulagos.cl/franciscoganga/ Correo electrónico: fganga@ulagos.cl

Nataly GUIÑEZ-CABRERA: Ingeniero Comercial, Licenciada en Ciencias Administrativas, Magíster en Administración de Empresas, Profesora Asistente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Departamento de Gestión Empresarial. Universidad del Bío-Bío, Avenida Andrés Bello 720, Chillán, Chile. Correo electrónico: nguiñez@ubiobio.cl

Héctor VARAS MEZA: Ingeniero Comercial, Licenciado en Ciencias de la administración de Empresas, Máster en Comercio Internacional, Magíster en Estudios Internacionales, Magíster en Dirección Estratégica, Ph.D. Business Administration. Actualmente es Vicerrector Administración y Finanzas Universidad Arturo Prat, Profesor Asociado de la Universidad Arturo Prat-Chile. Correo postal: Avda. Arturo Prat 2120, Universidad Arturo Prat, Iquique, Chile. Correo electrónico: hvaras@unap.cl

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a los estudiantes Marcelo Jara Yáñez, Cristian Orellana Parra y Gonzalo Urrutia Jara, de la carrera de Ingeniería en Ejecución en Administración de Empresas de la Universidad del Bío-Bío, por la colaboración en la recolección de los datos de esta investigación.