



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO ÉTICO DE LOS ESTUDIANTES DE NEGOCIO VESPERTINO DE LA UNIVERSIDAD DEL BÍO BÍO, SEDE CHILLÁN

**Memoria de título para optar al título de
Ingeniero en Ejecución en Administración de Empresas**

Integrantes

CRISTIAN ORELLANA PARRA

MARCELO JARA YAÑEZ

GONZALO URRUTIA JARA

Profesora Guía:

Nataly Guiñez Cabrera

Enero de 2017

Chillán, Chile

INDICE

<i>CAPÍTULO N°1: ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</i>	9
1.1 INTRODUCCIÓN	10
1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 Objetivo General:.....	13
1.3.2 Objetivos Específicos:.....	13
<i>CAPÍTULO N°2: MARCO TEÓRICO</i>	14
2.1 La Ética Empresarial	15
2.2 Institucionalización de la Ética Empresarial	16
2.3 Razones para una ética de las Organizaciones	17
2.4 La ética en las Organizaciones: procesos de institucionalización	19
2.5 La ética en los negocios y su desarrollo en el tiempo.	20
2.6 La importancia de la formación ética académica	22
2.7 Donde se debe incorporar la ética empresarial.....	24
2.8 Importancia de la asignatura de ética.....	27
2.9 ¿Se puede enseñar la ética?	28
<i>CAPÍTULO N°3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	34
3.1 Población y Muestra.....	35
3.2 Calculo de la Muestra.....	36
3.2.1 De qué depende el tamaño muestral.	36
3.3 Fuentes	38
3.4 Diseño de la investigación.....	39

3.5	Datos Procesados.....	39
<i>CAPÍTULO N°4:ANÁLISIS DE DATOS.....</i>		<i>41</i>
4.1	Caracterización sujetos a estudio.....	44
4.2	Resultados por Ítem Cuestionario	50
4.3	Resultados Comparativos	76
4.4	Frecuencia Relativa preguntas con alternativa (Casos).....	79
4.5	Pregunta: ha copiado alguna vez según carrera y género de los encuestados. Considera sólo casos válidos	82
<i>Conclusiones:.....</i>		<i>91</i>
<i>Bibliografía</i>		<i>93</i>
<i>Anexo 1.....</i>		<i>93</i>

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución según edad	44
Gráfico 2. Distribución según género	45
Gráfico 3. Distribución según ingreso familiar	46
Gráfico 4. Distribución según creencias	46
Gráfico 5. Distribución según religión que profesa	47
Gráfico 6. Distribución según situación laboral	48
Gráfico 7. Distribución según estado civil	48
Gráfico 8. Pregunta Ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba..	49
Gráfico 9. Ítem 1 “Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobem”.	50
Gráfico 10. Ítem 2 “Los estudiantes no denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo”.	51
Gráfico 11. Ítem 3 “Algunos estudiantes copian en las pruebas SOLO PORQUE creen que muchos otros lo hacen”.	52
Gráfico 12. Ítem 4 “Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas”	53
Gráfico 13. Ítem 5 “Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas”	54
Gráfico 14. Ítem 6 “Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubre temas que no necesitan o nunca utilizarán”.	55

Gráfico 15. Ítem 7 “Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento”.	56
Gráfico 16. Ítem 8 “Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas”.	57
Gráfico 17. Ítem 9 “Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo”.	58
Gráfico 18. Ítem 10 “El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias”.	59
Gráfico 19. Ítem 11 “Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.”	60
Gráfico 20. Ítem 12 “La Religión afecta a la ética profesional”.	61
Gráfico 21. Ítem 13 “La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas”.	62
Gráfico 22. Ítem 14 “El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia”.	63
Gráfico 23. Ítem 15 “Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios”.	64
Gráfico 24. Ítem 16 “Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas”.	65
Gráfico 25. Ítem 17 “Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir”.	66
Gráfico 26. Ítem 18 “Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales”.	67
Gráfico 27. Ítem 19 “Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable”.	68

Gráfico 28. Ítem 20 “La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección”.....	69
Gráfico 29. Ítem 21 “La ética es importante para los profesionales”.....	70
Gráfico 30. Ítem 22 “Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional”.....	71
Gráfico 31. Ítem 23 “La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional”.....	72
Gráfico 32. Ítem 24 ¿Qué haría?	73
Gráfico 33. Ítem 25 ¿Con que programa te quedarías?.....	74
Gráfico 34. Ítem 26 ¿Intenta contratarlo?.....	75
Gráfico 35. Comparación pregunta ha copiado alguna vez según carrera	82
Gráfico 36. Comparación pregunta ha copiado alguna vez según género.....	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perfil de la Muestra	42
Tabla 2. Ficha Técnica del Estudio	42
Tabla 3. Frecuencia relativa por ítem, ordenada en forma descendente según alternativa 5+4.	77
Tabla 4. Frecuencia relativa pregunta N° 24.....	79
Tabla 5. Frecuencia relativa pregunta N° 25.....	80
Tabla 6. Frecuencia relativa pregunta N° 26.....	81
Tabla 7. Frecuencia absoluta por carrera	82
Tabla 8 Frecuencia relativa por carrera	82
Tabla 9. Frecuencia absoluta por género.....	83
Tabla 10. Frecuencia relativa por género.....	84
Tabla 11. Frecuencia relativa por ítem alternativa Totalmente de acuerdo (5) según carrera TUA	85
Tabla 12. Frecuencia relativa por ítem alternativa Totalmente de acuerdo (5) según carrera IEAE	87
Tabla 13. Frecuencia relativa por ítem alternativa Totalmente de acuerdo (5) según carrera ICO	89

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar debo dar gracias a Dios por darme la fuerza necesaria cada día para haber enfrentado este desafío que un día decidí tomar sabiendo el camino largo que tenía que recorrer. A mi esposa y fiel compañera, mi cable a tierra, Leticia, quien ha tenido que poner un esfuerzo aún mayor para estar presente en la crianza de nuestros pequeños hijos, en los días y momentos que por motivos de la Universidad el papá estaba ausente, siempre sabiendo que todo redundaría para mejor. Gracias Rafaela y Simón!!, cuando sean grandes entenderán el sacrificio que el papá hizo también pensando en ustedes.

Gracias a mis Padres que siempre estaban pendientes preguntando cómo van los estudios hijo, cuanto te queda, o simplemente dándome una palabra de aliento que me hacía sentir que ya faltaba poco.

Gracias a Karen, mi jefa, por su apoyo durante estos años en todo sentido. Toleró mis atrasos cuando me quedaba estudiando hasta tarde.

Gracias a los compañeros y compañeras de curso que hicieron más grata la estadía en cada clase y aunque suene raro se extrañarán esos días dentro de las aulas de la UBB.

Gonzalo Urrutia Jara

Agradecimientos a mi pequeña pero gran familia Laura y Josefa que siempre creyeron en mí y me apoyaron en todo el proceso universitario. No puedo dejar de mencionar a dos grandes amigos, Gonzalo Jaime y Marcelo Enrique, compañeros de esta gran aventura de 5 años no exenta de inconvenientes y problemas. También agradecer a Dios por ayudarme a que todo se fuera dando de la mejor manera.

A todos gracias...

Cristian Orellana Parra

Debo agradecer en primer lugar a mi esposa Catherine Verdugo, quien confió y me brindó su apoyo y que me alentó a perseguir este sueño tan anhelado de ser profesional durante estos 5 años de estudio universitario, a los nuevos amigos que conociera durante este periodo y que los voy a recordar durante toda mi vida, a los compañeros y buenos amigos Gonzalo y Cristian, que seguramente sin ellos, todo hubiese sido más difícil.

Marcelo Jara Yañez

CAPÍTULO N°1: ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

En el mundo en el cual hoy estamos inmersos renace de entre las instituciones y personas una palabra que tiene un valor muy grande y que poco a poco le hemos ido tomando el peso con el pasar del tiempo. Esta palabra tan pequeña y compleja es la Ética.

La ética como una disciplina filosófica estudia el bien y el mal y sus relaciones con la moral y el comportamiento humano, haciendo de esta forma un tema que se puede aplicar hoy día al mundo de los negocios y todo lo que ello implica.

Es por ello que nace la ética empresarial que se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios es decir un conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de una empresa para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad.

Por este motivo es relevante entender que el comportamiento ético debe estar presente en los profesionales que se desenvuelven en el mundo empresarial, de negocios y tomas de decisiones para poder actuar de forma correcta y concreta frente a situaciones complejas.

Es esta la razón por la cual como estudiantes hemos querido analizar el comportamiento ético en los alumnos de la Universidad del Bío-Bío, sede Chillán, que cursan las carreras de Técnico en Administración de Empresas, Ingeniería de ejecución en Administración de Empresas e Ingeniería Comercial para detectar de qué manera están preparados para enfrentar los dilemas éticos en el mundo empresarial en el cual hoy están insertos.

1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Hoy en el mundo en que nos desarrollamos, la ética empresarial ha tomado un papel muy importante, sobre todo para un grupo tan selectivo, como son los estudiantes de negocio vespertino, quienes están siendo formados para ser profesionales integrales, donde sin duda se verán constantemente enfrentados a dilemas éticos y es en esos casos donde saber enfrentarlos puede hacer cambiar el destino de situaciones complejas.

Numerosos escándalos han desencadenado preocupación pública sobre las prácticas comerciales, contables y financieras, poniendo especial atención en la formación ética de los profesionales del área de negocios (Martinov-Bennie y Mladenovic, 2015). Por citar algunos renombrados ejemplos: Enron (EE.UU, 2001), WorldCom (EE.UU., 2002), TV Azteca (México, 2003), Parmalat (Italia, 2003), Royal Ahold (Holanda, 2003), Adecco (Suiza, 2003), Volkswagen (Alemania, 2004), La Polar (Chile, 2011), CMPC y SCA (Chile, 2000-2011) entre otros. Según Klein et al. (2007), hay buenas razones para estar preocupados acerca de cómo los estudiantes de negocios se comportarán cuando finalmente se conviertan en profesionales; y las escuelas de negocios tienen una responsabilidad de educar a profesionales éticos.

Según Perri et al. (2009), la ética se puede enseñar, es decir, el desarrollo del razonamiento ético puede ser adquirido. Por ello, se han generado críticas dirigidas hacia la academia, por tener un importante grado de responsabilidad en la ausencia o insuficiencia de incorporación de la educación ética en los programas de estudios de negocios (Earley y Kelly, 2004; Madison y Schmidt, 2006; Martinov-Bennie y Mladenovic, 2015). Los administradores y académicos recomiendan que exista un fortalecimiento de la educación ética empresarial, con la finalidad de mejorar la capacidad de respuesta en un ambiente dinámico y complejo como es el de los negocios (Cheng y Chu, 2014).

Además a esto, dentro de las Competencias Genéricas de la Universidad del

Bío-Bío, también se incorpora la Responsabilidad Social. Más aún, la CNA (Comisión Nacional de Acreditación), dentro de sus criterios de evaluación para la acreditación de carreras profesionales, contempla que "... la carrera o programa, incluye en ella actividades formativas que promueven el comportamiento ético".

Sin embargo, estas carreras profesionales y técnicas no tienen en su plan de estudio una asignatura de ética empresarial. Hasta el momento, los temas éticos empresariales han sido abordados de manera transversal a lo largo de la malla curricular a través de los Resultados de Aprendizaje (RA) de diferentes asignaturas.

Por lo anterior, existe incertidumbre de que esta competencia efectivamente se esté desarrollando. Es así, que con esta investigación se evaluará el desarrollo de esta competencia a través de una evaluación del desempeño de los estudiantes, por carrera y nivel, frente a un dilema ético empresarial.

Esta investigación proporcionará evidencia acerca de la formación ética empresarial de los estudiantes de negocio vespertinos, para contribuir al desarrollo de esta importante competencia interdisciplinaria.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General:

Evaluar el desempeño ético de los estudiantes de las carreras de negocio vespertino de la Facultad de Ciencias Empresariales (FACE) de la Universidad del Bío-Bío (UBB) sede Chillán.

1.3.2 Objetivos Específicos:

1. Investigar sobre la ética en los estudiantes de negocio.
2. Determinar a través de un instrumento de medición (encuesta) la medición del desempeño ético de los estudiantes de las carreras de negocio vespertinas de la FACE frente a un dilema ético.
3. Analizar los resultados obtenidos generando medidas de mejora en la enseñanza de la ética empresarial en las carreras de negocio vespertinas pertenecientes a la FACE.

CAPÍTULO N°2: MARCO TEÓRICO

2.1 La Ética Empresarial

La ética empresarial es una rama de la ética aplicada. Se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios: la gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado, las decisiones comerciales, etc. (Ildefonso Camacho, 2002) La ética empresarial se distingue, por un lado de las ciencias empresariales o económicas puramente descriptivas (sin pretensiones normativas), tales como la econometría o la historia económica. Por otro lado, se diferencia de saberes con pretensiones normativas pero no de naturaleza moral, tales como la economía política, la contabilidad o el derecho mercantil. Esta última distinción es mucho menos precisa que la primera. El motivo es que todas las ciencias con pretensiones normativas han de confrontar en algún momento sus supuestos normativos últimos, y esa confrontación puede tener elementos comunes, zonas de intersección entre la política, la moral, la economía, el derecho, etc.

Un modo eficaz de señalar el ámbito de la ética empresarial es recordar que como disciplina académica suele abarcar uno o más de los siguientes temas: el estudio de los principios morales aplicables a la vida económica y empresarial; el estudio y crítica de los valores efectivamente dominantes en el ámbito económico en general y en cada una de las organizaciones; el análisis de casos reales que ejemplifican, o ayudan a entender, la responsabilidad en las organizaciones y de sus diversos constituyentes; la investigación y el desarrollo de cuerpos normativos voluntarios, o procedimientos estandarizados de gestión, basados en principios y valores éticos; el seguimiento y descripción de la implantación de estos códigos y procedimientos en organizaciones concretas, así como la observación de sus efectos en las propias organizaciones y su entorno.

También se ocupa con frecuencia la ética empresarial del estudio de las virtudes personales que han de estar presentes en el mundo de los negocios. Se

trata de demostrar que tales virtudes forman parte de la correcta comprensión de lo que es una vida buena para un directivo, para el grupo de personas que forman una organización, o para la sociedad más amplia en que la organización misma se integra. Aunque las organizaciones las componen personas, y aunque el carácter personal de los directivos tiene una importancia decisiva en el perfil ético de las organizaciones, las responsabilidades corporativas no coinciden con las individuales, los métodos de decisión corporativos difieren de los personales, los principios y objetivos de las organizaciones están a veces por encima de los de las personas y los valores corporativos no tienen por qué identificarse con los valores personales de los miembros de la organización.

2.2 Institucionalización de la Ética Empresarial

Cuando hablamos de institucionalización de la ética empresarial nos referimos a los mecanismos objetivos (códigos, documentos formales, programas de formación, comités específicos, asesorías, procedimientos documentados de decisión, sistemas de gestión) mediante los que se trata de hacer efectivos los valores o principios éticos de una organización. Tanto los fundamentos como los valores, normas o principios que una ética empresarial pudiera proponer estarán dirigidos a la organización, y en consecuencia han de adoptar una forma que tenga sentido y sea eficaz en términos organizativos (Maclagan, 1998). Mientras la ética individual parte de los datos científicos y filosóficos disponibles sobre el carácter y la naturaleza del ser humano individual, la ética empresarial deberá contar con el conocimiento disponible sobre las organizaciones: su naturaleza y estructura, el tipo de racionalidad característico, las formas de relación que establecen (poder, dependencia, conflicto, competencia, etc.), su evolución y funcionamiento. Mientras la ética individual apela a la conciencia o a la razón de cada persona, la ética de las organizaciones ha de apelar al equivalente organizativo, que son los procesos que determinan las decisiones y comportamientos de las organizaciones (Lozano, 1999).

2.3 Razones para una ética de las Organizaciones

Las razones por las que una ética organizativa específica se hace necesaria han sido destacadas por los estudiosos del desarrollo corporativo en la era posindustrial y pos-capitalista. A. Cortina, J. Lozano, D. García-Marzá, entre otros, destacan lo que es habitual llamar “necesidades éticas” de las organizaciones. Se trata de las circunstancias que presionan a las empresas y que las abocan a adoptar respuestas globales y proactivas. Las grandes organizaciones actuales están sometidas a demandas y relaciones de poder que no se daban en momentos anteriores del desarrollo social e industrial. Tales demandas exigen como respuesta actitudes y compromisos de la organización como tal. Las demandas nuevas provienen de los agentes externos a la organización: consumidores, competencia, agencias gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, etc. Por otro lado, las demandas tradicionales de los que podemos llamar “agentes internos”, como trabajadores y accionistas, se transforman. Desde todos estos lugares (desde fuera y desde dentro) se presiona a las organizaciones porque ellas tienen una gran influencia sobre las vidas de mucha gente, y una gran capacidad de poder efectivo en un mundo globalizado.

Con frecuencia las organizaciones multinacionales tienen mayor influencia, capacidad y poder que los Estados. Por eso son ellas el objeto de las presiones y las demandas de quienes se sienten de algún modo afectados, o se erigen en portavoces de ellos por sus actividades o por las consecuencias de las mismas. Se les responsabiliza porque muchas veces sólo ellas pueden evitar determinados resultados o, si ya han ocurrido, repararlos. Y en el caso particular de las empresas con ánimo de lucro, se benefician principalmente de actividades cuyas consecuencias negativas pueden sufrir otros (Cortana, 2013).

El que una organización deba responsabilizarse de sus actos no es nuevo. En todos los países hay legislación detallada, civil, penal, laboral, administrativa y

mercantil, que especifica qué responsabilidades tienen las personas y las corporaciones. En los países desarrollados hay además sistemas judiciales suficientemente fiables que tratan de imponer las responsabilidades legales cuando es necesario. Lo que es nuevo es la conciencia social de que esa responsabilidad corporativa existe, y que debe hacerse efectiva incluso cuando la ley no alcanza a imponerla. Por ejemplo, cuando atañe a hechos realizados fuera de las fronteras del país de nacionalidad de la corporación, cuando ninguna ley protege al bien afectado, o cuando el procedimiento de reparación judicial es tan lento que resulta inútil. En estos casos, y en muchos otros, agentes externos e internos presionan directamente a las organizaciones, en la medida que pueden, para que se responsabilicen de sus decisiones, al margen de si tienen o no una obligación legal de hacerlo. Estas presiones, que de algún modo suponen el reconocimiento de la impotencia del Estado frente a las organizaciones, pueden conducir, cuando se acumulan, a lo que podemos llamar “bancarota moral” de esas mismas organizaciones (Camejo, 2010).

Las organizaciones con una sólida cultura ética se caracterizan por anticipar esas demandas, asumiendo sus responsabilidades antes de que sean planteadas como quejas, o antes de que se produzca el daño (actitud proactiva).

Así pues, las organizaciones se encuentran con la necesidad de adoptar medidas proactivas (anticipándose a los acontecimientos) que aseguren la correcta comprensión y asunción de sus responsabilidades y transmitan esto a la sociedad. Esta necesidad genérica puede analizarse en sus diferentes aspectos, y así suelen destacarse una serie de “necesidades éticas” de las organizaciones:

- Las organizaciones necesitan garantizar la confianza de la sociedad. Esta confianza se ve debilitando por la aparición de escándalos y malas prácticas corporativas, y por su amplia exposición mediática.
- Las organizaciones han de construir una cultura corporativa que las identifique y permita la identificación de sus miembros con la misma. Si esta “cultura empresarial” se define por prácticas y actitudes responsables y respetuosas

comercial, técnica y socialmente, de tal modo que los miembros de la organización transmitan y refuercen tales valores, entonces es indudablemente más fácil alcanzar y mantener la confianza externa e interna en la organización. La organización puede definirse entonces propiamente como una institución social cooperativa y beneficiosa (Lozano, 1997).

- Interesa a las organizaciones mantener un bajo nivel de conflicto interno, y si los conflictos surgen, tener mecanismos eficaces para resolverlos.
- Por último, hay que mencionar que las organizaciones actuales tienden a ser complejas y se desenvuelven en un ambiente plural. Esto hace que sea primordial que las empresas se doten: de mecanismo de integración efectiva, para que las energías y las capacidades creadoras y productivas de todos sus miembros estén efectivamente coordinadas, y de una definición común sobre los criterios mínimos de conducta y de trato personal exigibles en todo lugar a los miembros de la organización, con independencia de las diferencias culturales, o incluso de carácter, entre ellos. Estos objetivos se encaminan a hacer de la organización una unidad más que un mero agregado de personas movidas cada una por sus intereses particulares.

2.4 La ética en las Organizaciones: procesos de institucionalización

Los medios de institucionalización de la ética empresarial tratan de facilitar ese objetivo general, que puede desglosarse en otros objetivos concretos de la institucionalización de la ética en las organizaciones:

- Los integrantes de la organización conozcan que se espera de ellos, y los otros miembros y también las personas no relacionadas con la organización con las cuales interactúa en el desempeño de sus funciones

- Los colaboradores de la empresa-organización conozcan y entiendan los propósitos y valores que ésta considera propios.
- Llegar a empaparse de los valores y a la vez, comprometerse con la actuación en su forma y modo con la organización
- Que todos puedan contribuir al proceso de reflexión, crítica y transformación de los valores de la organización. Esto se logra mediante los mecanismos que faciliten la detección de conductas o actitudes incompatibles con los valores compartidos y su resolución en el marco de la propia organización.
- Que participen activamente en el logro de los fines corporativos y en la realización de los valores comunes. Para ellos hay que conseguir que estén dentro de las redes de informaciones formales e informales que constituyen el entramado del conocimiento atesorado por la organización y que tengan voz en los procesos de toma de decisión.

2.5 La ética en los negocios y su desarrollo en el tiempo.

Durante mucho tiempo ha existido preocupación pública o social con respecto a la ética en los negocios (Festervand y Vitell, 1987); El crecimiento de la economía y las consecuencia de grandes crisis financieras vividas últimamente han hecho que la ética en el mundo empresarial tome gran relevancia en varias economías occidentales, convirtiéndose en un tema muy importante, en especial por los grandes escándalos corporativos observados (Chu, 2014)

La ética en la práctica de negocios es un tema atingente, temas destacados incluyen el uso de información privilegiada; trato de los clientes, tales como fraude; calidad social, ambiental de los productos, responsabilidades de las empresas y directivos (Whippe y Swords, 1992).

La sociedad en general ha expresado su indignación por episodios

escandalosos de fraudes, engaño, y colusión (Sierra, 2006)

Estos numerosos escándalos corporativos, han desencadenado mayor preocupación pública sobre las prácticas comerciales, contables y financieras, poniendo especial atención en la formación ética o falta de ética profesional del área (Mladenovic- Nonna Martinov, 2015).

Es por esto que van surgiendo algunas interrogantes como resultado y relación a estos escándalos financieros, contables y comerciales y se formula una pregunta como esta. ¿Qué tipo de formación ética tienen los implicados en estos escándalos corporativos (auditores, contadores y administradores) y qué reciben en esta formación profesional? (Jennings, 2004).

Es por esto que nacen críticas dirigidas hacia la comunidad académica, por tener un grado de responsabilidad en la ausencia o insuficiencia de incorporación de la educación ética en los programas de estudios (Earley y Kelly, 2004); (Madison y Schmidt, 2006); (Mladenovic- Nonna Martinov, 2015).

Durante muchos años, la educación en colegios y universidades han tenido el dilema con la metodología de enseñar el tema ético a los estudiantes es por eso que existe preocupación por la calidad de las decisiones gerenciales cuando se presentan situaciones éticas cuestionables (Zimmerer y McNichols, 1985).

Es muy importante estudiar el comportamiento y decisiones en el área de negocios, ya que las decisiones pueden afectar la vida y bienestar de la sociedad en general.

El mundo empresarial se encuentra siempre involucrado en la toma de decisiones éticas. Las decisiones y actos pueden producir grandes consecuencias sociales, en el ámbito de la salud, seguridad y bienestar de los consumidores, empleados y comunidad en general (Trevino, 1986).

Según (Ducker, 2010), la ética empresarial se está convirtiendo, en la sustitución de la responsabilidad social.

Lewin (1983) describió la ética en los negocios como: "una nueva área de crecimiento en el mundo académico". También haciendo mención que en la comunidad empresarial, "Casi todas las grandes empresas han reunido alguna forma un código de ética escrito" (Festervand y Vitell, 1987).

2.6 La importancia de la formación ética académica

La ética profesional no es un tema al cual debemos dejar de poner atención o darle solo una mirada simplista, menos aún en sociedades como la nuestra, donde los hechos que han salido a luz pública como la corrupción, injusticia social y la falta de confianza en quienes actúan como representantes de nuestro país, es decir es un tema que frente a lo expuesto anteriormente toma un valor mayor e interesante de analizar y fundamentalmente incorporar en la formación académica de los jóvenes del mundo actual.

Una lección magistral contenida en la pedagogía clásica es la que proviene de Comenio (1988), quien concibe a la institución educativa como el "taller de la humanidad". Es aquí, en la escuela, escribió Comenio en el siglo XVII, donde se han de formar hombres y mujeres para convertirse en personas eruditas, virtuosas y piadosas. Llevado este principio pedagógico hasta la formación universitaria, nos insta a pensar una profesionalidad donde los conocimientos académicos y las competencias técnicas propias de cada campo, necesariamente se relacionan con las cualidades, convicciones e identidades con la justicia, la solidaridad y el resto de valores propios de la sociedad democrática. Lograr esta divisa para el ejercicio de las profesiones constituye una de las finalidades de la formación universitaria, concebida ésta en la perspectiva de la ética profesional (Bolívar, 2005).

Los administradores y académicos recomiendan que exista un fortalecimiento de la educación ética empresarial, con la finalidad de fortalecer la capacidad de

respuesta en el escenario actual y futuro de un ambiente dinámico y complejo en los negocios (Chu, 2014).

Es por eso que en muchas escuelas de negocio la educación en la ética se ha transformado en un objetivo primordial, así nace la importancia de explorar el proceso de decisión ética de los estudiantes, con la finalidad de mejorar la educación en esta materia (Chu, 2014).

Hoy en día las revistas académicas de investigación han realizado gran cantidad de investigaciones en la ética de los negocios y se han ido incorporando un número creciente de estudios, poniendo la importancia y necesidad de incorporar la ética de negocios en la educación de los estudiantes. (Chu, 2014)

Es por eso que la comunidad académica tiene presente la necesidad de profesionales con una gran gama de atributos, entre ellos la excelencia técnica, pero esta, no puede ser separada de otras habilidades profesionales y de la ética profesional (David Molyneaux, 2004).

Según (Blanthorne et al., 2007) los educadores de enseñanza universitaria creen que la incorporación de la ética en el plan de estudios es importante, sobre todo en los temas relacionados con la práctica de la profesión, al encontrarse dentro de los objetivos la recuperación de la confianza en la sociedad.

Otra muestra de la importancia de la formación académica lo demuestra la Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) la que ha elaborado un informe titulado “Educación Ética en Escuelas de Negocios” (2004), donde recomienda la educación ética.

Conjunto con esto, Rest y Narvárez (1994) argumentan que los individuos necesitan ser entrenados para reconocer y resolver los problemas éticos que le son propios en determinadas profesiones.

Si bien es cierto, los planteamientos éticos en la sociedad actual son mayores, o el querer incorporarlos como cursos o talleres desde el punto de vista

académico, tenemos que tener presente que este pensamiento estaba presente muchas décadas atrás donde se quería dejar en claro la importancia asociada con la enseñanza y la ética en los negocios, cursos que han sido reconocidos por los académicos (Frederick, 1988; Long, 1984) y profesionales de negocios (Shad, 1987).

De George (1989) cree que los estudiantes necesitan ser sensibilizados a la ética en los negocios y de temas que se enfrentarán al graduarse y a la entrada al mundo laboral moderno.

2.7 Donde se debe incorporar la ética empresarial

Algunas investigaciones plantean que existen inconvenientes de ofrecer la asignatura de ética de negocios como una asignatura electiva, ya que algunos estudiantes pueden tener poco o nulo interés de cursarla, por considerarla poco esencial en la formación profesional (Mahoney y Rood 1991; Randall 1994).

De todos estos estudios se pudieron identificar dos enfoques para la incorporación de la enseñanza de la ética en los programas de negocios, uno de ellos es impartir un curso independiente de ética en el currículo y el otro implica integrar la relevancia de la ética en diversos cursos de forma transversal. En cuanto a los cursos de ética de negocios, podrían ser contemplados para un nivel de cursos superior y ser diseñados de manera más específica los contenidos (Chu, 2014). Ambos, cursos generales y específicos deben ser complementarios el uno al otro en la formación educacional de los estudiantes (Miller y Becker 2011).

American Institute of CPAs (AICPA) proporciona recursos de ética, que incluyen “Árbol de Decisiones Éticas” (2002), y también señala la importancia de la educación ética, pero no proporciona la discusión sobre cómo debe realizarse esta misma educación (Mladenovic- Nonna Martinov, 2015).

La educación ética puede tomar un número de formas, incluyendo: una asignatura de ética (stand-alone), o una integración de una unidad dentro de un curso (Cooper et al., 2008) o podría incluir ambas formas, como una asignatura independiente o como unidades a lo largo de un programa académico (Mladenovic-Nonna Martinov, 2015)

Hay un continuo debate sin resolución, con respecto al mejor enfoque metodológico y de aprendizaje de la ética en estudiantes de negocios, si es mejor una asignatura de ética independiente (stand-alone) o una integración de la ética a través de una unidad en las asignaturas (Reid et al., 2011).

Estudios recientes realizados por Dellaportas (2006), Chan y Leung (2006), Nguyen et al. (2008), Cloninger y Selverajan (2010) y Mintchik y Farmer (2009) proporcionan apoyo a la eficacia de una asignatura independiente de ética (stand-alone).

Menos estudios investigan la eficacia de un enfoque integrado en distintas asignaturas a través de una unidad, sin embargo, la investigación llevada a cabo por Felton y Sims (2005) y McDonald (2004), en ambos estudios se encuentra el apoyo a un enfoque integrado y transversal.

Por otra parte, sugiere un enfoque "holístico" de la ética incluyendo los cursos de ética independientes y la integración a través de unidades en distintas asignaturas, considerando que es un enfoque óptimo.

Sin embargo, se reconoce que esto puede ser difícil de llevar a cabo en un plan de estudios que se encuentra saturado (Ghaffari et al., 2008).

Los resultados de (Mladenovic- Nonna Martinov, 2015), ponen de manifiesto que los casos de ética por si solos, no aumenta la sensibilidad ética de los estudiantes, pero cuando se incorpora en una unidad de ética como parte integrada de una asignatura si lo hace.

Waples et al., (2009) afirman que, si bien el uso de un marco es valioso en la

enseñanza de la ética y ayuda a dirigir la toma de decisiones éticas, pero a menudo no es suficiente.

Sin embargo las escuelas de negocios deben evaluar los enfoques y métodos más eficaces para la educación de la ética, tienen un papel importante en guiar a los estudiantes a ser gerentes éticos y exitosos y los protagonistas de "hacer del mundo un lugar mejor" (AACSB, 2004).

Una asignatura independiente de ética puede tener un impacto significativo en juicio ético de los estudiantes, mientras que una ética integrada en la educación puede exponer a los estudiantes a una serie de cuestiones éticas y perspectivas, mejorando así su sensibilidad ética (Mladenovic- Nonna Martinov, 2015). La investigación de estos autores en sus resultados proporcionan hallazgos que sugieren que tanto autónomo e integrado unidades de ética pueden beneficiarse de la inclusión de un marco o modelos de toma de decisiones éticas en apoyo a los estudiantes en procesos de toma de decisiones éticas (juicios). Sugieren que es importante proporcionar a los estudiantes oportunidades para discusiones de grupo en profundidad, teorías éticas y perspectivas, así como la exposición a una gama de casos de negocio para sensibilizar en diferentes cuestiones éticas.

(Mladenovic- Nonna Martinov, 2015), proporcionan empírica evidencia de que educadores avalan la integración independiente sobre unidades y casos empresariales ofrecen el más eficaz método de instrucción ética.

Wynd y Mager (1989), realizan la siguiente pregunta. ¿El curso de ética en un plan académico cambia realmente las actitudes de los estudiantes hacia lo que debe o no debe constituir comportamiento ético en el mundo de los negocios? Sí hay ningún cambio en la forma en que los estudiantes perciben las decisiones éticas de negocio después de tomar el curso entonces tal vez los recursos deben ser utilizados en otras áreas.

Goodman and Crawford (1974), demostraron en una investigación que en general, que los estudiantes de negocio no era más crítico de la falta de ética

prácticas de investigación que los ejecutivos. Llegando a la conclusión "En toda la gama de la ética estudiados aquí, los jóvenes ahora que entra en el empleo de las empresas tienen normas no significativamente diferentes de las de los ejecutivos de marketing ya allí."

2.8 Importancia de la asignatura de ética

Reconociendo un dilema ético es esencial para la toma de decisiones éticas en un comienzo (Jones, 1991). Una vez que una persona reconoce la existencia de un problema ético, debe continuar haciendo un juicio ético sobre un apropiado curso de acción.

La sensibilidad (reconocimiento de un dilema ético) y juicio ético de los estudiantes se puede mejorar en el proceso de la educación (Cooper et al., 2008).

La experiencia de aprendizaje debe mejorar la capacidad de los alumnos para reconocer dilemas éticos y aumentar la sensibilidad ética (AACSB, 2004).

El objetivo de la educación ética en el desarrollo de la sensibilidad ética es sensibilizar a los estudiantes a cuestiones éticas y riesgos en la disciplina (Cooper et al., 2008).

Cada decisión tiene una dimensión ética y los estudiantes necesitan ser sensibilizados a esta realidad (Sims y Felton, 2006).

Respecto a la importancia de la asignatura de ética, una investigación de la ética en la educación ha tendido a centrarse en el desarrollo cognitivo de los estudiantes, en la capacidad de ética como base para hacer juicios éticos (Thorne, 2001).

Los códigos de conducta profesional de los estudiantes los hacen familiarizarse con las responsabilidades profesionales y parecen tener un impacto

positivo en su sensibilidad ética y juicio, muchos cursos de ética también introducen a los estudiantes a los modelos para ayudar a la toma de decisiones éticas a analizar las cuestiones éticas que comúnmente se enfrentan los profesionales (Mladenovic- Nonna Martinov, 2015).

El propósito central de la introducción de estudiantes a un marco de toma de decisiones ética es proporcionarles las herramientas que necesitan para identificar y pensar a través de cuestiones éticas (AACSB, 2004).

2.9 ¿Se puede enseñar la ética?

Hay muchas personas que creen que la ética no se puede enseñar, sin embargo, es algo que se aprende. La familia y las escuelas son las primeras en enseñar valores, pero el aprendizaje no se acaba ahí. También las instituciones de educación superior y organizaciones pueden actuar como vectores de conductas. En algunas de ellas existen manuales que indican no solo el cómo proceder ante situaciones de dudosa moral dentro de una empresa, sino que también se imparten cursos o talleres de capacitación donde se discuten casos prácticos y reales, además de contar con áreas específicas donde los trabajadores pueden plantear sus inquietudes y realizar denuncias con absoluta discreción y confidencialidad.

Una asignatura o curso de ética se entiende como una herramienta necesaria para alertar a estudiantes a temas de negocios, para enseñar mejor el razonamiento, habilidades, y para aclarar aspiraciones morales de los estudiantes. Además, los cursos de ética también son vistos como promotores al aprendizaje de valores (Konrad, 1978).

La Graduada en Administración de Empresas. Post-grado en Docencia Universitaria. Sra. María de Lourdes Sánchez indica en una columna escrita el 31 de Marzo de 2008, que existen muchos quienes dicen que la ética no se puede enseñar y que muchos se cuestionan si es posible la asimilación de programas a

partir de la capacitación respecto a estos temas a trabajadores en sus respectivas empresas y ponen el siguiente ejemplo de estudio:

“En una encuesta reciente se encontró que aproximadamente el 75% de los empleados que trabajan en las 1.000 corporaciones estadounidenses más grandes reciben capacitación ética, sin embargo, no hay prueba clara de que se pueda enseñar la ética” (Sanchez, 2008).

Las posiciones al respecto son las siguientes:

“Los críticos afirman que la ética se funda en valores y que los sistemas de valores se fijan a edad temprana, en el momento en que las empresas contratan empleados, estos ya tienen establecidos unos valores éticos, aseguran que la ética no se puede enseñar, sino que debe aprenderse mediante el ejemplo”

“Quienes defienden la capacitación ética aseveran que los valores pueden aprenderse y modificarse después de la niñez, e incluso si no fuera posible, la capacitación ética será eficaz porque ayudaría a los empleados a reconocer las disyuntivas morales, estar atentos a las implicaciones éticas de sus acciones y reafirmar las expectativas de la organización de que se conducirán de manera moral.”

Ahora Bien, la docente declara que si bien son ciertas las aseveraciones antes citadas, debemos reflexionar en relación a esos planteamientos e indica los siguientes puntos según su apreciación:

- Ciertamente la ética no se enseña debido que es algo intrínseco de cada individuo en particular, sin embargo, el objeto de estudio de la ética es la moral, por ende a través de ejemplos morales podemos capacitar éticamente a los empleados.
- Todos los estudios superiores incluyen en su estructura curricular la asignatura de ética aplicada a la carrera en particular que se trate, donde se le capacita a los discentes en relación a los fundamentos éticos, se analizan

casos y se le dan ejemplificaciones sobre valores y actos morales, entonces a partir de esta capacitación programada existe un cambio de mentalidad del individuo, para su posible inserción al mercado laboral de trabajo.

- Existen en el mercado un sin números de libros, fabulas y cuentos sobre la administración por valores, relatos éticos, entrevistas por valores, etc., a través del cambio de valores por la asimilación de esos conocimientos de los individuos, se da la capacitación ética.
- A través de la técnica de capacitación modelamiento de la conducta se le enseña a los empleados a través de películas o videos técnicas administrativas basadas en la cultura organizacional de la empresa y después se le pide que actúen conforme a esos mismos papeles, esa situación simulada sobre cambio de valores y conducta lo capacita éticamente.
- Las organizaciones poseen código de ética para sus colaboradores y capacitan a los mismos sobre este instrumento y su importancia para el logro de sus objetivos organizacionales desde el proceso de inducción y/o socialización del nuevo empleado, de forma tal que el mismo asuma esos principios éticos y valores determinado por la organización desde el inicio de sus labores, ahí estamos capacitando éticamente.
- Las instituciones mantienen una preocupación por sus empleados en cuanto al servicio al cliente, calidad, ambiente, incentivos, capacitación, desarrollo, remuneraciones, seguridad, salud e higiene, actitudes, la familia, comunidad, la responsabilidad social y en general la calidad de vida del trabajador, proporcionándoles dignidad y respeto, el colaborador se siente contento y motivado a dar mayores niveles de productividad y por ende la empresa también, porque obtendrá mayores beneficios económicos, este estado de ánimo, sentido de bienestar y/o prosperidad, es en sí una cuestión ética, que

ha sido modificada a través del objeto de estudio de esta (la moral) y por una modificación de los valores del individuo.

- Es de todo saber que los valores constituyen la médula de la cultura organizacional, ya que aportan un sentido de dirección a sus integrantes, así como pautas a sus quehaceres diarios, por eso la modificación de sus valores, lo llevan a poseer una capacitación ética, a partir de la creación de un sentido de identidad con la empresa.
- La cultura empresarial es lo que identifica la forma de ser de una empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden interno y externo, que son interiorizados en forma de creencias y condiciones colectivas que se transmiten y se enseñan a los miembros de una organización como una manera de pensar, vivir y actuar, a través de la modificación de sus valores, lo que lo capacita éticamente.
- La capacitación ética a partir de la modificación de valores como: lealtad, equidad, compromiso, pertenencia, justicia, respeto, diálogo, responsabilidad, tolerancia, honestidad, valentía, prudencia, compasión, libertad, optimismo, perdón, bondad, autenticidad, etc., definitivamente es posible modificar la conducta humana y por ende es viable al entender de esta docente la capacitación ética. (Sanchez, 2008)

Otro antecedente relevante es el descrito en una columna del diario el País Español, que dejó muy claro que una de las Universidades más grandes en el mundo, en las escuelas de negocio como lo es Harvard, ha incluido la ética entre sus principales asignaturas.

Y es que los escándalos corporativos que sacuden el panorama mundial han obligado a este prestigioso centro a ponerse al día. También la demanda de los

propios alumnos. El decano, Kim B. Clark, se ha topado con la petición de los estudiantes de mayor transparencia sobre las prácticas de determinadas compañías.

Desde enero del año 2004, la facultad situada en Boston incluye en el curso de administración de empresas, de dos años de duración, una asignatura para enseñar a los alumnos contabilidad y a tomar decisiones en el ámbito de trabajo, así como la forma en la que los líderes pueden crear una organización con sus compañeros sin saltarse la legalidad.

El estallido de los escándalos protagonizados por compañías como Enron y Worldcom, la dirección de la Universidad envió una carta a 65.000 alumnos en la que describía “cómo un inquietante número de dirigentes empresariales antepusieron, aparentemente, sus propios motivos y ganancias a la integridad”. A renglón seguido, pedía a sus estudiantes 'un compromiso personal para ayudar a restaurar la confianza”.

Harvard no es el único centro que sumó las clases de ética a sus principios y que exigirá un profundo conocimiento del tema para la graduación. La Universidad de Maryland obliga a todos los estudiantes a visitar las prisiones y a entrevistarse con los reclusos condenados por delitos de estafa. En la facultad de Negocios de la Universidad de Columbia, un nuevo curso enseña ética a lo largo de la carrera. También la Facultad Wharton, de la Universidad de Pensilvania, requiere que todos sus estudiantes tomen un curso de ética y ha ampliado las lecciones que de esta materia imparte desde 1991.

Harvard usará el método del caso en el curso de ética, por el que los estudiantes tendrán que analizar más de 500 situaciones de negocios, poniéndose en la piel de un dirigente empresarial.

No obstante, existe ya un antecedente a esta iniciativa en la propia Harvard: las clases de ética que durante tres semanas recibieron los estudiantes en el año 1988. Ahora, el curso durará todo el segundo semestre, lo que permitirá conocer

con mayor profundidad los principios éticos que un ejecutivo debe manejar a lo largo de su trayectoria profesional.

“Parte del papel de la escuela es hacer un análisis más profundo de lo que ha ocurrido”, dijo Clark, de 54 años, que se graduó de la Universidad de Harvard y lleva ocho años al frente de la escuela de Negocios. En este nuevo curso, los alumnos estudian, entre otros, la historia del escándalo contable de la multinacional Enron.

CAPÍTULO N°3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Población y Muestra

Las conclusiones que se obtienen a través de las pruebas estadísticas son generalizadas y válidas para el conjunto correspondiente a la muestra y población (Morles, 1994). Al seleccionar la población y la muestra se definen los casos en los que se deben recolectar datos, se delimita la población, se elige el método de selección de la muestra, se determina el tamaño de la muestra necesario y finalmente se obtiene la muestra (Hernández Fernández y Bautista, 2006).

Cuando ya se definen los casos sobre los cuales que se recopilaran los datos, se apunta al objeto del estudio. En esta investigación el objeto de estudio, los elementos o unidades de análisis son los alumnos del programa especial de continuidad de estudios (PECE). Luego al delimitar a la población a la cual se enfoca el estudio, se define que la población comprende a todos los alumnos de PECE de la Universidad del Bío Bío sede Chillán.

La forma de selección muestral utilizada en la presente investigación es de tipo no probabilística o dirigida, porque el grupo a investigar no es escogido al azar sino que depende de las características propias de la investigación, entonces para este instrumento a aplicar se estima considerar a todos los alumnos que están cursando carreras vespertinas en los programas de continuidad de estudios (PECE). El tamaño de la muestra que comprende a alumnos de 3 carreras del programa antes mencionado, impartidas en la Universidad del Bío Bio, sede Chillán, es de aproximadamente 234 alumnos.

3.2 Calculo de la Muestra

Determinar el tamaño de la muestra que se va a seleccionar es un paso importante en cualquier estudio de investigación de mercados, se debe justificar convenientemente de acuerdo al planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación.

3.2.1 De qué depende el tamaño muestral.

El tamaño muestral dependerá de decisiones estadísticas y no estadísticas, pueden incluir por ejemplo la disponibilidad de los recursos, el presupuesto o el equipo que estará en campo.

Antes de calcular el tamaño de la muestra necesitamos determinar varias cosas:

1. **Tamaño de la población.** Una población es una colección bien definida de objetos o individuos que tienen características similares. Hablamos de dos tipos: población objetivo, que suele tener diversas características y también es conocida como la población teórica. La población accesible es la población sobre la que los investigadores aplicaran sus conclusiones.
2. **Margen de error (intervalo de confianza).** El margen de error es una estadística que expresa la cantidad de error de muestreo aleatorio en los resultados de una encuesta, es decir, es la medida estadística del número de veces de cada 100 que se espera que los resultados se encuentren dentro de un rango específico.
3. **Nivel de confianza.** Son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. Por ejemplo, un intervalo de confianza de 95% significa que los resultados de una acción probablemente cubrirán las expectativas el 95% de las veces.
4. **La desviación estándar.** Es un índice numérico de la dispersión de un conjunto de datos (o población). Mientras mayor es la desviación estándar, mayor es la dispersión de la población.

Tabla de apoyo al cálculo del tamaño de la muestra por niveles de confianza

Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62,27%	50%
Z	1,96	1,88	1,81	1,75	1,69	1,65	1,28	1	0,6745

PARA NUESTRO ESTUDIO:

N = 234 Alumnos, Tamaño de la muestra.

Z = 94% Nivel de confianza de la muestra.

p = Probabilidad de Éxito 50% = 0,5.

q = Probabilidad de fracaso 50% = 0,5.

d = Precisión 6% = 0,06.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{234 \times 3,5344 \times 0,5 \times 0,5}{(0,0036 \times 233) + (3,5344 \times 0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{224,7336}{0,8388 + 0,8836}$$

$$n = 120,043$$

n = 121, cantidad de encuestas a realizar para el estudio con un nivel de confianza del 94%

3.3 Fuentes

Las fuentes son las que entregan la información, es decir de donde podemos obtener los datos. Los cuales deben ser medibles, estas fuentes pueden ser personas, grupos, organizaciones, participantes, entre otros y permiten obtener los datos necesarios para la investigación, para esto se desarrolla un plan de procedimientos que sirvan para reunir estos para una causa específica (Hernández Fernández y Bautista, 2006).

Las fuentes de las que se obtienen datos, son los alumnos de las carreras vespertinas del programa especial de continuidad de estudios (PECE) de la Universidad del Bío Bío sede Chillán. Al momento de la recopilación las fuentes se localizan dentro de la muestra definida, es decir, todos los alumnos de las 3 carreras que se imparten en la Universidad del Bío Bío sede Chillán (PECE). El medio o método para la recolección de datos es mediante la implementación de un instrumento el cual será aplicado a la muestra descrita anteriormente.

Para alcanzar los objetivos de este estudio, se utilizó una metodología cuasi-experimental que se encuentra centrada en escenarios ficticios con dilemas éticos, donde el estudiante debe realizar un juicio ético.

3.4 Diseño de la investigación.

Este estudio se basa en una investigación realizada el año 1993 por James Gleen y M. Frances Van Loo en Estados Unidos a estudiantes y profesionales de negocio. Ellos utilizaron una encuesta que ya había sido utilizada en otros estudios ocupando el mismo instrumento de investigación, que también será adaptado y utilizado en este estudio.

La primera investigación empírica en estudiantes de negocio fue realizada por Raymond Baumhart en el año 1961. Hasta entonces muchos trabajos de investigación han utilizado esta misma metodología.

Esta investigación utiliza una adaptación del cuestionario de Baumhart, incorporando 23 preguntas adaptadas a nuestra realidad basadas en las usadas inicialmente por Baumhart para investigar las alternativas éticas y actitudes.

El instrumento de investigación será administrado durante este segundo semestre específicamente en el mes de noviembre del año 2016. Este cuestionario será administrado en asignaturas en cursos que se requiera la asistencia de todos los estudiantes del nivel y será completado en horario de clases.

El cuestionario original de Baumhart contenida 29 preguntas, pero sólo 19 de ellas eran diseñadas para obtener información de problemas éticos ya actitudinales, incluyendo cuatro cortos casos.

3.5 Datos Procesados

En un principio para lograr realizar una investigación la cual entregue resultados verídicos, se debe poseer una población la cual conste con un número de personas adecuada para realizar un análisis de las respuestas que estas nos entregaran mediante la aplicación de la encuesta.

Una vez realizado la toma de datos mediante el instrumento elegido para la investigación, el cual consiste en la encuesta. El paso siguiente es realizar el procesamiento de los datos obtenidos, lo cual se efectuará mediante el traspaso de los datos al programa Startical Product and Service Solutions o en su abreviación SPSS en la versión 22 del mismo.

Los análisis que se realizan en SPSS son todo el proceso de observaciones de estadística descriptiva, es decir, media, mediana, moda, además regresiones lineales y correlaciones con su nivel de significancia y confianza.

CAPÍTULO N°4: ANÁLISIS DE DATOS

Tabla 1. Perfil de la Muestra

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Genero		
Hombres	52	40.0%
Mujeres	78	60.0%
Estado Civil		
Casado	48	36.9%
Soltero	64	49.2%
Divorciado o Separado	17	13.1%
Viudo	0	0.0%
Sin Información	1	0.8%
Edad		
De 17 a 19 años	1	0.8%
Entre 20 a 22 años	0	0.0%
Entre 23 a 25 años	21	16.2%
Más de 26 años	108	83.1%
Carrera que Cursa		
TUA	75	57.7%
IEAE	40	30.8%
ICO	13	10.0%
Sin información	2	1.5%

Tabla 2. Ficha Técnica del Estudio

Ficha Técnica del Estudio	
Objetivo de la investigación	Evaluar el desempeño éticos de los estudiantes de negocios vespertinos de la Universidad del Biobío sede Chillán.
Universo	Hombres y mujeres, mayores de edad (igual o mayor a 17 años), que estudian en horario vespertino en la Universidad del Biobío.
Tipo de Estudio	Estudio exploratorio, basado en una encuesta estándar.
Ámbito Geográfico	Ciudad de Chillán, Región del Bío-Bío, Chile.
Metodología	Encuestas presenciales.
Periodo de recogida de la	Durante el segundo semestre 2016.

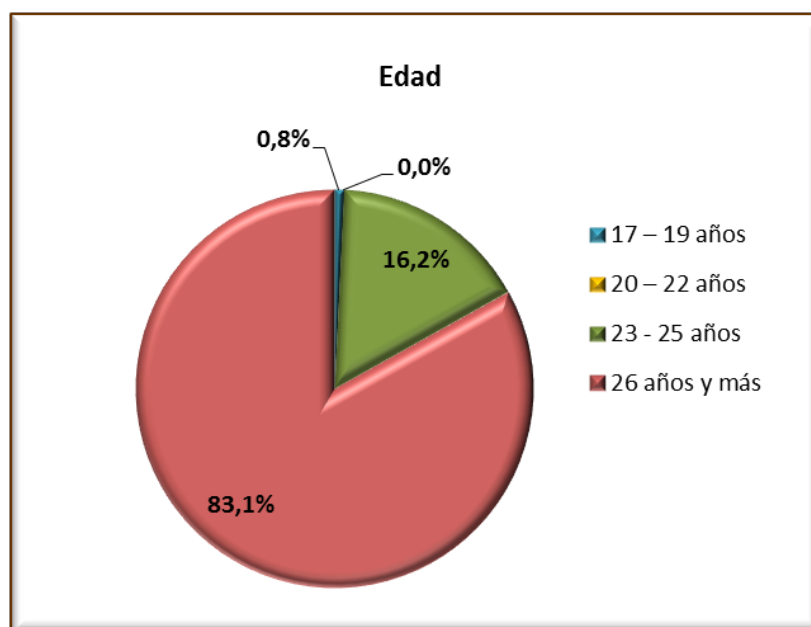
Ficha Técnica del Estudio	
información	
Tamaño Muestral	130 casos
Selección Muestral	Método de muestreo por conveniencia.
Error de Muestreo	5,0%
Nivel de confianza	94%
Instrumento de Medición	Se utilizó una encuesta tipo estándar, estructurada por 23 preguntas donde las respuestas son cerradas de alternativa única, ordinal, y escala de Likert de 5 puntos, 3 minis casos con alternativas para ver el comportamiento del encuestado y 16 preguntas sociodemográficas.
Programa de análisis de datos	Software estadístico SPSS V.22.
Técnicas de análisis estadísticos	Análisis descriptivo

4.1 Caracterización sujetos a estudio.

Los alumnos finalmente encuestados fueron 130, equivalente al 45,77% del universo sujeto a estudio. Todos los estudiantes encuestados son parte del programa vespertino de continuidad de estudios PECE de la Universidad del Bío-Bío Sede Chillán.

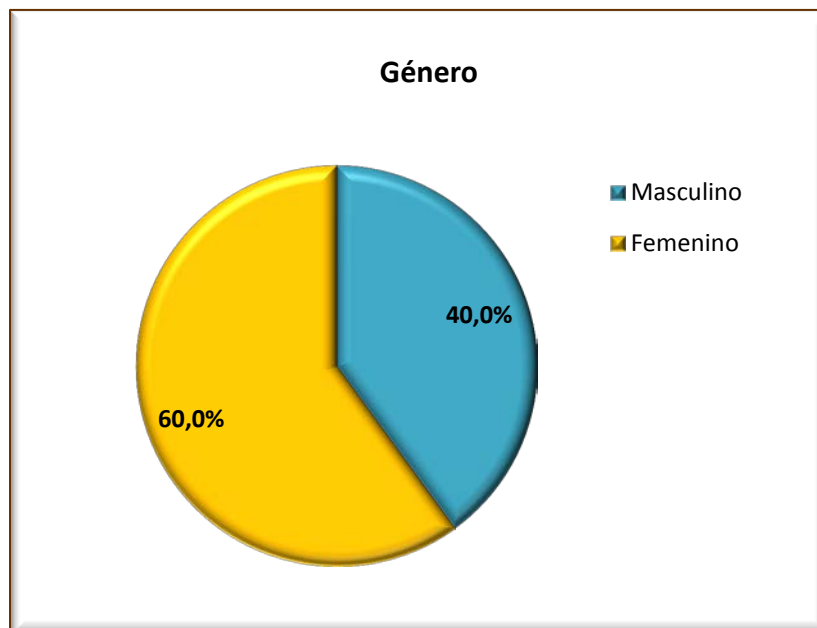
El 83,1% de los consultados tiene más de 26 años de edad, el 16,2% posee entre 23 y 25 años de edad, el 0,8% tiene entre 17 y 19 años de edad y ninguno de ellos tiene entre 20 y 22 años de edad.

Gráfico 1. Distribución según edad



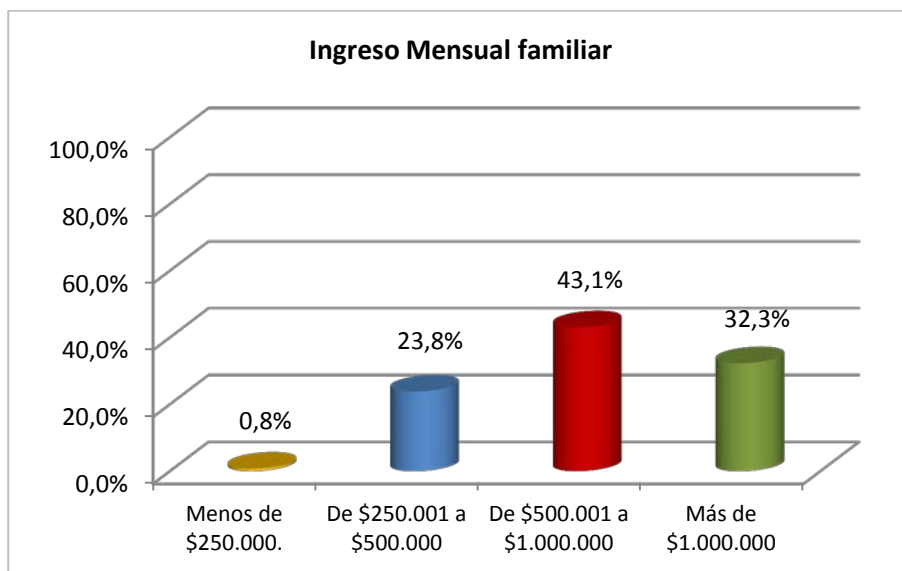
El 40% de los encuestados pertenece a sexo masculino mientras que el 60% pertenece al género femenino.

Gráfico 2. Distribución según género



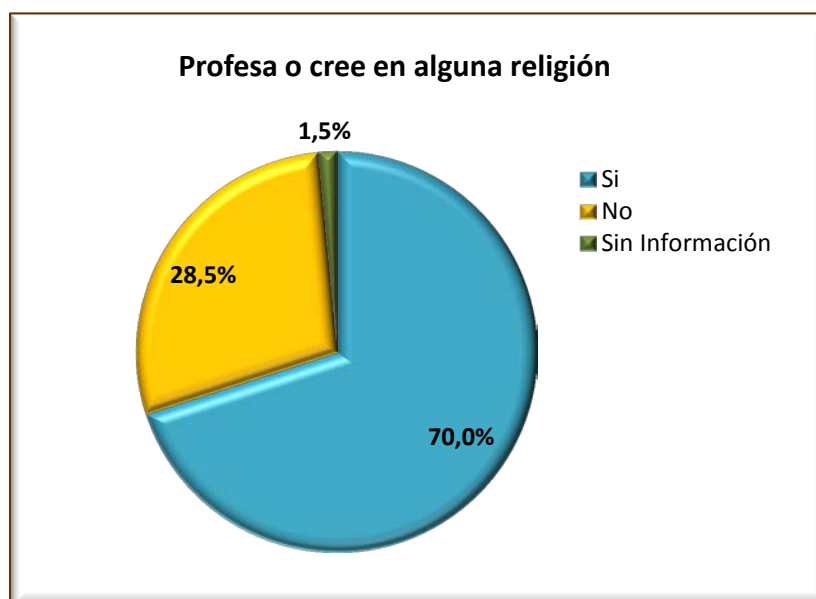
El ingreso Mensual Familiar del grupo encuestado concentra un índice de ingreso por sobre los \$500.000. Siendo un 32,3% quienes tienen ingresos por más de \$1.000.000.

Gráfico 3. Distribución según ingreso familiar



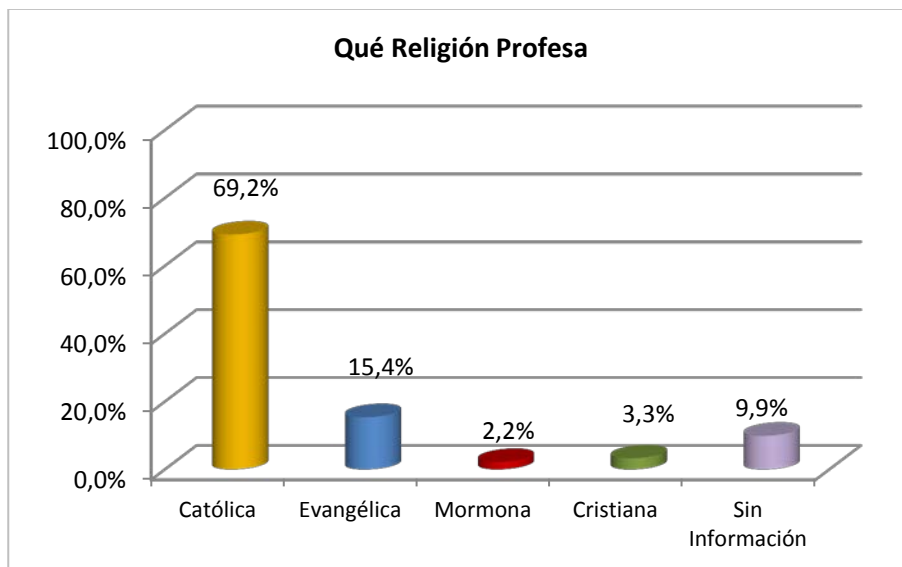
En la muestra un 70% de los consultados declara profesar una religión, un 28,5 % ninguna y un 1,5%, no contesta.

Gráfico 4. Distribución según creencias



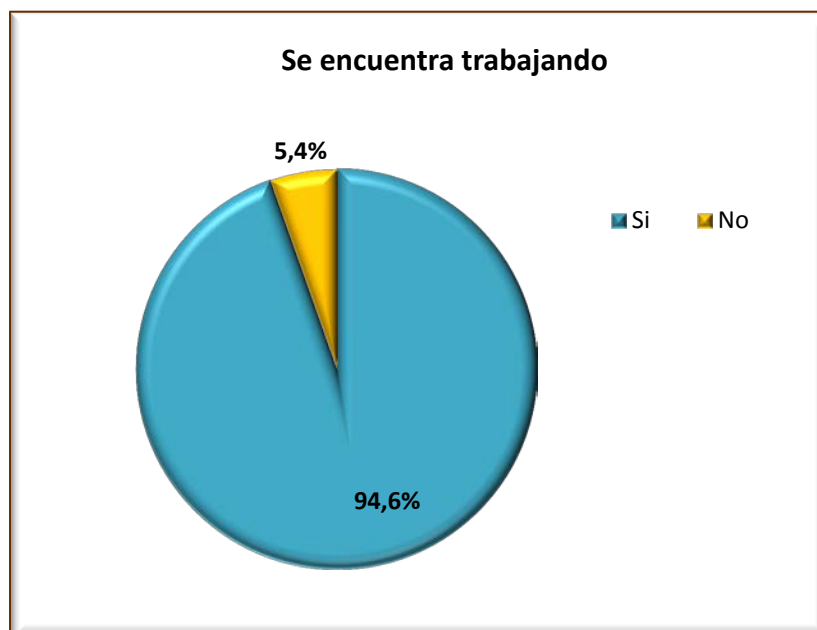
De estos resultados encontramos que un 69,2% profesa la Religión Católica un 15,4% la Evangélica, 2,2% Mormona, 3,3% Cristiana y un 9,9% no contesta.

Gráfico 5. Distribución según religión que profesa



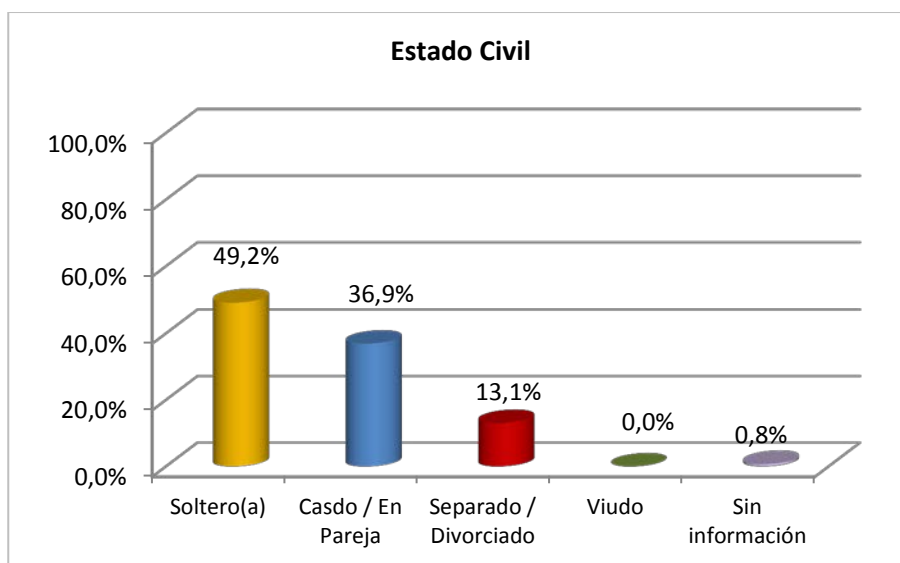
Del grupo consultado un 94,6% se encuentra trabajando, mientras que solo un 5,4% está sin trabajo.

Gráfico 6. Distribución según situación laboral



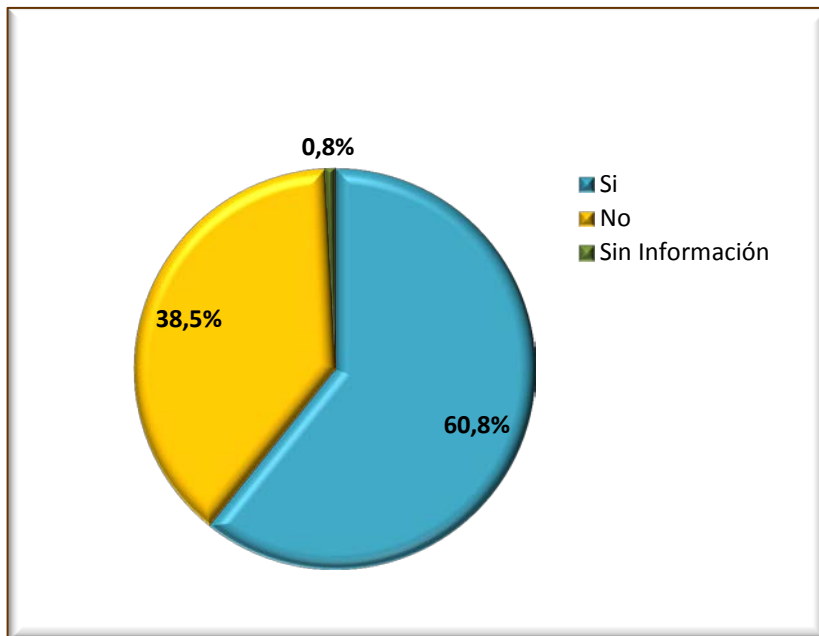
El estado Civil de los encuestados consta de un 49,2% de personas solteras, 36,9% casados o en parejas y un 13,1% Separado/Divorciado.

Gráfico 7. Distribución según estado civil



El grupo encuestado, frente a la pregunta si ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba contestó en un 60,8% que sí lo ha hecho versus un 38,5% que declara no haber realizado dicha acción.

Gráfico 8. Pregunta Ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba



4.2 Resultados por Ítem Cuestionario

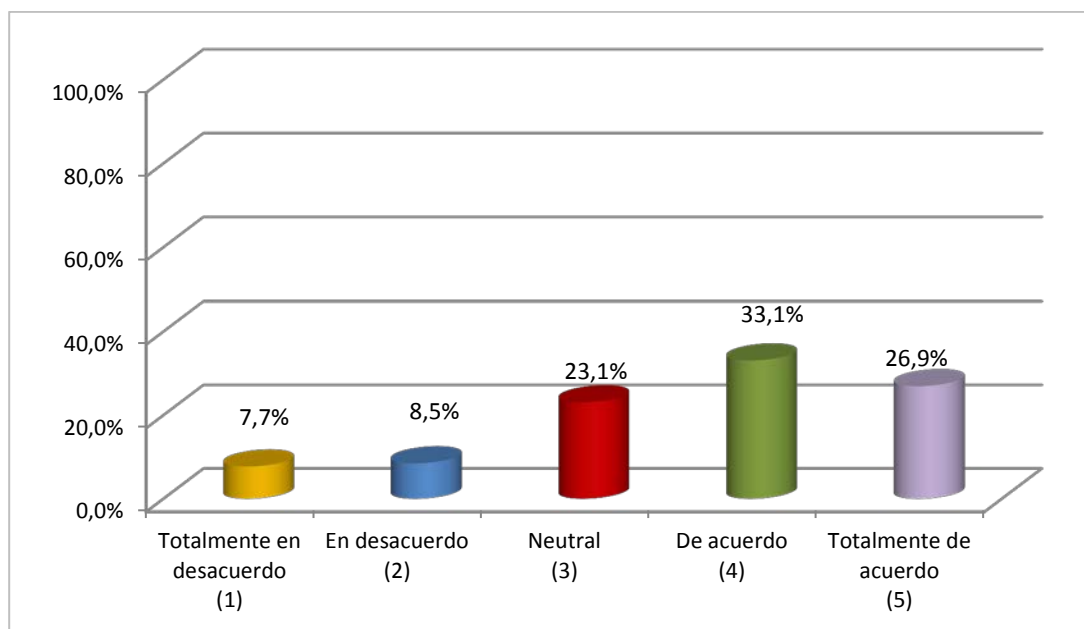
A continuación se exhiben los resultados por cada uno de los ítems que conforma el cuestionario administrado, considerando frecuencia relativa por alternativa de respuesta para cada uno de estos:

- **Los Estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobem.**

Al consultar si “Los Estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobem” la mayor concentración de respuestas está en las alternativas De acuerdo obteniendo y la alternativa Muy de acuerdo obteniendo juntas un 60%.

Así mismo solo el 16,2% dijo estar Totalmente En desacuerdo o En Desacuerdo y un 23,1% mantuvo una posición Neutral.

Gráfico 9. Ítem 1 “Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobem”.

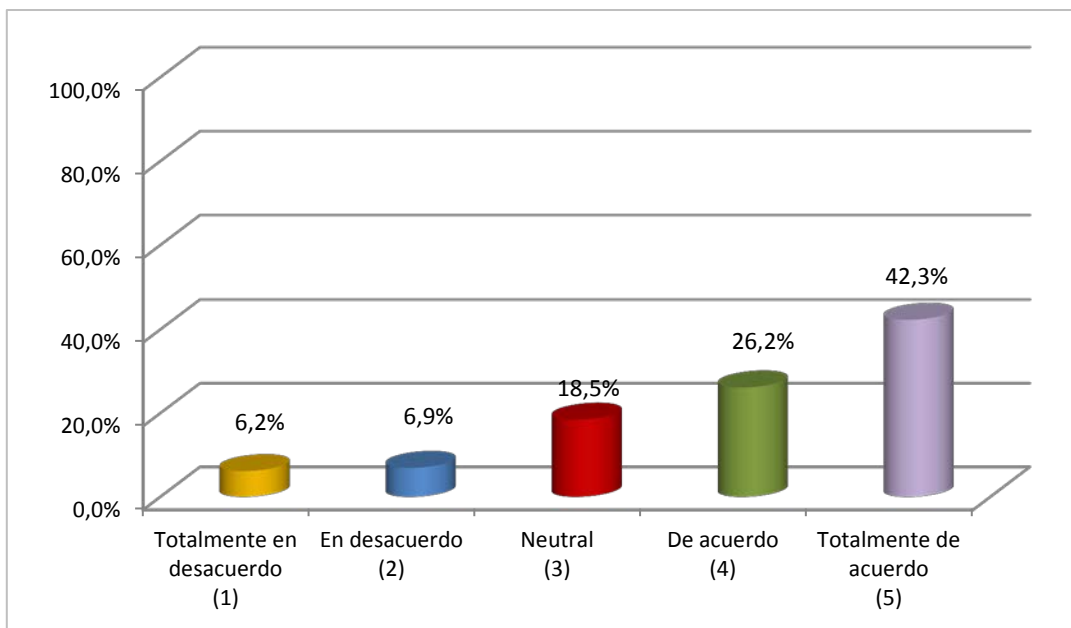


- **Los Estudiantes NO denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo.**

Por su parte al preguntar “Los Estudiantes NO denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo” los encuestados se encuentran mayoritariamente Totalmente de Acuerdo y De acuerdo sumando un 68,5% ambas alternativas.

Este resultado muestra la actitud que hoy en día la sociedad chilena tiene frente a varias temáticas. Para no generar conflictos o malos ratos es mejor hacer vista gorda o dejar pasar las malas acciones. Siempre hay excepciones a la regla, pero en general es algo común y se puede ver en muchos aspectos de la vida cotidiana. El 13,1% dijeron estar Totalmente en Desacuerdo y En Desacuerdo con lo planteado y el 18,5% restante, se situó en una posición Neutral frente a este ítem, lo que revela que este % de encuestados se muestra indiferente por lo tanto seguramente también deja pasar este tipo de acciones.

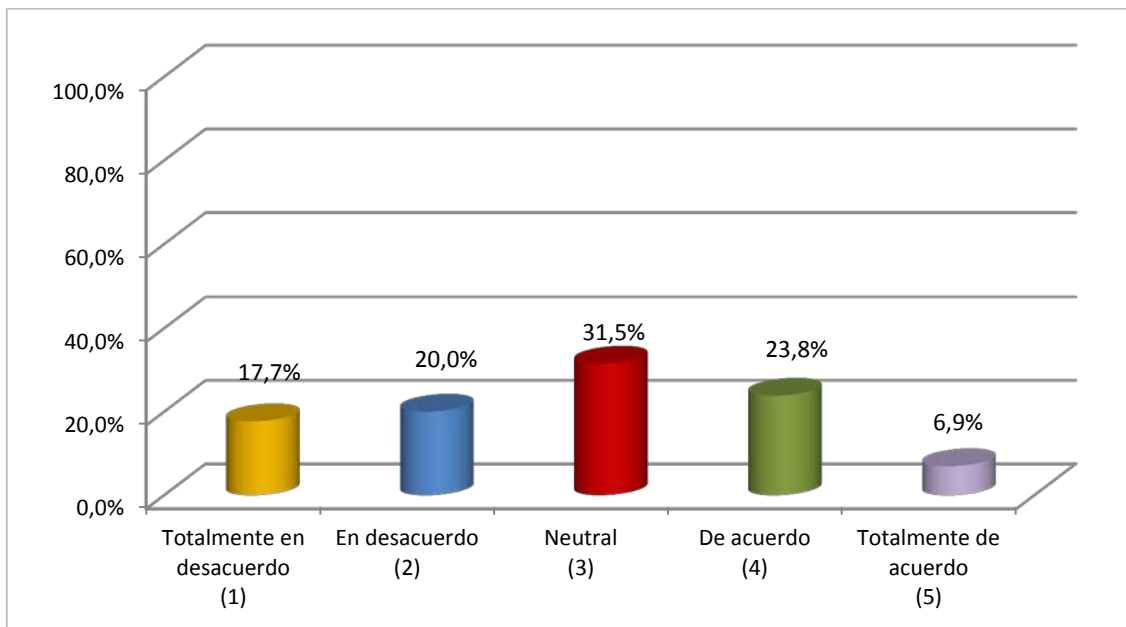
Gráfico 10. Ítem 2 “Los estudiantes no denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo”.



- **Algunos estudiantes copian en las pruebas solo porque creen que muchos otros lo hacen.**

En relación a la afirmación “Algunos estudiantes copian en las pruebas solo porque creen que muchos otros lo hacen” un 37,0% Está De acuerdo o Totalmente de Acuerdo con ello, mientras que un 31,5% se mantiene en forma neutral, siendo sin duda alguna esta respuesta (Neutral) más inclinada al lado derecho del grafico según nuestra apreciación debido a que la acción de copiar está asociada a una práctica personal donde cada uno decide si lo hace o no aunque se vea influenciado por otros. Al fin y al cabo el hacer o no hacer está en la conciencia de cada persona. Aunque un 37,7% cree lo contrario.

Gráfico 11. Ítem 3 “Algunos estudiantes copian en las pruebas SOLO PORQUE creen que muchos otros lo hacen”.

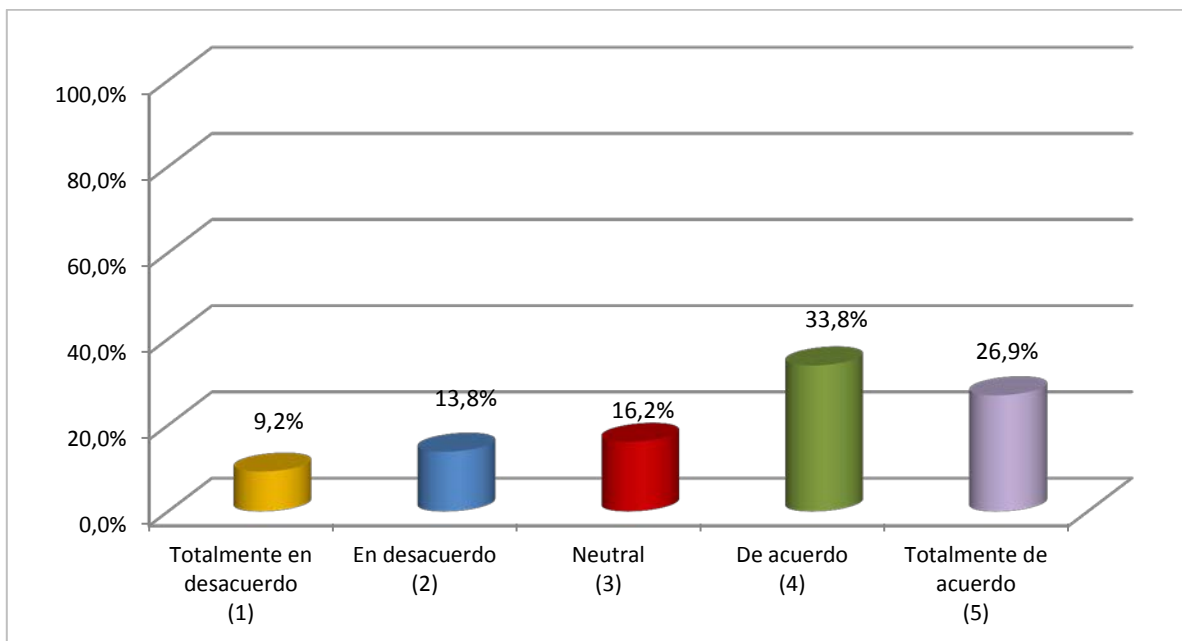


- **Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas.**

En relación a esta pregunta, la mayor proporción de encuestados con un 59,9% está de Acuerdo o Totalmente de Acuerdo que por la mala administración de su tiempo se tiende a copiar en las pruebas. Es decir no queda espacio para sus estudios. Esto sin duda va muy de la mano con el 94,6% que declara estar trabajando. El tiempo que se pudiera dedicar a estudiar se destina a otras actividades que no se pueden atender los días a los cuales se asiste a clases.

Por otra parte el 30% está en Desacuerdo o Totalmente en Desacuerdo lo que deja entre ver que muy pocas personas logran el equilibrio Trabajo – Familia - Estudio.

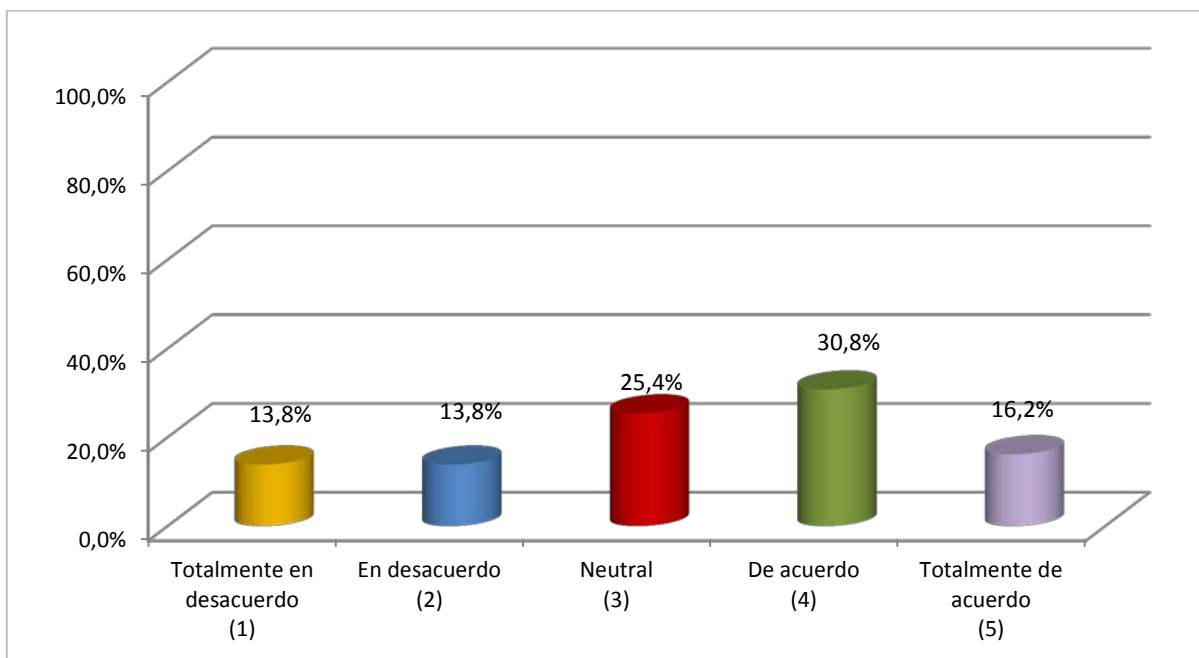
Gráfico 12. Ítem 4 “Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas”.



- ***Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas.***

En relación a esta afirmación, nuevamente encontramos que una gran proporción de los encuestados se concentra a la derecha de la escala, presentándose la mayor concentración de respuestas en la alternativa De acuerdo y Totalmente De acuerdo, correspondiente al 47%. Esto está muy relacionado a la pregunta anterior y deja aún más claro que el factor laboral y familiar está en prioridad frente a tener que darse un tiempo para estudiar. Un 50% declara estar casado o haberlo estado. Hay una alta probabilidad de tener hijos en edad escolar por las edades de los encuestados y que son un factor relevante a tomar en cuenta al momento de priorizar las actividades personales. Solo el 25,4% de los se muestra en forma neutral y el 16,2% adopta una posición más asentada sobre esta pregunta.

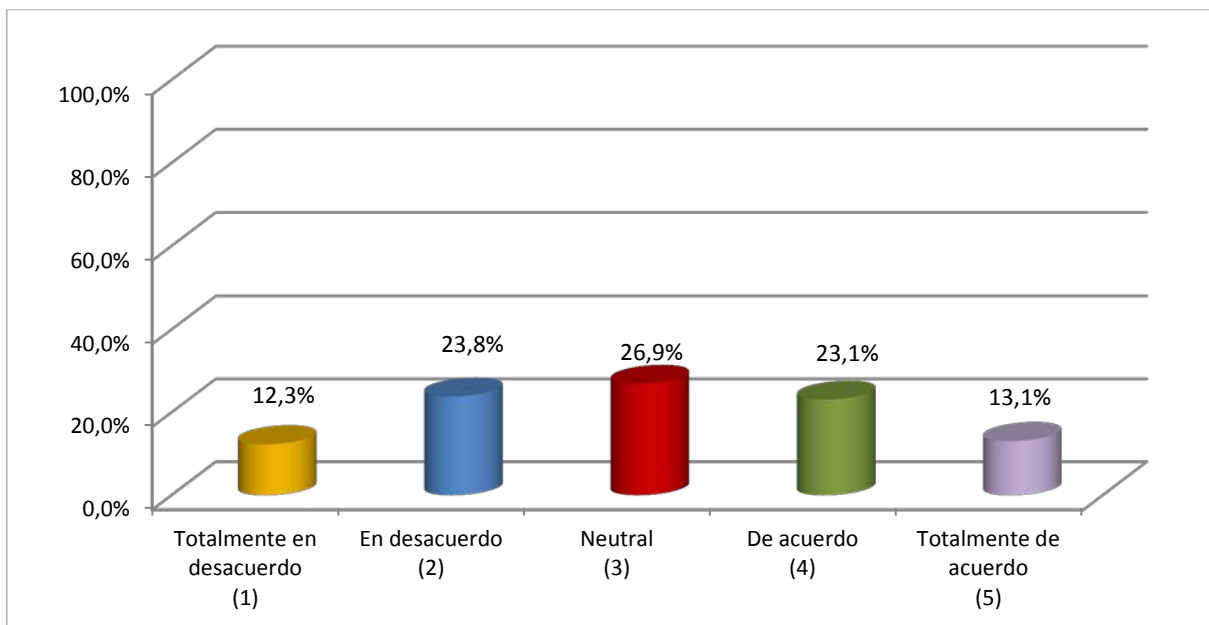
Gráfico 13. Ítem 5 “Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas”.



- **Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubren temas que no necesitan o nunca utilizarán.**

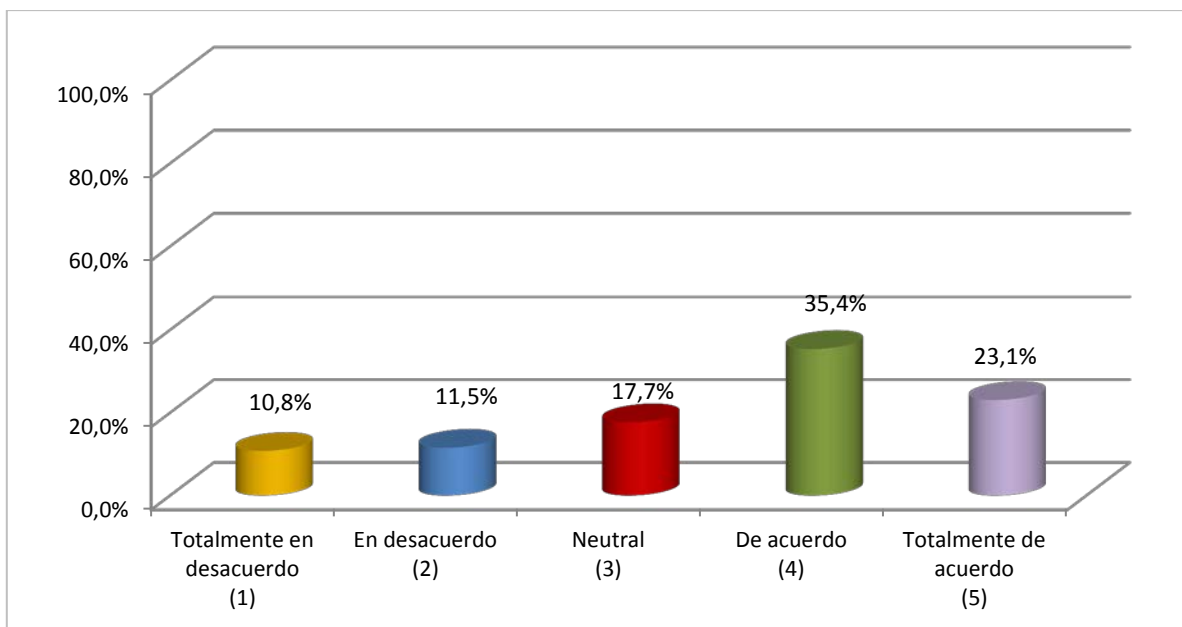
Frente a la afirmación “Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubren temas que no necesitan o nunca utilizarán” las respuestas están muy equitativas, lo que deja muy en claro que no se cuestiona la calidad de temáticas o malla de las carreras sino que hay otros factores que están por sobre lo que se enseña en la Universidad. Un 36,2% Está De Acuerdo o Totalmente de acuerdo un 26,9% se mantiene Neutral y un 36,1% está En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo.

Gráfico 14. Ítem 6 “Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubre temas que no necesitan o nunca utilizarán”.



- Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento.** Una de las razones por las cuales los alumnos de los programas de continuidad de estudios están cursando una carrera profesional o técnica, obedece en muchos casos a situaciones pendientes por haber dado prioridad a la crianza de hijos u otras razones antes que estudiar. Por lo tanto han tomado la decisión en forma voluntaria para ingresar a la Universidad para tener mejores herramientas para enfrentar el difícil y competitivo mercado laboral. Sin embargo hay muchos que son enviados por sus empleadores para perfeccionarse y otros lo hacen para que una vez terminada la carrera su remuneración se vea incrementada automáticamente por el solo hecho de tener un título profesional. Es por ello que los encuestados están de acuerdo con esta afirmación y en un 58,5% están Totalmente de acuerdo o de acuerdo con que cuando “Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento” porque lo están haciendo no por propia voluntad.

Gráfico 15. Ítem 7 “Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento”.

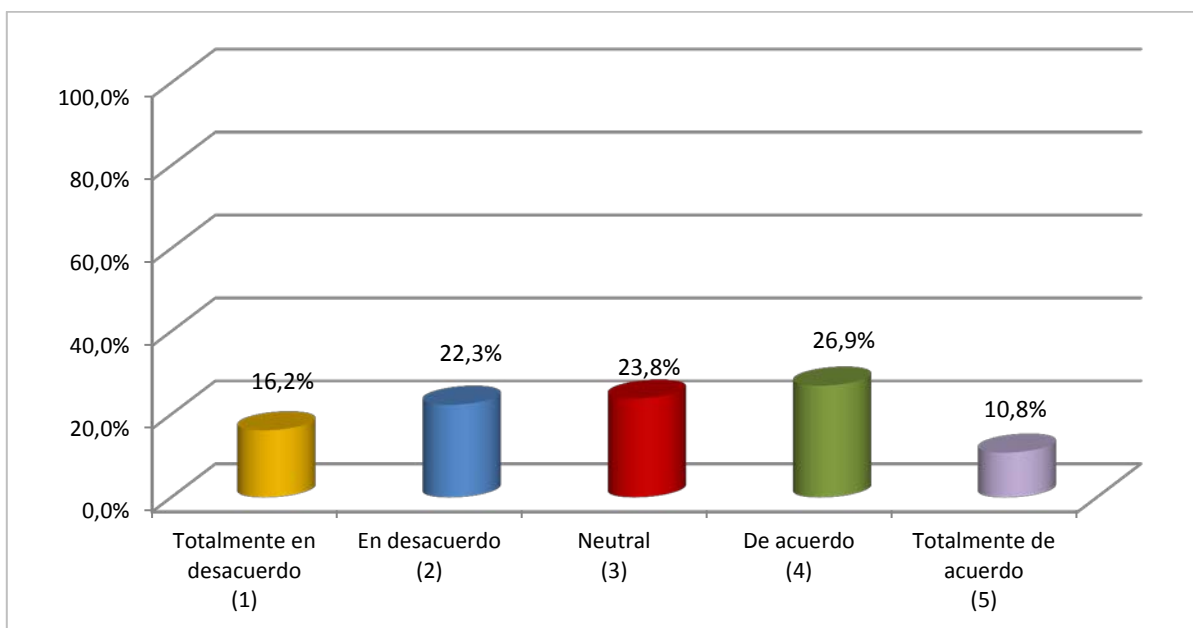


- **Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas**

No hay una clara tendencia en relación a “Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas”. Sin embargo un 37,7% está De acuerdo o Totalmente de acuerdo con esta afirmación. .

Por otro lado tenemos un 38,5% que está Totalmente en desacuerdo o en Desacuerdo. El 23,8% se mantiene en forma neutral.

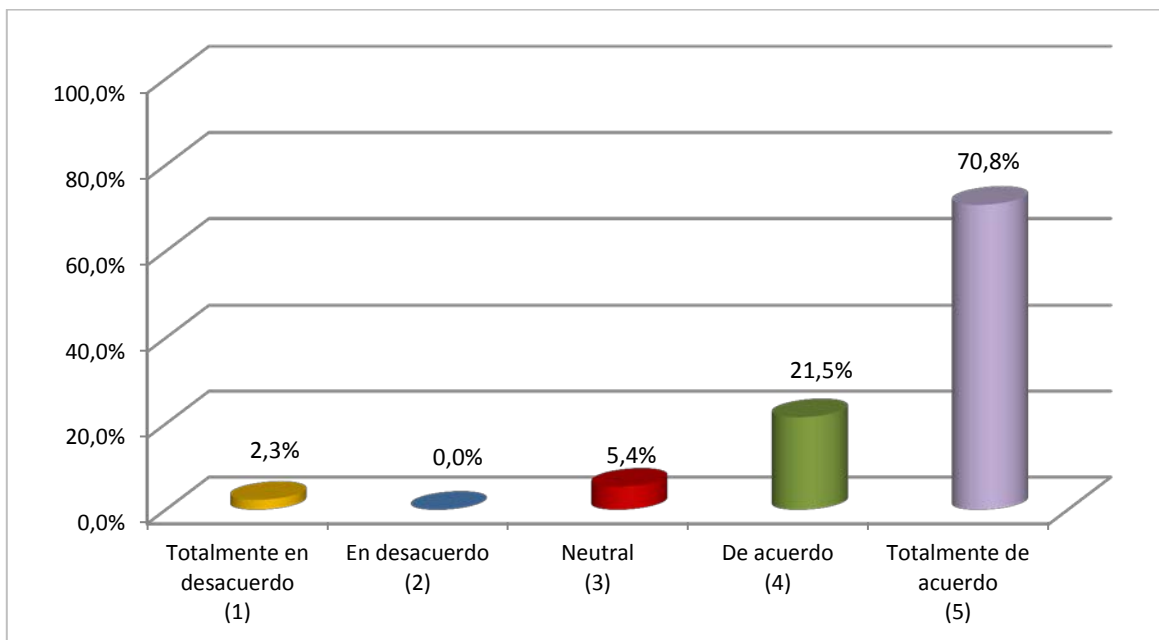
Gráfico 16. Ítem 8 “Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas”.



- **Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo**

En relación a la afirmación “Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo” tenemos un 92,3% que declara que esto es muy importante, dejando en claro que los temas éticos son importante para los estudiantes y que tal como dice la afirmación no son solo para hoy sino con una mirada a largo plazo por las consecuencias que cualquier acto antiético tiene en el tiempo.

Gráfico 17. Ítem 9 “Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo”.

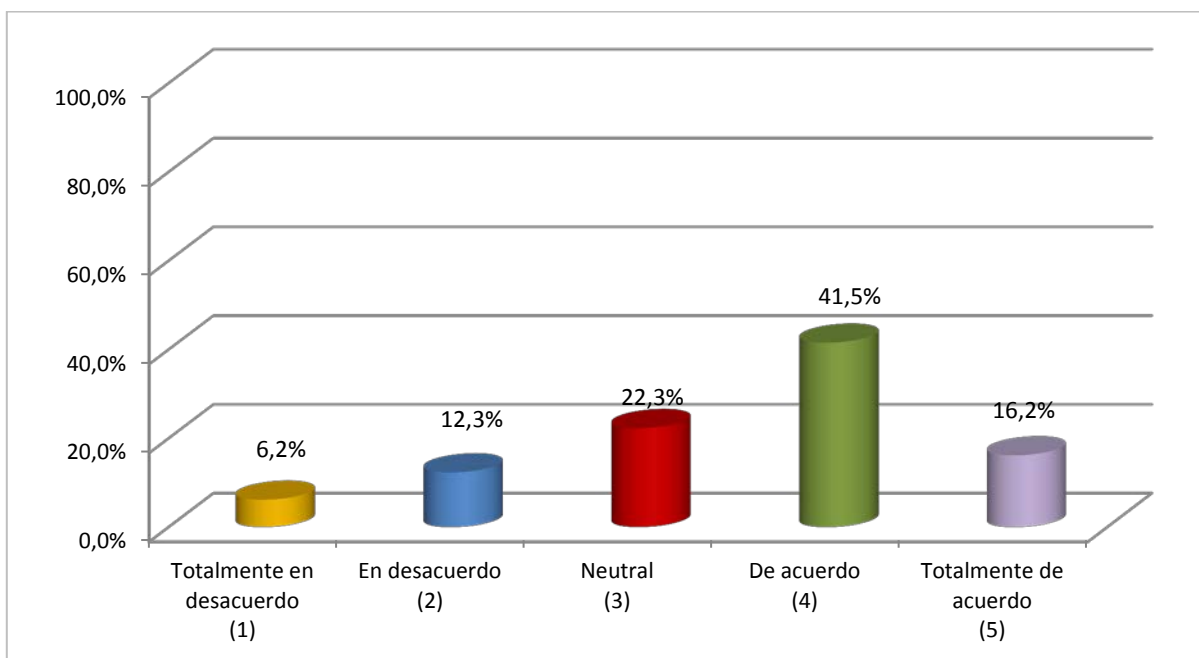


- **El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias.**

Las encuestas frente a esta afirmación muestran que un 57,7% cree que El ejecutivo de negocio Chileno, tiende a ignorar las leyes éticas y que solo le importa cómo obtener ganancias. Es decir se cree que para él no existen las leyes éticas. Un porcentaje menor del 6,2% (8 de 130 encuestados) está Totalmente en desacuerdo con ello. Es decir, no cree que los ejecutivos no consideren las leyes éticas y que actúan en conciencia preocupándose de otros factores por sobre las ganancias.

Este alto porcentaje se debe a la sensación a que han causado las noticias relacionadas con las colusiones y malas prácticas de grandes empresas y ejecutivos lo que han afectado la credibilidad del empresariado Chileno y aunque sin duda alguna hay muchos que actúan en forma ética, el sentimiento que hay en nuestra sociedad hoy en día es contrario y se tiende a catalogar a todos por igual.

Gráfico 18. Ítem 10 “El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias”.

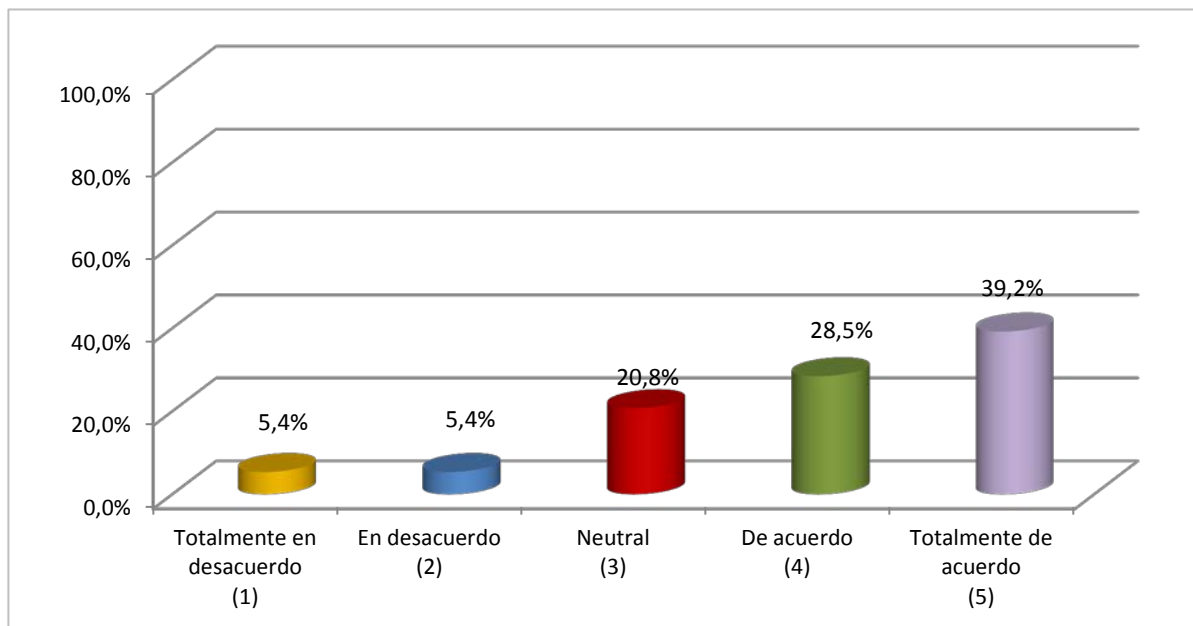


- **Actuar solo en interés de los accionistas o empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.**

Al consultar si “Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético” la mayoría de los encuestados tiene una tendencia a estar Totalmente de acuerdo o De acuerdo sumando entre estas opciones un 67,7%.

Es decir se reconoce que la equidad de intereses en una empresa o institución es la mejor forma de actuar .Todos se deben ver beneficiados y hacerlo de otra forma no es bien catalogado.

Gráfico 19. Ítem 11 “Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.”.

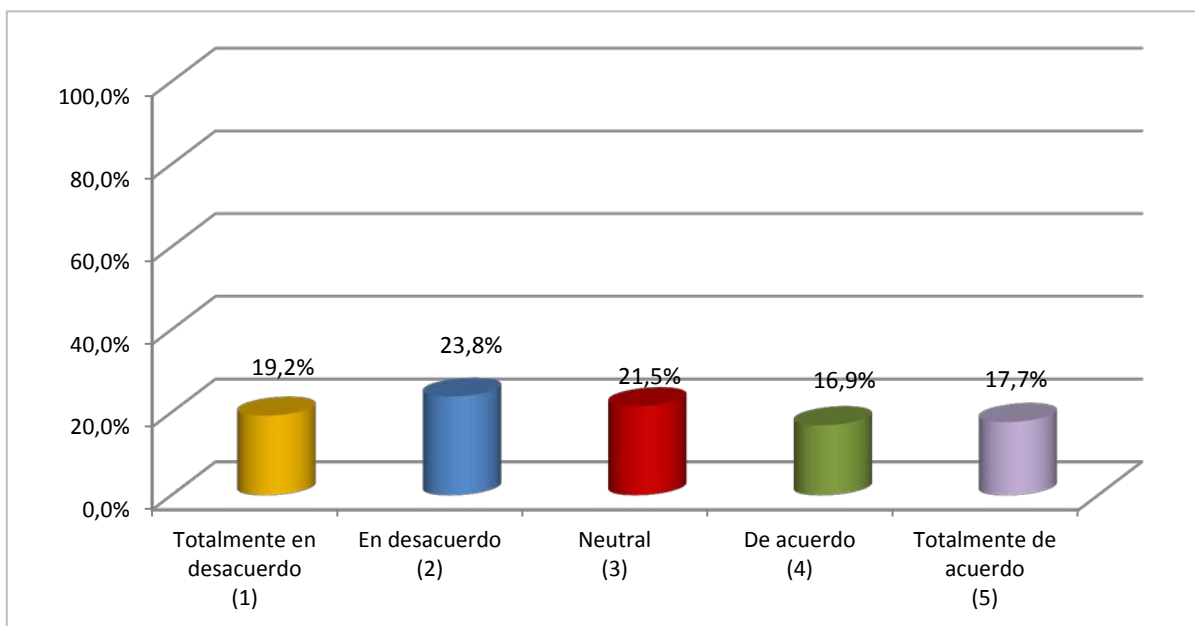


- **La Religión afecta a la ética profesional**

En este ítem, podemos entender que las creencias religiosas no tienen una base sólida a la hora de tomar decisiones que afecten la ética profesional. Los encuestados en su mayoría con un 43,0 % no cree que por pertenecer a un credo religioso o por ejercer algún tipo de culto, afecte la ética a la hora de tomar decisiones y el 21,5% de los encuestados se declara en forma neutral.

Si bien se podría pensar que una persona que tiene o profesa algún tipo de religión tendría a actuar más éticamente, producto de nuestra cultura sienta las bases en principios Cristianos, la encuesta nos refleja algo distinto, pues bien solo el 16,9% (22 de 130 encuestados) y el 17,7% (23 de 130 encuestados) si creen que la religión afecta la ética profesional.

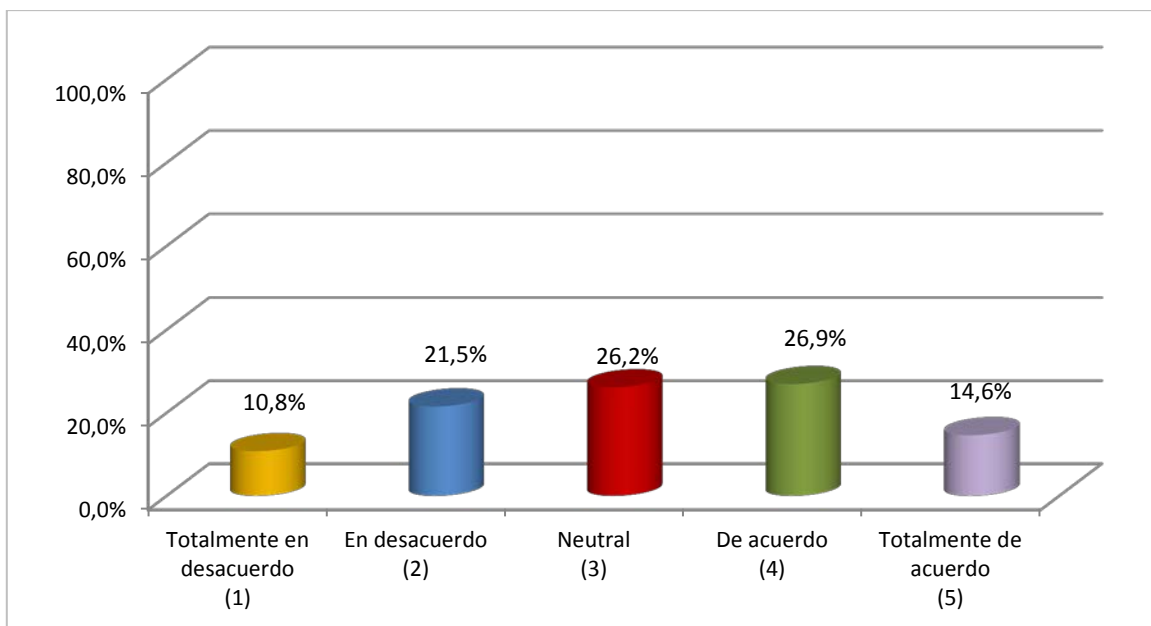
Gráfico 20. Ítem 12 “La Religión afecta a la ética profesional”.



- **La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas.**

Lo que vemos a continuación en el gráfico N°21, tenemos que el 32,3 % de los encuestados no creen que por la alta competencia a que se exponen diariamente los ejecutivos que toman la decisiones sea un punto a favor para que utilicen prácticas inadecuadas en pos de sus objetivos y que además afectan la ética empresarial y el 26,9% y un 14,6% si creen que por los tiempos en que cual vivimos, cualquier método de sacar una ventaja sobre otro, vale la pena aplicar, aunque esto afecte su ética profesional.

Gráfico 21. Ítem 13 “La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas”.



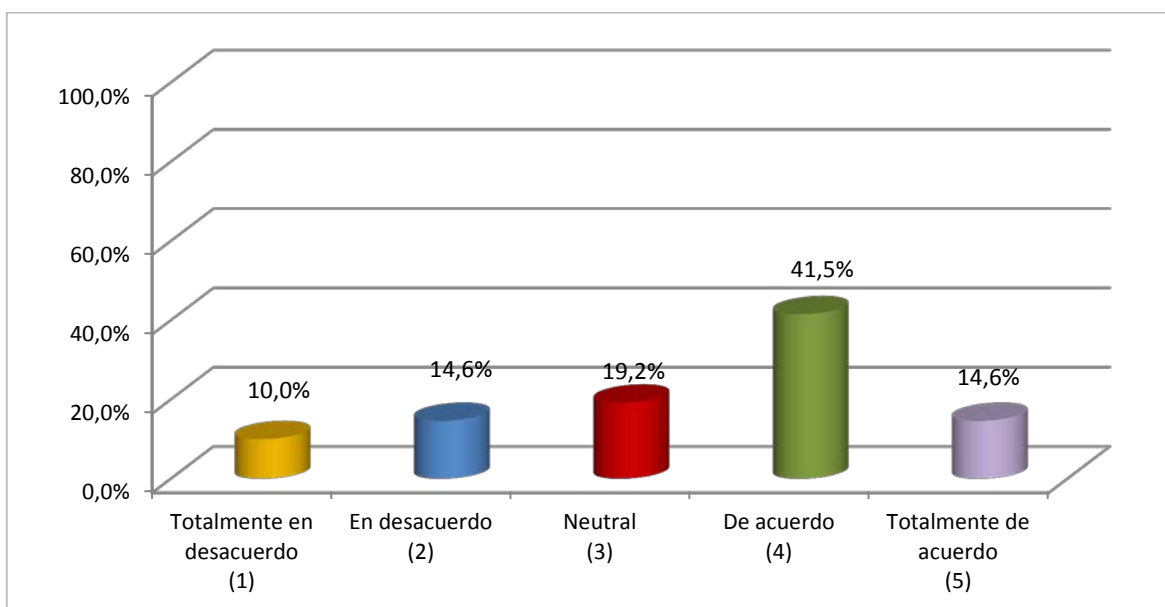
- **El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia.**

En esta pregunta hay una clara inclinación del 56,1% de los encuestados que cree que si el empresario está por encima de las consecuencias espirituales y morales y que su único objetivo en la vida es la obtención de beneficios económicos para sí mismo.

Si bien la inclinación es clara también hay un porcentaje de los encuestados que no creen que sea tal así, con un 10,0% y un 14,6% no cree que solo el bien económico mueva la vida del empresario.

La tendencia sigue siendo adversa para el empresario porque hoy la sociedad chilena pasa por los niveles de desconfianza más altos de los últimos tiempos y hace que se desconfíe de todo, aún más del empresariado chileno.

Gráfico 22. Ítem 14 “El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia”.

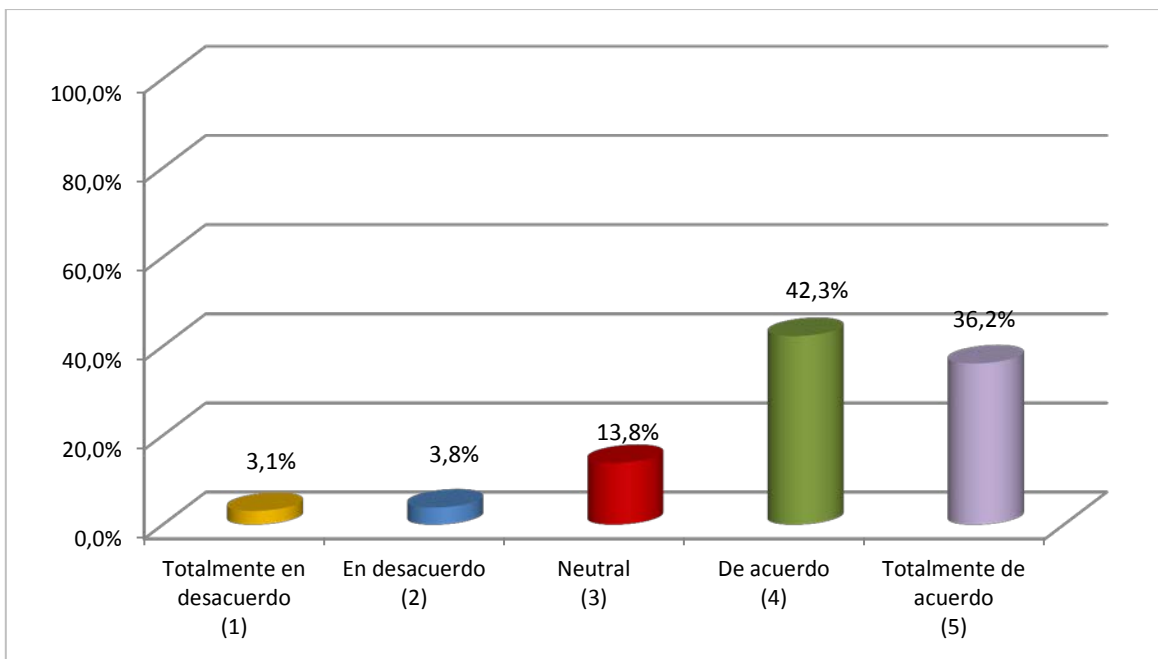


- **Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios**

Al analizar esta afirmación existe una opinión clara entre los encuestados respecto a que “un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios”, con un 78,5% que está Totalmente de acuerdo o De acuerdo. Mientras que solo el 6,9 % de los encuestados está Totalmente en desacuerdo o En desacuerdo.

Los estudiantes encuestados valoran la existencia de un código de ética porque sienten que este ayudaría a que las cosas se hagan de mejor forma.

Gráfico 23. Ítem 15 “Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios”.

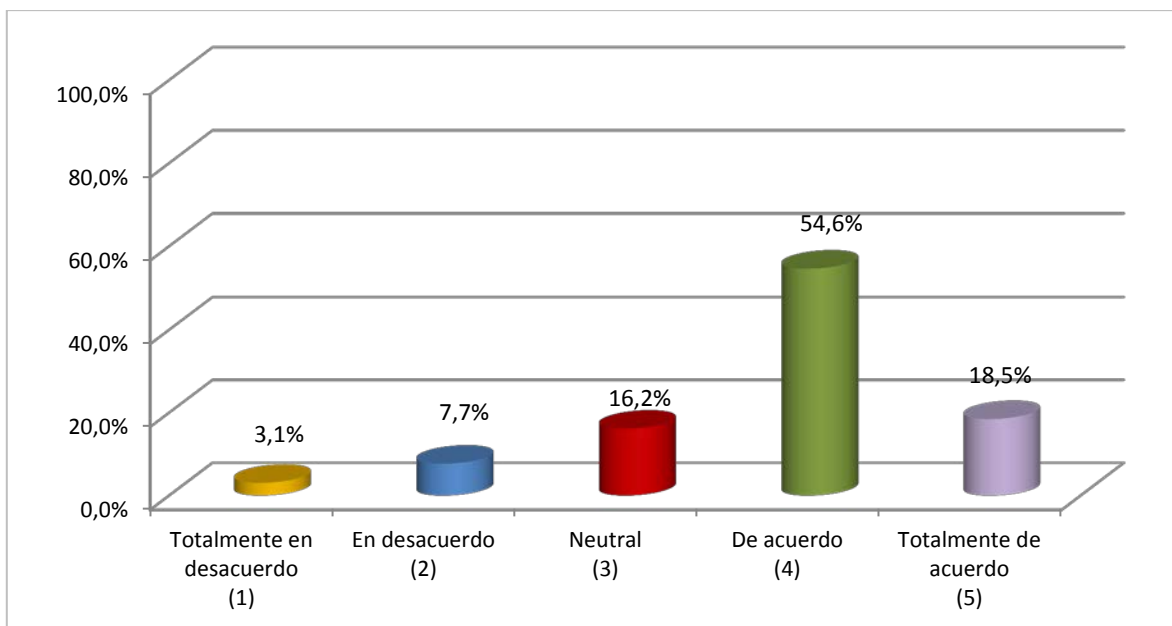


- **Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas.**

En relación en a si “Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas.” La mayor proporción de encuestados estuvo *De acuerdo* o *Totalmente de Acuerdo*, sumando estas respuestas un 73,1%, mientras que solo un 10,8% estuvo *Totalmente en desacuerdo* o en *Desacuerdo* y quienes se mantuvieron en forma *Neutral* sumaron un 16,2%.

Los estudiantes encuestados reconocen que los temas externos influyen mucho al momento de tomar una decisión ética, es decir aunque muchas veces esté convencido que algo está malo o esté actuando mal, lo hago igual porque los demás lo hacen y si yo lo hago distinto estoy siendo distinto y por lo mismo voy a ser juzgado.

Gráfico 24. Ítem 16 “Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas”.

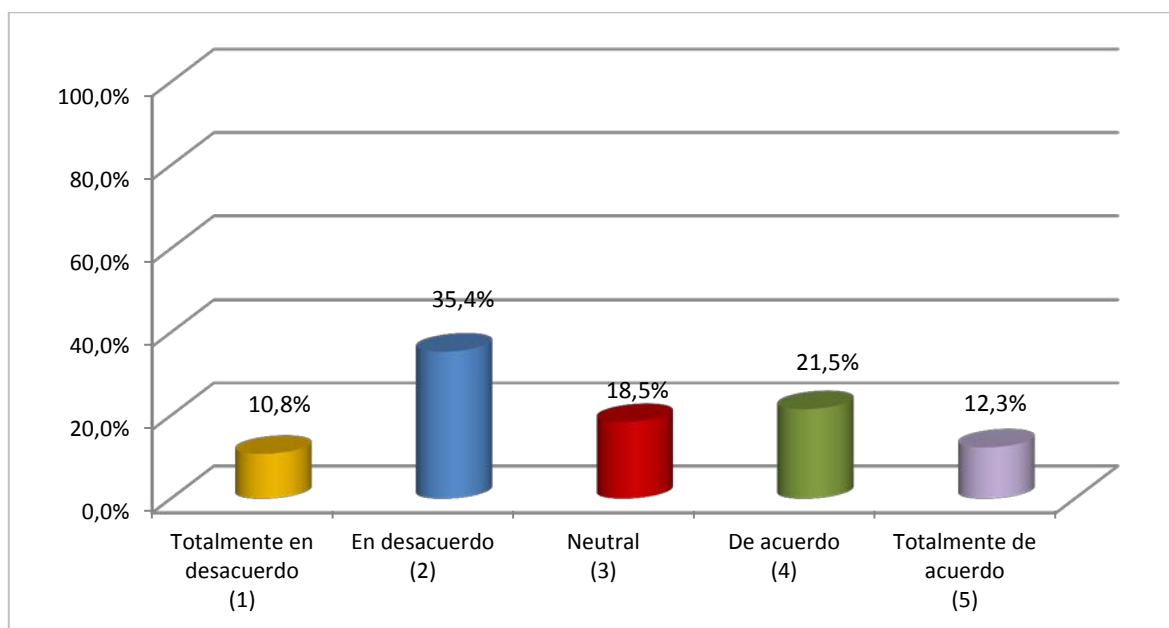


- **Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir.**

En relación al ítem “Un código de ética es fácil de cumplir” muestra una clara tendencia al lado izquierdo del gráfico con un 46,2% que indica estar *Totalmente en desacuerdo* o en *Desacuerdo* de esta afirmación. Un 33.8% está De acuerdo o Totalmente de acuerdo y un 18.5% se mantiene indiferente o *Neutral*.

Aunque en una de las preguntas anteriores un alto porcentaje de encuestados dijo estar de acuerdo con el hecho de que exista un código de ética pero reconoce que NO es fácil de cumplir. Y también se complementa con la afirmación anterior.

Gráfico 25. Ítem 17 “Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir”.

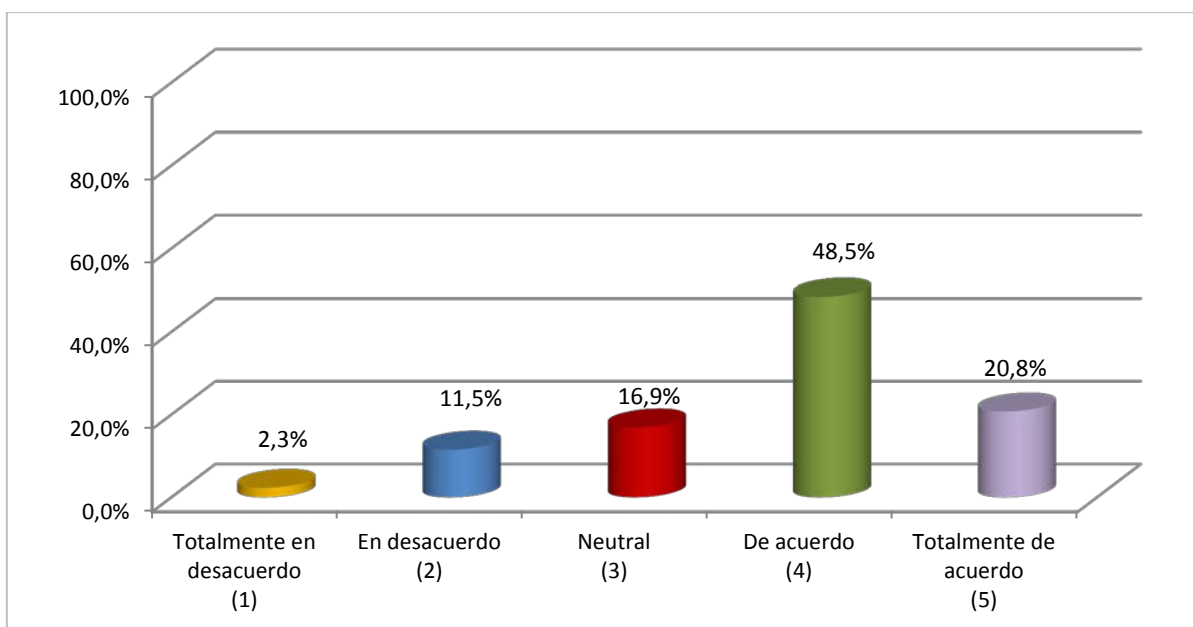


- **Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales**

Respecto a si “Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales” existe una mayor tendencia para quienes están *De acuerdo* y *Totalmente De acuerdo* sumando estas dos respuestas un 69,3%, mientras que solo un 13,8 % está *Totalmente en Desacuerdo* o *En Desacuerdo*. Un 16,9% permanece en forma *Neutral* frente a esta afirmación.

La mayor parte de los estudiantes sigue inclinándose por los beneficios que tienen tener un código de ética y que estos ayudan al momento de tomar decisiones frente a prácticas no morales o anti éticas.

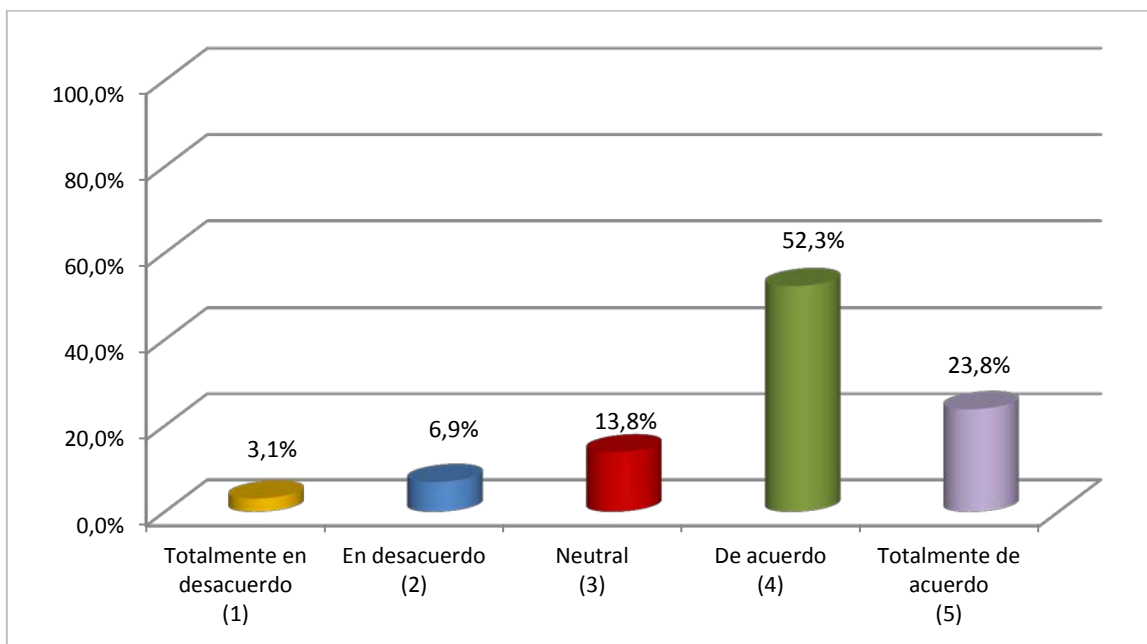
Gráfico 26. Ítem 18 “Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales”.



- **Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable.**

Al consultar si “Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable.” Se concentra un 76,1% de los encuestados en las alternativas *De acuerdo* y *Totalmente de acuerdo*. La tendencia es seguir reconociendo que los códigos vienen a ser guías de ayuda frente a situaciones o cuestiones éticas. Más aún si vienen a enmarcar el actuar de ejecutivos que hoy por hoy están tan cuestionados frente a la toma de decisiones.

Gráfico 27. Ítem 19 “Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable”.

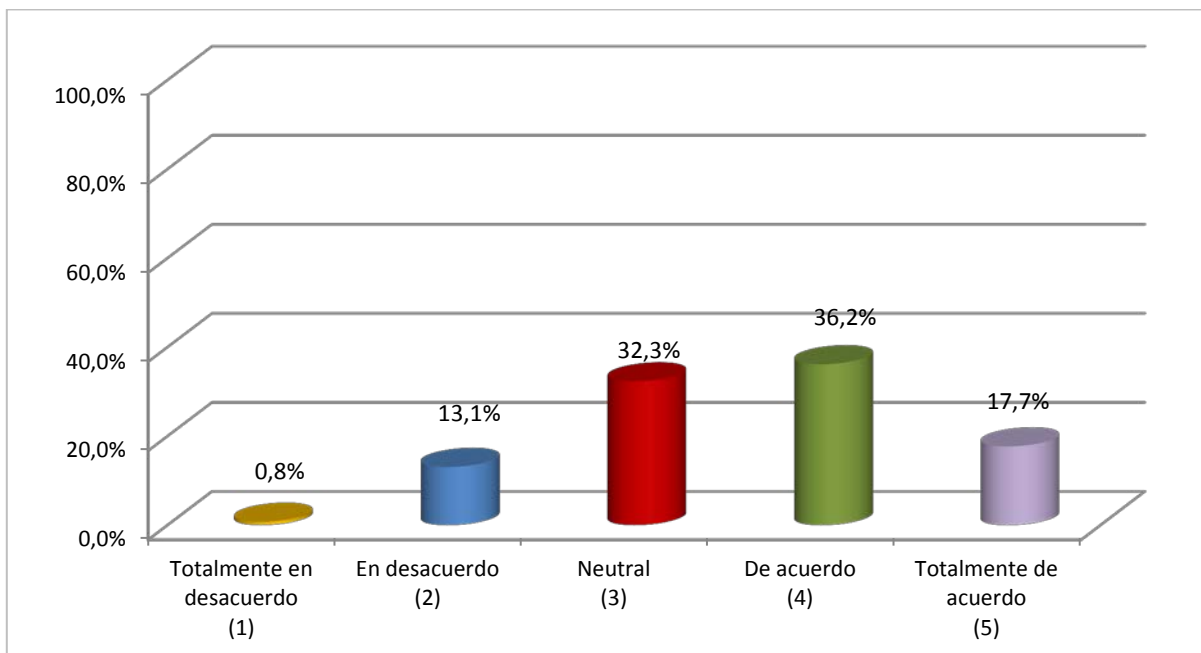


- **La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección.**

En relación a si “La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección.” Un 53,9% indica que está Totalmente de acuerdo o De acuerdo, pero en esta oportunidad hay un alto porcentaje que manifiesta mantenerse en forma neutral siendo este un 32,3 %. Por otra parte un 13,2 % manifiesta estar *Totalmente en desacuerdo* o *En desacuerdo*.

En este punto hay una total contradicción con algún punto expuesto anteriormente. Los estudiantes reconocen que un código de ética es importante sin embargo reconocen que las personas lo violarían cuando pudiesen evitar la detección. Pero frente a esto se conjuga con que se cree que lo externo influye al momento de tomar decisiones. Actúo como los demás lo hacen.

Gráfico 28. Ítem 20 “La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección”.

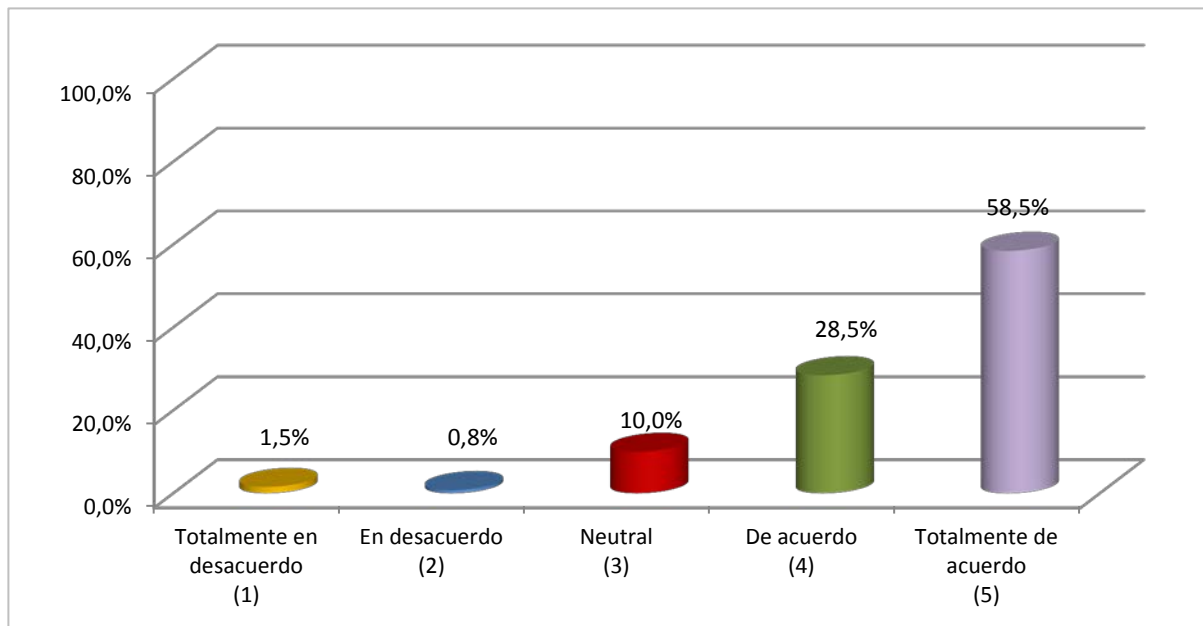


- **La ética es importante para los profesionales.**

Frente a la afirmación “La ética es importante para los profesionales” se muestra una clara tendencia de respuesta a las opciones *De acuerdo* y *Totalmente de acuerdo* con un 87% de los encuestados. Solo un 2,5% indica estar *Totalmente en desacuerdo* o en *Desacuerdo*. Un 10% permanece en forma *Neutra*.

Los estudiantes encuestados mantienen su postura frente a la importancia de la ética y ahora lo afirman entendiendo que un profesional que actúa éticamente lo hace aún más valorable o importante.

Gráfico 29. Ítem 21 “La ética es importante para los profesionales”.

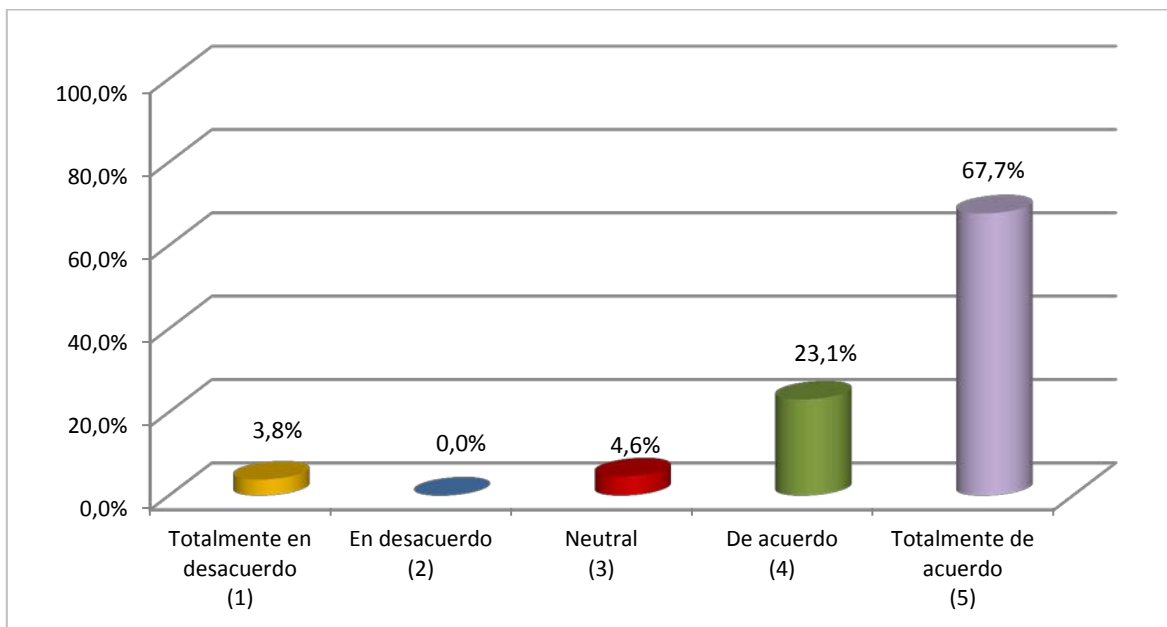


- **Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional.**

En relación a la afirmación “Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional. Existe una clara tendencia en reconocer que estos son indispensables habiendo respondido un 90,8 % que estaba *Totalmente de acuerdo* o *De acuerdo*, siendo un 3,8% que dice estar *Totalmente de desacuerdo* y un 4,6% se mantiene en forma *Neutral*.

Estamos en una sociedad donde los valores son inculcados desde pequeños en la familia y se nos enseña lo que es bueno y lo que es malo, esto además es reforzado en los colegios o centros educacionales durante gran parte de nuestra vida por lo tanto son lo que va formando el carácter de cada uno frente al juicio de lo que es correcto o incorrecto, por lo tanto se reconoce que estos valores son indispensables para la ética profesional.

Gráfico 30. Ítem 22 “Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional”.

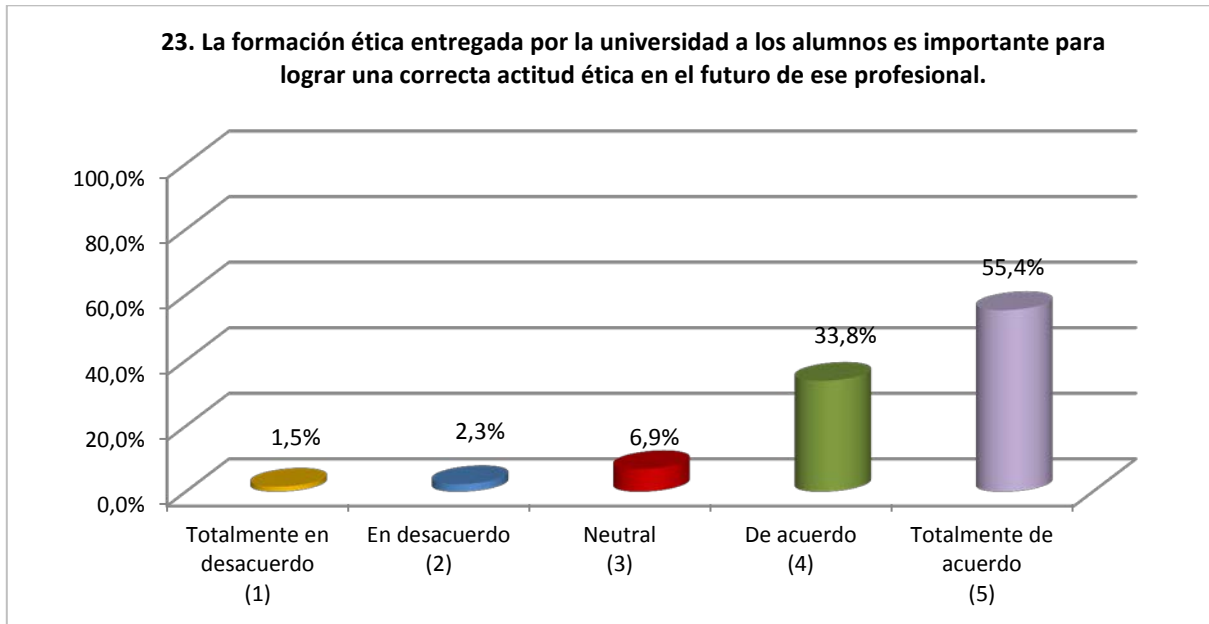


- **La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.**

En relación a si “La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.” Un 89,2 % cree que es importante porque marca la alternativa *Totalmente de acuerdo* o *De acuerdo* mientras que solo un 3,8% está *Totalmente en desacuerdo* o *En desacuerdo* y un 6,9% se mantiene *Neutral*.

Hay un reconocimiento claro a que hay temas éticos que son entregados por la universidad en las clases de los programas de continuidad de estudios. Estos se entregan en forma transversal y los estudiantes saben que este tipo de conceptos insertados en la formación profesional de los alumnos es muy importante para lograr ser buenos profesionales.

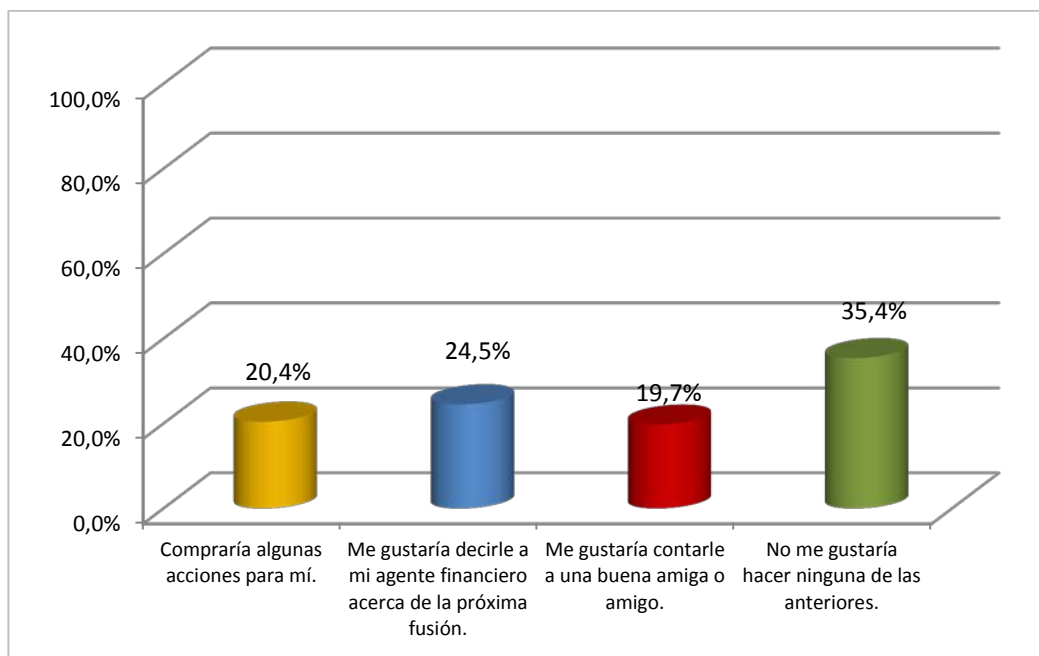
Gráfico 31. Ítem 23 “La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional”.



- **Imagine que usted es un miembro de la junta directiva de una gran corporación. En una reunión de la junta, se informa de una inminente fusión con una empresa más pequeña que ha tenido un año rentable, actualmente las acciones de su empresa se han vendido a un precio tan bajo que está seguro de que aumentará el precio de la acción cuando la noticia de la fusión sea de conocimiento público. ¿Qué haría?**

Frente a este caso tenemos una clara tendencia hacia el uso de información privilegiada sumando las tres primeras opciones un 64,6% mientras que solo un 35,4% indico que no le gustaría hacer ninguna de las anteriores. Esto da a entender claramente que si bien es cierto hay una clara tendencia a decir o declarar que la ética es importante para los profesionales, que es buena para tener éxito a largo plazo, que los valores personales son importantes pero de todos modos se actúa en forma contraria a lo que se dice. No es muy buen presagio saber que un alto porcentaje no actuaría éticamente frente a este tipo de situaciones que se dan normalmente en los trabajos, tal vez no a niveles tan altos como lo que se plantea en el caso pero si en temas en los cuales de una forma u otra tenemos acceso de información que otros no manejan.

Ítem 24 ¿Qué haría?

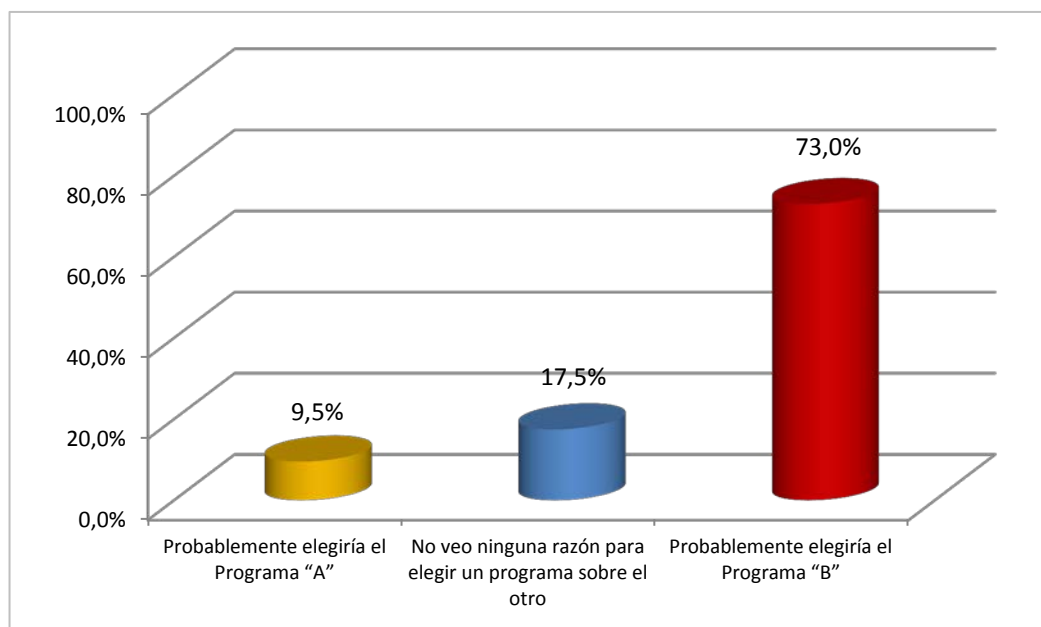


- Como presidente de una empresa de fabricación de bienes de consumo, que está considerando nuevas ideas para aumentar las ventas. Su departamento de marketing ha presentado dos programas, cada uno de los cuales permitirán lograr el deseado aumento de las ventas. PROGRAMA “A” utiliza un tema de la publicidad que retrata un símbolo de la superioridad del comprador al tener la propiedad del producto. PROGRAMA “B” utiliza un tema de publicidad haciendo hincapié en la calidad de su producto. ¿Con qué programa te quedarías?**

Frente a este caso tenemos una clara tendencia hacia la opción de “Probablemente elegiría la opción B” con un 73%, mientras que un 17,5% responde “No veo ninguna razón para elegir un programa sobre el otro” y un 9,5% “Probablemente elegiría el Programa A.”

Los encuestados demuestran en esta oportunidad un buen comportamiento, debido a que sobreponen la calidad de un producto frente a otro factor. Debemos separar una conducta ética de cualquier tipo de estrategia para ser superior a los demás. Entiendo que si mi producto es de mejor calidad que los otros intrínsecamente el producto estará por sobre los demás.

Gráfico 32. Ítem 25 ¿Con que programa te quedarías?

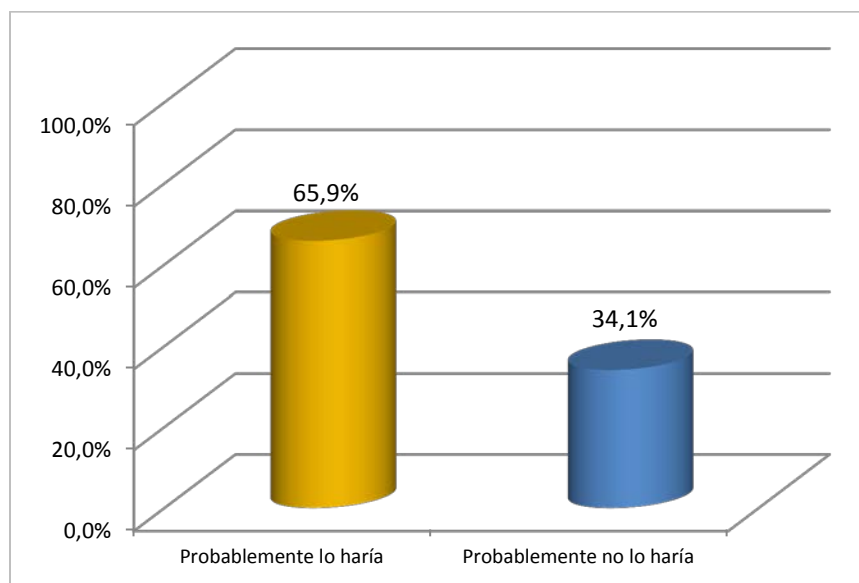


- **Imagine que usted es el presidente de una empresa en una industria altamente competitiva. Usted sabe que un competidor ha hecho un importante descubrimiento científico que le dará una ventaja que va substancialmente reducir, pero no eliminar, los beneficios de su empresa. Si existe alguna posibilidad de contratar a uno de los empleados del competidor que conocen los detalles del descubrimiento, ¿intenta contratarlo?**

En relación a lo expuesto en esta situación hay una inclinación clara a la opción “Probablemente lo haría” con un 65,9% y un 34,1% que indica que probablemente no lo haría.

Los resultados demuestran que en este tipo de situaciones se actuaría buscando los intereses personales o de la empresa sin mirar otros aspectos relevantes. Estas prácticas son cada día más comunes porque van siendo parte de las formas de llevar profesionales idóneos a empresas que quieren obtener mayores beneficios a cualquier costo. Cabe señalar que muchas grandes empresas hacen pactos o alianzas donde sus ejecutivos declaran como buenas prácticas NO llevarse a gerentes o personal clave entre ellos mismos.

Gráfico 33. Ítem 26 ¿intenta contratarlo?



4.3 Resultados Comparativos

Al presentar de forma consolidada los resultados de los 23 ítems, considerando de forma conjunta la frecuencia relativa de las alternativas de respuesta *Totalmente en Desacuerdo* y *En Desacuerdo* (1+2) y las alternativas *De Acuerdo* y *Totalmente de Acuerdo* (4+5), ordenados en forma descendente según los resultados de estas últimas (Tabla 1), es posible indicar que:

Los aspectos mejor evaluados son que “Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo”. Afirmación con la cual está a lo menos de acuerdo más del 92% de los consultados.

Por otro lado, el 90.8% de los sujetos a estudio encuestados se mostraron de acuerdo con la idea de que “Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional.”

También destaca dentro de los aspectos mejor evaluados el reconocimiento a que “La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.” Obteniendo un 89.2% en las preferencias.

No podemos dejar de identificar que un 86.9% de los encuestados cree que “La ética es importante para los profesionales”.

Destacan negativamente los siguientes aspectos:

Frente a la afirmación “Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobem.” Un 60% declara estar De acuerdo con ello.

Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento, destaca sobre un 58% de encuestados que empatizan con esta

afirmación lo que deja entrever que hay personas que asisten a la Universidad solo por interés y a cualquier costo.

Tabla 3. Frecuencia relativa por ítem, ordenada en forma descendente según alternativa 5+4.

ítems	Totalmente en desacuerdo (1) + En desacuerdo (2)	Neutral (3)	De acuerdo (4) + Totalmente de acuerdo (5)
9. Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo.	2.3%	5.4%	92.3%
22. Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional.	3.8%	4.6%	90.8%
23. La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.	3.8%	6.9%	89.2%
21. La ética es importante para los profesionales.	2.3%	10.0%	86.9%
15. Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios.	6.9%	13.8%	78.5%
19. Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable.	10.0%	13.8%	76.2%
16. Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas.	10.8%	16.2%	73.1%
18. Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales.	13.8%	16.9%	69.2%
2. Los estudiantes no denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo.	13.1%	18.5%	68.5%
11. Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.	10.8%	20.8%	67.7%
4. Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas.	23.1%	16.2%	60.8%
1. Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobren.	16.2%	23.1%	60.0%
7. Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento.	22.3%	17.7%	58.5%

ítems	Totalmente en desacuerdo (1) + En desacuerdo (2)	Neutral (3)	De acuerdo (4) + Totalmente de acuerdo (5)
10. El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias.	18.5%	22.3%	57.7%
14. El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia.	24.6%	19.2%	56.2%
20. La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección.	13.8%	32.3%	53.8%
5. Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas.	27.7%	25.4%	46.9%
13. La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas.	32.3%	26.2%	41.5%
8. Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas.	38.5%	23.8%	37.7%
6. Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubre temas que no necesitan o nunca utilizarán.	36.2%	26.9%	36.2%
12. La Religión afecta a la ética profesional.	43.1%	21.5%	34.6%
17. Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir.	46.2%	18.5%	33.8%
3. Algunos estudiantes copian en las pruebas SOLO PORQUE creen que muchos otros lo hacen.	37.7%	31.5%	30.8%

4.4 Frecuencia Relativa preguntas con alternativa (Casos)

Tabla 4. Frecuencia relativa pregunta N° 24

24. Imagine que usted es un miembro de la junta directiva de una gran corporación. En una reunión de la junta, se informa de una inminente fusión con una empresa más pequeña que ha tenido un año rentable, actualmente las acciones de su empresa se han vendido a un precio tan bajo que está seguro de que aumentará el precio de la acción cuando la noticia de la fusión sea de conocimiento público. ¿Qué haría?	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compraría algunas acciones para mí.	27	20,4%
Me gustaría decirle a mi agente financiero acerca de la próxima fusión.	32	24,5%
Me gustaría contarle a una buena amiga o amigo.	25	19,7%
No me gustaría hacer ninguna de las anteriores.	46	35,4%
Total	130	100,0%

En relación a la tabla N° 2 deja muy en claro que 84 de 130 encuestados usaría la información privilegiada que tiene, producto de ser miembro de una junta directiva de una gran corporación, para comprar acciones frente a un proceso de fusión.

Este comportamiento no es el esperado de un profesional del área de negocios debido a que es indispensable poder saber manejar de buena forma los procesos delicados dentro de una empresa, como es por ejemplo el uso de información privilegiada frente a negocios, inversiones o fusiones para no generar intereses que al final entorpecerán la gestión y buenas relaciones

Tabla 5. Frecuencia relativa pregunta N° 25

25. Como presidente de una empresa de fabricación de bienes de consumo, que está considerando nuevas ideas para aumentar las ventas. Su departamento de marketing ha presentado dos programas, cada uno de los cuales permitirán lograr el deseado aumento de las ventas. PROGRAMA "A" utiliza un tema de la publicidad que retrata un símbolo de la superioridad del comprador al tener la propiedad del producto. PROGRAMA "B" utiliza un tema de publicidad haciendo hincapié en la calidad de su producto. ¿Con qué programa te quedarías?	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Probablemente elegiría el Programa "A"	12	9,5%
No veo ninguna razón para elegir un programa sobre el otro	22	17,5%
Probablemente elegiría el Programa "B"	92	73,0%
Total	126	100,0%

En relación a la tabla N°3 observamos un comportamiento esperado, debido a que la respuesta está demostrando que 92 de 126 encuestados, "Probablemente elegiría el programa B", que hace hincapié en la calidad del producto y no en el status o nivel que le pudiese dar tener este.

Tabla 6. Frecuencia relativa pregunta N° 26

26. Imagine que usted es el presidente de una empresa en una industria altamente competitiva. Usted sabe que un competidor ha hecho un importante descubrimiento científico que le dará una ventaja que va substancialmente reducir, pero no eliminar, los beneficios de su empresa. Si existe alguna posibilidad de contratar a uno de los empleados del competidor que conocen los detalles del descubrimiento, ¿intenta contratarlo?	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
<i>Probablemente lo haría</i>	83	65,9%
<i>Probablemente no lo haría</i>	43	34,1%
Total	126	100,0%

Respecto al caso planteado un 65,9% probablemente intentaría contratar al empleado del competidor. Este comportamiento no es el mejor frente a este tipo de situaciones.

4.5 Pregunta: ha copiado alguna vez según carrera y género de los encuestados. Considera sólo casos válidos

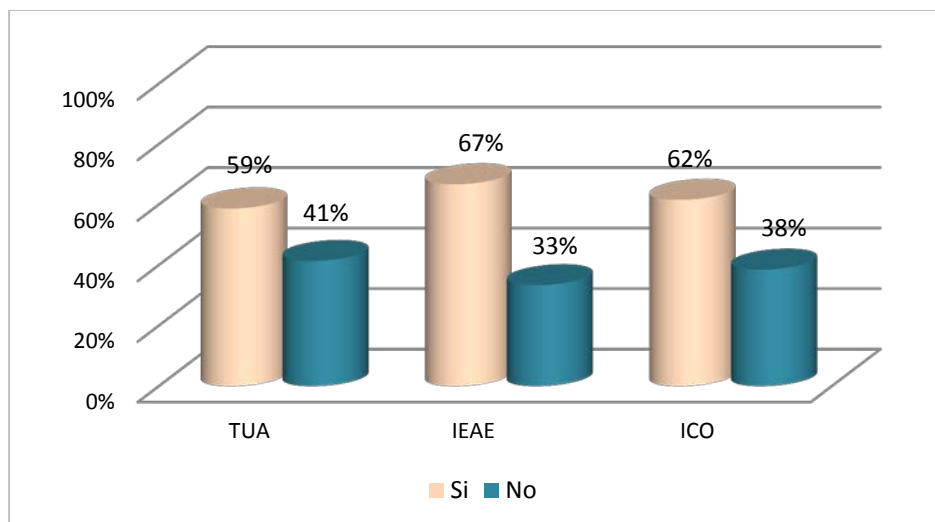
Tabla 7. Frecuencia absoluta por carrera

Ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba	TUA	IEAE	ICO	Total
Si	44	26	8	78
No	31	13	5	49
Total	75	39	13	127

Tabla 8. Frecuencia relativa por carrera

Ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba	TUA	IEAE	ICO	Total
Si	59%	67%	62%	61%
No	41%	33%	38%	39%
Total	100%	100%	100%	100%

Gráfico 34. Comparación pregunta ha copiado alguna vez según carrera



Al analizar los cuadros de frecuencia absoluta y relativa podemos concluir que un 61% de estudiantes encuestados declara haber copiado en la sala de clases o en pruebas. El porcentaje mayor de estos individuos se encuentra en los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Administración siendo un 67%, entre hombres y mujeres que declaran haber copiado. Por otra parte, aunque el porcentaje baja solo algunos puntos pero es menor la cantidad de alumnos que declaran copiar es la carrera de Técnico en Administración de Empresa.

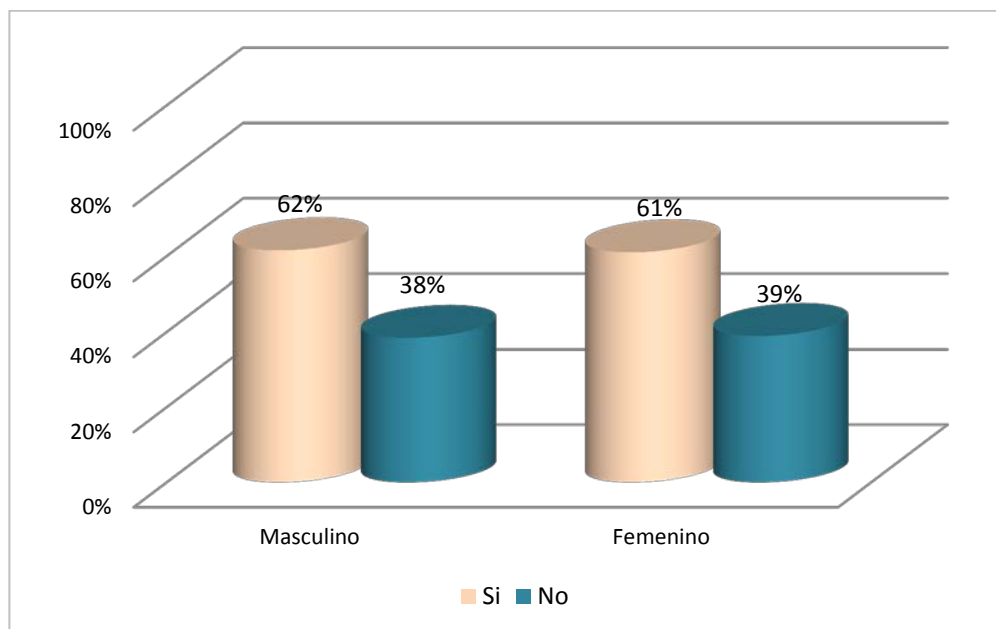
Tabla 9. Frecuencia absoluta por género

Ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba	Masculino	Femenino	Total
Si	32	47	79
No	20	30	50
Total	52	77	129

Tabla 10. Frecuencia relativa por género

Ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba	Masculino	Femenino	Total
Si	62%	61%	61%
No	38%	39%	39%
Total	100%	100%	100%

Gráfico 35. Comparación pregunta ha copiado alguna vez según género



Respecto al cuadro anterior podemos decir que el comportamiento de las personas que declaran haber copiado no presenta alguna distinción si es hombre o mujer. El porcentaje es prácticamente el mismo un 62% de los hombres encuestados copia y un 61% de las encuestadas copia.

Tabla 11. Frecuencia relativa por ítem alternativa Totalmente de acuerdo (5) según carrera TUA

ítems	TUA (Alternativa Totalmente de acuerdo - 5)
9. Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo.	69,3%
22. Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional.	58,7%
21. La ética es importante para los profesionales.	50,7%
23. La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.	50,7%
2. Los estudiantes no denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo.	44,0%
11. Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.	36,5%
1. Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobren.	29,7%
15. Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios.	29,3%
4. Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas.	28,0%
19. Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable.	21,3%
18. Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales.	20,0%
7. Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento.	18,9%
16. Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas.	17,3%
20. La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección.	17,3%

ítems	TUA (Alternativa Totalmente de acuerdo - 5)
5. Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas.	16,0%
10. El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias.	15,1%
14. El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia.	14,7%
12. La Religión afecta a la ética profesional.	12,2%
17. Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir.	11,0%
6. Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubre temas que no necesitan o nunca utilizarán.	10,7%
8. Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas.	10,7%
13. La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas.	10,7%
3. Algunos estudiantes copian en las pruebas SOLO PORQUE creen que muchos otros lo hacen.	4,0%

Tabla 12. Frecuencia relativa por ítem alternativa Totalmente de acuerdo (5) según carrera IEAE

ítems	IEAE (Alternativa Totalmente de acuerdo - 5)
22. Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional.	79,5%
9. Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo.	72,5%
21. La ética es importante para los profesionales.	64,1%
23. La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.	62,5%
2. Los estudiantes no denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo.	40,0%
15. Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios.	37,5%
11. Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.	35,0%
1. Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobren.	25,0%
7. Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento.	23,1%
4. Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas.	22,5%
18. Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales.	22,5%
17. Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir.	20,0%
19. Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable.	20,0%
5. Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas.	17,5%
13. La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas.	17,5%

ítems	IEAE (Alternativa Totalmente de acuerdo - 5)
6. Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubre temas que no necesitan o nunca utilizarán.	15,4%
10. El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias.	15,0%
12. La Religión afecta a la ética profesional.	15,0%
16. Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas.	15,0%
20. La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección.	15,0%
14. El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia.	12,5%
3. Algunos estudiantes copian en las pruebas SOLO PORQUE creen que muchos otros lo hacen.	10,0%
8. Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas.	7,5%

Tabla 13. Frecuencia relativa por ítem alternativa Totalmente de acuerdo (5) según carrera ICO

ítems	ICO (Alternativa Totalmente de acuerdo - 5)
21. La ética es importante para los profesionales.	84,6%
22. Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional.	84,6%
9. Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo.	69,2%
11. Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.	69,2%
15. Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios.	69,2%
19. Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable.	53,8%
23. La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.	53,8%
2. Los estudiantes no denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo.	46,2%
12. La Religión afecta a la ética profesional.	46,2%
7. Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento.	38,5%
16. Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas.	38,5%
4. Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas.	30,8%
10. El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias.	30,8%

Ítems	ICO (Alternativa Totalmente de acuerdo - 5)
20. La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección.	30,8%
1. Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobren.	23,1%
13. La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas.	23,1%
14. El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia.	23,1%
18. Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales.	23,1%
3. Algunos estudiantes copian en las pruebas SOLO PORQUE creen que muchos otros lo hacen.	15,4%
5. Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas.	15,4%
6. Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubre temas que no necesitan o nunca utilizarán.	15,4%
8. Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas.	15,4%
17. Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir.	0,0%

Al mirar los tres cuadros queda claro que los estudiantes, indistinto de la carrera que están cursando, coinciden en varios ítems reconociendo por ejemplo en un alto porcentaje que la Ética es importante para los profesionales que los valores propios son indispensables para la ética de un profesional y que Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo.

Conclusiones:

- Respecto a lo visto en el análisis de los datos, queda muy en claro que sobre un 60% de los estudiantes de los programas de continuidad de estudios, ha copiado o copia en los certámenes, declarando que lo hacen muchos por falta de tiempo, dejando claro que esta situación hace que se tienda a hacerlo como algo normal producto de la situación de falta de tiempo.
- Un alto porcentaje de los estudiantes es casado, convive y lleva vida en familia. Casi todos están incorporados en el mundo laboral por lo tanto, estas variables están por sobre los estudios, lo que hace que sea una excusa o atenuante para justificar que copiar en un certamen o trabajos esté justificado.
- Tomando en cuenta lo anterior quienes son forzados a ir a la Universidad producto de facilidades que se le dan en los trabajos o a quienes se les solicita estudiar, también justifican comportamientos anti éticos en la sala de clases porque están haciendo algo que no les produce mayor grado de satisfacción sino solo “cumplir” con lo que se les está solicitando.
- Quienes manifiestan NO copiar o realizar algún acto anti ético respecto a los estudios Universitarios dejan copiar a los demás para no tener conflictos y evitar que los demás reprobren. No hay un reconocimiento ni juicio valórico frente a los demás. Solo se deja hacer.
- Si bien es cierto lo que queda claro que ocurre en las salas de clases se contrapone con lo que la mayoría de los encuestados reconoce respecto a otras situaciones, como por ejemplo, un alto porcentaje declara que trabajar con ética es un negocio a largo plazo sin embargo actúa frente a estos

temas puntales de otra forma. En los mini casos planteados ocurre lo mismo. Muchos son los que compartirían información privilegiada para ser beneficiados y actuarían en una forma no correcta con la competencia para obtener mejores resultados en el negocio en el cual están.

- Reconocen que un código de ética es importante y la existencia de uno reduciría las prácticas no morales, sin embargo un alto porcentaje declara que violaría el código de ética si no es detectado en alguna práctica extraña o que atente con la moral. Es decir también se complementa con lo que se señala en una afirmación que dice que hay una influencia por el entorno y a pesar de valorar que los valores propios son indispensables al momento de tomar decisiones se dejan llevar por lo que hacen los otros. Si ellos lo hacen porque yo no lo podría hacer.
- Frente a estas situaciones sería importante reforzar en una forma más potente estos temas con los estudiantes que hoy están inmersos en empresas y que según lo estudiado hay una tendencia alta a realizar acciones poco éticas influenciados por otros o por el entorno. Una asignatura con profesionales calificados y una estructura curricular a la vanguardia podría hacer que se reflexione respecto a estos temas en profundidad para de alguna forma orientar y educar a los estudiantes de la Universidad del Bío-Bío, que el actuar con ética no solo debe ser una declaración de buenas intenciones sino algo que se debe incorporar en el ADN de los profesionales. Pudiendo este ser un sello relevante para la escuela de negocios de la universidad.
- La Universidad no realiza una difusión de algún reglamento o código a estudiantes respecto a prácticas que son impresentables para un futuro profesional que sale de esta casa de estudio. Nuestra sugerencia es que si existe algún código o reglamento se dé a conocer en forma clara a los estudiantes que ingresan a la Universidad para que se pueda avanzar en estos temas que son tan relevantes en medio de la sociedad donde

estamos inmersos. Debemos partir por casa y fomentar a que quienes formen parte de tan prestigiosa institución puedan tener un sello distinto.

BIBLIOGRAFÍA

- Bolivar, A. (2005). El lugar de la ética profesional en la formación universitaria. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 93-123.
- Camejo, A. J. (2010). *Ética y Responsabilidad Social en las Relaciones Laborales*. Valencia: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Chu, C. (2014). *China's Economic Development 1950- 2014* . Lexington Books.
- Cortana, A. (2013). *¿Para qué sirve realmente la ética?* España: Ediciones Paidós.
- David Molyneaux, D. K. (2004). Scenarios in banking ethics: responses, reflections and commentary. En D. Molyneaux, *Business Ethics* (págs. 255-268).
- Ducker, P. (2010). *Toward the Next Economics: and Other Essays*. Drucker Library.
- Earley y Kelly, C. y. (Febrero de 2004). *American Accounting Association*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.2308/iace.2004.19.1.53>
- Festervand y Vitell, T. y. (6 de 1987). Business ethics: Conflicts, practices and beliefs of industrial executives. *Journal of Business Ethics*, págs. 111-122.
- Hernández Fernández y Bautista, R. C. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: MC Graw Hill.
- Ildfonso Camacho, J. L. (2002). *Ética de la empresa*. Desclée De Brouwer.
- Loo, J. R. (1993). *Philpapers.org*. Obtenido de <http://philpapers.org/rec/GLEBSA-2>

- Lozano, J. M. (1999). *Ética y Empresa*. TROTTA.
- Maclagan, P. (1998). *La gestión y la moral*. SAGE Publications.
- Madison y Schmidt, R. y. (mayo de 2006). *American Accounting Association*.
Obtenido de <http://dx.doi.org/10.2308/iace.2006.21.2.99>
- Mladenovic- Nonna Martinov, B. y. (2015). Investigación del Impacto de un marco ético y una educación ética integrada en la sensibilidad y juicio ético Estudiantes de Contabilidad '. *Journal of Business Ethics*, págs. 189-203.
- Morles, V. (1994). *Planeamiento y análisis de investigaciones*. Caracas: Eldorado Ediciones.
- Pais, E. (20 de 01 de 2004). *El País*. Obtenido de http://elpais.com/diario/2004/01/20/universidad/1074629216_850215.html
- Sanchez, M. d. (31 de 03 de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/capitacion-etica-partir-modificacion-valores/>
- Sierra, S. (2006). *Innovación y Mercado*. Obtenido de <http://innovacionymercado.cl/opinion/colusion-y-malas-practicas-en-chile-efecto-del-destape-en-2015>
- Trevino, L. K. (1986). *Ethical Decision Making in Organizations: A Person-Situation Interactionist Model*. Academy of Management.
- Whippe y Swords, T. D. (1992). *Journal of Business Ethics*.
- Zimmerer y McNichols, c. y. (1985). Situational ethics: An empirical study of differentiators of student attitudes. *Journal of Business Ethics*, 175.

Anexo 1

Estamos interesados en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada solo con fines académicos y es totalmente anónima. Muchas gracias.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Preguntas	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Los estudiantes dejan copiar a sus amigos para evitar que reprobem.					
2. Los estudiantes no denuncian a los que copian, porque si lo hacen generarían conflicto o desacuerdo.					
3. Algunos estudiantes copian en las pruebas SOLO PORQUE creen que muchos otros lo hacen.					
4. Los estudiantes que no saben administrar su tiempo tienden a copiar en las pruebas.					
5. Anteponer las prioridades familiares o de trabajo sobre las universitarias incrementa la probabilidad de copiar en las pruebas.					
6. Es más probable que los estudiantes copien en las pruebas cuando ellos creen que la prueba cubre temas que no necesitan o nunca utilizarán.					
7. Los estudiantes que son forzados a ir a la universidad tienen mayor probabilidad de copiar en las pruebas que los estudiantes que van por su propio convencimiento.					
8. Si un estudiante necesita tener un título universitario para obtener una promoción laboral o un incremento salarial es más probable que copie en las pruebas.					
9. Trabajar con ética es un buen negocio en el largo plazo.					
10. El ejecutivo de negocios Chileno tiende a ignorar las leyes éticas, encontrándose sólo preocupado por las ganancias.					
11. Actuar solo en interés de los accionistas o Empresarios y no en interés de los empleados y consumidores no es ético.					
12. La Religión afecta a la ética profesional.					
13. La competencia hoy es más dura. Como resultado los empresarios se ven obligados a recurrir a prácticas inadecuadas.					
14. El empresario tiene un único propósito, el de obtener un beneficio para sí mismo, las consecuencias espirituales y morales no son de su incumbencia.					
15. Un código de ética elevaría el nivel ético de los negocios.					
16. Las presiones externas (presiones sociales, empresariales) afectan las decisiones éticas.					
17. Un Código de ética es fácil hacerlo cumplir.					
18. Un código de ética reduciría el uso de prácticas no morales.					
19. Un código de ética ayudaría a los ejecutivos para definir claramente los límites de la conducta aceptable.					
20. La gente violaría el código de ética cada vez que ellos creyeran que podrían evitar la detección.					
21. La ética es importante para los profesionales.					

22. Los valores propios son indispensables para la ética de un profesional.					
23. La formación ética entregada por la universidad a los alumnos es importante para lograr una correcta actitud ética en el futuro de ese profesional.					
<p>24. Imagine que usted es un miembro de la junta directiva de una gran corporación. En una reunión de la junta, se informa de una inminente fusión con una empresa más pequeña que ha tenido un año rentable, actualmente las acciones de su empresa se han vendido a un precio tan bajo que está seguro de que aumentará el precio de la acción cuando la noticia de la fusión sea de conocimiento público. ¿Qué haría? (Por favor marque todas las que son aplicables)</p> <p><input type="checkbox"/> Compraría algunas acciones para mí.</p> <p><input type="checkbox"/> Me gustaría decirle a mi agente financiero acerca de la próxima fusión.</p> <p><input type="checkbox"/> Me gustaría contarle a una buena amiga o amigo.</p> <p><input type="checkbox"/> No me gustaría hacer ninguna de las anteriores.</p> <p>25. Como presidente de una empresa de fabricación de bienes de consumo, que está considerando nuevas ideas para aumentar las ventas. Su departamento de marketing ha presentado dos programas, cada uno de los cuales permitirán lograr el deseado aumento de las ventas. PROGRAMA "A" utiliza un tema de la publicidad que retrata un símbolo de la superioridad del comprador al tener la propiedad del producto. PROGRAMA "B" utiliza un tema de publicidad haciendo hincapié en la calidad de su producto. ¿Con qué programa te quedarías? (Por favor marque uno solamente.)</p> <p><input type="checkbox"/> Probablemente elegiría el Programa "A"</p> <p><input type="checkbox"/> No veo ninguna razón para elegir un programa sobre el otro</p> <p><input type="checkbox"/> Probablemente elegiría el Programa "B"</p> <p>26. Imagine que usted es el presidente de una empresa en una industria altamente competitiva. Usted sabe que un competidor ha hecho un importante descubrimiento científico que le dará una ventaja que va substancialmente reducir, pero no eliminar, los beneficios de su empresa. Si existe alguna posibilidad de contratar a uno de los empleados del competidor que conocen los detalles del descubrimiento, ¿intenta contratarlo? (Por favor marque una solamente)</p> <p><input type="checkbox"/> Probablemente lo haría</p> <p><input type="checkbox"/> Probablemente no lo haría</p>					
<p>27. Género:</p> <p><input type="checkbox"/> Masculino.</p> <p><input type="checkbox"/> Femenino.</p>	<p>28. Edad:</p> <p><input type="checkbox"/> 17 – 19 años</p> <p><input type="checkbox"/> 20 – 22 años</p> <p><input type="checkbox"/> 23 – 25 años</p> <p><input type="checkbox"/> 26 años y más</p>	<p>29. Ingreso mensual familiar:</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de \$250.000.</p> <p><input type="checkbox"/> De \$250.001 a \$500.000.</p> <p><input type="checkbox"/> De \$500.001 a \$1.000.000.</p> <p><input type="checkbox"/> Más de \$1.000.000.</p>			
<p>30. Ingreso mensual personal:</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de \$100.000.</p> <p><input type="checkbox"/> De \$100.001 a \$250.000.</p> <p><input type="checkbox"/> De \$250.001 a \$500.000.</p> <p><input type="checkbox"/> Más de \$500.000.</p>	<p>31. Año de ingreso a la universidad:</p> <p>_____</p>	<p>32. Estado Civil:</p> <p><input type="checkbox"/> Soltero(a)</p> <p><input type="checkbox"/> Casado/En Pareja</p> <p><input type="checkbox"/> Separado/Divorciado</p> <p><input type="checkbox"/> Viudo</p>			
<p>33. Lugar de residencia:</p> <p><input type="checkbox"/> Chillán</p> <p>Otro: _____</p>	<p>34. ¿Cuál es el nivel de escolaridad más alto alcanzado por sus padres?</p> <p>PADRE: _____</p> <p>MADRE: _____</p>	<p>35. ¿Profesa o cree en alguna religión?</p> <p><input type="checkbox"/> SI</p> <p><input type="checkbox"/> NO</p> <p>36. Si su respuesta es SI, ¿cuál es?</p> <p>_____</p>			
<p>37. Se encuentra trabajando.</p> <p><input type="checkbox"/> SI</p> <p><input type="checkbox"/> NO</p> <p>38. Si su respuesta es SI, ¿Cuál es el cargo que ocupa en su trabajo?</p> <p>_____</p>	<p>39. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando? (total de años)</p> <p>_____</p> <p>40. Ha copiado alguna vez en algún trabajo de clases o prueba:</p> <p><input type="checkbox"/> SI</p> <p><input type="checkbox"/> NO</p>	<p>41. Si su respuesta es SI, ¿Cuál fue la razón de copiar?</p> <p>_____</p> <p>42. Carrera que cursa en la UBB:</p> <p><input type="checkbox"/> TUA</p> <p><input type="checkbox"/> IEAE</p> <p><input type="checkbox"/> ICO</p>			

