

# **La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio: una aproximación bibliográfica y pedagógica \***

*Horacio Martínez\*\**

---

\* Los derechos de autor pertenecen a Documentos de Administración. El contenido de los Documentos es de exclusiva responsabilidad del(los) autor(es) y no necesariamente refleja el pensamiento del Comité Editorial. Los textos pueden reproducirse total o parcialmente citando la fuente. Envío de propuestas de publicación al correo electrónico [documentos.administracion@javeriana.edu.co](mailto:documentos.administracion@javeriana.edu.co)

\*\* Doctor en Teología Dogmática, Pontificia Universidad Gregoriana de Roma; licenciado en Filosofía y Letras, Pontificia Universidad Javeriana. Durante más de treinta años ha sido docente e investigador sobre los valores religiosos y morales de la cultura actual. Ha publicado varios libros y numerosos artículos. Correo electrónico: [hmartinez@javeriana.edu.co](mailto:hmartinez@javeriana.edu.co).

## Tabla de Contenido

Introducción	3
Ética de la Empresa	4
1. Génesis de la ética empresarial	4
2. Estatuto epistemológico	9
3. Ética empresarial y teología	12
Bibliografía general sobre ética de la empresa	16
1. Orientación bibliográfica	16
2. Revistas especializadas	16
3. Ética y empresa	18
4. Ética y economía	29
5. Estatuto Epistemológico	40
6. Ética empresarial y teología	46
Docencia de la ética empresarial	53
1. La propuesta de Harvard Business School	53
2. La experiencia de la Universidad del Pacífico	60
3. Bibliografía selecta sobre docencia de la ética empresarial	68
Apéndice: bibliografía comentada	72

## **Introducción**

Este ensayo pretende presentar la bibliografía principal existente en Bogotá al comienzo del nuevo milenio sobre ética empresarial. Ha sido una labor de selección, porque la cantidad de libros y artículos sobre el tema se ha multiplicado mucho en los últimos tiempos. El libro tiene tres partes. En la primera se presenta la génesis de la ética empresarial como disciplina y se discuten los problemas de su estatuto epistemológico y las relaciones entre ética empresarial y teología cristiana. En la segunda parte se recopila la bibliografía básica sobre la naturaleza de la ética empresarial y sus campos más específicos. En la tercera parte se examinan dos experiencias de enseñanza de la ética empresarial, para tomar conciencia de la problemática de dicha docencia y de la forma como se debe enseñar hoy en día la ética a los alumnos de Administración de Empresas.

Se termina con un apéndice que contiene una bibliografía comentada de aproximadamente 95 libros. Éstos son los que en la actualidad se hallan disponibles en las principales bibliotecas de las universidades Bogotanas, que se han preocupado de modo significativo por formar en valores a los alumnos de Administración de Empresas. La mayor parte de ellos se encuentran en la Pontificia Universidad Javeriana. Deseo agradecer la invitación de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana para vincularme a ella como profesor de cátedra y consultor en el área de Ética Empresarial desde el 2002 y como profesor de planta e investigador desde el 2003. En particular, un reconocimiento para el decano académico de la Facultad, Guillermo Galán Correa, quien en todo momento ha velado por la orientación intelectual y por el apoyo necesario, institucional y académico, para adelantar mi tarea.

Horacio Martínez H. Profesor asociado de Ética Empresarial

# Ética de la empresa

## 1. Génesis de la ética empresarial

El origen de la preocupación actual por la ética empresarial radica en la demanda social ante las actuaciones faltas de ética de las empresas. Por eso las reflexiones de este campo se han orientado, con frecuencia, más a evitar que se repitan esos hechos escandalosos que a promover directamente una comprensión de su práctica en la organización empresarial. Aunque es cierto que se discutieron algunas temáticas planteadas en términos de ética y economía, como situaciones en las cuales se aplicaba la ética —por ejemplo, en los tratados de moral con enfoque casuístico— no se puede hablar de la ética empresarial en los primeros cincuenta años del siglo XX.

La ética empresarial empieza a gestarse sólo a partir de la aparición de empresas diferenciadas de la empresa pequeña tradicional, por su organización formal y jerárquica y por la separación de la dirección y la propiedad. Comienza, entonces, una creciente reflexión ética sobre las actuaciones de las grandes empresas y su gestión. En los años cincuenta se aborda sistemáticamente el análisis sobre la responsabilidad social de las empresas y sobre la gestión como profesión. Estos planteamientos se hacían predominantemente en el marco de tradiciones religiosas —sobre todo protestantes y católicas—, que pretendían aplicar determinados planteamientos morales al mundo de la empresa y de los negocios.

Al final de la década de los cincuenta y durante la de los sesenta es notable el desarrollo de la *doctrina social de la Iglesia* y de las reflexiones teológicas sobre las realidades terrenas y el mundo del trabajo. Se debaten los planteamientos de Teilhard de Chardin sobre el sentido cristiano del trabajo en el mundo. Aparecen las grandes encíclicas *Mater et Magistra* y *Populorum Progressio*, lo mismo que la constitución pastoral *Gaudium et Spes* del Concilio Vaticano II, donde se profundiza en la ética social católica.

Como consecuencia de la guerra de Vietnam, durante los años sesenta se produce una creciente movilización contra aquello que identifica a la cultura estadounidense. Se cuestionan las actividades de las empresas a partir de las consecuencias sociales de sus actuaciones y se critica el papel imperialista de las empresas norteamericanas en los países del Tercer Mundo. En esa década también el Club de Roma hace referencia a las consecuencias ecológicas del desarrollo industrial y al consumismo como estilo de vida.

Estas preocupaciones por las consecuencias sociales de las actuaciones empresariales llevaron a formular el concepto de la *responsabilidad social de la empresa*, más allá de los intereses individualistas de los propietarios y directivos. Lo más importante es el cambio de perspectiva: se pasa de la persona a la organización en el tratamiento de los problemas. Este cambio gradual se hace desde el supuesto de que existe un contrato social implícito entre la sociedad y la empresa: la empresa tiene obligaciones con respecto a la sociedad y tiene que elaborar su política sabiendo que tendrá que dar cuentas ante la sociedad. Los años sesenta fueron un período de expansión de la reflexión académica sobre las obligaciones de las empresas hacia los diversos grupos sociales, lo mismo que sobre la relación entre desarrollo humano y crecimiento económico. Se siente la necesidad de una formación económico-social en el mundo universitario, la cual se realiza mayoritariamente en el marco de instituciones vinculadas a iglesias cristianas. Según R. T. de George:

El desarrollo de la Business Ethics como especialidad comenzó en los años setenta. Teólogos y pensadores religiosos habían desarrollado el área de la ética de los negocios y continuaron desarrollándola. Profesores de *management* continuaron escribiendo y enseñando sobre la responsabilidad social de la empresa. El nuevo ingrediente que se añadió fue la entrada en la temática —por diversas razones— de un significativo número de filósofos. (1987; 201-207).

La entrada de los filósofos, de hecho, va ligada a la preocupación por aclarar cuál es el estatus moral de las empresas. Sin abandonar la preocupación por las cuestiones individuales, surge una reflexión ética específica sobre la organización como tal. Pero como observa Joseph M. Lozano:

Es necesario subrayar que muy a menudo estas reflexiones que hablan en términos empresariales tienen todavía como referencia la concepción de la empresa que se tiene desde la perspectiva de la dirección, y por eso no nos ha de sorprender que uno se empiece a preguntar también hasta qué punto, en definitiva, la Business Ethics no es otra cosa que la legitimación (o la coartada) de un sistema económico y de determinadas prácticas que tienen lugar en su seno. (1999; 40)

Ciertamente, hacia finales de los años setenta y primeros años de los ochenta aparecieron nuevas perspectivas y preocupaciones que van consolidando la ética empresarial como especialidad disciplinar. A partir de entonces la producción académica comenzó a crecer y a sistematizarse formalmente.

En lo que se refiere a revistas, en 1981 aparece *Business and Professional Ethics Journal*, editado por el Centre for Applied Ethics de la Universidad de la Florida; en 1982, el *Journal of Business Ethics*, que ha llegado a ser la revista especializada de referencia en el campo de la ética empresarial, y en 1991, la *Business Ethics Quarterly*, editada por la Society for Business Ethics.

Como se puede observar, el movimiento fuerte de la ética empresarial se dio en Estados Unidos. Antes de los años ochenta, en Europa encontramos la temática bajo epígrafes como “Economía y sociedad”, “Ética social”, “Ética económica”, etc. Sin llegar a

la “eticamania” estadounidense de los años ochenta, en Europa se ha dado un debate sobre los valores empresariales, debido quizá a la crisis de las ideologías al final de la década de los ochenta. A veces parece que el interés por la empresa y sus valores ocupara el lugar que dejaron vacío las ideologías. Es bueno recordar que en Europa las tradiciones políticas y sociales han dado lugar a formas de capitalismo diferentes al de Estados Unidos.

La perspectiva europea trata los problemas de la ética empresarial sin apelar tanto a la legalidad para resolverlos y trata de establecer aproximaciones filosóficas y sociológicas. También le da menos importancia a la elaboración de códigos de ética empresarial. Evita utilizar la ética de los negocios como una forma de legitimar las prácticas comerciales de las empresas. Y le da un mayor peso a los valores sociales y una mayor confianza a la autorregulación.

En 1987 se creó en Europa la European Business Ethics Network (EBEN), con la intención de potenciar las relaciones entre el mundo académico y el mundo empresarial, impulsando cursos, publicaciones y conferencias anuales. La asociación ha impulsado la creación de redes en diversos Estados a partir de sus realidades: Italia, Francia, Alemania, etc. Han aparecido también dos revistas: *Etica degli affari*, editada por la revista *L'Impresa*, en 1987, y que después se convirtió en *Etica degli affari e delle professioni*, y *Business Ethics. A European Review*, editada ahora por la London Business School y creada en 1992. Tanto en Estados Unidos como en Europa han aparecido centros dedicados parcial o totalmente a estudiar los problemas de la ética empresarial. Por ejemplo, el Business Ethics Research Centre y el Institute of Business Ethics, ambos en Londres.

En los primeros años del siglo XXI los escándalos financieros de Enron, Parmalat y otras corporaciones han mostrado las graves consecuencias de una gestión sin valores éticos, lo cual ha producido un renovado interés por el cultivo de los grandes valores éticos

en el mundo empresarial. Así, en los libros escritos en el nuevo siglo se encuentran la integridad moral como el alma de toda corporación; pero hay que estar atento para no caer en una simple utilización instrumental de la ética. No se puede caer en la ‘cosmética’ ética, para hacer aparecer de abuela buena al lobo feroz de muchas empresas. La ética es rentable a largo plazo para las empresas; sin embargo, hay que sujetarse a ella, aun en las situaciones en que no traiga beneficios para ellas. En la sociedad contemporánea, la actividad económica se realiza dentro del marco de las empresas como organizaciones. Esto significa que la ética empresarial no se puede tratar exclusivamente en términos individuales. Ésta, ante todo, es una ética de las organizaciones, donde la dimensión colectiva va más allá de las voluntades individuales. Para Adela Cortina: “la ética empresarial consistiría, por tanto, en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidas por una sociedad pluralista —valores que componen una ética cívica— al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario, pero siempre empapado de postconvencionalismo” (1998; 89).

La ética empresarial es un puente hacia el futuro de la empresa, vivida como una cultura donde todos sus miembros encuentran un sentido a su vida; entre el hombre y la empresa del futuro; entre la organización empresarial y los desafíos del progreso. También es una serie de respuestas al arte de vivir la empresa en las condiciones cambiantes del mundo de hoy y del futuro. Es un continuo ponerse al día de la organización empresarial para sobrevivir, pues la empresa de la tercera ola, de conocimientos, necesita un nuevo hombre más responsable, capaz de hacer juicios de valor, de tomar decisiones y de trabajar en equipos multidisciplinares, multiétnicos y multinacionales. El problema de la ética empresarial es cómo combinar eficiencia económica con libertad individual, equidad social y respeto por los valores absolutos.

## **2. Estatuto epistemológico**

El crecimiento de publicaciones, cursos y seminarios acerca de la ética empresarial plantea el reto de explicar desde el punto de vista conceptual cómo enfocar una propuesta ética adecuada a la realidad contemporánea de la economía y la administración. Ante los recientes escándalos de la forma como maquillaron la contabilidad Enron y otras grandes corporaciones estadounidenses, surge la demanda pública, sobre todo de los inversionistas en la bolsa, de una ética más exigente.

Después del derrumbe de la ideología marxista de finales del siglo pasado, la atención se ha volcado hacia los valores que deben acompañar las actividades del diario vivir. Los valores son las cualidades de nuestras relaciones que expresan las exigencias de sentido que reclaman las situaciones. Las personas buscan encontrar en su entorno un sentido que los motive a enfrentar los retos de la vida. Como el trabajo ocupa una buena parte del tiempo de la gente, se busca que la ética canalice la necesidad personal de sentido en las actividades empresariales.

Para responder a esta demanda de sentido y responsabilidad en la organización empresarial, se necesita elaborar una ética aplicada que cumpla los requisitos rigurosos de una disciplina. De la misma manera que la bioética está respondiendo a los desafíos de las ciencias de la vida, la ética empresarial tiene que estar a la altura de los retos de las ciencias económicas y administrativas.

En la sociedad contemporánea la actividad económica en gran parte se realiza dentro del marco de la organización de las empresas, es decir, la ética empresarial no se puede tratar exclusivamente en términos individuales. Ésta es ante todo una ética de las organizaciones, donde la dimensión colectiva va más allá de las voluntades individuales.

La ética empresarial tiene un carácter sistémico y no puede reducirse a un recetario para solucionar los problemas coyunturales de inmoralidad de las empresas. Hay que configurar un marco de comprensión *ética* que haga viable esta disciplina en cuanto es *ética empresarial*. Partiendo del análisis de la empresa dentro de un sistema económico, se deben examinar las exigencias de sentido o de valores éticos para que la conducta colectiva e individual, propia de las empresas, esté de acuerdo con la dignidad humana de los sujetos.

Cuando se investiga la naturaleza de la ética empresarial a través de la bibliografía disponible, una realidad sorprende: la falta de un marco de referencia intelectual para la discusión de los problemas concretos. Al comparar esto con la reflexión acerca de la bioética, que es el otro gran campo de ética aplicada en el mundo contemporáneo, se nota más esta deficiencia. Mientras en la bioética se tiene un paradigma conceptual para realizar un examen ético de los problemas que plantea la tecnociencia a la vida en el planeta — ingeniería genética, aborto, eutanasia, etc.—, en la ética empresarial se carece de tal paradigma, que facilitaría mucho la lectura e interpretación de los problemas éticos que plantean las ciencias económico-administrativas. A medida que se profundiza en estos dos campos de aplicación de la ética, se notan las coincidencias en lo epistemológico, por ejemplo, la necesidad de un enfoque interdisciplinario para abordar los problemas.

Se cree que los especialistas en bioética o en ética empresarial enriquecerán sus planteamientos conociendo los dos campos. Más todavía, a mi juicio<sup>[GP1]</sup>, lo más conveniente para la ciencia es que en vez de institutos o centros de bioética o de ética empresarial se creara, sobre todo en las universidades, un instituto o centro de ética que investigue las dos ramas de la ética aplicada. Más aún, la economía se convertirá en el siglo XXI en una bioeconomía, adonde necesariamente confluirán los planteamientos de las dos disciplinas.

Al aplicar un paradigma ético apropiado a las situaciones que plantean los procesos económicos y administrativos, se logra tomar decisiones ajustadas a la ética. La ética empresarial debe ofrecer un modo de resolver moralmente conflictos de acción. Según M. T. Brown, “aunque pueda resultar extraño, el propósito de la ética no es que la gente sea más ética, sino que sea capaz de tomar mejores decisiones” (citado por Cortina, 1998; 86).

La ética empresarial es un área de ética aplicada que, como tal, exige no sólo el aporte de filósofos y teólogos, de psicólogos y sociólogos, sino también de expertos en las ciencias económico-administrativas. Como dice Lozano “no se puede hablar de valores hablando sólo de valores” (1999; 21). Para hacer ética empresarial hay que superar el dualismo y la falta de mediación entre ética y administración, que son una característica de la edad moderna. Los expertos en ética empresarial no pueden dedicarse exclusivamente a cuestiones de fundamentación ética y metaética sin tener en cuenta los reclamos inmanentes de las esferas vitales. Tampoco los expertos en economía y administración pueden olvidarse de la dimensión trascendental y universal del desarrollo humano.

Al comienzo del siglo XXI, la ética empresarial exige una metodología interdisciplinaria en el estudio de las situaciones concretas que reclaman una conducta ética. Esta interdisciplinaria articula áreas particulares para estudiar problemas complejos. Se admite como válido no sólo el conocimiento científico positivista, sino también el de las disciplinas humanistas, como la antropología, la filosofía y la teología. Las ciencias, por distintas que ellas sean, pueden establecer nexos de articulación mutua y producir una relación de conocimiento multilateral. Hay que tener en cuenta la naturaleza compleja del conocimiento, que hace imposible llegar a la verdad por el camino de una sola disciplina.

### **3. Ética empresarial y teología**

¿Cuál debe ser la relación entre la religión y el mundo de la empresa? Las tradiciones religiosas cristianas contribuyeron durante el siglo XX a la conformación de la ética empresarial, en particular la Doctrina Social de la Iglesia católica; pero la pregunta es ¿Cuál debe ser esta relación en el mundo secularizado del nuevo milenio?

La secularización es el fenómeno histórico en virtud del cual las ciencias se han constituido autónomamente sin dependencia directa de las directrices religiosas. La ética empresarial, como tal, es fruto de la reflexión filosófica, económica y administrativa. Esto no significa que la teología no pueda aportar sus puntos de vista a la reflexión sobre los problemas morales de los que se ocupa la ética empresarial. Excluir el aporte de la teología sería caer en el secularismo que es la negación de la dimensión religiosa como tal.

La cultura posmoderna actual, que desconfía de las ideologías y quiere abrirse a una reflexión crítica de las realidades, ofrece una oportunidad para escuchar los puntos de vista de los teólogos y de la Iglesia. La concepción de que los negocios y la empresa son algo puramente económico, en los que no tiene cabida la ética y mucho menos la religión, es un mito que ya está superado. Las acciones empresariales son acciones humanas y como tales caen en el ámbito de la ética. Y la ética que trata del sentido de la actividad humana entra en diálogo necesario con la teología para esclarecer su sentido último. La teología sirve como una instancia crítica de las afirmaciones de la ética en orden a establecer si una acción es digna o no del ser humano.

La religión alude a las relaciones del hombre con Dios. Este comportamiento influye en todos los ámbitos de la existencia, incluido el de la vida en la empresa. En este último ámbito hay personas creyentes que sacan de los preceptos religiosos valores y normas de conducta. Aquellos quienes creen en Dios creador del hombre entienden que Él es el que conoce mejor lo que es bueno o malo en la conducta humana, y eso informa su conciencia moral.

La teología proporciona una elaboración racional de la religión. La teología es la “ciencia que acoge e investiga la divina Revelación, respondiendo a la vez, a las exigencias de la razón humana” (Juan Pablo II, *Veritatis Splendor*, No. 29). Un cristiano, por ejemplo, quiere vivir de acuerdo con el Evangelio, y la teología le aporta orientaciones sistemáticas para lograrlo. Esta última utiliza la filosofía para elaborar los proyectos de vida según las creencias religiosas. La teología moral asume los principios éticos racionales y con ellos busca una mejor comprensión de la Revelación. Sus conclusiones están dirigidas a orientar la conducta de los creyentes en diversos ámbitos, también en los negocios y la empresa.

Aunque las reflexiones de la teología moral interesan ante todo a los creyentes, iluminan y dan mayor peso a las conclusiones de la ética filosófica. De aquí surge la necesidad de delimitar el ámbito metodológico de la filosofía y de la teología en ética empresarial y su aporte a un diálogo interdisciplinar.

Viniendo al caso de la teología cristiana, el proyecto de humanización del mundo, del cual se ocupa la ética, no está contrapuesto al proyecto de cristianización, del cual se ocupa la teología. Para el cristianismo no existen dos historias paralelas: la profana del mundo y la sagrada de la historia de la salvación. Son una sola con dos dimensiones complementarias. De hecho, la persona y la sociedad han sido creadas a imagen de Dios y como tales han de

encontrar su sentido dentro de su plan salvífico. Sobre las relaciones entre fe cristiana y ética E. López Azpitarte observa:

No sé si habría que adjetivar a la ética cristiana de “humana” o de “sobrenatural”, como si se tratara de dos fuerzas contrapuestas que buscan apoderarse de ella para convertirla en una ciencia profana o religiosa. Me parece más exacto hablar de dos aspectos de una misma realidad. Tiene una dimensión humana, en cuanto el hombre lo fundamenta en su propia razón. Y se hace religiosa por su apertura al trascendente, cuando se vive como respuesta a un Alguien que está más allá del valor. Está henchida de una fe que no elimina, contradice ni limita el esfuerzo de la razón; y está basada en la racionalidad, pero sin cerrarse en una autonomía absoluta, incompatible con la revelación. (1988; 32)

De la teología de la creación han surgido conceptos que han enriquecido a la ética empresarial, como la dignidad de toda persona humana por ser imagen de Dios, la igualdad básica entre todos los hombres, el dominio del hombre sobre los recursos materiales, la unidad de la familia humana, el destino universal de todos los bienes de la creación o la participación con el trabajo en la obra de la creación y de la recapitulación de todas las cosas en Dios. De esta forma, la teología, al evidenciar la referencia a Dios, proporciona un fundamento trascendente a la ética empresarial. La relación a Dios es lo que le confiere un carácter absoluto al respeto a la dignidad de la persona humana. Juan Pablo II ha relevado este aspecto: “Si no existe una verdad trascendente, con cuya obediencia el hombre conquista su plena identidad, tampoco existe ningún principio seguro que garantice relaciones justas entre los hombres” (Veritatis Splendor, No. 44).

La fe religiosa influye mucho en la conducta de las personas y esto sucede también en la empresa. Si lo más importante de la ética no es su conocimiento sino su práctica, la teología aporta motivos religiosos para actuar bien, sumando su motivación a la aportada por las razones filosóficas. Los teólogos pueden motivar a la gente a actuar correctamente en el terreno económico. Es frecuente encontrar directivos empresariales cuya sensibilidad

moral tiene sus raíces en sus convicciones religiosas. Puesto que en las empresas hallamos un buen número de cristianos, que pueden suponerse potencialmente receptivos a las exigencias de la moral cristiana en relación con las empresas, es conveniente desarrollar una ética empresarial desde una perspectiva cristiana o, al menos, complementar las reflexiones de la ética filosófica con las perspectivas teológicas.

### **Bibliografía**

Cortina, A. *et al.* (1998), *Ética de la empresa*, Trotta, Madrid.

De George, R. T. (1987), "The Status of Business Ethics, Past and Future", *Journal of Business Ethics*, No. 6, pp. 201-207.

Juan Pablo II, *Veritatis Splendor*, No. 29

López Azpirtarte, E. (1988), *La ética cristiana: ¿fe o razón? Discusiones en torno a su fundamento*, Sal Terrae, Santander.

Lozano, J. M. (1999), *Ética y empresa*, Trotta, Madrid.

## **Bibliografía general sobre ética empresarial[GP2]**

### **1. Orientación bibliográfica sobre ética empresarial**

Jones, D. G. y Bennet, P. (1986), *A Bibliography on Business Ethics*, Edwin Mellen Press, Englewood Cliffs New Jersey. (incluye en cuatro tomos bibliografía desde 1950 a 1985).

Kenneth, *et al.* (1988), *Bibliography of Business Ethics and Musiness Moral Values*, College of Business Administration Creighton University, Omaha.

Machan, T. R. y Den Uyl, D. J. (1987), "Recent Work in Business Ethics. A Survey and Critique", *American Philosophical Quarterly*, vol. 24, No. 2, abril, pp. 107-123.

McHugh, F. P. (1988), *Key guide to Information Sources in Business Ethics*, Nichols Publishing, New York.

## **2. Revistas especializadas**

*Acción Empresarial*, Acción Social Empresarial, José Marañón 3, 28010 Madrid.

*Bulletin Etique des affaires*, Michel Dion (edit.), Faculté de Theologie, Université de Sherbrooke, Sherbrooke, Quebec Jik 2RI (Canadá).

*Business and Professional Ethics Journal*, Center for Applied Philosophy, University of Florida, FL 32611 (USA).

*Business and Society. The Journal of the international Association for Business and Societaty*, Thomas M. Jones (edit.), School of Business Administration, DJ-10, University of Washington. Seattle, WA 98195 (USA).

*Business Ethics. A European Review*, prof. Jack Mahoney, London Business School, Sussex Place, Regent's Park, London NW1 4SA (UK). Blackwell Publishers, 108 Cowley Road, Oxford OX 4 1 J F, U. K.

*Busines Ethics. The Magazine of Socially Responsible Business*, 52 S. 10th. St., Suite 110, Meneapolis, MN 55403-2001 (USA).

*Business Ethics Quaterly (The Journal of Tree Society for Business Ethics)*, Philosophy Documentation Center, Bowling Green State University, Bowling Green, OH 43403-0189 (USA).

*Business Ethics Resource*, Revehen Consultans, 28 Marshal St., Suite 3, Brooklin, MA 02146 (USA).

*Carta de AEDOS. Newsletter de la Asociación para el Estudio de la Doctrina Social de la Iglesia*, General Perón 32, 7o L, 28020, Madrid.

*Center for Business Ethics News*, Center for Business Ethics. Bentley College, Waltham, MA 02254 (USA).

*Ethics Journal*, Ethics Resources Center, Inc., 1120 G St. NW, Suite 200, Washington, D. C. 20005 (USA).

*Ethikos*, 799 Broadway, Suite 541, New York, NY 10003 (USA).

*Etica degli Affari e delle Professioni*, Enrico Sassoon, direttore responsabile, 24 Ore-SEME SPA, Via Lomazzo, 52, 20154 Milano (Italia)

*European Business Ethics Network Newsletter*, EBEN, Nijenrode University, Straatweg 25, 3621 BG Breukenen (Holanda).

*Focus on Ethics*, Barbara Bell (edit.), The Institute of Chartered Accountants of Australia, 37 York St., Sydney NSW 2000 (Australia).

*Harvard Business Review*, Boston, MA, 02163.

*ICADE. Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, Alberto Aguilera, 23, 28015, Madrid.

*International Journal of Value Based Management*, Hagan School of Business, Iona College, 715 North Avenue, New Rochelle, NY 10801-1890 (USA).

*Journal of Business Ethics*, Dalhousie University, Halifax, Nova Scotia B3H 3J5 (Canadá)  
Kluwer Academic Publishers, P. O. Box 322, 3300 AH Dordrecht, The Netherlands.

*Organizational Ethics Newsletter*, 2746 Derby St., Berkeley, CA 94705 (USA).

*Papers on the Ethics of Administration*, Provo, Utah, University of Brigham Young Press.

*SIM Newsletter*, Social Issues in Management Division, Academy of Management. Patricia C. Kelley (edit.), Western Washington University, Bellingham, WA 98225-9077 (USA).

*Social Justice*, Institute for the Study of Social Justice, Sophia University, Tokyo (Japón).

*The Society for Business Ethics Newsletter*, Ronald Duska, Executive Director, Rosemont College, Rosemont, PA 19010 (USA).

### **3. Ética y empresa**

Andrews, K. (edit.), (1989), *Ethics in Practice Managing the Moral Corporation*, Harvard Business School Press, Boston.

Andrews, K. R. (1973), "Can the Best Corporation Be Made Moral?", *Harvard Business Review*, mayo-junio, pp. 57-64.

Arandoña, A. (1994), *La ética en la empresa*, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.

Arkes, H. R. y Mammond, K. R. (edits.), (1986), *Judgment and Decision Making*, Cambridge University Press, Cambridge.

Badaracco, J. L. (1997), *Defining Moments. When Managers must Choose between Right and Right*, Harvard Business School Press, Boston.

Badaracco, J. L. y Ellsworth, R. (1989), *Leadership and the Quest for Integrity*, Harvard Business School Press, Boston.

Beach, L. R. (1993), *Making the Right Decision. Organizational Culture, Vision and Planning*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.

Benson, G. C. S. (1989), "Codes of Ethics", *Journal of Business Ethics*, Vol. 8 N°. 5[GP3], pp. 305-319.

- Blanchard, K. y O'Connor, M. (1997), *Administración por valores. Cómo lograr el éxito organizacional personal mediante el compromiso con una misión y unos valores compartidos*, Norma, Bogotá.
- Blanchard, K. y Peale, N. V. (1990), *El poder ético del directivo*, Grijalbo, Barcelona.
- Bommer, M.; Gratto, C.; Gravander, J., y Tuttle, M. (1987), "A Behavioral Model of Ethic and Unethical Decision Making", *Journal of Business Ethics*, No. 6, pp. 265-280.
- British Institute of Management (1984), *Code of Conduct and Supporting Guides to Good Management Practice*, BIM, London.
- Brooks, L. J. (1989), "Corporate Codes of Ethics", *Journal of Business Ethics*, vol. 8, Nos. 2-3, pp. 117-129.
- Brown, M. T. (1992), *La ética en la empresa. Estrategias para las decisiones*, Paidós, Barcelona.
- Camacho, I.; Fernández, J. L., y Miralles, J. (2002), *Ética de la empresa*, Desclée de Brouwer, Bilbao.
- Carlson, D. S. y Perrewé, P. L. (1995), "Institutional of Organizational Ethics through Transformational Leadership", *Journal of Business Ethics*, vol. 14, No. 10[GP4], pp 829-ff.
- Carroll, A. B. (1975), "Managerial Ethics, a Post-Watergate View", *Business Horizons*, abril, pp. 75-80.
- Carter, S. L. (1996), *Integrity*, Basic Books, New York.
- Cavanagh, G. F. y McGovern, A. F. (1988), *Ethical Dilemmas in the Modern Corporation*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Chakraborty, S. K. (1991), *Management by Values. Towards Cultural Congruence*, Oxford University Press, Delhi.

- Chakraborty, S. K. (1995), *Ethics in Management. Vedantic Perspectives*, Oxford University Press, Delhi.
- Ciulla, J. B. (1995), "Leadership Ethics. Mapping the Territory", *Business Ethics Quarterly*, vol. 5, No. 5, pp. 5-28.
- Ciulla, J. B. (1999), "The Importance Leadership in Shaping Business Values", *Long Range Planning*, vol. 32, No. 2, pp. 166-172.
- Ciulla, J. B. (edit.), (1998), *Ethics, the Heart of Leadership*, Praeger, Westport, Connecticut.
- Conway, J. y Houlihan, J. (1982), "The Real State Code of Ethics, Viable or Vaporous", *Journal of Business Ethics*, No. 1, pp. 201-210.
- Cortina, A. (2003), *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Trotta, Madrid.
- Cortina, A. et al. (1998), *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Trotta, Madrid.
- Cortina, A. y Conill, J. (1998), *Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial*, Siglo del Hombre, Bogotá.
- Cressey, D. R. y Moore, C. A. (1983), "Managerial Values and Corporate Codes of Ethics", *California Management Review*, vol. 25, No. 4, pp. 53-77.
- Dalla Costa, J. (1999), *El imperativo ético. Por qué el liderazgo moral es un buen negocio*, Paidós, Barcelona.
- Davis, M. (1991), "L'Autorità morale di un codice professionale", *Etica degli Affari e delle Professioni*, vol. 4, No. 4, pp. 5-33.
- De George, R. T. (1986), "Corporation and Morality", en Curtler, H. (edit.), *Shame, Responsibility and the Corporation*, New York, Haven, pp. 57-75.

- De Michele, R. (1998), *Los códigos de ética en las empresas. Instrucciones para desarrollar una política de reglas claras en su organización*, Granica, Buenos Aires.
- Dean, P. J. (1992), "Making Codes of Ethics "Real", *Journal of Business Ethics*, No. 11, pp. 285-290.
- Dobson, J. (1990), "The Role of Ethics in Global Corporate Culture", *Journal of Business Ethics*, vol. 9, No. 6, pp.481-488.
- Donalson, J. y Sheldrake, J. (1990), "The Parameters of Ethical Decision-Making in Organizations", en Enderle, G.; Almond, B., y Argandoña, A. (edits.), *People in Corporations*, Kluwer, London, pp. 69-76.
- Donalson, T. (1982), *Corporations and Morality*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Driscoll, D. M. y Gardiner, G. (1999), "Gaining the Ethical Edge. Procedures for Delivering Values-Driven Management", *Long Range Planning*, vol. 32, No. 2, pp. 179-189.
- Elkin, J. R. (1993), *La doble moral de las organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada*, McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid.
- Enderle, G.; Almod, B.m y Argandoña, A. (edits.), (1990), *People in Corporations. Ethical Responsibilities and Corporate Effectiveness*, Kluwer, Dordrecht.
- Epstein, M. J. y Birchard, B. (2001), *La empresa honesta. Cómo convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja corporativa*, Paidós, Barcelona.
- Estudios y Ediciones IESE (1995), *Empresa y vida familiar*, Universidad de Navarra, Barcelona.
- Evans, W. A. (1981), *Management Ethics. An Intercultural Perspective*, Martinus Nijhoff Publishing, Boston.

- Fairholm, G. W. (1991), *Values, Leadership. Toward a New Philosophy of Leadership*, Praeger Publishers, New York.
- Fairholm, G. W. (1998), *Perspectives on Leadership. From the Science of Management to its Spiritual Heart*, Quorum Books, Westport.
- Fernández, J. L. (1994), *Ética para empresarios y directivos*, ESIC, Madrid.
- \_\_\_\_\_ (1992), “Ética empresarial”, *Razón y Fe*, No. 226, pp. 27-43.
- Ferrell, O. C. et al. (2000), *Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases*, Houghton Mifflin Company, Boston.
- Ford, R. C. y Richardson, W. D. (1994), “Ethical Decision Making. A Review of the Empirical Literature”, *Journal of Business Ethics*, No. 13, pp. 205-221.
- Frankel, M. S. (1990), “Professional Codes. Why, How and with What Impact”, *Journal of Business Ethics*, vol. 8, Nos. 2-3, pp. 109-115.
- Fredecick, W. C.; Davis, K., y Post, J. E. (1988), *Business and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*, McGraw Hill, New York.
- Freeman, R. E.; Gilbert, D. R., y Hartman, E. (1988), “Values and the Foundations of Strategic Management”, *Journal of Business Review*, vol. 7, No. 11, pp. 821-834.
- French, P. (1984), *Collective and Corporate Responsibility*, Columbia University Press, New York.
- \_\_\_\_\_ (1979), “The Corporation as a Moral Person”, *American Philosophical Quarterly* vol. 16, No. 3, pp. 207-215.
- Fritzsche, D. J. y Becker, H. (1991), “A Model of Decision-Making Incorporating Ethical Values”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 10 N° 11, [GP5]pp. 841-852.

- García Marzá, V. D. (1996), “La ética en la empresa. El código ético como instrumento de gestión”, *Esic Market*, No. 93, julio-septiembre, pp. 159-179.
- Gilbert, D. R. (1986), “Corporate Strategy and Ethics”, *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 137-150.
- Goleman, D. (1999), *La inteligencia emocional en la empresa*, Javier Vergara, Barcelona.
- Gómez Jiménez, E. M. (1995), “Ética empresarial y códigos de conducta”, *Esic Market*, No. 88, abril-junio, pp. 49-62.
- Gómez Pérez, R. (1990), *Ética empresarial. Teoría y casos*, Rialp, Madrid.
- Gorosquieta, F. J. (1999), *Ética de la empresa. Teoría y casos prácticos*, Mensajero, Bilbao.
- Greenleaf, R. K. (1998), *The Power of Servant-Leadership*, Berret-Koehler, San Francisco.
- \_\_\_\_\_ (1996), *On Becoming a Servant-Leader*, Jossey-Bass, San Francisco.
- \_\_\_\_\_ (1996), *Seeker and Servant*, Jossey-Bass, San Francisco.
- \_\_\_\_\_ (1977), *Servant-Leadership. A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness*, Paulist Press, Mahwah.
- \_\_\_\_\_ (1970), *The Servant as Leader*, The Greenleaf Center, Indianapolis.
- Guédez, V. (2001), *La ética gerencial. Instrumentos estratégicos que facilitan decisiones correctas*, Planeta, Bogotá.
- Guellerman, S. W. (1986), “Why ‘Good’ Managers Make Bad Ethical Choices”, *Harvard Business Review*, julio-agosto, pp. 85-90.
- Guy, M. E. (1990), *Ethical Decision Making in Everyday Work Situations*, Quorum Books, New York.
- Hall, W. D. (1993), *Making the Right Decision. Ethics for Managers*, John Wiley, New York.

- Hannibdm, J. S. *et al.* (1999), *Smart Choices*, Harvard Business School Press, Boston.
- Howell, J. y Avolio, B. (1992), “The Ethics of Charismatic Leadership. Submission or Liberation”, *Academy of Management Executive*, vol. 6, No. 2[GP6], pp. 43 – 54.
- Hunt, M. (1998), *Dreammakers. Putting Visión and Values to Work*, Davies-Black Publishing, Palo Alto.
- Jones, T. M. (1991), “Ethical Decision Making by Individuals in Organizations, an Issue-contingent Model”, *Academy of Magement Review*, vol. 16, No. 2, pp. 366-395.
- Kaptein, M. y Wempe, J. (2002), *The Balanced Company. A Theory of Corporate Integrity*, Oxford University Press, New York.
- Kenneth R. A. (edit.), (1989), *Ethics in Practice. Managing the Moral Corporation*, Harvard Business School Press, Boston.
- Kleining, J. y Zhang, Y. (edit.), (1993), *Proffesional Law Enforcement Codes. A Documentary Collection*, Greenwodd Press, Westport.
- Knight, P. (1998), *Profits and Principles. Does there have to be a choice?*, Shell International, London.
- Kultgen, J. (1983), “Evaluating Codes of Proffesional Ethics”, en Robinson, W. L.; Pritchard, M. S., y Ellin, J. (edits.), *Profits and Professions. Essays in Business and Professional Ethics*, Humana, Clifton, pp. 225-264.
- Kumar, N. (1996), “The Power of Trust in Magnufacturer-Retailer Relationship”, *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre, pp. 92-106.
- L’Etang, J. (1992), “A Kantian Approach to Codes of Ethics”, *Journal of Business Ethics*, No. 11, pp. 737-744.

- Ladd, J. (1980), "The Quest for a Code of Professional Ethics. An Intellectual and Moral Confusion", en Johnson, D. G. (edit.), *Ethical Issues in Engineering*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, pp. 130-136.
- Lewis, C. W. (1991), *The Ethics Challenge in Public Service. A Problem-Solven Guide*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Llano Cifuentes, C. (1997), *Dilemas éticos de la empresa contemporánea*, Fondo de Cultura Económica, México.
- \_\_\_\_\_ (1991), *El empresario y su acción*, McGraw-Hill, Bogotá.
- Lozano, J. M. (1999), *Ética y empresa*, Trotta, Madrid.
- Manley, W. W. (1991), *Executive's Handbook of Model Business Conduct Codes*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- May, W. F. (1996), "The Virtues of the Business Leader", en *Moral Business. Classical and Contemporary Resources for Ethics in Economic Life*, William B. Eerdmans Publishing Company, Grand Rapids, Michigan, pp. 692-700.
- McCoy (1985), *Management of Values*, Herper & Row, London.
- McIntosh, M. et al. (1998), *Corporate Citizenship. Successfull Strategies for Responsible Companics*, London, Financial Times Pitman Publishing.
- McMurray, R. N. (1973), "Power and the Ambitious Executive", *Harvard Business Review*, No. 51, pp. 140-145.
- Melé, D. (1992), "Orientaciones éticas para la empresa", en *Estudios sobre la encíclica Centesimus Annus*, Unión Editorial, Madrid, pp. 561-580.
- Melé, D. (1999), "Early Business in Spain. The Salamanca School", *Journal of Business Ethics*, No. 22, pp. 175-186.
- Melé, D. (coord.), (2000), *Raíces éticas del liderazgo*, EUNSA, Pamplona.

- Melendo, T. (1990), *Las claves de la eficacia empresarial. Un reto a los empresarios españoles*, Rialp, Madrid.
- Mintzberg, H. (1987), "Making Management Decisions. The Role of Intuition and Emotion", en Mintzberg, H. *Mintzberg sobre la dirección*, Díaz de Santos, Madrid, pp. 49-90.
- \_\_\_\_\_ (1983), *La naturaleza del trabajo directivo*, Ariel, Barcelona.
- \_\_\_\_\_ Waters, J. (1990), "Does Decision get in the Way?", *Organization Studies*, pp. 1-6.
- Morris, T. (1998), *Si Aristóteles dirigiera General Motors*, Planeta, Barcelona.
- Murphy, P. E. y Enderle, G. (1995), "Ethical Managerial Leadership. Examples do Matter", *Business Ethics Quarterly*, enero, pp. 117-128.
- Nash, L. L. (1983), "Ethics without the Sermon", *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre, 1981.
- Ortiz Ibarz, J. Ma. (1995), *La hora de la ética empresarial*, McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid.
- Paine, L. S. (1994), "Managing for Organizational Integrity", *Harvard Business Review*, marzo-abril, pp.106-117.
- \_\_\_\_\_ (1994), *Cases in Leadership, Ethics, and Organizational Integrity. A Strategic Perspective*, Irwin, Chicago.
- Pastin, M. (1986), *The Hard Problems of Management*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Pérez López, J. A. (1998), *Liderazgo y ética en la dirección de empresas. La nueva empresa del siglo XXI*, Deusto S. A., Bilbao.
- Pettigrew, A. (1990), "Studying Strategic Choice and Strategic Change. A Comment on Mintzberg and Waters, Does Decision Get in the Way?", *Organizations Studies*, pp. 7-11

- Prandstraller, G. P. (1991), "I codici deontologici delle professioni come riposta ai bisogni delle società avanzate", *Etica degli Affari e delle Professioni*, vol. 4, No. 4, pp. 63-67.
- Pruzan, P. (1998), "From Control to Values-Based Management and Accountability", *Journal of Business Ethics*, No. 17, pp.
- Raiborn, C. A. y Payne, D. (1990), "Corporate Codes of Conduct. A Collective Conscience and Continuum", *Journal of Business Ethics*, vol. 9, No. 11, pp. 879-889.
- Robertson, C. y Fadil, P. A. (1999), "Ethical decision making in multinational organizations. A Cultured-Based Model", *Journal of Business Ethics*, vol. 19, No. 4, pp. 385-392.
- Rotary International (1988), *Boletín de ética. Recopilación de códigos de ética profesional, gremial y empresarial*, Club Rotario, Bogotá.
- Savater, F. (1998), *La dimensión ética de la empresa*, Fundación Social & Siglo del hombre, Bogotá.
- Simon, H. A. (1979), "Rational Decision Making in Business Organizations", *The American Economic Review*, septiembre, pp. 493-513.
- Sinclair, A. (1993), "Approaches on Organizational Culture and Ethics", *Journal of Business Ethics*, vol. 12, No. 1, pp. 63-73.
- Snyder, N. H. et al. (1994), *Vision, Values and Courage. Leadership for Quality Management*, Free Press, New York.
- Spears, L. C. (edit.) (1998), *Insights on Leadership. Service, Stewardship, Spirit and Servant-Leadership*, John Wiley & Sons, New York.
- Stevens, B. (1994), "An Analysis of Corporate Ethical Code Studies, Where do we go from here", *Journal of Business Ethics*, No. 13, pp. 63-69.

- Stoner, C. R. (1989), "The Foundations of Business Ethics. Exploring the Relationship between Organization Culture, Moral Values, and Actions", *SAM Advanced Management Journal*, vol. 54, No. 3, pp. 38-43.
- Strong, K. C. y Meyer, G. (1992), "An Integrative Descriptive Model of Ethics Decision Making", *Journal of Business Ethics*, No. 11, pp. 89-94.
- Tone Hosmer, LaRue (1994), *Moral Leadership in Business*, IRWIN, Boston.
- Treviño, L. K. (1990), "A Cultural Perspective on Changing and Developing Organizational Ethics", *Research in Organizational Change and Development*, No. 4, pp. 195-230.
- \_\_\_\_\_ (1986), "Ethical Decision Making in Organizations. A Person-Situation Interactionist Model", *Academy of Management Review*, vol. 11, No. 3, pp. 601-617.
- \_\_\_\_\_ y Nelson, K. A. (1999), *Managing Business Ethics. Straight Talk about how to do it Right*, John Willey & Sons, New York.
- Tuleja, T. (1987), *Más allá de la cuenta de resultados. Cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios*, Plaza y Janés, Barcelona.
- VV. AA. (2003), *Harvard Business Review on Corporate Ethics*, Harvard Business School Press, Boston.
- \_\_\_\_\_ (1999), *Haciéndole frente a la corrupción*, Embajada de los EE. UU. de América, Bogotá.
- \_\_\_\_\_ (1990), *Ética empresarial*, Acción Social Empresarial, Madrid.
- Warren, R. C. (1993), "Codes of Ethics, Bricks without Straw", *Business Ethics. A European Review*, vol. 2, No. 4, pp. 187-191.
- Weaver, G. R. (1993), "Corporate Codes of Ethics, Purpose, Process and Content Issues", *Business and Society*, vol. 32, No. 1, pp. 44-58.

- \_\_\_\_\_; Treviño, K. K., y Cochran, P. L. (1999), "Corporate Ethics Program as Control Systems. Influences of Executive Commitment and Environmental Factors", *Academy of Management Journal*, vol. 42, No. 1, pp. 41-57.
- Weller, S. (1988), "The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics", *Journal of Business Ethics*, vol. 7, No. 5, pp. 389-395.
- White, S. A. (1992), *Sovereign Virtue, Aristotle on the Relation between Happiness and Prosperity*, Stanford University Press, Stanford.
- Zauder, D. G. (1992), "Integrity. An Essential Executive Quality", *Business Forum*, otoño, pp. 12-16.
- Yarce, Jorge (2000), *Los valores son una ventaja competitiva. Cómo aprender a practicarlos personalmente. Cómo construir una organización basada en valores*, Ágora, Bogotá.

#### **4. Ética y economía**

- A Harvard Business Review Paperback (1991), *Ethics at Work*, Harvard Business School Press, Boston.
- Arandoña, A. (1996), "Business Ethics in Modern Spain", *Business Ethics. A European Review*, vol. 5, No. 1, pp. 19-26.
- \_\_\_\_ (1992), "Ethics in Business. Problems in Spain", *Business Ethics. A European Review*, vol. 1, No. 1, pp. 57-58.
- Armstrong, R. W. (1996), "The Relationship between Culture and Perception of Ethical Problems in International Marketing", *Journal of Business Ethics*, vol. 15, No. 11, pp. 1199-1208.

- Arruda, M. C. (1997), "Business Ethics in Latin America", *Journal of Business Ethics*, vol. 16, No. 14, pp. 1597-1603.
- Azpiazu, J. (1952), *La moral del hombre de negocios*, Razón y Fe, Madrid.
- Baase, S. (1997), *A Gift of Fire. Social, Legal, and Ethical Issues in Computing*, Prentice Hall, Upper Saddle River /Nueva Jersey.
- Baradacco, J. L. y Webb, A. P. (1995), "Business Ethics. A View from the Trenches", *California Management Review*, vol. 37, No. 2, pp. 8-28.
- Baudhuin, F. (1950), *Déontologie des Affaires*, Édition Universelle, Bruxelles.
- Baumhart, R. C. (1978), *Ética de los negocios*, Diana, México.
- \_\_\_\_\_ (1961), "How Ethical are Businessmen", *Harvard Business Review*, julio-agosto, pp. 6-19, 156-176.
- Baumol, W. J. (1993), *Mercados perfectos y virtud natural. La ética de los negocios y la mano invisible*, Celeste, Madrid.
- Bayne, K. M. (1997), "To Catch a Thief. Protecting Intellectual Property on the World Wide Web", *Marketing Tools*, enero-febrero, pp. 60-64.
- Beauchamp, T. L. (1978), *Ética en los negocios*, Diana, México.
- \_\_\_\_\_ y Bowie, N. E. (edits.), (1988), *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Englewood Hills.
- Behrman, J. N. (1988), *Essays on Ethics in Business and the Professions*, Prentice Hall, Englewood Hills.
- Bell, D. (1977), *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza, Madrid.
- Bernardo, J. D. (1993), *Ética de los negocios*, Macchi, Buenos Aires.
- Boatright, J. R. (1999), *Ethics in Finance*, Blackwell Publishers, Malden.
- \_\_\_\_\_ (1993), *Ethics and the Conduct of Business*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.

- Bowie, N. E. (1982), *Business Ethics*, Englewood Cliffs, New Jersey.
- \_\_\_\_\_ y Duska, R. F. (1990), *Business Ethics*, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Bowie, N. E., (2002), *The Blackwell Guide to Business Ethics*, Blackwell Publishers, Malden.
- Brödner, P. (1991), "Producción antropocéntrica y eficiencia económica", *Quaderns de Tecnologia. Institut Catalá de Tecnologia*, No. 4, octubre, pp. 126-131.
- Buchanan, J. M. (1996), *Ética y progreso económico*, Ariel, Barcelona.
- Byron, W. J. (1988), "Twin Towers. A Philosophy and Theology of Business", *Journal of Business Ethics*, No. 7, pp. 525-530.
- \_\_\_\_\_ (1977), "The Meaning of Ethics in Business", *Business Horizons*, vol. 20, noviembre, pp. 31-34.
- Camenisch, P. F. (1986), "On Monopoly in Business Ethics. Can Philosophy do it all?", *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 433-443.
- Carmichael, S. y Drummond, J. (1989), *Good Business. A Guide to Corporate Responsibility and Business*, Hutchinson Business Books, London.
- Cavanagh, G. F. (1998), *American Business Values with International Perspectives*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Cavanagh, G. F. (1984), *American Business Values*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Chandler, A. D. (1977), *The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business*, Harvard University Press, Cambridge.
- Chaves Ortiz, J. A. (1999), *De la utopía a la política económica. Para una ética de las políticas económicas*, San Esteban, Salamanca.

- Chester, J. E. (1999), *The Business of Commerce. Examining an Honorable Profession*, Hoover Institute Press, Stanford.
- Cohen, D. B. (1993), "Creating and Maintaining Ethical Work Climates, Anomie in the Workplace and Implications for Managing Change", *Business Ethics Quarterly*, vol. 3, No. 4, pp. 343-358.
- Comité de Ética Financiera-IAFEI (1992), *Principios de ética para el ejecutivo de finanzas*, McGraw-Hill/Interamericana de México, Naucalpan de Juárez.
- Conill, J. (1993), "Ética del capitalismo", *Claves*, No. 30, pp. 25-35.
- \_\_\_\_\_ (1993), "Ética económica", *Diálogo Filosófico*, No. 26, pp. 195-204.
- Conry, E. J. y Nelson, D. R. (1989), "Business Law and Moral Growth", *American Business Law Journal*, vol. 27, No. 1, pp. 1-39.
- Croce, B. (1942), *Filosofía práctica en sus aspectos económico y ético*.
- Dam, C. van y Stalaert, L. (edits.), (1978), *Trends in Business Ethics*, Martinus Nijhoff Social Sciences Division, Boston.
- Davidson, K. (1996), "New Commandment. Ethics in All Marketing", *Marketing News*, vol. 30, No. 18, 26 de agosto, p. 4.
- Davis, M. (1988), "The Special Role of Professionals in Business Ethics", *Business and Professional Ethics Journal*, vol. 7, No. 2, pp. 51-62.
- De George, R. T. (1993), *Competing with Integrity in International Business*, Oxford University Press, New York.
- \_\_\_\_\_ (1990), *Business Ethics*, Macmillan, New York.

- \_\_\_\_\_ (1989), "There is Ethics in Business Ethics. But There's More as Well", *Journal of Business Ethics*, No. 8, pp. 337-339.
- \_\_\_\_\_ (1982), "What is the American Business Value System", *Journal of Business Ethics*, No. 1, pp. 267-275.
- \_\_\_\_\_ y Pichler, J. (1978), *Ethics, Free Enterprise and Public Policy*, Oxford University Press, New York.
- Dietz, S. (1985), "Ethical Considerations in Cultural Research in Organizations", en Frost, P. J. *et al.* (edits.), *Organizational Culture*, Sage Publications, Beverly Hills, pp. 253-269.
- Donaldson, J. (1992), *Business Ethics. A European Casebook, Principles, Examples, Cases, Codes*, Academic Press, London.
- \_\_\_\_\_ (1989), *Key Issues in Business Ethics*, Academic Press, London.
- \_\_\_\_\_ (1989), *The Ethics of International Business*, Oxford University Press, Oxford.
- Donaldson, T. y Dunfee, T. W. (1992), "Integrative Social Contracts Theory, Ethics in Economic Life", Eben'92, International Conference.
- Donaldson, T. y Werhane, P. H. (1999), *Ethical Issues in Business. A Philosophical Approach*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Enderle, G. (1997), "A Worldwide Survey of Business Ethics in the 1990s", *Journal of Business Ethics*, vol. 16, No. 14, pp. 1475-1483.
- \_\_\_\_\_ (1997), *Diccionario de ética económica*, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Sao Leopoldo.
- Espeja Pardo, J. *et al.* (1999), *Transformación cultural, economía y evangelio*, San Esteban, Salamanca.

- Ewin, R. E. (1995), "The Virtues Appropriate to Business", *Business Ethics Quarterly*, vol. 5, No. 4, pp. 833-842.
- Fernández, J. L. (1994), "La economía como oportunidad y reto a la ética profesional", en Fernández, J. L. y Hortal, A. (comps.), *Ética de las profesiones*, Comillas, Madrid, pp. 83-107.
- Ferrell, O. C. y Gardiner, G. (1991), *In Pursuit of Ethics*, Smith Collins Company, Springfield, Illinois.
- Fort, T. L. (2001), *Ethics and Governance. Business as Mediating Institution*, Oxford University Press, New York.
- Frederick, R. E., (2002), *A Companion to Business Ethics*, Blackwell Publishing Company, Malden.
- Freeman, R. E. (edit.), (1991), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford University Press, pp. 42-56.
- Frieman, M. (1966), *Capitalismo y libertad*, Rialp, Madrid.
- Fritzsche, D. J. (1997), *Business Ethics. A Global and Managerial Perspective*, McGraw-Hill, New York.
- Fukuyama, F. (1995), *Trust. The Social Virtues & the Creation of Prosperity*, The Free Press, New York.
- Galindo García, A. (edit.), (1989), *Pobreza y solidaridad. Desafíos éticos al progreso*, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca.
- Galindo García, A. (1996), *Moral socioeconómica*, BAC, Madrid.
- Garay, J. de (1994), *El juego. Una ética para el mercado*, Díaz de Santos, Madrid.
- Garret, T. M. y Klonoski (1986), *Business Ethics*, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Garret. T. M. *et al.* (1988), *Cases Ethics*, Englewood Cliffs, New Jersey.

- Gélinier, O. (1994), *Ética de los negocios. Basta de ir a la deriva*, Limusa/Grupo Noriega Editores, México.
- Gewirth, A. (1986), "Professional Ethics. The Separatist Thesis", *Ethics, The University of Chicago*, No. 96, pp. 282-300.
- González Fabre, R. (1998), *Justicia en el mercado. La fundamentación de la ética del mercado según Francisco de Vitoria*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- González, J. (1994), "Las profesiones en la sociedad corporativa", en Fernández, J. L. y Hortal, A. (comps.), *Ética de las profesiones*, Comillas, Madrid, pp. 21-34.
- Gundlach, G. T. y Murphey, P. E. (1993), "Ethical and Legal Foundations of Relational Marketing Exchanges", *Journal of Marketing*, No. 57, octubre, pp. 35-46.
- Gundling, E. (1991), "Ethics and Working with the Japanese. The Entrepreneur and the Elite Course", *California Management Review*, vol. 33, No. 3, pp. 25-39.
- Hartman, C. L. y Beck-Dunley, C. L. (1995), "Marketing Ethics and the Search of Virtue", en Evans, J. R.; Berman, B., y Barak, B. (eds.), *Proceedings. 1995 Research Conference on Ethics and Social Responsibility in Marketing*, Hofstra University School of Business Press, Hempstead, pp. 1-14.
- Hoffman, W. M. y Moore, J. M. (1984). *Business Ethics*, McGraw Hill, New York.
- \_\_\_\_\_ (1982), "What is Business Ethics. A Reply to Peter Drucker", *Journal of Business Ethics*, No. 1, pp. 293-300.
- Hortal, A. (2002), *Ética general de las profesiones*, Desclée de Brouwer, Bilbao.

- \_\_\_\_\_ (1994), “Ética y tecnificación de las profesiones”, en Fernández, J. L. y Hortal, A. (comps.), *Ética de las profesiones*, Comillas, Madrid, pp. 75-82.
- \_\_\_\_\_ (1994), “Planteamiento de una ética profesional”, en Fernández, J. L. y Hortal, A. (comps.), *Ética de las profesiones*, Comillas, Madrid, pp. 55-73.
- Hosmer, L. T. (1995), “Trust. The Connecting Link between Organizational Theory and Philosophical Ethics”, *Academy of Management Review*, vol. 20, No. 2, pp. 379-403.
- Hunt, S. D. y Chonko, I. B. (1984), “Marketing and Machivellism”, *Journal of Marketing*, No. 48, pp. 30-42.
- Iriarte, G. (1996), *Neoliberalismo ¿sí o no? Manual para comunidades, grupos y organizaciones populares*, Paulinas, Bogotá.
- Jarayaman, L. L. y Min, B. K. (1993), “Business Ethics. A Developmental Perspective, The Evolutions on de Free and Mature Corporation”, *Journal of Business Ethics*, No. 12, pp. 665-675.
- Jennings, B. (1991), “The Regulation of Virtue, Cross-Currents in Professional Ethics”, *Journal of Business Ethics*, No. 10, pp. 561-568.
- Koehn, D. (1995), “A Role of Virtue Ethics in the Analysis of Business Practice”, *Business Ethics Quarterly*, vol. 5, No. 3, pp. 533-539.
- Koslowski, M. (1997), *La ética del capitalismo*, Rialp, Madrid.
- Kwant, R. C. (1967), *Filosofía del trabajo*, Ediciones Carlos Lohlé, Buenos Aires.
- Laczniak, G. R. (1993), “Marketing Ethics. Onward Toward Greater Expectations”, *Journal of Public Policy and Marketing*, primavera, pp. 91-96.
- Laczniak, G. R. y Murphy, P. E. (1993), *Ethical Marketing Decisions. The Higher Road*, Allyn and Bacon, Boston.
- Laris Casillas, F. J. (1997), *Ética en los negocios*, FOC, México.

- Le Clair, D. T.; Ferrell, O. C., y Fraedrich, J. P. (1998), *Integrity Management*, University of Tampa Press, Tampa.
- Liedka, J. M. (1996), "Feminist Morality and Competitive Reality. A Role for the Ethic of Care?", *Business Ethics Quarterly*, No. 6, abril, pp. 179-200.
- Llano Cifuentes, C. et al. (1987), *La vertiente humana del trabajo en la empresa*, Plaza y Janés, Barcelona.
- Marchesi, J. y Sotelo, J. (2002), *Ética, crecimiento económico y desarrollo humano*, Trotta, Madrid.
- Mayor, A. (s. f.), 1945 *Ética, trabajo y productividad en Antioquia*, Tercer Mundo, Bogotá.
- Melé, D. (coord.) (1998), *Ética en dirección comercial y publicidad*, EUNSA, Pamplona.
- \_\_\_\_\_ (coord.) (1998), *Ética en la actividad financiera*, EUNSA, Pamplona.
- \_\_\_\_\_ (coord.) (1994), *Ética, mercado y negocios*, EUNSA, Pamplona.
- \_\_\_\_\_ (coord.) (1994), *Ética, trabajo y empleo*, EUNSA, Pamplona.
- Newton, L. (1983), "Professionalization. The Intractable Plurality of Values", en Robinson, W. L.; Pritchard, M. S., y Ellin, J. (edits.), *Profits and Professions. Essays in Business and Professional Ethics*, Humana, Clifton, pp. 23-36.
- Nielsen, R. P. (1989), "Negotiating as an Ethics Action (Praxis) Strategy", *Journal of Business Ethics*, vol. 8, No. 5, pp. 383-390.
- Novak, M. (1996), *Business as a Calling. Work and the Examined Life*, The Free Press, New York.
- Ortega Martínez, E. (1994), "La ética en la investigación de mercados", *Investigación y Marketing*, No. 44, marzo, pp. 108-118.
- Partridge, S. H. (1982), *Cases in Business and Society*, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Peinador, A. (1962), *Tratado de moral profesional*, BAC, Madrid..

- Pugés, L. M. (1970), *Economía, beneficio y ética*, Hispano Europea, Barcelona.
- Rawls, J. (1978), *Teoría de la justicia*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Robin, D. P. y Reidenbach, R. E. (1993), "Searching for a Place to Stand. Toward a Worktable Ethical Philosophy for Marketing", *Journal of Public Policy and Marketing*, No. 12, primavera, pp. 97-105.
- \_\_\_\_\_ (1989), *Business Ethics Where Profits Meet Value Systems*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Scannone, J. C. y Remolina Vargas, G. (comps.), (1998), *Ética y economía. Economía de mercado, neoliberalismo y ética de la gratuidad*, Bonum, Buenos Aires.
- Schmidt M. E. (1995), *Ética y negocios para América Latina*, Universidad del Pacífico, Lima.
- Seglin, J. L. (2000), *The Good, the Bad, and your Business. Choosing Right when Ethical Dilemmas Pull you Apart*, John Wiley & Sons, New York.
- Sen, A. (1989) *Sobre ética y economía*, Alianza, Madrid.
- Shaw, W. y Barry, V. (1989), *Moral Issues in Business*, Wadsworth, Belmont.
- Sherwood, J. (1988), "Creating Work Cultures With Competitive Advantage", *Organizational Dynamics*, vol. 16, No. 3, pp. 5-27.
- Smith, N. C. y Cooper-Martin, E. (1997), "Ethics and Target Marketing. The Role of Product Harm and Consumer Vulnerability", *Journal of Marketing*, vol. 61, No. 3 julio, pp. 1-20.

- Solomon, R. C. (1999), *A Better Way to Think About Business. How Personal Integrity Leads to Corporate Success*, Oxford University Press, New York.
- \_\_\_\_\_ (1997), *It's Good Business. Ethics and Free Enterprise for the New Millennium*, Rowman & Littlefield Publishers, Boston.
- \_\_\_\_\_ (1994), *Above the Bottom Line. An Introduction to Business Ethics*, Harcourt Brace & Company, Orlando.
- \_\_\_\_\_ (1992), *Ethics and Excellence. Cooperation and Integrity in Business*, Oxford University Press, Oxford.
- \_\_\_\_\_ y Flores, F. (2001), *Building Trust in Business, Relationship, and Life*, Oxford University Press, New York.
- Steiner, G. A. y Steiner, J. F. (1988), *Issues in Business and Society*, Random House, New York.
- Stevens, B. (1999), "Communicating Ethical Values. A Study of Employee Perceptions", *Journal of Business Ethics*, vol. 20, No. 2, pp. 113-120.
- Stevens, E. (1979), *Business Ethics*, Paulist Press, New York.
- Stewart, Th. A. (1997), *Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations*, Doubleday, New York.
- Stiglitz, J. E. (2002), *El malestar en la globalización*, Taurus, Bogotá.
- Sudarsky, J. (1997), *El impacto de la tradición hispánica en el comportamiento empresarial latinoamericano*, Universidad de los Andes, Bogotá.
- Taller Hispanoamericano de Ética y Economía (1997), *Seminario Ética y Economía* Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

- Thompson, C. J. (1995), "A Contextualist Proposal for the Conceptualization and Study of Marketing Ethics", *Journal of Public Policy and Marketing*, vol. 14, No. 2, pp. 177-191.
- Treviño, L. K. y Nelson, K. A. (1999), *Managing Business Ethics. Straight Talk about How to do it Right*, John Wiley & Sons, New York.
- Vardy, P. (1989), *Business Morality*, Marshall Pickering, London.
- Velásquez, M. G. (2000), *Ética de los negocios. Conceptos y casos*, Prentice Hall, Pearson Education, Englewood Cliffs.
- Victor, B. y Cullen, J. B. (1988), "The Organization Bases of Ethical Work Climates", *Administrative Science Quarterly*, No. 33, pp. 101-125.
- VV. AA. (1998), *Ética e teorias económicas. Taller de Ética e Economía da AUSJAL* Universidade Católica de Pernambuco, Recife.
- \_\_\_\_\_ (1997), *Economic Ethics and Chinese Culture*, The Council for Research in Values and Philosophy, Washington.
- \_\_\_\_\_ (1969), *Anales de moral social y económica. Síntesis de moral social y económica*, Centro de Estudios Sociales de la Santa Cruz del Valle de los Caídos. Aguilar, Madrid.
- White, T. L., (1993), *Business Ethics. A Philosophical Reader*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Whysall P. (1997), "Ethics in Retailing", *Business Ethics. A European Review*, vol. 4, No. 3, pp. 150-156.
- Wood, G. (1995), "Ethics in Purchasing. The Practitioner's Experience", *Business Ethics. A European Review*, vol. 4, No. 2, pp. 95-101.

## 5. Estatuto Epistemológico

- Bowie, N. E. (1991), "Business Ethics as a Discipline. The Search for Legitimacy", en Freeman, R. E. (edit.), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford University Press, Oxford, pp. 17-41.
- Camps, V. (1991), *La imaginación ética*, Ariel, Barcelona.
- \_\_\_\_\_ (1990), *Virtudes públicas*, Espasa-Calpe, Madrid.
- Carr, A. Z.(1968), "Is Business Blugffling Ethical?", *Harvard Business Review*, enero-febrero, pp. 143-153.
- De George, R. T. (1987), "The Status of Business Ethics, Past and Future", *Journal of Business Ethics*, No. 6, pp. 201-211.
- Duska, R. F. (1993), "Aristotle, a Pre-modern Post-Modern. Implications for Business Ethics", *Business Ethics Quarterly*, vol. 3, No. 3, pp. 227-250.
- Beauchamp, T. y Childress, J. F. (1989), *Principles of Biomedical Ethics*, Oxford University Press, New York.
- Beauchamp, T. L. y Bowie, N. E. (1989), *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Donalson, P. y Werhane, P. H. (edits.), (1980), *Ethical issues in Business. A Philosophical Approach*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Drucker, P. F. (1981), "What is Business Ethics?", *The Public Interest*, No. 84[GP7], pp 18-36.
- Fernández Fernández, J. L. (1996), *Ética para empresarios y directivos*, ESIC, Madrid.
- \_\_\_\_\_ (1992), "¿Ética empresarial?", *Razón y Fe*, tomo 226, Nos. 1125-1126, julio-agosto, pp. 27-43.

- Frederick, W. C. (1966), "Toward CSR3. Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs?", *California Management Review*, vol. 28, No. 2, pp. 126-141.
- Frederick, W. C. (1991), "Commentary on Business Ethics as a Discipline, The Search for Legitimacy", en Freeman, R. E. (edit.), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford University Press, Oxford, pp. 57-59.
- Goodpaster, K. E. (1987), "The Principle of Moral Projection. A Reply to Professor Ranken", *Journal of Business Ethics*, vol. 6, pp. 329-332.
- \_\_\_\_\_ (1985), "Toward an Integrated Approach to Business Ethics", *Thought*, vol. 60, No. 237, pp. 161-180.
- \_\_\_\_\_ (1985), "Business Ethics, Ideology, and the Naturalistic Fallacy", *Journal of Business Ethics*, vol. 4, pp. 227-232.
- Gruson, P. (1989), "Preoccupations Ethiques aux Etats-Unis. A propos de la "Business Ethics"", *Etudes*, octobre, pp. 327-337.
- Habermas, J. (1991), *Conciencia moral y acción comunicativa*, Península, Madrid.
- Hortal, A. (1979), "El sujeto ético en la era tecnológica", en Dou, A. (edit.), *Aspectos éticos del desarrollo tecnológico*, Mensajero, Bilbao, pp. 185-212.
- Hottois, H. (1990), *Le paradigms bioétique. Une éthique pour la technoscience*, De Boeck Université, Bruxelles.
- Jonas, H. (1995), *El principio de responsabilidad*, Herder, Barcelona.
- Kahn, W. A. (1990), "Toward an Agenda for Business Ethics Research", *Academy of Management Review*, No. 15, pp. 311-328.
- Kelly, C. M. (1987), "The Interrelationship of Ethics and Power in Today's Organizations", *Organizational Dynamics*, vol. 16, No. 1, pp. 5-18.

- Klein, S. (1989), "Is a Moral Organization Possible?", *Business and Professional Ethics Journal*, vol. 8, No. 4, pp. 59-82.
- Klein, S. (1988), "Platonic Virtue Theory and Business Ethics", *Business and Professional Ethics Journal*, vol. 7, No. 1, pp. 51-73.
- Koslowski, P. (1987), *Moralidad y eficiencia, líneas fundamentales de la ética económica*, Empresa y Humanismo, Pamplona.
- Küng, H. (1991), *Proyecto de una ética mundial*, Trotta, Madrid.
- Laad, J. (1980), "Morality and the Ideal of Rationality in Formal Organizations", en Donalson, P. y Werhane, P. H. (edits.), *Ethical Issues in Business. A Philosophical Approach*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, pp. 110-122.
- Lipovetsky, G. (1996), *El crepúsculo del poder. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*, Anagrama, Barcelona.
- Laad, J. (1980), "Morality and the Ideal of Rationality in Formal Organizations", en Donalson, P. y Werhane, P. H. (edits.), *Ethical issues in Business. A Philosophical Approach*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, pp. 110-122.
- Longan, J. (1990), "The Ethics of Business", *Theological Studies*, vol. 51, No. 1, pp. 81-100.
- Luijk, H. J. L. van (1990), "Recent Developments in European Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, vol. 9, pp. 537-544.
- MacIntyre, A. (1987), *Tras la virtud*, Crítica, Barcelona.
- Mahoney, J. (1990), "An International Look at Business Ethics. Britain", *Journal of Business Ethics*, vol. 9, pp. 545-550.
- Marco, J. P. de y Fox, R. M. (1990), *New Directions in Ethics. The Challenge of Applied Ethics*, Routledge & Regan Paul, London.

- Marinoff, L. (2000), *Más Platón y menos prozac. Filosofía para la vida cotidiana*, Ediciones B, Barcelona.
- Martínez, J. (1979), “Tecnología, burocracia y ética”, en Dou, A. (edit.), *Aspectos éticos del desarrollo tecnológico*, Mensajero, Bilbao, pp. 105-144.
- Meara, N. M.; Schmidt, L. D., y Day, J. D. (1996), “Principles and Virtues. A Foundation for Ethical Decisions, Policies, and Character”, *The Counseling Psychologist*, vol. 24, No. 1, pp. 4-77.
- Murphy, P. E. y Gundlach, G. T. (1997), *A Typology of Trust in Business*, documento de trabajo, University of Notre Dame.
- Nicholson, N. (1994), “Ethics in Organizations. A Framework for Theory and Research”, *Journal of Business Ethics*, vol. 13, pp. 581-596.
- Nielsen, R. P. (1988), “Limitations of Ethical Reasoning as an Action (Praxis) Strategy”, *Journal of Business Ethics*, vol. 7, No. 10, pp.725-733.
- Novak, M. (1990), *Este hemisferio de libertad. Filosofía de las Américas*, Diana, México.
- Pfeiffer, R. S. (1990), “The Central Distinction in the Theory of Corporate Moral Personhood”, *Journal of Business Ethics*, vol. 9, No. 6, pp. 473-480.
- Preston, L. E. (1975), “Corporation and Society. The Search for a Paradigma”, *Journal of Economic Literature*, vol. 13, No. 2, pp. 434-453.
- Programa por la Paz-Compañía de Jesús (1998), *Ética para la convivencia*, Macondo, Bogotá.
- \_\_\_\_\_ (1998), *Hacia la construcción de una ética ciudadana en Colombia*, Macondo, Bogotá.

- Ritchie, J. B. (1988), "Organizational Ethics, Paradox and Paradigm", en Wright, N. D. (edit.), *Papers in the Ethics of Administration*, Brigham Young University, Provo, pp. 159-184.
- Robin, D. P. y Reidenbach, R. E. (1991), "A Conceptual Model of Corporate Moral Development", *Journal of Business Ethics*, No. 10, pp. 273-284.
- Sherwing, D. (1984), "Las raíces éticas del sistema de empresas", *Harvard-Deusto Business Review*, segundo trimestre, 1984, pp. 61-71.
- Solomon, R. C. (1992), "Corporate Roles, Personal Virtues, an Aristotelian Approach to Business Ethics", *Business Ethics Quarterly*, vol. 2, No. 3, pp. 317-339.
- Stead, W. E.; Worrell, D. L., y Stead, J. G. (1990), "An Integrative Model for Understanding and Managing Ethical Behavior in Business Organizations", *Journal of Business Ethics*, vol. 9, No. 3, pp. 233-242.
- Treviño, L. K. y Weaver, G. R. (1994), "Business Ethics/Business Ethics: one Field or Two?", *Business Ethics Quarterly*, vol. 4, No. 2, pp. 113-128.
- Unnia, M. (1990), "Business Ethics in Italy. The State of the Art", *Journal of business Ethics*, vol. 9, pp. 551-554.
- Vidal, M. (1990), "Paradigma de ética razonable para la empresa. Exigencias básicas del discurso ético sobre la actividad empresarial", *ICADE*, vol. 19, pp. 13-38.
- Weber, J. y Green, S. (1991), "Principled Moral Reasoning. Is it a Viable Approach to promote Ethical Integrity?", *Journal of Business Ethics*, vol. 10, pp. 325-333.

## 6. Ética empresarial y Teología

Alfaro, J. (1972), *Esperanza y liberación cristiana*, Herder, Barcelona.

\_\_\_\_\_ (1969), *Hacia una teología del progreso humano*, Herder, Barcelona.

Alford, H. J. y Naughton, M. J., (2001), *Managing As If Faith Mattered. Christian Social Principles in the Modern Organization*, University of Notre Dame, Notre Dame, Indiana.

Arangoña, A. (1987), “Trabajo, economía y ética. Un economista ante los textos de Juan Pablo II sobre el trabajo”, en Fernández, F. (edit.), *Estudios sobre la encíclica Laborem Excercens*, Editorial Católica, Madrid.

Aubert, J. M. (1968), “Pour une théologie du développement. Introduction a la lecture de l'encyclique”, en *Populorum Progressio, le développement des peuples*, Fleurus, Paris.

Azpiazú, J. (1952), *La moral del hombre de negocios*, Razón y Fe, Madrid.

Byron, W. J. (1988), “Twin Towers. A Philosophy and Theology of Business”, *Journal of Business Ethics*, No. 7, pp. 525-530.

Bigo, P. (1967), *Doctrina social de la Iglesia. Iglesia y mundo en diálogo*, Instituto Católico de Estudios Sociales, Barcelona.

Boff, L. (1986), *Teología desde el lugar del pobre*, Paulinas, Madrid.

\_\_\_\_\_ (1980), *Teología de lo político. Sus mediaciones*, Sígueme, Salamanca.

Brugarola, M. (1947), *La cristianización de las empresas*, Poblet, Buenos Aires.

Calvez, J. Y. (1985), *Fe y justicia. La dimensión social de la evangelización*, Sal Terrae, Santander.

\_\_\_\_\_ (1968), “Eglise el développement”, en *Gregorianum*, No. 49, pp. 623-636.

- Camenisch, P. F. (1986), "On Monopoly in Business Ethics. Can Philosophy do it All?", *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 433-443.
- CELAM (1979), *La evangelización en el presente y en el futuro de América Latina*, Puebla.
- \_\_\_\_\_ (1968), *La Iglesia en la actual transformación de América Latina a la luz del Concilio*, Medellín.
- Chafuén, A. A. (1991), *Economía y ética. Raíces cristianas de la economía de libre mercado*, Rialp, Madrid.
- Chenu, M. D. (1955), *Pour une theologie du travail*, Cerf, Paris.
- Comblin, J. (1970), *Cristianismo y desarrollo*, IPLA, Quito.
- Comisión Teológica Internacional (1977), *Declaración sobre la promoción humana y la salvación cristiana* (septiembre). Puede consultarse en *Terra Nostra*, N. 23 (1977), pp. 81-94.
- Concilio Vaticano II (1968), *Constituciones. Decretos. Declaraciones. Legislación posconciliar*, BAC, Madrid.
- Conferencia Episcopal Italiana (1993), *Evangelizar lo social. Orientaciones y directivas para la pastoral social y del trabajo*, Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana, México.
- Congar, Y. (1965), "Eglise et Monde", *Sprit*, pp. 337-359<sup>[GP8]</sup>.
- Consejo Pontificio "Justicia y Paz" (1995), *Aspectos éticos y sociales de la economía*, PPC, Madrid.
- \_\_\_\_\_; Salins, A. de, y Villeroy, F. (1995), *El desarrollo de las modernas actividades financieras a la luz de las exigencias éticas del cristianismo*, Impresora La Paz, México.

- Corthight, S. A. y Naughton, M. J. (eds.), (2002), *Rethinking the Purpose of Business. Interdisciplinary Essays from the Catholic Social Tradition*, University of Notre Dame, Notre Dame, Indiana.
- Cortina, A. (2001), *Alianza y contrato. Política, ética y religión*, Trotta, Madrid.
- Cullmann, O. (1971), *Jesús y los revolucionarios de su tiempo*, Studium, Madrid.
- Danielou, J. (1959), *Le chrétien et le monde moderne*, Desclée, Tournai.
- De George, R. T. (1989), "There is Ethics in Business Ethics. But there's More as Well", *Journal of Business Ethics*, No. 8, pp. 337-339.
- \_\_\_\_\_ (1986), "Theological Ethics and Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 421-432.
- \_\_\_\_\_ (1986), "Replies and Reflections on Theology and Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 521-524.
- Delbecq, A. L. (1999), "Christian Spirituality and Contemporary Business Leadership", *Journal of Organizational Change Management*, vol. 12, No. 4, pp. 345-349.
- Duquoc, C. (1989), *Liberación y progresismo. Un diálogo teológico entre América Latina y Europa*, Sal Terrae, Santander.
- \_\_\_\_\_ (1964), *L'Eglise et le progrès*, Cerf, París.
- Dupuy, J. P. (1992), *Liberalisme et justice sociale: le sacrifice et l'envie*, Hachette Litteratures, Paris.
- Dussel, E. (1984), "Ética de la liberación. Hipótesis fundamentales", *Concilium*, No. 192, pp. 249-262.
- Ellacuría, I. (1977), "Teorías económicas y relación entre cristianismo y desarrollo", *Concilium*, No. 125, pp. 282-290.

- Enderle, G. (1997), "In Search of a Common Ethical Ground. Corporate Environmental Responsibility from the Perspective of Christian Environmental Stewardship", *Journal of Business Ethics*, No 8, pp. 173-181.
- Espeja Pardo, J. et al. (1999), *Transformación cultural, economía y evangelio*, San Esteban, Salamanca.
- Fernández, A. (1997), *La reforma de la teología moral. Medio siglo de historia*, Aldecoa, Burgos.
- Fernández, F. (edit.) (1987), *Estudios sobre la encíclica Laborem Excercens*, Editorial Católica, Madrid.
- Flick, M. (1966), "L'attività umana nell'universo", en Favali, A. (edit.), *La Costituzione Pastorale sulla Chiesa nel mondo*, Elle di Ci, Torino.
- Flick, M. y Alszegehy, Z. (1970), *Metodologia per una teologia dello sviluppo*, Queriniana, Brescia.
- Fort, T. L. (1997), "Religion and Business Ethics. The Lessons from Political Morality", *Journal of Business Ethics*, No. 16, pp. 263-273.
- Fragoso, A. B. (1969), *Evangile et révolution sociale*, Cerf, París.
- Galindo García, A. (1996), *Moral socioeconómica*, BAC, Madrid.
- Girardi, J. (1972), *Cristianesimo, Liberazione humana, Lotta di classe*, Citadella Editrice, Perugia.
- González Fabre, R. (1998), *Justicia en el mercado. La fundamentación de la ética del mercado según Francisco de Vitoria*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Gozzer, G. (1969), *Religión y revolución en América Latina*, Taurus, Madrid.
- Gutiérrez, G. (1986), *La verdad os hará libres*, Cep, Lima.
- \_\_\_\_\_ (1971), *Hacia una teología de la liberación*, Indo American Press Service, Bogotá.

- Houtard, F. (1964), *L'Eglise et le Monde*, Cerf, París.
- Instituto Fe y Secularidad (1973), *Fe cristiana y cambio social en América Latina*, Sígueme, Salamanca.
- Joblin, J. (1968), *La Iglesia y las nuevas perspectivas de la cuestión social*, Razón y Fe, Madrid.
- Juan Pablo II (1998), *Encíclica "Fides et ratio"* (sobre las relaciones entre la fe y la razón), Palabra, Madrid.
- \_\_\_\_\_ (1993), *Encíclica "Veritatis Splendor"* (sobre la moral cristiana), Palabra, Madrid.
- \_\_\_\_\_ (1991), *Encíclica "Centesimus Annus"* (sobre el orden social y económico), Palabra, Madrid.
- Kennedy, E. y Lawton, L. (1998), "Religiousness and Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 17, pp. 163-175.
- Küng, H. (1991), *Proyecto de una ética mundial*, Trotta, Madrid
- Land, P. (edit.), (1971), *Theology meets Progress. Human Implications of Development*, Gregorian University Press, Rome.
- Lebret, L. J. y Colin, R. (1966), *Ética y desarrollo*, Latinoamérica Libros, Buenos Aires.
- López Azpitarte, E. (1988), *La ética cristiana: ¿fe o razón? Discusiones en torno a su fundamento*, Sal Terrae, Santander.
- Macyntire, A. (1969), *Marxism and Cristianity*, Duckworth, London.
- McCann, D. P. (1997), "Catholic Social Teaching in an Era of Economic Globalization. A Resource for Business Ethics", *Business Ethics Quarterly*, No. 7, pp. 57-70.
- \_\_\_\_\_ (1986), "Umpire and Batsman. Is It Cricket to Be Both?", *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 445-451.

- McMahon, T. F. (1986), "Creed, Cult, Code and Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 453-463.
- \_\_\_\_\_ (1985), "The Contributions of Religious Traditions to Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 4, pp. 341-349.
- Melé, D. (1999), "Early Business in Spain. The Salamanca School", *Journal of Business Ethics*, No. 22, pp. 175-186.
- Melé, D. (1996), "La moral económica y empresarial en el 'Catecismo de la Iglesia Católica'", en Fernández, F. (edit.), *Estudios sobre el catecismo de la Iglesia católica*, Unión Editorial, Madrid.
- \_\_\_\_\_ (1992), "Orientaciones éticas para la empresa", *Estudios sobre la Encíclica Centesimus Annus*, Unión Editorial, Madrid, pp. 561-580.
- Metz, J. B. (1970), *Teología del mundo*, Sígueme, Salamanca.
- Moltmann, J. (1968), *Teología de la esperanza*, Sígueme, Madrid.
- Múnera, A. (2002), *En las fuentes del neoliberalismo. Aproximación crítica y teológica a fundamentos teóricos del Neoliberalismo en Friedrich A. von Hayek*, Publicaciones Editores, Bogotá.
- Naughton, M. y Bausch, T. (1996), "The Integrity of Catholic Management Education", *California Management Review*, No. 38, pp. 118-140.
- Nicolás, A. de (1972), *Teología del progreso*, Sígueme, Salamanca.
- Pontifical Council for Justice and Peace (1992), *Social and Ethical Aspects of Economics. A Colloquium in the Vatican*, Pontifical Council for Justice and Peace, Vatican City.
- Riaza, F. (1967), *Teilhard y el trabajo*, ZVX, Madrid.
- Rossouw, G. J. (1994), "Business Ethics. Where Have All the Christians Gone?", *Journal of Business Ethics*, No. 13, pp. 557-570.

- Schillebeeckx, E. (1970), *El mundo y la Iglesia*, Sígueme, Salamanca.
- Schoonenberg, P. (1967), *Le monde de Dieu en devenir*, Centurion, París.
- Smuders, P. (1967), “La actividad humana en el mundo”, en Barauna, G. (edit.), *La Iglesia en el mundo de hoy*, Studium, Madrid.
- Stebbins, J. M. (1997), “Business, Faith and the Common Good”, *Review of Business*, vol. 19, N° 1, pp<sub>[GP9]</sub>. 6-8.
- Thils, G. (1952), *Théologie et réalité sociale*, Casterman, Tournai.
- \_\_\_\_\_ (1946), *Théologie des réalités terrestres*, Desclée, Louvain.
- Vidal García, M. (1994), *¿Podemos bautizar el capitalismo? Juicio ético al capitalismo*, San Pablo, Madrid.
- Vidal, M. (1980), *El discernimiento ético. Hacia una estimativa moral cristiana*, Ediciones Cristiandad, Madrid.
- VV. AA. (1970), *In Search of a Theology of Development*, a Sodepax report, Lausanne, La Concorde.
- Williams, O. F. (1986), “Can Business Ethics Be Theological? What Athens Can Learn from Jerusalem”, *Journal of Business Ethics*, No. 5, pp. 473-484.
- \_\_\_\_\_ (1983), “Religion. The Spirit or the Enemy of Capitalism?”, *Business Horizons*, vol. 26 N° 6, pp<sub>[GP10]</sub>. 6-13.

## **Docencia de la ética empresarial**

Para establecer la naturaleza de la docencia de la ética empresarial en los albores del nuevo milenio examinaremos, primero, la propuesta de Harvard Business School y, luego, la experiencia de la Universidad del Pacífico. Harvard es reconocida como la Escuela de Administración de mayor tradición en el mundo. La Universidad del Pacífico pertenece a la red latinoamericana de universidades de la Compañía de Jesús. Los jesuitas siempre se han preocupado por dar una formación integral a sus alumnos, sobre todo en el campo de los valores éticos y cristianos.

### **1. La propuesta de Harvard Business School**

La experiencia de Harvard se encuentra resumida en el libro *Can Ethics be Taught? Perspectives, Challenges, and Approaches at Harvard Business School* (1993). El texto muestra la evolución, la estrategia y la implementación del programa de Liderazgo, Ética y Responsabilidad Corporativa en la Harvard Business School. Lo más importante es la estrategia del programa en sí para hallar el enfoque y los contenidos apropiados de los cursos de ética dentro del currículo de la profesión gerencial (MBA).

#### **1.1 La necesidad de integrar los valores éticos con los conocimientos y las habilidades**

Un fuerte sentido de liderazgo, ética y responsabilidad en los negocios se requiere hoy en día para responder a las expectativas y a los requerimientos de la sociedad. La confianza en los hombres de negocios y en los directivos de las empresas ha disminuido. En

una encuesta de opinión realizada en Estados Unidos, en 1988, para descubrir en cuáles instituciones la gente tenía más confianza, los negocios quedaron de últimos entre diez. Las tendencias cínicas están creciendo con graves implicaciones para la sociedad y para el comercio.

En este contexto de fe decreciente en los hombres de negocios, los educadores de los administradores deben hacer algo con el fin de preparar a sus estudiantes para asumir responsablemente sus papeles en la sociedad. El cinismo debe ser reemplazado por dignidad, propósito y responsabilidad. Toma tiempo formar personas rectas, capaces de obrar con coraje, sin refugiarse en racionalizaciones conformistas. Se necesita mucho trabajo para aprender a definir y a analizar las realidades en su dimensión moral y para encontrar soluciones a los conflictos de valores.

Los educadores de los futuros administradores no pueden quedarse en silencio frente a este problema. Si una facultad de Administración asume una actitud de neutralidad ante los valores, está enviando una poderosa señal a los estudiantes. Una universidad que rehúsa tratar los dilemas éticos está violando seriamente sus obligaciones básicas con la sociedad, y da la impresión de indiferencia moral.

La educación de los hombres de negocios tiene que ver no sólo con competencia, sino también con responsabilidad; no sólo con habilidades, sino también con actitudes. Las facultades de Administración deben desarrollar en sus graduados un sentido de responsabilidad social y uno de ética de los negocios. Infortunadamente en varias de estas facultades los asuntos éticos permanecen en la periferia.

En este libro se quiere mostrar cómo para Harvard la ética está en el centro de su misión. Es un llamado para rebalancear la trilogía educativa de valores, conocimiento y habilidades. Cada una es importante y cada una es insuficiente separada de las otras. Se

quiere conversar no sobre lo que se debería enseñar, sino acerca de los atributos que los futuros líderes deben desarrollar para hacer frente a los desafíos del mundo que se avecina. Es necesario formar las cualidades de carácter y de juicio que ellos necesitarán en la práctica. Se debe mostrar una visión de la carrera que conecte el trabajo de los estudiantes con la probidad que atrae y motiva.

## **1.2 La realidad de los estudiantes y de su entorno**

¿Están los estudiantes, generalmente entre los veinte y comienzo de los treinta años de edad, muy viejos para aprender ética? No. Más aún, están en el ciclo de vida humana más estratégica para formar las normas y el potencial de una visión moral, que es la base para la toma de decisiones que día a día debe enfrentar un administrador.

No se puede aceptar la opinión de aquellos que sostienen, influenciados por Freud, que la formación del carácter moral debe realizarse antes de los diez o doce años. Tampoco un carácter de buena persona es suficiente para guiarse en la toma de decisiones de un profesional administrador de negocios en el mundo contemporáneo.

¿Cómo son los estudiantes? Los estudiantes que llegan a Harvard muestran una moral convencional, influenciada, en su mayor parte, por su cultura. Buscan el éxito, con poca reflexión sobre su elección. Se preocupan por la dignidad de la persona, pero poco por la compasión hacia toda la humanidad. Domina en ellos un sentido interpersonal o privado de la moralidad. Su modo de vida está caracterizado por una dependencia no crítica de la autoridad, lo cual lleva a dominios separados del conocimiento y del comportamiento social. Los jóvenes muestran formas culturales de aislamiento y de individualismo. Se acepta una separación entre comercio y responsabilidad social o valores en general.

Hay que ayudar a que los estudiantes adquieran la moral del hombre adulto, que es fruto de la reflexión crítica sobre ellos. Los principios morales se aceptan por convicción propia y no por la autoridad de otros. Se acepta una interdependencia con las otras personas y se abre hacia el otro. Por lo tanto, la enseñanza de la ética debe llevar a un pensamiento sistémico-crítico y a cultivar la habilidad para tolerar la complejidad y la ambigüedad. Se les debe llevar a los estudiantes a practicar una imaginación empática, que les permita ponerse en los zapatos de los demás, lo cual se manifiesta en la habilidad para analizar diversos factores desde múltiples perspectivas, que deben ser tenidos en cuenta. Esta imaginación empática se cultiva analizando casos donde se ve la tensión entre diversos puntos de vista, porque la ética convencional de la sociedad presume una separación entre comercio y valores; en consecuencia, es esencial que la ética en Harvard esté integrada al currículo de los negocios y no sea considerada aparte. Hay que integrar el cómo con el qué. Se debe llevar a un balance entre la vida de los negocios y la vida familiar.

Las estrategias de integridad que se propongan<sup>[GP11]</sup> deben estar fundamentadas en rigurosos análisis. Hay que formar en los estudiantes una actitud proactiva y no simplemente reactiva ante el flujo de los acontecimientos, pues ellos necesitan una reflexión activa y crítica acerca de las circunstancias y oportunidades que se les presentan. Asimismo, se les debe animar para que se conviertan en agentes activos en el contexto presente de su propio proceso educativo. Por otra parte, en los grupos de clase hay que despertar un sentido de comunidad, a fin de que cada individuo gane confianza en su capacidad de ofrecer un liderazgo ético para su organización, no sólo en modos interpersonales, sino también en la creación e implementación de normas sistémicas de control y práctica. Entonces, para combatir el individualismo y el aislamiento de la presente generación, se les debe presentar imágenes de interdependencia, colaboración y

cooperación que contribuyan al bien común a través de una práctica competente de los negocios.

### **1.3 Obstáculos y oportunidades para implementar la ética en el currículo**

Es necesario detectar los obstáculos para integrar la ética con las materias del currículo de Administración y las oportunidades para discusiones de ética en los cursos regulares que se ofrecen.

#### **1.3.1 Suposiciones acerca de la definición de ética de los negocios**

*Obstáculo.* Muchas personas definen la ética de los negocios sólo y primariamente en términos de decisiones del individuo y de su efecto en otros individuos. Este concepto tiene algunas implicaciones: sugiere que los temas del currículo que están centrados en el papel y en la conducta de una organización son irrelevantes. Va contra la política de no discutir el sistema personal de creencias y valores[GP12]. Se pueden generar tensiones cuando los temas que se tratan se refieran a la supervivencia y a la prosperidad de una firma, más que a un individuo. Otras personas consideran la ética de los negocios una doctrina de altruismo que tiene poco que ver con las realidades competitivas del mercado o ven la introducción de la ética de los negocios dentro del currículo de administración como una invitación a sermonear en las clases.

*Oportunidad.* Sin embargo, esta situación es una oportunidad para mostrar una definición de ética de los negocios que incluya todas las áreas de la toma de decisiones: individual, organizacional y sistémica. Es también necesario focalizarse en las posibilidades proactivas de toma de decisiones por la presentación de ejemplos de la práctica de las organizaciones. La discusión de la ética de los negocios necesita estar atada a las decisiones de los negocios del día a día y en la planeación de la acción, en vez de ser percibida como

un asunto solamente para gestos filantrópicos y sermones. Investigaciones de campo, así como estudios de casos escritos y en video, son el formato natural para estos propósitos.

### **1.3.2 Suposiciones acerca de los fines de la facultad respecto a la ética de los negocios**

*Obstáculo.* Algunas personas creen que el fin de la ética es “cambiar la conducta del estudiante”, sin tener en cuenta éste ya es mayor de edad o mostrarle lo que es ‘bueno’ o ‘correcto’ en la toma de decisiones.

*Oportunidad.* Esta situación ofrece la oportunidad para mostrar que los estudiantes son personas en formación respecto a los valores morales. También para integrar la ética en la toma de decisiones empresariales. A través de los casos que se estudian se integran los aspectos éticos con los aspectos financieros y de mercadeo, en el proceso de planeación de los negocios. Se trata de mostrar la diferencia entre enseñar que el compromiso ético es una parte importante y necesaria de la responsabilidad del administrador, como opuesto a enseñar un conjunto de ‘respuestas’ a una lista particular de dilemas éticos.

### **1.3.3 La necesidad de un sistema visible de incentivos de la facultad que anime a poner atención a los asuntos éticos en cada área funcional**

*Obstáculo.* Algunos piensan que son exagerados los costos de oportunidad de gastar tiempo y atención a la ética de los negocios. Ellos necesitan ver modelos que muestren que la inversión en ética es rentable académicamente.

*Oportunidad.* Esto da una oportunidad para que al contratar individuos que produzcan investigaciones de calidad en el campo de la ética de los negocios se envíe una señal fuerte. Es necesario ofrecer incentivos, como una asistencia investigativa en las áreas tradicionales de la administración.

#### **1.3.4 La necesidad de nuevas investigaciones como una fundamentación para la enseñanza**

*Obstáculo.* Muchos opinan que conversaciones especulativas de ética o sermones prestan un mal servicio a los estudiantes.

*Oportunidad.* Esto permite subrayar que todas las disciplinas de administración enseñan el juicio y el pensamiento crítico y la ética ofrece una invaluable oportunidad para hacer justamente eso.

#### **1.3.5 La percepción de que las normas de las clases inhiben el clima de confianza y cooperación necesaria para la discusión sobre valores**

*Obstáculo.* Lo normal en un ambiente de clase es una fuerte competitividad. Los alumnos de Administración aprenden a defender sus posiciones sin tener en cuenta los argumentos de los otros estudiantes. Tal postura defensiva puede inhibir el aprendizaje para los estudiantes que creen que ellos no pueden cambiar de pensamiento sin perder algo. Este ambiente de clase impide la confianza entre los estudiantes, y la confianza es esencial para discusiones basadas en valores, especialmente cuando se discuten posiciones personales. Por eso los estudiantes tratan de evitar las discusiones éticas.

*Oportunidad.* Esta situación es una oportunidad para poner atención al ambiente de confianza, que es importante en todo tipo de aprendizaje.

## **2. La experiencia de la Universidad del Pacífico**

La experiencia de la Universidad del Pacífico la ha liderado el jesuita Eduardo Schmidt y se encuentra consignada en el libro *Moralización a fondo: un aporte a la luz de la teoría del desarrollo humano de James W. Fowler (1993)*. Partiendo del análisis del comportamiento ético de los profesionales en las ciencias económicas y administrativas, el autor aplica una nueva metodología pedagógica: la enseñanza interactiva.

Según Schmidt, como profesores universitarios, es un deber promover la formación moral de los alumnos. Es necesario contribuir a la preparación de personas capaces de respetar y hacer respetar los valores y los principios morales, tanto en sus vidas privadas como en el ejercicio de sus respectivas profesiones. Los alumnos universitarios de hoy exigen un proceso de formación moral que sea sólido, realista y práctico, a la vez. ¿Cómo es posible fomentar este tipo de formación moral? No es fácil responder a esta pregunta.

### **2.1 Un problema: la pérdida de vigencia de los paradigmas clásicos de moralidad**

Uno de los problemas que hay que enfrentar al querer contribuir a la formación moral de los alumnos es el siguiente: sea para bien o para mal, parece no son pocas las personas que al querer dar sentido a sus vidas, no encuentran en los paradigmas clásicos una respuesta satisfactoria a sus inquietudes. Es más: uno de los factores que agrava la crisis moral actual parece ser que los profesores no han revisado a tiempo la vigencia de tales paradigmas, o categorías mentales, en las vidas de los alumnos. Como consecuencia, desde su perspectiva los docentes han perdido relevancia moral.

Al notar lo que está pasando, muchas veces se reformula el contenido de los cursos que se ofrecen. Se utiliza un nuevo lenguaje, más a tono con los tiempos actuales. Se trata de ser más claros en la parte intelectual. Pero por lo general no se presta la debida atención

a la manera como los alumnos aprenden lo que realmente influye en sus vidas. Es decir, se modifican los contenidos de clase sin tener en cuenta las estructuras de aprendizaje que se pueden observar en los alumnos. Por este motivo, son muchos los universitarios que piensan que ni los profesores ni los contenidos morales que se les ofrecen son relevantes en el mundo de hoy.

## **2.2 Punto de partida: qué se sabe de los alumnos**

La formación moral de los futuros profesionales es un proceso en que ellos mismos toman un papel activo. Si se desea ayudar a formarlos, hay que comenzar por contestar a la siguiente pregunta: ¿qué se sabe de los alumnos con referencia a su forma natural de hacer juicios morales?

## **2.3 Los alumnos creen que el ‘negocio’ prevalece sobre la ‘ética’**

Lo primero que sabe de los alumnos es que suelen percibir el mundo de su futura profesión como un ámbito en que el negocio prevalece sobre la ética. De este modo, al comienzo de cualquier curso de ética o moral profesional son muchos los que consideran que para tener éxito como profesional habrá que echar la ética por la borda. Cuando se realiza esta misma encuesta entre profesionales, los resultados son muy parecidos. Estos datos revelan que existe un serio obstáculo para la formación moral de las personas que se dedicarán al mundo de los negocios: son pocas las que creen que es posible ser ético y tener éxito a la vez. Si no se logra convencerlos de la falsedad de esta aparente dicotomía, difícilmente intentarán aplicar lo que se les enseña en el ejercicio de su profesión.

## **2.4 Lo que los alumnos entienden por ‘ético’**

El segundo aspecto que se sabe de los alumnos de Administración es que ellos utilizan diferentes puntos de referencia para determinar qué es ético. Entre la tercera parte y la mitad de casi todos los grupos entrevistados prefieren definir esto, sobre todo, en términos de sus “sentimientos de justicia”. Esta respuesta manifiesta una moralidad prerreflexiva, en que la persona se deja guiar por un profundo sentido de justicia sin sentir la necesidad de fundamentar racionalmente su parecer. Si alguien le pregunta por qué cree que algo no es ético, responde con frases evasivas como “Eso no se hace” o “No podría dormir tranquilo si lo hiciera”.

La persona, entonces, tiene razón al formular un juicio moral; pero difícilmente podrá elaborar un argumento intelectual que justifique su parecer. Este modo espontáneo de hacer los juicios morales no es necesariamente malo. En América Latina, en el mundo de los negocios, los profesionales que se dejan guiar por una moralidad reflexiva suelen acertar en sus juicios morales en quizá el 80% de los casos. Sin embargo, por no saber cómo justificar su parecer, les cuesta mucho mantenerse firmes al ser cuestionados por otros profesionales. Desde una perspectiva humanista y cristiana, su moralidad prerreflexiva manifiesta tres categorías de valores: valores correctamente percibidos, valores percibidos en forma distorsionada y valores no percibidos.

A modo de ejemplo, la amistad suele ser un valor percibido en forma distorsionada. Si un amigo de un gerente de compras realmente necesita ganar una licitación, el gerente siente una obligación sagrada de favorecerlo en forma indebida, aun a costa de los intereses de su empresa. Racionaliza su modo de proceder con la consabida frase: “para eso estamos los amigos”. En cambio, un valor que no suele ser percibido es la obligación de guardar el secreto profesional. Muchas veces éste es considerado algo tan confidencial que una

persona sólo debe contarle a sus diez mejores amigos, cada uno de los cuales lo cuenta a sus diez mejores amigos. De esta manera la información llega a ser de dominio público en muy poco tiempo. Los profesores de Administración deben ayudar a sus alumnos a darse cuenta de sus valores y de los factores que afectan su manera de percibirlos.

## **2.5 ¿Por qué los profesionales respetan o faltan a la ética?**

El tercer aspecto que los profesores de Administración saben de sus alumnos es que, según su opinión, lo que más influye en el comportamiento ético de un profesional es su propio código de conducta. No obstante, para ellos la palabra *código* no quiere decir un conjunto de proposiciones intelectuales. Más bien, es un modo de ser en que entran en juego muchos factores, tanto reflexivos como prerreflexivos.

Aquí conviene aclarar la diferencia entre un valor moral y un principio moral. El primero es un concepto que indica algo apreciado como bueno, valioso o deseable. En cambio, un principio moral es una norma de comportamiento que una persona debe respetar si desea actuar conforme a las exigencias de determinados valores morales. Si los alumnos de Administración no aprenden cómo formular verdaderos principios morales, les será muy difícil hacer respetar sus valores morales, sobre todo en el ejercicio de sus profesiones.

La razón es que en el mundo profesional se supone que todo se hace o no se hace por algún motivo. No será respetado el parecer de un profesional que frente a un dilema moral no sabe cómo justificarse mediante la formulación de algún principio. Parte de la misión de los docentes es ayudar a los alumnos a pasar de una moralidad prerreflexiva a una moralidad cada vez más reflexiva, tanto con referencia a sus vidas privadas como en el contexto de sus vidas profesionales. Como se verá, para cumplir con esta misión no es suficiente explicar con claridad los principios morales.

## **2.6 Conclusiones**

En primer lugar, si se desea mejorar el comportamiento ético de un profesional en las ciencias económicas y administrativas, habrá que utilizar una metodología pedagógica capaz de motivar a personas que dudan mucho acerca de la posibilidad de ser ético y tener éxito a la vez. Para influir en su comportamiento ético, no será suficiente ofrecerles información teórica acerca de su deber moral; tampoco será suficiente utilizar la ‘casuística’ más tradicional.

En segundo lugar, dado que el factor que más influye en un profesional es su código personal de conducta y que este código suele ser prerreflexivo, habrá que utilizar una metodología que facilite el paso de una moralidad prerreflexiva a una moralidad cada vez más reflexiva.

En tercer lugar, el modo de fortalecer el código personal de conducta será utilizar como punto de partida un análisis crítico de lo que los alumnos sientan frente a personajes presentados en casos didácticos. Es decir, mediante un análisis crítico de sus sentimientos de justicia, habrá que ayudar a las personas a formular y aplicar buenos principios morales. Y para poder lograr este propósito, será necesario prestar atención a dos factores: los contenidos éticos y, aún más importante, el modo como nuestros alumnos aprenden lo que realmente influye en sus vidas. La razón es que su modo de dar sentido a la vida condiciona su capacidad de aceptar y aplicar en la vida profesional cualquier contenido ético.

## **2.7 El proceso a través del cual los alumnos buscan y encuentran sentido en sus vidas**

Para comprender mejor cómo los alumnos aprenden lo que realmente tiene sentido para ellos, Eduardo Schmidt acude a la *teoría del desarrollo humano*, de James W. Fowler. Este último llama al proceso a través del cual una persona busca y encuentra sentido a su

vida *fe humana*. Para él, fe en este contexto no tiene nada que ver con la fe sobrenatural de la que hablan los teólogos. Más bien, es un proceso muy dinámico en que, mediante sus relaciones con los demás, la persona busca y da sentido a su vida. Es un proceso activo que implica valores, pero no necesariamente principios, compartidos con los demás. Por lo general las personas no son conscientes de su propio proceso de fe humana, pues lo hacen con toda naturalidad, porque siempre desean sentirse felices. Y sólo se sienten así cuando pueden decirse a sí mismas: “Mi vida tiene sentido”.

En el libro *Moralización a fondo*, Eduardo Schmidt presenta por primera vez en español la teoría del desarrollo humano de Fowler. Se utiliza esta teoría para analizar cómo los universitarios que estudian las ciencias económicas y administrativas suelen dar sentido a sus vidas. Aparentemente, la mayoría de ellos está en lo que Fowler llama la *transición de la tercera a la cuarta etapa de fe humana*. Esta transición suele ser un proceso gradual que ocurre durante varios años. La persona siente la necesidad de tomar cierta distancia crítica frente a los valores y las creencias que ha aceptado tácitamente en el pasado, y percibe la necesidad de definirse como un individuo que vale sin referencia a los roles que cumple en la vida o a los grupos a los que pertenece. Este proceso de encontrarse consigo mismo no significa necesariamente cambiar sus valores o romper con los grupos a los que pertenece. Implica establecer su propia identidad, y mediante una reflexión crítica hacer suyos los valores que reflejen mejor la verdad acerca de la vida.

La transición de la tercera a la cuarta etapa de fe humana significa una dependencia cada vez mayor del pensamiento como la manera preferida de dar sentido a la vida. Los sentimientos nunca pierden su vigencia; pero en esta transición la persona da cada vez mayor importancia a sus pensamientos. En la tercera etapa tenía valores, y los podía articular, pero recién en esta transición comienza a percibir que éstos son un sistema o un

conjunto sobre el cual puede y debe reflexionar. Recién en esta transición siente la necesidad de formular principios morales.

Los conflictos personales con sus amigos son típicos de esta transición. La razón es que la persona comienza a sentir la necesidad de definir y defender sus propios valores por encima de la amistad. Es un tiempo de muchas tensiones, por ejemplo, la tensión entre lo que siempre ha sentido con mucha fuerza sin haberlo examinado críticamente (y que ahora reconoce como muy subjetivo) y lo que comienza a reconocer como verdades objetivas; la tensión entre su deseo de seguir perteneciendo a los grupos a que siempre ha pertenecido y su percepción de la necesidad de afirmarse como individuo con sus propios valores, que no siempre son aceptados por los demás, y la tensión entre su deseo de autorrealizarse y la obligación que siente de sacrificarse por los demás.

A pesar de estas tensiones, si el proceso de transición avanza por buen camino, poco a poco la persona se siente más cómoda al tomar su propia posición frente a la vida. Se esfuerza cada vez más por quedar bien con su propia consciencia, aun cuando esto signifique quedar mal con los demás. La tarea de los profesores universitarios es apoyar y facilitar este proceso. Pero ¿cómo hacerlo? Aquellos que tienen a cargo la presentación de un curso de ética o moral cuentan con una nueva metodología pedagógica, cuyos rasgos principales se mencionan a continuación.

## **2.8 Una nueva metodología pedagógica para facilitar la transición de una moralidad prerreflexiva a una moralidad cada vez más reflexiva**

A partir de lo que se ha señalado sobre los universitarios, Eduardo Schmidt desarrolla la *enseñanza interactiva* como una nueva metodología pedagógica. Su finalidad es ayudar a los alumnos a efectuar la transición de una moralidad prerreflexiva a una moralidad cada

vez más reflexiva. Esta metodología pedagógica, que se explica en detalle en el libro *Moralización a fondo*, incluye los siguientes elementos principales:

Primero, se introduce cualquier tema mediante la presentación de un caso didáctico donde varios personajes dialogan sobre una situación verosímil en que están en juego valores y principios relacionados con el tema. También puede ser que el caso esté escrito en tercera persona. De ser así, conviene presentar a personajes con quienes los alumnos puedan identificarse o a quienes pueden rechazar por su modo de ser y por su modo de actuar en el caso. Al final de éste hay una serie de preguntas que los alumnos deben discutir en grupos, a la luz de su experiencia personal y las lecturas asignadas.

Segundo, hay un plenario donde los diferentes grupos presentan sus respuestas y donde indican los motivos por los cuales han respondido de tal o cual manera. Durante esta reunión el papel del profesor es animarlos a justificar su parecer mediante la formulación de principios morales en palabras propias.

Tercero, a lo largo del curso los alumnos resuelven por escrito, en forma individual, cierto número de casos de comprobación. En estos trabajos aplican una metodología diseñada para promover la formulación en palabras propias de verdaderos principios morales. De esta manera, el trabajo individual también apoya al desarrollo de la capacidad de formular principios morales en sus propias palabras y de utilizarlos para resolver el tipo de casos que van a encontrar en el ejercicio de su profesión.

### 3. Bibliografía selecta sobre docencia de la ética empresarial

- Andersen, A. (1992), *Business Ethics Program. Ethics Foundation Presentation*, Arthur Andersen y Co., s. l.
- Argyris, C. (1991), "Teaching Smart People How to Learn", *Harvard Business Review*, mayo-junio, pp. 99-109.
- Bahm, A. J. (1982), "Teaching Ethics Without Ethics to Teach", *Journal of Business Ethics*, No. 1, pp. 43-47.
- Beauchamp, T. L. (1983), *Case Studies in Business. Society and Ethics*, Prentice Hall[GP13], Englewood Cliffs, New Jersey.
- Boatright, J. R. (1995), "Aristotle meets Wall Street. The Case for Virtue Ethics in Business", *Business Ethics Quarterly*, vol. 5, No. 2, pp. 354-359.
- Cooke, R. A. y Ryan, L. V. (1989), "The Relevance of Ethics to Management Education", *Journal of Management Development*, vol. 7, No. 2, pp. 28-38.
- Corbí, M. (1994), *El individuo libre y voluntario como eje de la organización inteligente*, ESADE, Barcelona.
- Donaldson, J. (1984), *Case Studies in Business Ethics*, s. e[GP14]., Englewood Cliffs.
- Dunfee, T. W. y Roberson, D. C. (1988), "Integrating Ethics into de Business School Curriculum", *Journal of Business Ethics*, vol. 7, pp. 847-859.
- Fernández, J. L. (1992), "Prolegómenos a una docencia de la deontología empresarial", *ICADE*, No. 25, pp. 91-123.
- Ferrell, O. C. et al. (2000), *Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases*, Houghton Mifflin Company, Boston.
- Gaffney, R. (1989), "Systems Thinking in Business, Philosophy and Practice. An Interview with Peter Senge", *Revision*, vol. 7, No. 2, pp. 30-37.

- George, R. J. (1987), "Teaching Business Ethics. Is There a Gap Between Rhetoric and Reality", *Journal of Business Ethics*, vol. 6, pp. 513-518.
- Gandz, J. y Hayes, N. (1988), "Teaching Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, vol. 7, pp. 657-669.
- Hoffman, W. M. y Moore, J. M. (1982), "Results of a Business Ethics Curriculum Survey Conducted by the Center for Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 1, pp. 81-83.
- Hosmer, L. (1988), "The Other 338. Why a Majority of Our Schools of Business Administration do not Offer a Course of Business Ethics", *Business Horizons*, vol. 31, No. 4, pp. 9-15.
- \_\_\_\_\_ (1985), "Adding Ethics to the Business Curriculum", *Journal of Business Ethics*, vol. 4, pp. 17-22.
- Israeli, D. y BarNir, A. (1998), "Promoting Ethics Through Ethics Officers. A Profile and an Application", *Journal of Business Ethics*, vol. 17, No. 11, pp. 1189-1196.
- Kerner Furman, F. (1990), "Teaching Business Ethics. Questioning the Assumptions, Seeking New Directions", *Journal of Business Ethics*, vol. 9, pp. 31-38.
- Kohlberg, L. (1985), "The Just Community Approach to Moral Education in Theory and Practice", en Berkowitz, M. y Oser, F. (eds.), *Moral Education, Theory and Application*, Lawrence Erlbaum, London, pp. 27-87.
- McAdams, T. y Koppenstiner, R. (1992), "The Manager Seeking Virtue. Lessons from Literature", *Journal of Business Ethics*, vol. 11, No. 8, pp. 627-634.
- Mahoney, J. (1990), *Teaching Business Ethics in the UK, Europe and the USA. A Comparative Study*, The Atholone Press, London.

- Marsick, V. J. (1988), "Learning in the Workplace, the Case for Reflectivity and Critical Reflectivity", *Adult Education Quarterly*, vol. 38, No. 4, pp. 187-198.
- Martín de Nicolás, J. (1969), *La formación universitaria para la empresa*, Ariel, Barcelona.
- Mintzberg, H. (1995), "Perfeccionamiento de la labor del Directivo", *Harvard Deusto Business Review*, No. 67, pp. 4-21.
- Mulligan, T. M. (1987), "The Two Cultures in Business Education", *Academy of Management Review*, vol. 12, No. 4, pp. 593-599.
- Murphy, P. E. (1988), "Implementing Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, vol. 7, No. 12, pp. 593-599.
- Naughton, M. y Bausch, T. (1996), "The Integrity of Catholic Management Education", *California Management Review*, No. 38, pp. 118-140.
- Nielsen, R. P. (1993), "Varieties of Postmodernism as Moments in Ethics Action-Learning", *Business Ethics Quarterly*, vol. 3, No. 3, pp. 251-269.
- Paine, L. S. (1991), "Ethics as Character Development. Reflexions on the Objective of Ethics Education", en Freeman, R. E. (edit.), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford University Press, Oxford, pp. 67-85.
- Piper, Thomas R.; Gentile, Mary C., y Parks, Sharon D, (1993), *Can Ethics be Taught? Perspectives, Challenges, and Approaches at Harvard Business School*, Harvard Business School Press, Boston.
- Rubio, J. (1992), "Educación moral", en Vidal, M. (edit.), *Conceptos fundamentales de ética teológica*, Trotta, Madrid, pp. 293-313.
- \_\_\_\_\_ (1987), *El hombre y la ética*, Anthropos, Barcelona.
- Phillips, N. (1991), "The Sociology of Knowledge. Toward an Existential View of Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, No. 10, pp. 787-795.

- Schmidt, M. E. (1993), *Moralización a fondo. Un aporte a la luz de la teoría del desarrollo humano de James W. Fowler*, Universidad del Pacífico, Lima.
- Senge, P. M. (1992), *La quinta disciplina*, Granica, Buenos Aires.
- Solomon, R. C. (1991), "Business Ethics, Literacy, and the Education of the Emotions", en Freeman, R. E. (edit.), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford University Press, Oxford, pp. 188-211.
- Srica, V. (1993), "Learning and Creativity in the Knowledge Based Economy", *The 1993 Global Management Development Forum*.
- Stata, R. (1989), "Organizational Learning. The Key to Management Innovation", *Sloan Management Review*, primavera, pp. 63-74.
- Trevino, L. K. (1992), "Moral Reasoning and Business Ethics. Implications for Research, Education, and Management", *Journal of Business Ethics*, No. 11, pp. 445-459.
- Wood, J. A.; Longenecker, J. G.; McKinney, J. A., y Moore, C. W. (1988), "Ethical Attitudes of Students and Business Professionals. A Study of Moral Reasoning", *Journal of Business Ethics*, No. 7, pp. 249-257.
- VV. AA. (1994), *Ética y economía. Seminario sobre las relaciones entre las disciplinas de la ética y la economía (1993)*, 11-13 de octubre, Villeta, Cundinamarca, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

## **Apéndice**

### **Bibliografía comentada**

A Harvard Business Review Paperback (1991), *Ethics at Work*, Harvard Business School Press, Boston. Los dilemas éticos son inevitables en el mundo del trabajo. Esta colección de artículos toca una variedad de temas éticos que comúnmente son enfrentados por directivos y compañías. Entre los seleccionados hay explicaciones sobre cómo los buenos administradores pueden tomar malas decisiones éticas, sobre cómo las burocracias pueden dar forma a conductas no éticas y sobre cómo las escogencias morales no pueden ser justificadas en los campos prácticos. El libro incluye también estudio de casos sobre temas éticos, con comentarios realizados por ejecutivos y por expertos académicos.

Agatiello, Osvaldo R. (1996), *El fin de la empresa. Ética y valor económico*, Manantial, Buenos Aires. El mundo está cambiando vertiginosamente desde la revolución neoconservadora de los años ochenta se presenta un Estado retraído de las responsabilidades sociales que busca reemplazantes idóneos, hasta para sus tareas tradicionales. ¿Son las empresas las llamadas a hacerlo, por lo menos parcialmente? ¿Se puede confiar en que cumplirán —sin policía estatal— con los códigos de conducta con los que dicen reglar su accionar? ¿Puede el Estado, en su afán privatizador, dejar que las empresas privadas de servicios públicos fijen por sí solas las tarifas, la incorporación tecnológica o la calidad de sus prestaciones? En este libro se analizan estas cuestiones, además de la dimensión de la ética aplicada a la teoría económica y a la administración de negocios actuales.

AUSJAL (1998), *Ética e teorias economicas. Taller de ética e economía da AUSJAL*, Universidade Católica de Pernambuco, Recife. El libro recopila los trabajos presentados en el seminario Ética y Teorías Económicas. Los temas del taller fueron ética y economía, educación y desarrollo, los clásicos y la ética, la concepción ética

de Adam Smith, ética marxista, análisis ético-teológico sobre el neoliberalismo y teorías del desarrollo y ética.

Azpiazu, Joaquín (1952), *La moral del hombre de negocios*, Razón y Fe, Madrid. Este libro es un tratado de moral económica desde la perspectiva cristiana. Está dividido en seis partes. En la primera, “Ideas morales y económicas”, el autor trata las virtudes, como la justicia y la caridad en el hombre de negocios, el trabajo, el capitalismo, entre otros temas. En la segunda expone lo referente a los negocios, los beneficios y la moral. En la tercera considera los negocios abusivos y la moral. En la cuarta, “Los negociantes ante la moral”, trata entre otros temas: el banquero ante la moral, la moral en la bolsa y las sociedades anónimas ante la moral. En la quinta explica la obligatoriedad de la ley humana ante la moral y hace hincapié en las leyes económicas. En la sexta propone una recristianización de la economía.

Badaracco, Joseph L. (1997), *Defining Moments. When Managers must Choose between Right and Right*, Harvard Business School Press, Boston. Éste es un libro sobre el trabajo de escoger y las escogencias de la vida, y sobre los puntos críticos —los momentos definitivos— cuando los dos llegan a ser uno. Es un refrescante antídoto al tradicional sentirse bien, la ética de los negocios con inspiración, pues examina los conflictos de correcto contra correcto que en cada negocio enfrenta el administrador, y presenta una poca ortodoxa, pero práctica forma para pensar sobre ello y resolverlo. Cuando se toman decisiones profesionales duras, los administradores suelen tener como punto de referencia sus valores. El autor afirma, sin embargo, que resolver tales dilemas no es tan simple como “hacer lo correcto”. Propone un camino alternativo cuando hacer el bien requiere también hacer algo mal, o dejar de hacer algo bien.

Baumhart, Raymond (1978), *Ética de los negocios*, Diana, México. “En todo el mundo con frecuencia se nos describe como sociedades corporativas. Si esto es así y la corporación ha sido considerada como corrupta, debemos suponer como consecuencia lógica que la sociedad también lo es”. Con esta observación Henry Ford II nos introduce en el cuestionamiento de nuestra realidad. Nadie que emprenda un análisis de nuestra sociedad puede desligar de éste al mundo de los negocios, que es el producto de su evolución histórica. ¿Se trata de moralizar el mundo de los negocios? ¿En una sociedad cuya base es la economía de mercado puede hablarse de ética de los negocios? Ante estos cuestionamientos, el autor plantea la exigencia de crear la oportunidad de que los ciudadanos observen de cerca este mundo mercantil. Los artículos de este libro han sido escritos por personas y ejecutivos preocupados por la ética de los negocios, que influye de manera decisiva en la ética de la sociedad en cuyo seno vive. Con esta obra el lector podrá penetrar en un mundo complejo utilizando la llave de una lectura seria y agradable.

Bernardo, Juan D. (1993), *Ética de los negocios*, Macchi, Buenos Aires. El libro pretende hacer reflexionar sobre algunos de los comportamientos empresariales al relacionarlos con la ética social. Está en marcha una dinámica que absorbe involuntariamente al empresario dentro de estructuras sociales y políticas cada vez más gigantescas e impersonales, y frente a ella se impone la presencia de una actitud personalizada, que enfrente presiones deshumanizantes, que nos hacen perder el sentido de la condición de seres humanos. La solución que propugna el autor se puede denominar *doctrina personalista*, que resalta ideales como libertad personal, democracia, iniciativa privada, realización personal, teóricamente ordenados hacia el bien común de todos los hombres.

Blanchard, Ken y O'Connor, Michael (1997), *Administración por valores. Cómo lograr el éxito organizacional personal mediante el compromiso con una misión y unos valores compartidos*, Norma, Bogotá. Este libro describe cómo cualquier compañía puede alcanzar un nuevo nivel de éxito organizacional —más allá de las “500 de Fortune”—. Los autores muestran cómo las organizaciones pueden adoptar una manera de hacer negocios que beneficia a todos los interesados: propietarios o accionistas, empleados, clientes y otros. Al comprometerse con un propósito y una serie de valores comunes, cualquier organización puede entrar en las filas de las “500 afortunadas”. Las que figuran en esta lista no se definen por su tamaño o volumen o utilidades, sino por la calidad del servicio que dan a sus clientes y la calidad de vida que ofrecen a sus empleados. Este libro, basado en más de veinticinco años de investigación y aplicación en organizaciones, ofrece al lector un plan práctico que aclara, comunica y alinea las prácticas de la organización en todos los ámbitos y todas las áreas, con un conjunto funcional de valores definidos que le sirven de guía y que han sido adoptados por toda la empresa. Muchos libros anteriores han destacado la importancia de los valores, pero *Administración por valores* presenta una clara metodología para definir e implementarlos a fin de alcanzar los objetivos organizacionales de grupo e individuales.

Blanchard, Kenneth y Peale, Norman Vincent (1990), *El poder ético del directivo*, Grijalbo, Barcelona. Dos de los más destacados especialistas en superación personal abordan en esta obra el controvertido tema del papel que debe desempeñar la ética en el mundo de los negocios. Contra lo que suele creerse, los autores demuestran que el éxito de las empresas depende en gran medida de la actitud y de las estrategias éticas que asuman sus directivos. Esta obra permitirá a los dirigentes empresariales evaluar

cualquier acción relacionada con el trabajo o tomar decisiones importantes a partir de una posición moral sólidamente cimentada.

Boatright, John (1999), *Ethics in Finance*, Blackwell Publishers, Malden. El libro ofrece un riguroso análisis de los asuntos éticos en el campo emergente de las finanzas, que se adapta a las inquietudes de los estudiantes de finanzas y de ética de los negocios, lo mismo que a las de cualquier persona que tenga que ver con las actividades financieras. Comenzando con los ejemplos de los escándalos que han conmovido la confianza pública en la ética de Wall Street, este libro expone la necesidad de la ética en la conducta personal de los profesionales de las finanzas y en las operaciones financieras del mercado y de las instituciones. Se exploran asuntos prácticos en la industria de los servicios financieros, en la toma de decisiones en inversiones y en la administración de corporaciones financieras, al enfocarse en los estándares de transparencia en las transacciones del mercado y en los deberes de los fiduciarios y agentes en las relaciones financieras. Entre los temas tratados están las prácticas no éticas de ventas, la discriminación en las comisiones, el papel de los inversionistas institucionales, la responsabilidad social del movimiento de las inversiones y el abuso de la bancarrota. El libro contiene también un examen crítico de la concepción de la teoría de una firma en finanzas y el objetivo financiero de la firma.

Brown, Marvin T. (1992), *La ética en la empresa. Estrategias para las decisiones*, Paidós, Barcelona. ¿Qué significa actualmente la ética en la empresa? ¿Sólo una lista de reglas para controlar la conducta de los trabajadores? O también, como demuestra el autor, ¿un poderosísimo instrumento para la toma de decisiones? Con el fin de mejorar la comunicación, resolver los desacuerdos, este libro intenta crear condiciones que promuevan la eficacia de la organización y, sobre todo, pretende

conseguir que se preste una mayor atención a la ética, entendida como reguladora de las relaciones administrativas. En este sentido, el autor revela que los componentes clave del proceso de la toma de decisiones éticas —las observaciones, los juicios de valor, las hipótesis y las opiniones contrapuestas— suelen ser invisibles y en modo alguno explícitos, lo cual lo conduce, a través de múltiples ejemplos y ejercicios prácticos, a intentar convertir esos elementos en recursos apropiados para un enfoque argumentativo de la toma de decisiones: un enfoque en el que la expresión abierta de creencias encontradas pueda permitir a gerentes y empleados considerar la gama completa de las opciones adecuadas para abordar las cuestiones éticas más importantes.

Brugarola, Martín (1947), *La cristianización de las empresas*, Poblet, Buenos Aires. El autor pretende incorporar las normas cristianas a la vida de la empresa. En la primera parte expone las orientaciones fundamentales que han de informar el espíritu del empresario cristiano. En los tres primeros capítulos se encuentran las orientaciones con respecto a las actividades económicas, el trabajo de los obreros y los bienes materiales. En los tres siguientes se señala la pobreza interior que ha de adoptar el cristiano en sus negocios, constituida por el sentido social, el sentido de moralidad y el espíritu de justicia y de caridad. En la segunda parte, estas orientaciones y esta postura se concretan en la cristiana distribución de los frutos de las empresas y en las obras sociales que dentro de la ésta se pueden implantar; se habla del espíritu de hermandad que ha de informar a empresarios y obreros y se indican algunos medios prácticos para la recristianización de la masa obrera desde la misma empresa. Finalmente, se describen dos eminentes modelos de patronato cristiano.

Buchanan, James M. (1996), *Ética y progreso económico*, Ariel, Barcelona. En este libro, el autor, premio Nobel de Economía, argumenta que las restricciones éticas o morales del comportamiento humano ejercen importantes efectos económicos, y formula la siguiente pregunta: ¿por qué cada uno de nosotros, según nuestro propio criterio, está mejor si trabaja duro, ahorra más y, tanto en cuestiones comerciales como políticas, se comporta honestamente? Se trata de un libro no técnico, que analiza la relación entre la economía y la ética. La primera parte examina aquellos comportamientos y estándares que se agrupan en la llamada “ética puritana”. Puede que la ética del trabajo y la ética del ahorro no estén de moda, pero el autor afirma que muchas actitudes y hábitos modernos pueden ser causa de la caída de la tasa de crecimiento de la productividad. Si se reconoce que los valores morales son importantes para nuestro bienestar material, la consecuencia es que, por motivos estrictamente económicos, todos debemos “pagar al predicador”. En la segunda parte amplía el razonamiento, al examinar las implicaciones de las normas éticas en nuestro comportamiento como contribuyentes o usuarios de programas públicos, así como la aplicación de la ética del trabajo a los recursos distintos. El último capítulo —tal vez el más controvertido— sugiere que la distinción realizada por Adam Smith entre trabajo productivo e improductivo puede tener relevancia económica, a pesar de haber sido criticada por casi todos los economistas.

Centro de Estudios Sociales de la Santa Cruz del Valle de los Caídos (1969), *Síntesis de moral social y económica*, Aguilar, Madrid. Este compendio de moral social y económica es el resultado de nueve años de investigación de un equipo de especialistas conformado por moralistas, sociólogos, economistas, juristas, empresarios y otros profesionales. Los temas tratados son la actividad laboral en el

plan de Dios; la empresa, su naturaleza y dinámica de crecimiento; órganos de poder y sujetos responsables en la empresa privada y pública; monopolios y concentraciones económicas; competencia desleal y fraudes en los pagos; empresa, asociaciones profesionales y política salarial; orden objetivo y responsabilidad subjetiva; naturaleza de las obligaciones de justicia de la empresa con la sociedad; obligaciones generales de la empresa en una economía planificada; exigencias morales de las inversiones; precio justo y especulación; intermediarios y comisiones con repercusión en los precios; los beneficios de la empresa; publicidad y consumo; intervención del Estado en el ordenamiento económico-social; las leyes meramente penales en el campo económico-social; la presunción a favor de la ley, en el campo económico-social; la empresa y los actos administrativos públicos en el campo económico-social; moral fiscal del empresario; principios fundamentales de una justa distribución de la renta; la remuneración del trabajo; la seguridad social en la empresa; libertad de contratación laboral y huelga, y la superación del salariado.

Certo, Manuel C. (2001), *Administración moderna. Diversidad, calidad, ética & el entorno global*, Pearson Educación de Colombia Ltda., Bogotá. Clara, concisa y actual, esta completa introducción a la administración se ha preferido en los que respecta a preparar estudiantes para la gerencia. Su autor presenta información sobre las labores administrativas contemporáneas, los retos administrativos de la administración relacionados con la gente, la diversidad, la calidad, la ética y las operaciones en un entorno global. El libro incluye una sección de casos que se analiza a través de preguntas de repaso.

Chaves Ortiz, Jorge Arturo (1999), *De la utopía a la política económica. Para una ética de las políticas económicas*, San Esteban, Salamanca. Los acontecimientos que

transformaron el escenario político internacional a partir de 1989 parecen haber dado paso a una situación en la que domina la confusión, el desánimo, el pragmatismo o — en el otro extremo— la nostalgia por las utopías. Las razones pueden ser diversas: el capitalismo liberal ha quedado, a pesar de su crisis, en una posición privilegiada de “pensamiento o sistema único”, y las esperanzadoras revoluciones de algunas latitudes, como América Latina, han podido dejar atrás estelas de mártires y héroes, pero no se han mostrado capaces de hacer frente a la pobreza. Sobre este telón de fondo se sitúa la propuesta de una “ética de las políticas económicas”, que el autor presenta como una ética económica de lo posible. Preocuparse por el logro de metas éticas accesibles, en relación con los procesos de ajuste y modernización de la economía, equivale a trasladar el foco de atención hacia el campo de las políticas económicas. La dinámica que determina su diseño y ejecución es hoy el canal normal que hace posible o imposible la realización de valores morales en el campo de la economía y, por lo mismo, una acción éticamente motivada. El autor invita a la reorientación ética de la economía lejos del pragmatismo conformista y de una postura utópica, paralizadora y sin amarres en la historia.

Chester, James E. (1999), *The Business of Commerce. Examining an Honorable Profession*, Hoover Institute Press, Stanford. Este libro explora las fuentes culturales, filosóficas y teológicas de la mala reputación que tienen que soportar los negocios en la cultura occidental. Trae ejemplos de opiniones prominentes, desde Platón hasta Galbraith, que examinan la dicotomía fundamental de una sociedad que busca la prosperidad, pero que al tiempo desdeña el verdadero proceso por el cual se obtiene la prosperidad. El autor presenta pruebas que muestran que la profesión de negocios es no menos digna de respeto que otras profesiones como la medicina o la educación.

Ciulla, Joanne B. (edit.), (1998), *Ethics, the Heart of Leadership*, Praeger, Westport. ¿Es el liderazgo una actividad moral? Los colaboradores de este libro tratan de dar una respuesta a este interrogante. Muestran el papel central de los valores para el ejercicio del liderazgo y la autoridad. La moral es lo que produce confianza entre las personas. El lector obtendrá una mejor comprensión de la compleja interacción moral de los líderes y sus seguidores y de la importancia de la relación con alta moralidad para un liderazgo efectivo.

Comité de Ética Financiera-IAFEI (1992), *Principios de ética para el ejecutivo de finanzas*, McGraw-Hill/Interamericana de México, Naucalpan de Juárez. Como en toda sociedad humana y en todo grupo profesional, han existido dentro del trabajo de los ejecutivos de finanzas ciertas prácticas morales respetadas tradicionalmente. Unos principios que se han considerado honorables y que generalmente se respetan. Alguien podría objetar que estos principios han de olvidarse a causa de que continuamente son violados; pero ello no obsta para que sigan reconociéndolos como válidos. El libro presenta los principios de ética profesional para el ejecutivo de finanzas que deben regular la relación consigo mismo, con su empresa, con la sociedad y con sus colegas. También enumera los principios para los institutos de ejecutivos financieros.

Consejo Pontificio “Justicia y Paz”; Salins, Antoine de, y Villeroy, F. (1995), *El desarrollo de las modernas actividades financieras a la luz de las exigencias éticas del cristianismo*, Impresora La Paz, México. Se tratan los siguientes temas: la Iglesia y el dinero: principales afirmaciones de la doctrina social de la Iglesia y su alcance en el ámbito de la actividad financiera. Esfera financiera y economía real: oposición pero también complementariedad. La “financiarización” de la economía renueva la forma

de abordar ciertas cuestiones de ética social. Exigencias personales de la moral de las finanzas.

Consejo Pontificio Justicia y Paz (1995), *Aspectos éticos y sociales de la economía*, PPC, Madrid. Este libro, fruto de un seminario organizado en el Vaticano por el Consejo Pontificio Justicia y Paz, contiene las intervenciones de un grupo de distinguidos economistas de todo el mundo sobre algunos aspectos de la relación entre los valores éticos y la realidad económica. En éste se abordan temas teóricos, como las relaciones entre los sistemas económicos y la ética, el mercado y la intervención pública en la economía, la eficiencia de la economía y la justicia distributiva. Se desciende también a cuestiones prácticas, como el problema de la transición de una economía planificada y centralizada a una economía de mercado, el desfase entre el norte y el sur en la economía mundial y la interdependencia entre el desarrollo económico y el medio ambiente.

Cortina, Adela y Conill, Jesús (1998), *Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial*, Siglo del Hombre, Bogotá. Los temas que los autores presentan en estas conversaciones realizadas en la Fundación Social son fundamentales para entender y poder convivir en nuestra contemporaneidad. Adela Cortina se pregunta, en primer lugar, a qué ámbitos se refiere la ética. ¿Los servicios financieros, la economía y la empresa deben tener en cuenta en su actividad unos criterios éticos? Evidentemente, la respuesta de la autora es afirmativa. Toda acción humana debe estar sujeta a criterios éticos en cuanto implique a los otros. En consecuencia, también la actividad empresarial debe responder a unos valores éticos claros y coherentes. José Conill, a su vez, establece la relación entre política y economía. La ética da sentido y orientaciones precisas para revitalizar las instituciones políticas. El concepto de

sociedad civil viene definido por el tipo de valores que ha de canalizar, para lograr formas y espacios que conduzcan a una formulación operativa del bienestar colectivo e individual.

Cortina, Adela (1998), *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Trotta, Madrid. La obra intenta ofrecer los rasgos de una nueva cultura de la empresa, situada en el plano ético propio de las sociedades democráticas, que —opina la autora— es un nivel dialógico. Desde éste se ocupa de diseñar una ética económica, de la empresa y de la dirección, y también una asesoría ética, que aporta, por otra parte, una nutrida bibliografía sobre este novedoso ámbito y una relación de los centros en que actualmente se trabaja sobre éste.

Covey, Stephen R. (1993), *Los 7 hábitos de la gente eficaz. La revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa*, Paidós, Barcelona. Casi todo el mundo intuye que su comportamiento en la empresa podría mejorar en muchos aspectos, pero pocos saben cómo conseguirlo. Stephen Covey, el llamado Sócrates americano, no da consejos paternalistas ni se dedica a sermonear. Su método es claro, certero y eficiente: casi un cursillo dividido en siete etapas, que el lector deberá asimilar y poner en práctica por su propia cuenta, adaptándolas a su personalidad y aplicándolas libremente en todos los ámbitos de la vida empresarial. Para ello, el autor se sirve de anécdotas penetrantes y significativas destinadas a hacernos reflexionar sobre cada uno de nuestros actos y sobre el modo de acceder al cambio, a la verdadera efectividad: desde la visión personal hasta la autorrenovación equilibrada, pasando por el liderazgo personal, la administración personal, el liderazgo interpersonal, la comunicación empática y la cooperación creativa. A partir de todo esto, y a través del desarrollo de ciertos conceptos, el lector acaba comprendiendo que todo lo que

hagamos deberá estar de acuerdo con lo que realmente veamos. Es decir, si queremos cambiar la situación, deberemos cambiarnos también a nosotros mismos. Y para hacerlo con eficacia, en primer término, tendremos que cambiar nuestras percepciones. El resultado es la construcción de una autoconfianza a prueba de bombas, a través del desarrollo del propio carácter, de la integridad, de la honestidad y de la dignidad humana necesarias para transformar nuestro universo laboral en algo auténtico, único e intransferible.

Croce, Benedetto (1942), *Filosofía práctica en sus aspectos económico y ético*. El libro expone de una forma ordenada la visión del autor sobre la filosofía práctica en sus aspectos económico y ético. El autor engloba dos disciplinas aparentemente distintas, como la economía y la ética, lo cual manifiesta su posición original en el mundo filosófico y su anhelo de mantener a toda costa la unidad y la integridad de las creaciones del espíritu humano. En su visión unitaria e integral hay que reconocer la influencia del sistema hegeliano.

Dalla Costa, John (1999), *El imperativo ético. Por qué el liderazgo moral es un buen negocio*, Paidós, Barcelona. ¿Cómo puede empezar una compañía, sus directivos y sus empleados a elaborar una concepción ética respecto a sus estrategias y sus prácticas cotidianas? En el presente libro se esboza el proceso, consistente en describir aquellos principios éticos que pueden resultar favorables tanto para los clientes como para los accionistas y los empleados. Inspirándose en el campo de la gestión, las ciencias del comportamiento e incluso la teología, el autor explica por qué la ética debe ser un elemento fundamental en cualquier actividad empresarial y ofrece un modelo práctico para que cada organización establezca su propia orientación ética y propone una ética global para la economía global basada en el respeto, la

honestidad, la honradez, la justicia y la responsabilidad medioambiental. Finalmente, para ilustrar el funcionamiento de este marco ético y ayudar a los directivos a adaptar el modelo a las necesidades y prioridades de sus respectivas empresas, se emplean ejemplos extraídos de una gran variedad de compañías.

De Michele, Roberto (1998), *Los códigos de ética en las empresas. Instrucciones para desarrollar una política de reglas claras en su organización*, Grenica, Buenos Aires.

Las personas que actúan en las organizaciones empresariales conocen perfectamente los dilemas que se presentan al tomar decisiones críticas. Muchas veces se ponen en juego los valores personales, las exigencias del grupo, el cumplimiento de los objetivos y el contexto de los negocios. Se cruzan los temas del poder, la autoridad, los procedimientos formales, la comunicación, la competencia, el control, los resultados y la imagen. Los escépticos anteponen el éxito económico y niegan la relación entre la ética y los negocios. Otros creen que es posible explorar un camino, donde los valores y los resultados económicos no sean variables antagónicas. Este libro no es un tratado de ética, tampoco desdeña su capacidad de reconocer los dilemas morales que se presentan a diario en el mundo de las empresas. Propone, en cambio, pensar en los códigos de ética como una herramienta para que usted y su organización puedan estar mejor preparados para iniciar el recorrido de las decisiones críticas.

Donalson, Thomas y Gini, Al (1996), *Case Studies in Business Ethics*, Prentice, Upper Saddle River. Este libro ofrece varios casos acerca de los asuntos éticos más constantes en el medio de los negocios. Presenta también ensayos que tratan no sólo de las fallas éticas, sino también de los éxitos éticos. Cada caso confronta a los

lectores con algunos de los valores complejos que caracterizan la toma de decisiones en negocios.

Donalson, Thomas y Werhane, Patricia H. (1999), *Ethical Issues in Business. A Philosophical Approach*, Prentice-Hall, Upper Saddle River. El libro ofrece una cuidadosa selección de estudio de casos y artículos teóricos y se enfoca en las perspectivas teóricas que fundamentan el estudio de la ética de los negocios. Entre los temas que trata se destacan: ética en negocios internacionales, seguridad en el trabajo, estrategias corporativas para la conservación del medio ambiente, acoso sexual, calidad de los productos, discusiones sobre propiedad y beneficios, justicia, responsabilidad moral de las corporaciones, responsabilidades y derechos de los empleados, problemas de mercadeo y estrategias.

Dupuy, Jean Pierre (1992), *Liberalisme et justice sociale. Le sacrifice et l'envie*, Hachette Littératures, París. En busca de un paliativo a la incapacidad propia de los franceses de pensar el mercado en sus dimensiones moral y política, el autor propone una relectura crítica de la tradición liberal anglosajona (de Adam Smith a John Rawls). Para él, el mérito del liberalismo es concebir a la sociedad mercantil cada vez más cerca de su descomposición siempre posible. La sociedad justa y buena es aquella que contiene esta amenaza. Hoy nos toca tomar en serio las premisas de las teorías liberales, con el fin de criticar mejor sus conclusiones: la compatibilidad entre el liberalismo y una auténtica justicia social puede llegar a ser pensable.

Elkin, Jorge Ricardo (1993), *La doble moral de las organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada*, McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid. El libro es una dura crítica a las organizaciones que han perdido su razón de ser y que con ello han provocado daño a sus miembros y a la comunidad que necesita de sus

servicios. El autor denuncia los efectos indeseables del pragmatismo y de la administración amoral. Habla de la corrupción legalizada e institucionalizada en el mundo de los negocios, en hospitales, escuelas, juzgados, partidos políticos, etc. Estas organizaciones son un despropósito desde el punto de vista de su misión social, porque para ‘hacer’ algo también se ‘deshacen’ de los valores humanos. Por eso en el libro se habla de la construcción/destrucción de esas organizaciones, lugares donde domina la hipocresía y el doble discurso, donde los participantes no hacen lo que dicen que piensan, no por ignorancia técnica o falta de información, sino por cuestiones de ideología y poder. Pero el libro no es sólo diagnóstico, también está el quehacer positivo. El autor propone prácticas innovadoras para superar lo perverso y terminar con los círculos viciosos en instituciones sociales. Además, enseña formas de romper con esa trama perversa, legitimar el disenso, introducir el lenguaje de cambio, dar transparencia a las comunicaciones y terminar con el mito de la eficacia como valor supremo.

Enderle, Georges (1997), *Diccionario de ética económica*, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Sao Leopoldo. Esta obra tiene como objetivo enfocar, desde diversas perspectivas, la pregunta central sobre el modo como los principios éticos pueden ser valiosos para la economía moderna. ¿Cómo incide la ética en el trabajo, en el lucro, en la riqueza y en la pobreza? Ante las crisis mundiales de migración, de miseria y de sobrepoblación, se requiere una moral más elevada en aquellos que toman las decisiones que afectan a millones y que deberían buscar la justicia, la paz y la conservación de la naturaleza.

Equipo Jesuita Latinoamericano de Reflexión Filosófica. Scannone, Juan Carlos S. J. y Remolina Vargas, Gerardo S. J. (comps.), (1998). *Ética y economía. Economía de*

*mercado, neoliberalismo y ética de la gratuidad*, Bonum, Buenos Aires. El fenómeno de la globalización de los mercados y de las finanzas, la correspondiente mundialización cultural, las nuevas tecnologías postindustriales e informáticas, la crisis del así llamado Estado de bienestar, el hecho de que los Estados-nación surgidos en la modernidad se vean sobrepasados por dicha globalización, la ideología neoliberal que se proclama victoriosa, etc. convergen para crearnos hoy nuevos problemas humanos acuciantes: la exclusión de grandes masas y aun de regiones enteras del planeta, el desempleo estructural tanto en los países superdesarrollados como en los que están en vías de desarrollo, las migraciones masivas, la destrucción del medio ambiente, una cultura consumista e insolidaria que acompaña esos fenómenos, etc. Todos esos hechos cuestionan la conciencia ética de la humanidad actual y la convocan a pensar y a actuar. También interpelan a la filosofía, a fin de que contribuya con sus aportaciones teóricas, a dar una respuesta válida a tales cuestiones en que se juega el hombre. De ahí que el Equipo Jesuita Latinoamericano de Reflexión Filosófica se haya puesto a investigar y pensar en esos problemas, a fin de contribuir a la búsqueda común de lograr una sociedad más humana en nuestra América y en el mundo entero. El libro contiene estas reflexiones.

Espeja Pardo, Jesús y otros (1999), *Transformación cultural, economía y evangelio*, San Esteban, Salamanca. Nos toca vivir tiempos de transformación cultural. Están cambiando las creencias, los valores, los patrones de referencia, las costumbres y el lenguaje. Por otra parte, la cultura emergente va muy unida a la economía y un progreso tecnológico desbordante, lo que da como resultado un mundo que se ha llamado *aldea global*, donde nadie puede vivir al margen de nadie. Pero la globalización no significa arreglo de conflictos y solución automática de nuestros

problemas. ¿Cómo lograr una orientación ética para que la globalización lleve un signo humano? ¿Cómo encontrar en la nueva situación caminos eficaces para erradicar la pobreza del mundo, de forma que no todo quede sometido a la ley del más fuerte? Sociólogos, economistas, filósofos y teólogos avanzan cada uno por su vía y por su parte; sin embargo, la situación por la que todas las ciencias y también la fe religiosa se preocupan es una y común. Urgen lecturas interdisciplinares para no caer en el fanatismo de la ciencia o de la religión. Eso ha intentado el equipo de dominicos que ha elaborado este libro, que ha comenzado a centrar algunas de las cuestiones esenciales en torno a la transformación cultural, la economía, la ética y la fe cristiana.

Estudios y Ediciones IESE (1995), *Empresa y vida familiar*, Universidad de Navarra, Barcelona. Bajo el lema “Ética, empresa y familia”, se celebró en Barcelona, los días 22 y 23 de septiembre de 1994, el IV Coloquio de Ética Empresarial y Economía del IESE. Este libro recoge las ponencias y algunas comunicaciones presentadas en este encuentro entre profesores universitarios y directivos de empresa. El presente volumen está dividido en cuatro partes. La primera está dedicada al desarrollo personal en el trabajo y en la familia. Tiene un carácter más bien filosófico, aunque muy sensible. El tema de fondo es discutir cómo la familia y la empresa, por ser dos ámbitos de convivencia entre los que transcurre la mayor parte de la vida de las personas, tienen una gran influencia en su desarrollo humano. En la segunda parte se trata de la armonización del trabajo con la vida familiar y, más concretamente, con la dedicación a la familia y a la educación de los hijos, lo cual con frecuencia resulta conflictivo. La tercera parte se ocupa de la relación entre actividad empresarial y vida familiar, con especial relieve en la actuación de la empresa. La cuarta parte está

íntegramente dedicada a un conjunto de intervenciones de altos directivos empresariales en una mesa redonda, y al coloquio que siguió a ésta sobre el tema: “Incidencia en la vida familiar de políticas empresariales”.

Fernández, José Luis (1996), *Ética para empresarios y directivos*, ESIC, Madrid. El libro, reelaborado y enriquecido en la segunda edición con cuadros y gráficos, tiene un sesgo operativo y práctico, pues pretende construir puentes entre las ciencias de la dirección y la filosofía práctica. Además, sensibiliza a los empresarios y directivos acerca de la importancia de la dimensión ética de los problemas en la toma de decisiones gerenciales y maneja una concepción de la empresa que, asumiendo su primaria índole económica (como productora de bienes o prestadora de servicios a cambio de beneficios legítimos), la quiere situar en el más amplio contexto de lo que aquélla supone como formación social, como creación cultural de la libertad humana y como instrumento de bienestar y progreso de los hombres y los pueblos.

Ferrell, O. C.; Fraedrich, John, y Ferrell, Linda (2000), *Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases*, Houghton Mifflin Company, Boston. El libro cubre todas las áreas relevantes en el desarrollo y práctica de tomar decisiones éticas, lo cual complementa con el estudio de casos del mundo real, que ofrece ejemplos de toma de decisiones en compañías conocidas. Contiene también secciones que ofrecen oportunidades para aplicar los conceptos aprendidos a situaciones de la vida real. Incluye también viñetas con dilemas morales para el debate ético y preguntas para ayudar a enfocar las discusiones sobre la toma de decisiones. Al final de cada capítulo se formulan preguntas para revisar la comprensión y ayudar a preparar las discusiones y evaluaciones.

Ferrete Sarria, Carmen (1998), *El conflicto ecológico de la Central Térmica de Andorra (Teruel). Un caso de ética empresarial*, Fundación Etnor, Castellón de la Plana. El libro contiene el análisis del caso por contaminación de la Central Térmica de Andorra. En primer lugar, se explican algunas ideas teóricas básicas del enfoque ético utilizado, desde el cual se define cuál es la responsabilidad ecológica de la empresa. En segundo lugar, se lleva a cabo una descripción del conflicto, realizando un mapa de los grupos de intereses y un resumen de los intereses básicos en juego. En el tercer lugar, se presentan las diferentes vías de solución ensayadas, ninguna de las cuales puso fin al conflicto —tanto este capítulo como el anterior se apoyan en los documentos disponibles y en una larga serie de entrevistas a los propios protagonistas—. Por último, se analiza la vía del diálogo y se describen las condiciones que propiciaron el consenso entre las parte.

Fontrudona Felip, Juan (1998), *La ética que necesita la empresa*, Editorial Unión, Madrid. La ética es necesaria para la empresa, pero no sirve cualquiera. Una revisión de las principales teorías éticas actuales nos llevará a concluir que sólo una ética que considere al tiempo los bienes, las virtudes y las normas es capaz de explicar qué es la empresa y cómo actúa el directivo. La empresa necesita de la ética, pero no todas las teorías de la organización tienen en cuenta la dimensión ética de la actividad empresarial. Sólo aquellas teorías que tengan un fundamento antropológico pueden integrar adecuadamente la ética en la estrategia de las empresas.

Galindo García, Ángel (1996), *Moral socioeconómica*, BAC, Madrid. La moral socioeconómica pretende crear un mundo saludable en el que todos podamos habitar y donde el trabajo y la economía constituyan la expresión del hombre, imagen de Dios. En este ámbito, la moral cristiana tiene una dimensión curativa en Cristo, en cuanto cuida de fomentar su capacidad de diálogo con todos, en un intento de contribuir efectivamente a la transformación de este mundo. Para cumplir con este objetivo, esta obra se elaboró sabiendo que el ‘tener’ se comprende en conexión con el ser, ya que el trabajo y la economía son la dimensión interesada del ser humano. Las realidades terrenas no pueden pasar por alto los valores superiores del hombre.

Galindo García, Ángel (edit.), (1989), *Pobreza y solidaridad. Desafíos éticos al progreso*, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca. Este volumen recoge las ponencias y aportaciones de la XXI Semana Teológica, celebrada los días 22 al 24 de septiembre de 1988, organizada por la Facultad de Teología de la Universidad Pontificia de Salamanca, centrada en el estudio de la pobreza y la solidaridad. La realidad de la pobreza y la invitación a la solidaridad son el hilo conductor de este estudio y de los auténticos desafíos éticos al progreso. Por ello se centró el análisis siguiendo el método de reflexión: ver, juzgar y actuar. La primera parte contiene los temas que nos ayudan a *ver* la realidad mundial en torno al desarrollo en su vertiente económica y política. La segunda parte trata de *juzgar* desde la antropología la ética y la praxis cristiana y pastoral, la realidad antes señalada. Y, por último, la tercera parte nos lleva al *actuar* realizando iniciativas de solidaridad.

Garay, Jesús de (1994), *El juego. Una ética para el mercado*, Díaz de Santos, Madrid. La ética siempre ha propuesto utopías: modelos ideales que orienten al hombre en la práctica cotidiana. Este libro ofrece una utopía para la vida pública y, en particular,

para la actividad económica: la utopía del juego. Transformar todo en juego. Lograr que toda acción humana sea juego. Convertir todas las relaciones sociales en un juego. Hacer del trabajo un juego. Juego significa ante todo libertad. Y concretamente libertad gozosa y placentera. Los hombres libres juegan alegres. Es indiferente cuánto trabajo exijan sus juegos, porque son capaces incluso de transformar su trabajo en juego. El juego es el señorío de los hombres libres. Sin duda se trata de una utopía: los hombres no son plenamente libres, sino que viven afanosos por satisfacer sus necesidades. Pero reducir al hombre a un animal de necesidades es empobrecer al hombre. Por el contrario, como decía Schiller, el hombre sólo es hombre cuando juega. Esta propuesta es particularmente urgente en el mercado. La actividad empresarial con frecuencia es más una guerra que un juego: un frente de batalla y no un espacio de juego. Por eso, la ética del mercado reclama una disminución de la violencia y una exaltación del juego. Para transformar el mercado en auténtico “juego de mercado”, es necesario que desaparezca de los negocios la violencia del engaño. Sólo así puede ser ética la actividad empresarial. Que exista “juego de mercado” y no “guerra de mercado”. Y esto sólo es posible si todos los jugadores cumplen la palabra dada. Hoy más que nunca sigue vigente el mandato romano: *pacta sunt servanda*.

Gélinier, Octave (1994), *Ética de los negocios. Basta de ir a la deriva*, Limusa-Grupo Noriega Editores, México. ¿Produce buenos resultados la honradez en los negocios? ¿Se puede permanecer en un mercado en el que todo parece permitido? ¿Qué hacer si los interlocutores corruptos pertenecen a los poderes públicos y si la justicia está sometida al ejecutivo? ¿Puede uno enriquecerse honradamente con rapidez? Veinticinco dirigentes franceses de empresas han aportado su testimonio sobre estas cuestiones y diez grandes multinacionales presentan sus experiencias, de las que se

desprenden respuestas interesantes. Es una obra que analiza el hoy y el mañana de la ética de los negocios, para después proponer acciones concretas que puedan ayudar a los dirigentes a reforzar la ética de sus empresas, la confianza hacia el interior y el exterior y, con ello, la eficacia competitiva futura.

Goleman, Daniel (1999), *La inteligencia emocional en la empresa*, Javier Vergara, Barcelona. Partiendo de la importancia de la inteligencia emocional en la empresa, el autor detalla doce aptitudes laborales específicas, todas basadas en el autodomínio (entre otras, iniciativa, confiabilidad, confianza en uno mismo y afán de éxito), y describe la contribución inigualable que cada una efectúa para lograr un buen desempeño. Después enumera trece aptitudes clave para la relación, como la capacidad de trabajar en equipo. Éstas nos permiten, por ejemplo, navegar sin esfuerzo por las corrientes de una organización, mientras otros encallan. Si estamos flojos en alguna de estas aptitudes, siempre es posible aprender a mejorar. El libro ofrece líneas de orientación, en cuanto a las mejores maneras de lograrlo. Asimismo, se muestra por qué esas prácticas, además de mejorar el rendimiento, tornan más deseable y satisfactorio trabajar en la empresa.

Gómez Pérez, Rafael (1990), *Ética empresarial. Teoría y casos*, Rialp, Madrid. Este libro es una breve explicación de los problemas teóricos de la ética empresarial, los cuales están por 34 casos: ¿hay que pagar los impuestos y en qué proporción? ¿Hasta qué punto un regalo puede ser un soborno? Las respuestas están pensadas para problemas que se presentan todos los días.

González Fabr , Raúl, S. J. (1998), *Justicia en el mercado. La fundamentación de la  tica del mercado según Francisco de Vitoria*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. El autor nos redescubre el significado y alcance que tiene la obra de

Francisco de Vitoria —príncipe de la segunda escolástica— para el análisis de las relaciones conceptuales entre la ética y la economía política; además, plantea la consideración del problema de la naturaleza de la idea de una conducta justa en el mercado. El autor examina el pensamiento filosófico y ético de Vitoria para vincularlo al desarrollo del pensamiento político y moral del presente. Más específicamente, se trata de un esfuerzo por tomar en serio la idea de fundamentar la ética y de proceder con este objetivo en mente para intentar dar con el concepto de lo ‘humano’ en el ámbito del problema que presenta la economía política contemporánea y su versión de la naturaleza de la conducta económica en el mercado: su consecuente y radical deshumanización de la persona, el escamoteo de la práctica moral.

Gorosquieta, Javier (1999), *Ética de la empresa. Teoría y casos prácticos*, Mensajero, Bilbao. Este libro recoge una serie de temas de macroeconomía y otros de economía de empresa, que ponen de relieve su relación con el mundo en que se desarrollan, ya sea el de las personas (consumidores y trabajadores), así como el de la naturaleza (ecología), y que estudian la implicación ética que debe tener en ellos el empresario o el directivo de empresa. El libro trae 71 casos prácticos con una metodología para discutirlos.

Guédez, Víctor (2001), *La ética gerencial. Instrumentos estratégicos que facilitan decisiones correctas*, Planeta, Bogotá. Este libro aborda cuatro temas esenciales. El primero es el de la contextualización: se explican algunos argumentos destinados a justificar el tema de la ética en las empresas. El segundo es el de la conceptualización: se desarrollan los conceptos clave que permiten definir, comprender y evaluar los contenidos esenciales del tema. El tercero es el de la

instrumentación: los instrumentos para el ejercicio de la ética empresarial. El cuarto es el de la operacionalización: la ética se hace presente en la empresa en los códigos de ética, en la cultura de la integridad y en la responsabilidad social.

Hall, William Delaney (1993), *Making the Right Decision. Ethics for Managers*, John Wiley, New York. Muchos libros hablan acerca de la necesidad de hacer el mundo de los negocios un lugar con más ética. El problema es que ellos no reflejan la forma como son tomadas hoy en día las decisiones de negocios, sino más bien proveen a los ejecutivos y administradores con avisos convenientemente divididos en compartimentos sobre cómo actuar y reaccionar en determinadas situaciones cuando entra en juego la ética. Este libro ofrece, por un lado, una perspectiva muy singular para ayudarlos a realizar razonamientos éticos como una parte vital de su compañía y, por otro, un caso histórico extenso que envolvió a Hauser-Moore y que le planteó fuertes dilemas éticos. Con el presente libro usted aprenderá también a crear un programa ético dentro de una estructura corporativa. Usted podrá llegar a formular un código de ética para una compañía, al igual que a instalar una línea para resolver inquietudes éticas y mucho más.

Harvard Business Review (edit.), con la Introducción de Kenneth R. Andrews (1989), *Ethics in Practice. Managing the Moral Corporation*, Harvard Business School Press, Boston. Después de múltiples y recientes escándalos en empresas que revelan que existen serios problemas de moral básica, la confianza pública en la gente de negocios está en cuestionamiento. ¿Qué está fallando en la estructura organizacional que no logra comunicar un grado de ética a los diversos estamentos de las empresas? El libro mira este problema desde el punto de vista de un empresario y busca el crecimiento de la conciencia ética en la vida corporativa, así como ofrecer

sugerencias pragmáticas para la acción de los ejecutivos en orden a producir un entorno ético.

Iriarte, Gregorio (1996), *Neoliberalismo ¿sí o no? Manual para comunidades, grupos y organizaciones populares*, Paulinas, Bogotá. El neoliberalismo como doctrina y como praxis no responde únicamente a un programa de ajuste estructural promovido por el gran capital internacional y por organismos tan poderosos como el Fondo Monetario Internacional. No es tampoco sólo un proyecto gubernamental. Sus propuestas van más allá del área económica y política. Pretende ser un proyecto de vida personal y social elaborado basándose en unos atractivos pero discutibles valores que condicionan la vida misma de nuestra sociedad: afán desmedido de lucro, consumismo, individualismo. Todo ello justificado con el culto a la eficiencia, a la productividad. Sus efectos los tenemos a la vista: aumento de la brecha entre ricos y pobres, desempleo, corrupción. Vale la pena que nos detengamos para analizar un modelo que no sólo condiciona la vida socioeconómica del país, sino que viene a ser también como la caja de resonancia donde se incuban y desarrollan tantos desafíos y problemas para la ética personal y para la moral pública. El autor utiliza un estilo directo y una presentación esquemática de los problemas, porque pretende realizar una especie de libro de texto del neoliberalismo que sirva como manual a las organizaciones populares y les permita desarrollar su conciencia crítica frente a este avasallador desafío.

Koslowski, Meter (1997), *La ética del capitalismo*, Rialp, Madrid. Para el autor, los tres elementos estructurales que caracterizan al capitalismo son: (1) la propiedad privada —también de los medios de producción—, (2) el llevar al máximo la utilidad y las ganancias como motivaciones económicas y (3) la coordinación de las actividades

económicas mediante el mercado y el sistema de precios. El capitalismo surge cuando estos tres elementos comienzan un proceso de autonomización respecto a la moral. Por eso la cuestión de la moralidad del capitalismo consiste esencialmente en una indagación acerca de la neutralidad moral y cultural de las tres características estructurales. Este proceso de autonomización de la economía es una manifestación de la evolución del espíritu europeo hacia el individualismo, el subjetivismo y la racionalización. Para el autor, en la teoría económica del capitalismo hay una especie de pasión irracional por la racionalidad desapasionada, que excluye de la ciencia social cualquier clase de pensamiento o motivación en términos de valores.

Kwant, Remy C. (1967), *Filosofía del trabajo*, Ediciones Carlos Lohlé, Buenos Aires. El autor cree que las cuestiones del trabajo no son sólo teóricas, sino prácticas. El trabajo es una realidad creada por el hombre y, como tal, continúa en la historia. Por consiguiente, es imposible separar la investigación de lo que el trabajo es, de la investigación sobre lo que debe ser. El análisis de la estructura moderna del trabajo lleva al autor a conclusiones que chocarán, sin duda, a quienes todavía se aferran a la “ideología de la ganancia”; pero no por eso deja de ser cierto que muchas ideas que se tienen por tradicionales contradicen las nuevas estructuras de la vida. Este libro sirve a la perfección a cuantos se interesan por la filosofía del trabajo, tema de mucha importancia de una ética empresarial.

Land, Philip (edit.), (1971), *Theology Meets Progress. Human Implications of Development*, Gregorian University Press, Rome. El desarrollo debe ser estudiado de una manera interdisciplinar. El presente libro contiene varios ensayos de profesores de la Universidad Gregoriana, expertos en economía, sociología, teología, moral y otras disciplinas, que tratan de entender el fenómeno del desarrollo. Desde una

perspectiva cristiana se estudian casos como la violencia y el papel de la cultura y de la religión en el desarrollo de los pueblos.

Laris Casillas, Francisco Javier, *Ética en los negocios*, FOC, México. Este libro representa una ventana a través de la cual podemos ver todas las dimensiones de los acontecimientos en el ámbito de los negocios, la gerencia, la economía y las organizaciones. El autor invita a los lectores a reflexionar sobre la necesidad de actuar con ética en la vida, para lograr una formación integral que relacione el conocimiento científico con los valores humanos.

Le Mouël, Jacques (1992), *Crítica de la eficacia. Ética, verdad y utopía de un mito contemporáneo*, Paidós, México. Una de las características principales de los años noventa parece ser, hoy por hoy, el enfrentamiento que se está produciendo entre el triunfo del dinero y el ocaso de las ideologías. Después de varios años de crisis y conflictos, la gente está ansiosa por inscribirse en los cursos de economía o empresa en cualquier universidad. Mientras tanto, asistimos impotentes al ascenso de los integristas y los nacionalismos, así como al renacimiento del racismo y el antisemitismo. Este “culto de la empresa”, así como esta ausencia de pautas referenciales en nuestro entorno —ausencia de un proyecto político, económico y social—, ¿puede llegar a provocar que el destino de la sociedad caiga en manos de las empresas y de los empresarios? Si es de este modo, si la empresa ha de ser el nuevo modelo que inspire las grandes decisiones del Estado y del conjunto de la sociedad civil, es hora entonces de analizar qué principios la gobiernan, cuáles son sus modos de funcionamiento y cómo se administra. Partiendo de un hecho más o menos consumado —la actual condición de la cultura empresarial, una verdadera “sociedad de apariencias” con una gran discrepancia entre el discurso que emiten sus directivos

y la realidad cotidiana vivida por sus obreros y empleados—, el autor deja bien en claro esa identificación que se nos está imponiendo entre la moral de la eficacia y la eficacia de la moral, que está intentando contaminar gradualmente el conjunto de la sociedad, vulgarizando conceptos como los de cultura, valores, ética, etc. Tal proceso está haciendo posible la aparición de una nueva ideología —una mezcla de utilitarismo y pragmatismo— sometida por el autor de este libro a un verdadero acoso en forma de ensayo a la vez riguroso y denodadamente personal.

Llano Cifuentes, Carlos (1991), *El empresario y su acción*, McGraw-Hill, Bogotá. Ha de restaurarse hoy la necesidad de una visión ética de la empresa y de que los valores morales de nuestra civilización occidental se encarnen en la empresa, institución que ha adquirido una fuerza decisiva. El tema de la moralidad en la empresa se encuentra íntimamente relacionado con el de su función, su inserción en el entramado de la sociedad. Por esta causa se han estudiado las consecuencias perversas que acaecen en el cuerpo social por una hipertrofia de la competencia entre empresa y persona. Por este motivo se analiza la distinción entre la finalidad de la obra —que tiene un necesario matiz social— y la finalidad del operante —que posee un acento más individual—. Estos conceptos responden a la necesidad de resaltar esta misión social de la empresa, no tanto como una aspiración que puede buenamente lograrse, sino como un hecho incontrovertible, pero ignorado por muchos. Es necesario restaurar una visión ética de la empresa; pero lo que verdaderamente requiere ella es asumir un compromiso con un concepto determinado de ser del hombre.

Llano Cifuentes, Carlos (1997), *Dilemas éticos de la empresa contemporánea*, Fondo de Cultura Económica, México. Las reflexiones que sobre la ética de la empresa propone el autor surgen desde la filosofía clásica y se sustentan en el compromiso del hombre

con el desarrollo verdadero. La empresa es básica y, genéricamente, una comunidad de personas organizadas que buscan el camino hacia la libertad individual y el bien común, aunque, por supuesto, esta ruta necesite los señalamientos éticos que clarifiquen la actividad productiva y orienten a la empresa hacia una finalidad determinada: hacer más hombre al hombre. En este sentido, la empresa debe personificarse y esta condición prevalecer sobre cualquier otro interés que no sea el desarrollo ilimitado de las potencialidades humanas. La relación del individuo con la organización a la que se encuentra ligado deberá estar enmarcada fundamentalmente por los principios éticos, que realcen el valor del hombre como persona y el valor de la empresa como comunidad. Dirigir una empresa constituye, así, un reto de gran complejidad, el cual exige un esfuerzo para lograr cierta armonía entre los dilemas éticos, de tal manera que permita obtener beneficios sin agravar la dignidad del hombre, así como un intenso ejercicio de reflexión sobre los principios trascendentales que derivan de la naturaleza humana, de tal modo que dicha reflexión pueda establecer un código de conducta de la empresa que contribuya a perfeccionamiento de la persona. El presente libro ofrece una visión panorámica de los dilemas que deberá enfrentar la empresa para hacer prevalecer el valor intrínseco del individuo y al tiempo establecer un equilibrio que sustente el desarrollo económico de la organización empresarial.

Llano Cifuentes, Carlos; Pérez López, Juan Antonio; Gilder, George, y Polo Barrena, Leonardo (1987), *La vertiente humana del trabajo en la empresa*, Plaza y Janés, Barcelona. La empresa es una institución decisiva para el desarrollo económico, la dinamización de la sociedad y la promoción de las libertades personales y públicas. Su vitalidad expresa la creatividad del entramado social y la capacidad de los

ciudadanos para afrontar los desafíos económicos, sociales y culturales del momento presente. Las raíces de la capacidad de emprender se encuentran en la persona humana. Hoy ya sabemos que los problemas más importantes de la empresa no son los tecnológicos, sino los antropológicos y los sociológicos. El actual directivo empresarial no es sólo un experto o un estratega, ha de ser, sobre todo, un humanista capaz de conocer con profundidad y rigor a los hombres y a su entorno social. Este convencimiento ha motivado que las mejores empresas de todo el mundo se acerquen a los saberes humanísticos, en busca de respuestas para los retos de una sociedad cada día más compleja y cambiante. El diálogo continuo entre empresarios y humanistas es mucho más que una moda: es una exigencia de la hora actual. Este libro enseña que las aportaciones filosóficas a la empresa pueden constituir un valioso recurso. Aprovecharlo es propio del espíritu emprendedor.

Lozano, Josep M. (1999), *Ética y empresa*, Trotta, Madrid. Este estudio indaga en las posibilidades de hacer “ética sin sermones”, es decir, de hacer propuestas éticas que sean viables organizativamente y que se puedan integrar en las prácticas empresariales. Esto es, pretende articular una perspectiva capaz de tener en cuenta simultáneamente la preocupación ética y el desarrollo de las empresas y organizaciones. En este sentido, el autor explora los planteamientos de la ética empresarial y los sitúa en el contexto de la transformación social y cultural provocada por la emergencia de la sociedad de la información. La base de este trabajo es un estudio detallado de las aportaciones de la *business ethics*, y a partir de ella se propone un marco de referencia que permite responder a la preocupación de desarrollar un enfoque de la ética empresarial adecuado a nuestra realidad económica y social.

Mayor, Alberto (s. f[GP15].), *Ética, trabajo y productividad en Antioquia*, Tercer Mundo, Bogotá. Este libro analiza el fenómeno de la Escuela Nacional de Minas en la educación de la élite industrial antioqueña y su contribución al desarrollo de las más importantes empresas del país. Uno de los motores clave de la Escuela fue su fuerte ascendiente moral. Se formaron personas con intachable conducta moral, que se destacaban por su comportamiento honrado, sobrio y metódico. La Institución estableció en su programa educativo una nítida distinción entre una moral religiosa y una moral secular o civil. Junto con la imagen del empresario antioqueño, emprendedor y frugal, sobrio y calculador, el autor analiza la ética del obrero antioqueño, diligente y tenaz, comprometido con su empresa y con su propio trabajo.

McIntosh, Malcolm; Leipziger, Deborah; Jones, Keith L., y Coleman, Gill (1998), *Corporate Citizenship. Successfully Strategies for Responsible Companies*, Financial Times Pitman Publishing, London. Hoy en día los clientes se preocupan del precio y se cuestionan sobre las prácticas corporativas detrás de las marquillas de los productos. ¿Cómo pueden las compañías ganarse la confianza de sus clientes? Hay una creciente necesidad de ser un buen ciudadano corporativo, no sólo para incrementar la reputación, sino para evitar grandes daños a la reputación de una organización. La actividad corporativa responsable es un asunto fundamental de los negocios. La ciudadanía corporativa es una idea que contiene dimensiones prácticas y éticas, porque incluye el evitar riesgos, reforzando las relaciones entre los individuos y las comunidades, estableciendo estándares para los productos y desarrollando la competencia en los negocios. Este libro describe el mundo de las organizaciones globales y su contribución colectiva a la ciudadanía corporativa, ya sea privada o

pública. Este libro ha sido escrito para ofrecerle una fuente de ideas y ejemplos acerca de las responsabilidades sociales y ambientales de los negocios.

Melé, Domènec (coord.), (1998), *Ética en dirección comercial y publicidad*, EUNSA, Pamplona. El VII coloquio del IESE fue convocado bajo el lema: “Responsabilidad y eficiencia en dirección comercial y publicidad”. Se desarrolló en Barcelona los días 23 y 24 de octubre de 1997. El presente volumen está dividido en cinco partes. La primera trata temas relativos a aspectos de fundamentación de la ética comercial, como las normas éticas y legales en mercadotecnia o las raíces conceptuales del servicio comercial. La segunda tiene un enfoque más pragmático, y se presentan ponencias de profesores de dirección de empresas con amplia experiencia empresarial y de empresarios o directivos de empresa, en las que explican cómo entienden que es posible la efectiva integración ética en la dirección comercial. La tercera parte está dedicada a diversas cuestiones prácticas de ética comercial, como la copia o imitación de las marcas líder por parte de las marcas de distribución. La cuarta parte está dedicada a la ética de la comunicación publicitaria. La quinta y última parte del libro resume las intervenciones y el posterior coloquio de una mesa redonda sobre aspectos prácticos de la responsabilidad social en publicidad.

Melé, Domènec (coord.), (1994), *Ética, mercado y negocios*, EUNSA, Pamplona. El coloquio, que se celebró en el IESE, los días 23 y 23 de octubre de 1992, fue estructurado alrededor de dos ponencias y una mesa redonda. La primera ponencia estuvo dedicada a la relación entre ética y eficiencia en el mercado. La segunda, a competencia y cooperación en el mercado. Al final se realizó una mesa redonda sobre la honradez en los negocios y la actuación frente a la corrupción.

Melé, Domènec (coord.), (1994), *Ética, trabajo y empleo*, EUNSA, Pamplona. El presente volumen recoge las ponencias presentadas al III Coloquio de Ética Empresarial y Económica del IESE, celebrado en Barcelona, los días 21 y 22 de octubre de 1993, sobre el tema “Ética, trabajo y empleo”. En la primera parte se trató lo referente a trabajo, empleo y orden socioeconómico. En la segunda se expuso la valoración del trabajo y ética del trabajo. En la tercera parte se estudia la dignidad del trabajo y empleo. Y, en la cuarta parte, se resumen las intervenciones de una mesa redonda sobre “Prioridad en el empleo: ¿qué más podrá hacer la empresa?”.

Melé, Doménech (coord.), (1998), *Ética en la actividad financiera*, EUNSA, Pamplona. El VI Coloquio Anual de Ética Empresarial y Económica del IESI se organizó bajo el lema: “Responsabilidades actuales en la dirección financiera y en el mercado de valores”. Tuvo lugar en Barcelona durante los días 17 y 18 de octubre de 1996. El presente libro recoge las ponencias presentadas, junto con algunas comunicaciones y diálogos registrados en esas jornadas. Varios ponentes pusieron de relieve que los comportamientos inmorales destruyen la confianza, y sin ésta la actividad financiera difícilmente puede funcionar. Coincidieron en señalar la necesidad de una deontología en las finanzas, aunque señalaron también que esta ciencia no es suficiente. No todo se puede normatizar ni controlar hasta el extremo. Las virtudes personales no sólo son importantes por su valor intrínseco, sino también para el buen funcionamiento de la actividad financiera. El libro está dividido en cinco partes y un epílogo. La primera y la segunda tienen un tono más bien académico, aunque sin olvidar su conexión con problemas reales. En cambio, la tercera, la cuarta y la quinta están escritas por profesionales y su carácter es eminentemente práctico, con algunas

consideraciones teóricas que le dan fundamento. En el epílogo se incluye un breve ensayo sobre la ética empresarial.

Melé, Domènec (coord.), (2000), *Raíces éticas del liderazgo*, EUNSA, Pamplona. El IX Coloquio de Ética Empresarial y Económica del IESE, celebrado en Barcelona los días 4 y 5 de noviembre de 1999, tuvo como tema las raíces éticas del liderazgo, cuyas ponencias se recogen en este libro junto con algunas comunicaciones. En el prólogo se afirma que el liderazgo o, en un sentido más amplio, la dirección de personas parece una necesidad derivada tanto de la naturaleza y condición humana como de la necesidad de aunar voluntades para el logro de metas comunes. La primera parte trata de qué es un líder y en qué consiste un buen liderazgo. La segunda plantea la cuestión de la relación entre ética y teorías del liderazgo. La tercera expone que el liderazgo ha de estar orientado a servir a las personas. La cuarta se ocupa de la relación entre valores y liderazgo. Mientras que la quinta y última parte muestra cómo el liderazgo tiene muchas implicaciones en las organizaciones y en la práctica empresarial.

Melendo, Tomás (1990), *Las claves de la eficacia empresarial. Un reto a los empresarios españoles*, Rialp, Madrid. La rentabilidad económica no se encuentra reñida con una actuación decididamente ética. Más aún, la genuina preocupación por las personas es condición casi ineludible de una saneada cuenta de resultados. En consecuencia, la prioridad de las personas sobre las cosas, que constituye quizá la regla de oro de un inequívoco comportamiento ético en el seno de la empresa, se configura también como el motor de los beneficios. Quizá sea éste el sustancial aporte del presente libro: exponer la razones teóricas y prácticas por las que “obrar bien es rentable”. Pero no se queda ahí. Además, desarrolla los fundamentos doctrinales de la ética empresarial

y propone las leyes concretas por las que desde este punto de vista, puede regirse la vida de las corporaciones. La empresa se presenta también como formadora de hombres plenamente desarrollados.

Morris, Tom (1998), *Si Aristóteles dirigiera General Motors*, Planeta, Barcelona. ¿Qué haría Aristóteles si dirigiera General Motors? ¿En qué aspectos se centraría? ¿Qué cambiaría? A lo largo de los siglos, filósofos y pensadores nos han legado una inmensa cuenta corriente de sabiduría que podemos aprovechar para enriquecer nuestros conocimientos. El autor presenta en esta obra los cuatro puntos en los que se centraría Aristóteles si tuviera que ayudar a conseguir la excelencia de las personas y empresas en la hora actual: la verdad, la belleza, la bondad y la unidad. El autor en su sentido práctico, su exquisito sentido del humor y su habilidad para dilucidar los problemas básicos constituyen un texto ágil, ameno y muy práctico[GP16].

Mueller, Robert Kira (1971), *The Innovation Ethics*, American Management Association[GP17]. El libro muestra cómo está emergiendo una *ética de la innovación*, una disciplina que trata con la innovación y la forma como el administrador debe asumir una acción de este tipo y responsable en las maneras técnica y social como enfrenta los efectos novedosos de la tecnología. El propósito de este libro es, por lo tanto, examinar el componente intelectual de la innovación y su proceso administrativo. El problema real es cómo convertir un interés en este aspecto en una acción innovadora. Todavía no existen pautas para manejar con ética profesional un proceso como éste.

Múnera, Alberto, S. J. (2002), *En las fuentes del neoliberalismo. Aproximación crítica y teológica a fundamentos teóricos del neoliberalismo en Friedrich A. von Hayek*, Publicaciones Editores, Bogotá. El libro está dividido en cinco capítulos. En el

primero el autor presenta algunos elementos del neoliberalismo y ciertas reacciones contra éste desde las posiciones de teólogos católicos. En los dos siguientes capítulos trata de considerar referentes antropológicos fundamentales como aparecen en los escritos de Hayek y como son percibidos por la teología católica. Estos referentes son los concernientes a la persona, a la sociedad y al bien común. En el capítulo cuarto propone el tema de la mediación económica, referente antropológico de realización humana tanto en Hayek como en el teología católica. Y en el capítulo quinto presenta la *eticidad* de la propuesta antropológica de Hayek y de la teología católica.

Ortiz Ibarz, José Ma. (1995), *La hora de la ética empresarial*, McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid. Este libro desarrolla, con un análisis ameno y claro, la idea de que el comportamiento ético de las personas es un valor que representa una clara ventaja competitiva a las empresas. Con casos reales, ejemplos y situaciones concretas, el autor escribe un breve pero exhaustivo tratado, lleno de ideas renovadoras y optimistas sobre ética empresarial, tan necesaria como escasa en estos últimos tiempos.

Pérez López, Juan Antonio; Chinchilla Albiol, María Nuria; Rosanas, Josep M., y Navarro, Pedro (1998), *Liderazgo y ética en la dirección de empresas. La nueva empresa del siglo XXI*, Deusto, Bilbao. ¿Es incompatible dirigir una empresa con un fuerte acento ético y humanista y hacerlo con éxito? ¿El mundo de la empresa está destinado a personas que tienen que olvidar sus principios éticos, pues de no hacerlo fracasarían? Si estas preguntas tuvieran respuesta afirmativa, este libro carecería de sentido; pero no es así para su autor: la ética no sólo no impide alcanzar el éxito en el mundo de la empresa, sino que ayuda a desarrollar un verdadero liderazgo. Los conceptos que ofrecen un enfoque humanista y ético de la empresa permiten conocer mejor los

anhelos y motivaciones de las personas que trabajan en ella, sus debilidades y virtudes, y esto ayuda a dirigir las mejor. Este libro pretende ofrecer a empresarios y directivos unas ideas fundamentales ordenadas en un modelo conceptual, que permiten la integración de la dimensión ética en las decisiones empresariales.

Piper, Thomas R.; Gentile, Mary C., y Parks, Sharon D. (1993), *Can Ethics be Taught? Perspectives, Challenges, and Approaches at Harvard Business School*, Harvard Business School Press, Boston. Cuando los hombres de negocios y otros profesionales fallan en el cumplimiento de sus responsabilidades, la causa ordinaria no es la falta de conocimientos y habilidades profesionales, sino la ausencia de una visión de la sabiduría acerca de la responsabilidad moral para obrar en contextos complejos. Las facultades de las universidades tienen la responsabilidad de ayudar a los estudiantes a conectar ejercicio profesional y ética. Este libro es una explicación de cómo una escuela de negocios está tratando de colocar el liderazgo, la ética y la responsabilidad corporativa en el centro de su misión. Es un llamado para balancear la trilogía pedagógica de valores, conocimientos y habilidades. El texto muestra la evolución, la estrategia y la implementación del programa de Liderazgo, Ética y Responsabilidad Corporativa en la Harvard Business School. Además, describe con detalle los orígenes de la iniciativa de este programa, la investigación sofisticada para hallar el enfoque apropiado, así como la estrategia del programa en sí. La experiencia que se relata puede ayudar a que otras instituciones implementen sus propios programas de liderazgo y ética.

Riaza, Fernando (1997), *Teilhard y el trabajo*, ZVX, Madrid. Teilhard se preocupó por mostrar el sentido del trabajo para el hombre y para el cristiano. Afirmó que el trabajo vale la pena, porque le da al hombre un impulso de superación y de conquista de la

materia. También es la manera como el hombre se personaliza y como el cristiano logra cristianizar al mundo.

Robin, Donald P. y Reidenbach, R. Eric (1989), *Business Ethics where Profits Meet Value Systems*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs. El libro presenta una visión de la crisis ética por la que atraviesan en estos días, en Estados Unidos, los negocios y los negociantes. El texto examina la búsqueda de productividad y beneficios y las formas como los administradores han fallado en responder adecuadamente a los variados grupos que sirven los negocios. Los autores incorporan las reglas de la filosofía moral en la arena de los negocios presentando guías y ejemplos para la conducta ética en este campo. Adicionalmente, al presentar un enfoque de planeación que tiene en cuenta la ética y la responsabilidad social, este libro reduce la probabilidad de conductas inmorales, mientras hace a las organizaciones más efectivas en lograr sus objetivos de beneficios.

Savater, Fernando (1998), *La dimensión ética de la empresa*, Fundación Social y Siglo del Hombre, Bogotá. Si alguna institución social refleja adecuadamente los conflictos, los valores, las culturas y los problemas de una sociedad en un determinado tiempo histórico, ésa es la empresa. En su concreción convergen todas las tensiones de la producción social. Por ello es de un enorme interés preguntar por su grado de *eticidad*, por la realidad de la ética empresarial, tal cual lo hace en este libro de conversaciones el profesor Fernando Savater, en un diálogo muy directo con un público lleno de inquietudes sobre el papel de la ética en la empresa.

Schmidt M., Eduardo (1995), *Ética y negocios para América Latina*, Universidad del Pacífico, Lima. El libro trata los siguientes temas: el profesional frente a su mundo; la comunicación de la verdad en el mundo profesional; el ejercicio de los derechos

inherentes a la propiedad privada; un precio justo para los salarios, sueldos y utilidades justas; la moralidad de colaborar en actos inmorales; la justicia en las relaciones empresariales; así como la ética y los negocios: proyección hacia el futuro.

Schmidt M., Eduardo (1993), *Moralización a fondo. Un aporte a la luz de la teoría del desarrollo humano de James W. Fowler*, Universidad del Pacífico, Lima. En este libro el autor examina la causa principal de la crisis moral de hoy en día: el hombre y su escala de valores. Analiza el comportamiento ético de los profesionales en las ciencias económicas y administrativas, a la luz de la teoría del desarrollo de James W. Fowler. Explica, asimismo, cómo tales personas estructuran diferentes conocimientos y experiencias para dar sentido a sus vidas. Entonces, para facilitar la incorporación de principios morales dentro de este proceso, el autor desarrolla una nueva metodología pedagógica: la enseñanza interactiva, y como manera de proponer una moralización a fondo, diseña un curso de ética profesional.

Seglin, Jeffrey L. (2000), *The Good, the Bad, and your Business. Choosing Right when Ethical Dilemmas Pull you Apart*, John Wiley & Sons, New York. ¿Estaría usted dispuesto a informar a la junta por qué despidió a alguien o arriesgarse a ser demandado por difamación? Los profesionales en negocios tienen que enfrentar decisiones éticas como éstas cada día. Tales dilemas mantienen desvelados hasta a los más experimentados administradores. A veces hay que tomar decisiones éticas, y la acción que usted elija lo va a definir, pero también el porvenir de su compañía. La presión para escoger lo correcto es increíble. Este libro muestra a las compañías cómo desempeñarse más eficientemente, a fin de evitar los escollos de los dilemas morales de cada día en los negocios. El autor realiza una aproximación práctica utilizando ejemplos de la vida real para ayudar a ver la diferencia entre una “área gris” y una

patente mala acción de manera que usted pueda actuar rápidamente cuando se enfrente con tales decisiones éticas. Entonces, al mostrar cómo otros han enfrentado los dilemas morales, le da a usted herramientas para tomar sus propias decisiones.

Seminario sobre las Relaciones entre las Disciplinas de la Ética y la Economía (1994), *Ética y economía*, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Es importante discutir sobre la valoración ética y social que damos a las nuevas políticas nacionales e internacionales y cómo debemos orientar nuestros trabajos universitarios teniendo en cuenta las nuevas tendencias sociales, las políticas socioculturales de nuestros países, las nuevas formas de organización comercial y el influjo de políticas y directivas del Fondo Monetario Internacional, del Banco Mundial y de otros organismos internacionales que con frecuencia determinan la vida de nuestras naciones. La reflexión sobre la formación ética de los economistas constituye entonces un soporte fundamental para responder adecuadamente a los retos del mundo actual. El libro contiene las ponencias presentadas en el seminario realizado en Villeta, Cundinamarca, entre el 11 y el 13 de octubre de 1993, sobre esta temática.

Sen, Amartya (1989), *Sobre ética y economía*, Alianza, Madrid. En este libro, el autor se plantea en forma crítica el distanciamiento entre ética y economía que caracteriza el análisis económico moderno y que termina convirtiendo a esta última en una ciencia de la mera asignación eficiente de los recursos, aparentemente neutral dentro de los criterios éticos. Partiendo del hecho de que las condiciones de racionalidad de un grupo influyen sobre el comportamiento real de quien pertenece a éste, sin merma alguna de su racionalidad individual, este libro defiende la idea central de que la economía puede ser más productiva como ciencia social si tiene en cuenta de forma explícita las consideraciones éticas que afectan el comportamiento humano, y

proporciona un vínculo original entre análisis económico, filosofía moral y economía del bienestar. Esta relación entre racionalidad de grupo e individual puede, además, formalizarse de manera tal que el mantenimiento de determinados criterios éticos se traduce, en términos puramente lógicos, en la defensa de principios concretos respecto a la consideración como mejor o peor de cada posible distribución de la riqueza.

Solomon, Robert C. y Flores, Fernando (2001), *Building Trust in Business, Relationship, and Life*, Oxford University Press, New York. Nada puede indeterminar una relación de una forma más completa que la falta de confianza. En negocios, política, matrimonio y en toda relación significativa, es la precondition sobre la cual todo se constituye. ¿Pero qué es? Y algo más importante, ¿cómo se puede volver a ganar cuando se ha perdido? Los autores de este libro ofrecen respuestas a estas preguntas. Ellos insisten en que la confianza no es algo que simplemente existe desde el comienzo, algo que se nos da gratuitamente. No es una cualidad estática o algo con cierta atmósfera medio mítica. Al contrario, ellos afirman que la confianza es una habilidad emocional, una parte activa y dinámica de nuestras vidas, que nosotros construimos y sostenemos con nuestras promesas y esfuerzos, nuestras emociones e integridad. Mirando de cerca los efectos de la desconfianza en las empresas, las políticas nacionales y los matrimonios, los autores demuestran cómo hay que pasar de una confianza espontánea a una auténtica confianza que es sofisticada, reflexiva y capaz de renovarse. La llave para crearla es la comunicación, una voluntad de traer un asunto molesto a la luz donde su proceso puede ser analizado, entendido y negociado racionalmente. Como la economía global nos hace cada vez más abiertos a lo extranjero, y como nuestras relaciones políticas y personales llegan a ser más

complejas, este libro ayuda a tener una comprensión sobre una cualidad sin la cual no podemos florecer.

Solomon, Robert C. (1999), *A Better Way to Think about Business. How Personal Integrity Leads to Corporate Success*, Oxford University Press, New York. ¿Es la ética de los negocios una contradicción en lo términos? Absolutamente no, dice el autor. De hecho, él sostiene que ésta es una precondition necesaria para sostener un negocio a largo plazo y que la excelencia en los negocios debe existir como un valor fundamental. Basado en su experiencia de más de veinte años como consultor de ética en grandes corporaciones, Solomon clarifica las elecciones difíciles en ética que las personas metidas en negocios deben realizar frecuentemente. Él toma un enfoque aristotélico para las cuestiones éticas y recuerda a los lectores que una corporación — como un individuo— está sumergida en una comunidad, y que los valores corporativos, como transparencia y honestidad, no tienen sentido hasta que se convierten en acción. Los valores llevados a la vida se convierten en virtudes, y las virtudes hacen posible una buena relación de negocios corporativos. Sin una base de valores compartidos, de confianza y de beneficios mutuos, el mundo de los negocios nacionales e internacionales fallarían. Llevado por la convicción de que la virtud y el beneficio van de la mano, el autor examina cómo los valores deficientes destruyen los negocios, y rebate los mitos permisivos que defienden las prácticas inmorales en los negocios. Completado con un catálogo de virtudes que ilustran la importancia de la integridad en cualquier situación de negocios, el libro contiene una mina de oro de sabiduría tanto para el administrador de un pequeño negocio como para el ejecutivo de una corporación que tengan que lidiar con asuntos éticos.

Solomon, Robert C. (1994), *Above the Bottom Line. An Introduction to Business Ethics*, Harcourt Brace & Company, Orlando. Los negocios son inseparables del modo de vida estadounidense, no sólo porque el espíritu de los negocios de este país es responsable de la gran prosperidad de la nación, sino porque los negocios establecen los valores y proveen el contexto para la vida de Estados Unidos. Ellos moldean nuestra concepción de trabajo y éxito, así como nuestro interés “en las cosas que el dinero puede comprar”. Los valores del mundo de los negocios han llegado a determinar el *ethos* de toda la sociedad. Por lo tanto, este libro es un intento por entender la ética en el mundo normal de los negocios en el medio del moderna Estados Unidos. El punto de partida es la inseparabilidad de los negocios y la sociedad y la importancia de ver los negocios en el contexto más amplio de los valores de esta sociedad. El autor hace hincapié en los objetivos positivos, como la justicia y la responsabilidad social, más que en las crisis y los fracasos. Dada la importancia de los negocios en la vida americana, entender la ética de los negocios llega a ser algo esencial para todos.

Solomon, Robert C. (1997), *It's Good Business. Ethics and Free Enterprise for the New Millennium*, Rowman & Littlefield Publishers, Boston. Teniendo en cuenta los desafíos más apremiantes de los negocios en el próximo milenio, el autor examina el terreno traicionero de la toma de decisiones éticas en un medio competitivo. El autor argumenta que el precio del éxito no debe ser la integridad moral. Al contrario, la ética es un buen negocio. El libro es una guía esencial para la gente de negocios gracias al estudio extenso de casos, a los cuestionarios y a los ejercicios para solucionar problemas.

Sudarsky, John (1992), *El impacto de la tradición hispánica en el comportamiento empresarial latinoamericano*, Universidad de los Andes, Bogotá. El autor analiza la evolución social del empresario y su relación con los parámetros de orden social, desde la conquista española hasta nuestros días. Este estudio nos ayuda a comprender la ética del trabajo tanto de los directivos como de los trabajadores en Latinoamérica.

Taller Hispanoamericano de Ética y Economía (1997), *Seminario. Ética y economía*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. El propósito global del seminario era tratar de entender y analizar desde la perspectiva ética los frenos y motores de la economía latinoamericana. A los latinoamericanos nos urge superar la situación de pobreza de la mayoría de nuestros conciudadanos. Y no hay superación viable si no existe un desarrollo sostenible. Pero hay factores que tienden a impedir ese desarrollo (los frenos), así como hay factores que tienden a favorecerlos (los motores). Desde el punto de vista ético y político se trata, por lo tanto, de suprimir los frenos y de hacer funcionar los motores. Dicha tarea exige un buen diagnóstico de frenos y motores. Conocer qué es cada uno de estos elementos en nuestras economías fue la tarea del Taller Hispanoamericano de Ética y Economía, que tuvo lugar en Caracas en 1996.

Toro, Olga Lucía y Rey, Germán (edits.), (1996), *Empresa privada y responsabilidad social*, Utópica Ediciones, Bogotá. Este libro contiene los trabajos presentados en el Simposio Internacional sobre Empresa Privada y Responsabilidad Social, que se celebró en Cartagena de Indias entre el 3 y 5 de agosto de 1995. El Simposio hizo posible el análisis y la discusión sobre el tema de la responsabilidad social de las empresas en el contexto colombiano y latinoamericano. Hablar de responsabilidad social es hablar de filantropía, entendida no como ofrecer una dádiva o limosna, sino como actitud y acción social responsable para realizar profundas transformaciones

sociales y canalizar los esfuerzos de las empresas y los seres humanos en la construcción de una vida digna para todos los miembros de la sociedad. Esta obra registra el esfuerzo de muchas empresas privadas y organizaciones de la sociedad civil por transmitir el impulso vital de la filantropía y fomentar la responsabilidad social como instrumento para alcanzar el bienestar de toda la comunidad.

Treviño, Linda K. y Nelson, Kathrine A. (1999), *Managing Business Ethics. Straight Talk about how to do it Right*, John Wiley & Sons, New York. Este libro es pragmático y expone con un estilo muy fácil de comprender, por parte de estudiantes y ejecutivos, la esencia de la ética en el campo de la empresa actual. El libro parte del supuesto de que la ética en las organizaciones es acerca de la conducta humana en estas organizaciones. La conducta es el resultado de varios factores, muchos de los cuales pueden ser influenciados por los administradores y por las mismas organizaciones. Por eso este libro está organizado en secciones acerca del individuo, los administradores y las organizaciones, con los dilemas que ellos enfrentan y cómo ellos pueden solucionarlos. También expone los factores filosóficos y psicológicos de la toma de decisiones, la cultura corporativa, cómo los administradores pueden influir en la conducta de los empleados, qué están haciendo las corporaciones para promover la conducta ética y la ética de los negocios internacionales.

Tuleja, Tad. *Más allá de la cuenta de resultados. Cómo los líderes empresariales están convirtiendo la ética en beneficios*, Plaza & Janés, Barcelona. A través de entrevistas con altos ejecutivos de corporaciones conocidas tanto por sus compromisos con los asuntos éticos como por su elevada rentabilidad, como Johnson & Johnson, el autor demuestra que la empresa que va más allá de la cuenta de resultados trimestrales en realidad fomenta la salud a largo plazo de la corporación mediante varios factores,

entre los cuales deben citarse: la mejora de la productividad de los empleados y la reducción de la tasa de renovación del personal, el incremento de negocios que vuelven a empezar, el fomento del 'juego limpio' entre los competidores o la promoción de un entorno social que favorezca a la empresa. Este libro es una reflexión muy audaz acerca de los deberes éticos a los que se enfrenta hoy la empresa, la cual no sólo debe a los demás el hecho de comportarse éticamente, sino que se lo debe también a sí misma.

Velásquez, Manuel G. (1998), *Business Ethics. Concepts and Cases*, Prentice-Hall, Upper Saddle River. El autor discute la naturaleza y el significado de los estándares éticos e identifica las clases de principios morales para resolver los dilemas éticos en los negocios. Después aplica la teoría resultante a asuntos específicos como la ética del mercado y de los precios (mercado libre, la economía mixta y varias formas de competencia), los problemas del medio ambiente y del consumidor (polución, protección del consumidor y ética de la propaganda) o las cuestiones del empleo (discriminación en el trabajo, derechos y obligaciones del empleado y obligaciones de la firma hacia sus empleados). Cada capítulo termina con un estudio de casos. Éstos ilustran el material conceptual del capítulo y presentan los dilemas morales que tienen que enfrentar los negocios contemporáneos.

Vidal García, Marciano (1994), *¿Podemos bautizar el capitalismo? Juicio ético al capitalismo*, San Pablo, Madrid. La desintegración de la Unión Soviética y la consiguiente y traumática adaptación de los países de su área de influencia al sistema capitalista han envuelto en un mar de dudas a muchos hombres y mujeres. ¿Es que el capitalismo no tenía nada válido? ¿Es el capitalismo la única solución? Muchos cristianos se preguntan si este modelo, con las múltiples variantes que presenta en

cada territorio y nación, habrá de ser la única alternativa ética que responda con eficacia al problema de la economía en el mundo actual. El debate moral surge como instrumento de clarificación sobre la validez de ambos sistemas, capitalismo y socialismo, vistos a la luz de la encíclica *Centesimus Annus*, y su capacidad para resolver uno de los problemas que más preocupa a nuestra sociedad, la distribución equitativa y justa de los bienes.

Xuanmeng, Yu y otros (1997), *Economic Ethics and Chinese Cultura*, The Council for Research in Values and Philosophy, Washington. En la última década del siglo XX acaecieron grandes cambios en China, al igual que en otras regiones del mundo. La sociedad china debe ser próspera para sostener una cuarta parte de la humanidad. Los experimentos en el sur de este país, así como los enormes éxitos de culturas que siguen a Confucio, muestran que es posible el desarrollo de una economía de mercado. No obstante, el efecto en la calidad de vida todavía no es conocido. El vicio de la avaricia, el peligro especial de corrupción en una sociedad altamente centralizada y el desplazamiento y el desempleo generado en el proceso de transición son algunos de los desafíos que hay que enfrentar. El presente libro recoge varios estudios de esta problemática.

Yarce, Jorge (2000), *Los valores son una ventaja competitiva. Cómo aprender a practicarlos personalmente. Cómo construir una organización basada en valores*, Ágora, Bogotá. ¿Qué son los valores? ¿Cómo se viven? ¿Cómo se proyectan a las demás personas? ¿Cómo se practican en las organizaciones? Este libro ofrece respuestas claras a estas preguntas, junto con un método sobre cómo convertir los valores en un hábito, personal y corporativo para que no se queden en una simple idea. Los valores son una ventaja competitiva, porque el mejor negocio es contar con

personas valiosas. Si esto se logra, la cultura organizacional cambia y se incrementa la calidad del producto y del servicio. Hace falta un aprendizaje continuo para que de verdad los valores sean parte del capital intelectual y humano de la empresa y factor decisivo en la obtención de los beneficios. Construir una organización basada en valores es el gran reto de las empresas al iniciarse el siglo XXI.