

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMIA, ADMINISTRACION, CONTADURIA PUBLICA Y GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

SEMINARIO DE GRADUACION

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ETICA

OCTUBRE 22 – 1999

Primera Parte.

Concepto de profesión y de Ética Profesional. Fundamento, fines, importancia y sentido social de la profesión. La competencia intelectual, moral y física del profesional. Cuestiones esenciales del ejercicio profesional; honorarios, secreto profesional, la solidaridad profesional y las relaciones con los clientes y colegas.

Las palabras profesional, profesionalidad y profesión pueden adquirir rápidamente un aire solemne de gravedad e importancia. La primera sugerencia sería intentar evitar en lo posible el incurrir en ese estado mental. La realidad es mucho más simple que todo eso. Actuar profesionalmente comienza por algo tan evidente como: el trabajo que uno tiene que hacer, hacerlo bien hecho. Suele ocurrir que por profundizar en los conceptos, uno acaba por olvidar lo más obvio. Presentamos un ejemplo sencillo de esto:

Juan es quien realiza, en estos momentos, un trabajo que tú has estado proporcionando a diversos estudiantes por varios años. Se trata de un buen trabajo. Juan tiene que trabajar dos horas todas las tardes pintando el acero industrial que usarán a la mañana siguiente en la construcción. El horario es flexible. Puede empezar a pintar a partir de las 15:30 con tal de que termine hasta las 19:00. Es una tarea importante. La pintura necesita como 8 horas para secarse. Si Juan no hace su trabajo un día, los de la construcción tampoco podrán realizar el suyo al día siguiente.

Tú pensabas que Juan había entendido todo esto. Eso era en el otoño. Ahora resulta que el jefe de Juan te dice, hace unos minutos, que Juan no apareció ayer por la tarde. Cuando le preguntas más tarde a Juan que ha pasado, contesta que pensaba que no le estaban pagando bien por lo que hacía y que se había tomado un pequeño descanso. ¿Hay algo que se le podría decir a Juan para hacerle cambiar esa idea? Si falla otra vez lo despiden, y se encuentra a solo dos meses del fin de curso.

Guía para el maestro. –

- *La situación:* alguien no ha realizado su trabajo.
- *Los hechos:* trabajo cómodo y flexible; presionado por otras tareas en equipo; parece no bien pagado; no admite rectificaciones; se toma con libertad; amenaza el despido; hay que pagar dos meses de estudios todavía.
- *Selección:* otros dependen de ese trabajo; se exige cuidado; se tomó con libertad.
- *Valores en juego:* ayuda a alguien que lo necesita; responsabilidad con los otros trabajadores de la construcción y con la calidad de la misma; fiabilidad de la gente; pago apropiado; responsabilidad con los estudios.
- *Opciones:* Para Juan, seguir con el trabajo cumpliendo bien; dejar el trabajo que no compensa; mantener el

tira y afloja por dos semanas mas. Para ti: despedir y sustituir; aguantar por ayudar.

Para los dos: tratar de conversar las dificultades. ¿Qué opción sería la más recomendable? ¿Cómo se la formularíamos a Juan?

Para empezar, definiremos los términos:

Profesión (Lat. *promovere*, transmite la idea de sobrepasar, de destacar). Se refiere al empleo u oficio que cada uno tiene y ejerce públicamente. Podría ser también una ocupación pagada, especialmente una que requiera una educación y entrenamientos avanzados.

Un profesional sería aquella mujer u hombre que en posesión de unos conocimientos y habilidades especiales los aplica con dedicación, continuidad y perfección *destacada al servicio del bien común, dentro de una línea e conducta ética permanente*, con las consecuencias de unas remuneraciones económicas y estatus social determinados.

El profesional también se identifica por el actuar profesionalmente. Esto supone que a lo largo de su vida profesional ha mantenido una línea ética continuada (según patrones de conducta con los ideales de la profesión). Esa línea consistente de actuación hará del profesional alguien en quien los demás puedan confiar.

Otro aspecto normalmente presente en el hacer profesional se relaciona con el profesionalismo, o sea, con el ejercicio de una profesión como medio de lucro (notemos que existen también actividades profesionales que o no son remuneradas o, que en un momento determinado, no se ejercen con un fin económico). Esta circunstancia generaría unos deberes y obligaciones que estarán reglamentados de una u otra forma.

Profesar (una profesión). Equivaldría a su ejercicio con inclinación voluntaria y continuada.

Profesional. Quien pertenece a la profesión o a la enseñanza de las ciencias o las artes. También añadiría el ejercer una actividad como profesión.

Profesionalizar. Convertir una actividad informal, o a un aficionado en profesional.

Tomando de Michel Le Net una definición de la ética de los negocios en forma de ecuación, tenemos:

ETICA = EFICACIA + DEONTOLOGÍA

Esta ecuación está en la línea de Aristóteles. La ética es el arte del éxito a largo plazo, que supone de una parte el bien propio (en negocios, la eficacia), pero sólo con respecto a los demás (deontología).

El respeto a los demás implica, naturalmente, el respeto a la ley y a los principios básicos de la moral universal.

De acuerdo a la organización europea EBEN (European Business Ethic NetWork), la definición de ética de los negocios sería la siguiente:

La ética de los negocios es una reflexión sobre las prácticas de negocios en las que se implican las normas y valores de los individuos, de las empresas y de la sociedad.

Estas definiciones son específicas de la ética de los negocios. Y, en este asunto, no seamos prisioneros de las palabras *business conduct guidelines* o reglas de conducta en los negocios son términos que muchas empresas emplean con preferencia a la palabra ética, que algunos juzgan demasiado solemne. Cualesquiera que sean los términos, lo esencial es desear plantear bien los múltiples problemas de un comportamiento honrado en los

negocios, cuyas soluciones no son evidentes y que por ello conviene estudiar.

Autoridad, responsabilidad y liderazgo.

Autoritas es un sustantivo que viene del supino *autum* del verbo *augeo*, de donde viene *auge* y *aupar*. Es decir, la autoridad se produce cuando el otro recibe el aupamiento e otro. Un directivo tiene autoridad cuando es aupado, es elevado por aquellos a quienes dirige. En este sentido, tienen más autoridad quienes más a disposición están de los demás, quienes más les sirven.

La autoridad es una cualidad unida al ejercicio *personal* del poder en cualquiera de sus ámbitos de aplicación. A medida que un directivo necesita acudir más a la fuerza, a la coacción, a los reglamentos o a las leyes, en esa medida, su dirección será más despótica; es decir, su autoridad será más *administrativa*. Por el contrario, en la medida en que sus decisiones se legitimen en un proyecto integral de empresa y en la ejemplaridad que él demuestre, hablaremos de un directivo con autoridad *real*. Lo ideal en un grupo humano como la empresa es que *la autoridad administrativa coincida con la autoridad real*.

¿Qué hacer para que esta distancia sea la menor posible o desaparezca? Ante todo hay que tener presente que la autoridad se gana con la habilidad, el esfuerzo, la ejemplaridad, la disponibilidad, y sobre todo, con la *capacitación para el ejercicio de una responsabilidad compartida*. Un directivo autoritario que recurra siempre a una situación de poder en la que se encuentra necesitará de la *lógica de la obediencia*.

Un directivo "con autoridad practica la lógica de la responsabilidad y esta interesado en que el proyecto integral de la empresa clarifique y delimite las responsabilidades. La autoridad de un directivo es importante en el proceso de aplicación de la filosofía empresarial, puesto que es ahí donde debe demostrar que la eficacia de sus decisiones no nace del lugar administrativo que ocupa en la organización, sino del reconocimiento personal que provoca. En este sentido, la autoridad no es una capacidad coactiva sino una capacidad directiva que posibilita el crecimiento cooperativo, y por consiguiente, el cumplimiento de los objetivos marcados.

Un directivo "con autoridad es un autentico líder, de ahí que la psicología social y política se hayan preocupado tanto de analizar esta figura que, desde la lógica de la responsabilidad, puede ejercer legítimamente un poder. Algunos investigadores que han aplicado los estilos de liderazgo a la dinámica de las organizaciones han llegado a las siguientes conclusiones:

- Hay que hacer una diferencia entre el liderazgo del *laissez – faire* (del dejar hacer) y el democrático; las tareas realizadas son de mayor calidad con este ultimo.
- El liderazgo democrático puede ser eficaz; su motivación es mayor y la originalidad también; el clima grupal es de menor sumisión, menor miedo y más afectivo; se da más mentalidad cooperativa.
- El liderazgo autoritario crea hostilidades y agresividades; el líder se hace indispensable, su desaparición es más traumática y hay menos conciencia grupal.
- El autoritarismo crea un descontento que frecuentemente no sale a la superficie del grupo, provocando agresividad y malestar.
- El autoritarismo genera dependencias y favorece menos la individuación y personalización.

No sólo es éticamente más deseable un liderazgo democrático, sino que puede ser, también, más eficaz. Las características de estos estilos aparecen resumidas en el siguiente cuadro:

Autoritario

- El líder fija qué procedimientos se han de seguir.
- La autoridad revela los pasos a dar de uno en uno, de modo que siempre queda incierto el futuro.

- El líder determina la tarea concreta, y los compañeros para cada miembro del grupo.
- El líder es muy personal y subjetivo en alabar y criticar. Dirige, no participa.

Democrático

- Es el grupo el que determina los procedimientos, animado por el líder.
- Las discusiones van dando un sentido de perspectiva. Se logra un esquema general de acción, si hay dudas el líder presenta alternativas.
- Los miembros son libres de elegir compañeros de tarea, y de repartirse las tareas.
- El líder es muy objetivo, "fáctico, en alabar y criticar. Participa en la tarea.

Laissez – faire

- El grupo tiene total libertad para determinar su modo de funcionamiento.
- El líder de materiales. Dice que dará más información si se necesita. Apenas participa en discusiones.
- El líder no participa para nada en determinar tareas ni compañeros.
- No hace apenas comentarios sobre la tarea, a no ser que le pregunten. No evalúa.

Segunda Parte.

Concepto y naturaleza de la empresa. Los diferentes aspectos y procesos que la conforman. Su esencia humana. Cuestiones esenciales de la Ética Empresarial y las guías para su aplicación.

La palabra empresa está relacionada, en principio, con emprender, con ser emprendedor. Entenderemos esto mejor si imaginamos cosas como soñar una empresa o embarcarse en una empresa, o estar destinado para una gran empresa. Hay que dejar bien en claro que el objetivo primordial de la empresa no es la obtención de una elevada rentabilidad, dicha rentabilidad es más bien una consecuencia de su actividad, mas no su fin último.

Joel Dean, uno de los más brillantes y fecundos economistas contemporáneos de la empresa sostiene lo siguiente:

La teoría económica formula el supuesto fundamental de que maximizar las ganancias es el objetivo básico de todas las empresas. Pero en los últimos años los teóricos han formulado, en relación con la maximización de la ganancia, la amplia salvedad de que su enunciado se relaciona con el largo plazo; de que se refiere al ingreso de la administración más que al de los propietarios; de que se incluye el ingreso no financiero tanto como el aumento de las vacaciones de los ejecutivos sometidos a elevadas tensiones, y relaciones más armónicas entre los distintos niveles ejecutivos de la empresa; de que contempla aspectos especiales como la moderación de la competencia, el mantenimiento del control gerencial, el rechazo de los reclamos de salarios y la prevención de los juicios antitrust. El concepto ha cobrado perfiles tan generales que aparentemente abarca la mayoría de los objetivos de la vida humana.

En la actualidad las cosas han evolucionado. Las empresas se han ido convirtiendo progresivamente en una estructura muy compleja (y menos personal), en la que se intenta reducir los riesgos al máximo y que está integrada por una agrupación de individuos que orientan su actividad a la obtención de unos bienes y servicios determinados, con destino a otras personas. Aquí aparece la Unidad de Producción.

Esta Unidad de Producción en que se convierte la empresa, el riesgo y el deseo de ganancias iniciales quedan ahora transformados en la búsqueda de la innovación, de renovación constante, de progreso y como no, de un crecimiento ilimitado. La Sociedad Anónima, la Corporación o la Cía. Ltda. identifican esta realidad.

Los objetivos que persigue la empresa ahora aparecen, al menos en tres niveles, a saber:

- **La función de la empresa en el conjunto de la sociedad.** (Producir bienes y servicios, promover la innovación y el progreso).
- **Los objetivos de los grupos**, fundamentalmente capital y trabajo, que integran la empresa (empleo estable y bien pagado, una rentabilidad al menos suficiente).
- **Los objetivos de la empresa como tal**, a veces, en conflicto con los anteriores y más difíciles de formular (serían algo como la estabilidad de la estructura, su conservación, la entrada en nuevos mercados y su aplicación, etc.)

Lo anterior plantea problemas éticos muy concretos. Si nos mantenemos dentro del esquema de *conflictos de valores* en que venimos situando las decisiones éticas podemos fácilmente imaginar posibles choques entre:

- Las exigencias derivadas del bien común y el servicio al bienestar público.
- Las expectativas e intereses de los varios grupos y particulares que forman la empresa.
- Los intereses y el bien de la empresa como tal.

La estructura empresarial no es una realidad estática. Por el contrario, se encuentra en continuo movimiento. Aumenta o disminuye pero nunca se detiene. Dicho movimiento de esas estructuras pondrá de manifiesto otras exigencias éticas.

Existen cinco postulados que pueden tomarse como recomendaciones para promover la ética de los negocios en las empresas y en su entorno, a saber:

1. – No hay porvenir para la empresa sin ética, ni para un capitalismo sin ética.

Las empresas duraderas tienen todas ellas una fuerte ética; y esto es particularmente visible en todos los líderes mundiales. A corto plazo la falta de honradez puede ser rentable y quedar impune. Pero a largo plazo, compromete a la moral y a la eficacia de la empresa; y, si se generaliza, compromete la supervivencia misma de la economía capitalista de mercado.

Porque el capitalismo de mercado no significa que pueda hacerse cualquier cosa por enriquecerse: ni puede sobrevivir sino mediante las disciplinas de una ética reconocida como creíble por la opinión.

Para ser honrada y equitativa, la empresa debe practicar una ética que vaya más allá de la ley sobre ciertos aspectos característicos de su personalidad y de la de sus dirigentes.

2. – En negocios, la ética, es sobre todo una moral del dinero.

Recordemos ante todo que el dinero es uno de los medios esenciales de la libertad humana: permite el intercambio de bienes y servicios, la elección, la acumulación de reservas, entre otras. También el dinero es un factor esencial de progreso, pues permite contar, calcular las mejores soluciones.

En la ética de los negocios, el **justo uso del dinero** ocupa naturalmente un lugar central. Se trate de la remuneración de los empleados, las relaciones comerciales entre proveedores, de los mercados tergiversados, de corrupción, competencia desleal, o incluso de despidos colectivos, no puede apreciarse si tal acción es justa o no sin un análisis de los riesgos pecuniarios, no solo inmediatos, sino frecuentemente en una perspectiva a largo plazo, y esto lleva a equilibrios cuantitativos, cuyo cálculo debe poder presentarse a los interesados y ser comprendido por ellos.

3. – El progreso útil concierne más a la práctica de la ética que a su contenido.

El punto práctico es evitar la violación grosera e impune de normas evidentes y no analizar sutilmente mil reglas de ética de los negocios. La experiencia aporta dos razones para que no se intente hacer de estas reglas (ética de los negocios) un Código de un millar de artículos:

- la **complejidad** evolutiva de las situaciones reales excluye con mucha frecuencia que la distinción de lo justo y de lo injusto sea como la del blanco y el negro, en un esquema predeterminado; sabemos que la ley misma puede ser utilizada para perjudicar o engañar; de suerte que es preciso analizar **caso por caso** los datos específicos, las intenciones, los riesgos cifrados, etc., y sobre estas bases pronunciar un verdadero juicio;
- la **relatividad** del nivel de ética según los sectores y el grado de evolución de las empresas: no se cambia la sociedad por decreto, y las reglas demasiado detalladas que pretenden abarcar todos los casos tendrían las mayores probabilidades de no verse aplicadas.

4. – No basta predicar: hace falta un sistema de sanciones.

Una ética fuerte supone una base legal completada por una doctrina clara, que es indispensable hacer comprender a todos mediante el discurso, la formación, etc.

Pero no basta predicar: nunca se ha visto que una ética se practique sin el apoyo de un sistema de sanciones.

El esfuerzo de progreso prioritario debe por tanto realizarse sobre el **sistema de organización y de sanción capaz de disuadir los comportamientos contrarios a la ética.**

5. – La transparencia es el arma ética de nuestro tiempo.

Los dirigentes de empresa observan que una transparencia excesiva paraliza la acción; en el plano personal la transparencia total conduciría a la locura. Subrayemos por tanto la legitimidad del muro de la vida privada y del secreto de los negocios que se preparan: proyectos, negociaciones, exploraciones, etc. Esto puede y debe permanecer secreto o discreto bajo pena de cercenar la creatividad y el dinamismo; pero estos pasos deben darse sabiendo que, tras la acción, el responsable deberá poder, con las cartas sobre la mesa, mostrar que no había faltado a la ética, y obtener así confirmación de la confianza que le autoriza a comprometerse a veces antes de explicarse.

Tercera Parte.

Los principios y las formas de proceder del gerente en su trabajo personal para dirigir la empresa con eficacia y ética para cumplir con sus responsabilidades.

Es necesario determinar cuáles son los elementos que definen realmente al gerente, y a quiénes debemos considerar miembros de la administración.

El trabajo del gerente puede definirse como el planeamiento, la organización, la integración y la medición. El trabajo del gerente tiene que integrarse en sentido descendente con el trabajo de las personas subordinadas a él. Las áreas más importantes de relación en las que debe integrar el trabajo de su unidad, si pretende obtener resultados, también se proyectan colateralmente, es decir, hacia personas sobre las cuales no ejerce control administrativo.

Por lo tanto es necesario destacar que el primer criterio para la identificación de las personas en una organización que asumen responsabilidad administrativa no es el mando sobre los individuos. *Es la responsabilidad por la contribución. La función más que el poder debe ser el criterio distintivo y el concepto organizador.*

Una de las mayores dificultades del ejercicio del mando es colocar a la persona idónea en el lugar conveniente.

A primera vista, parece que las condiciones exigidas para un moldeador de fundición sean muy semejantes a las de un tornero. Es evidente que cada oficio, de buen grado o no, ha tenido que adaptarse a los hombres que lo practicaban. Sin embargo, observando más detenidamente puede verse toda una serie de puntos que indican que se exige más para uno de los oficios que para otro. Por lo que se refiere a los aspectos carenciales, se observa que ciertas faltas tienen poca importancia para una de las profesiones, mientras que para la otra son una contraindicación.

Las aptitudes que deberá poseer el gerente se las resume a continuación:

APTITUDES

FAVORABLES

Conocimiento de los hombres

Facultad de ponerse en el lugar de su interlocutor, de sentir lo que éste siente.

CONTRAINDICACIONES

Falta de comprensión

Dureza, sequedad, inadaptabilidad.

Objetividad

Siendo justo e igual con todos, procurando ayudar, dar facilidades, ver las cosas como realmente son.

Confianza en sí mismo

Saber lo que se quiere, confiando en sus decisiones.

Espíritu decidido

Tener buen olfato, saber ver las nuevas posibilidades y saber utilizarlas.

Iniciativa

Saber tomar decisiones nuevas adaptadas a las condiciones variables.

Espíritu emprendedor

Gusto por tomar responsabilidades sobre sí y sentido de responsabilidad.

Voluntad

Capaz de hacer llegar su voluntad hasta el último hombre de la empresa.

Tomar partido de antemano

Sentimentalismos, altibajos de humor, relacionarlo todo con su propia persona, estrechez de miras.

Influenciabilidad

Cambios continuos de opinión y de decisiones.

Vacilación

Incapacidad para decidirse, dejando las cosas para más tarde e interviniendo solo cuando las cosas van mal y no hay más remedio.

Falta de sentido común

No captar de donde sopla el viento, incapacidad de salir de la rutina, de efectuar un cambio.

Miedo

A las responsabilidades, procurando ante todo cubrirse las espaldas.

Flaqueza de carácter

Falta de voluntad, retirada ante todos los obstáculos.

Las aptitudes para el mando se las puede desarrollar a través de los siguientes puntos:

a. – Influencia directa del jefe.

A través de la influencia personal y del ejemplo. El obstáculo que impide ser un buen jefe es el egoísmo, en cualquier forma que se manifieste; la susceptibilidad, la falta de modestia, la incapacidad de confesar los propios errores son otros tantos obstáculos que el jefe debe, no solamente superar con respecto a sí mismo, sino ser capaz de ayudar a sus subordinados a que a su vez, los superen.

Esta ayuda directa del jefe al subordinado es un poderoso medio para librar a cada miembro del equipo de los obstáculos personales que le impiden entregarse a la tarea común y a cada uno de quienes colaboran en ella.

b. – Cursos de psicología para mandos intermedios.

Tales cursos trataran en forma general los siguientes puntos:

- El conocimiento de los hombres

La importancia de la psicología dentro de la fábrica.

Los exámenes psicotécnicos.

La estructura psicológica.

Manera sistemática de observar.

- El gobierno del personal.

Aptitudes para el trabajo.

Exigencias profesionales.

Principios de la formación profesional.

Relaciones entre compañeros, jefes y subordinados.

El jefe como órgano de mando.

El jefe como juez, animador y educador.

- Autoeducación.

El jefe como ejemplo.

Los principios de una sana división del trabajo.

La manera racional de pensar.

- El valor real del trabajo.
- Lo que se espera de un jefe.

Si el gerente quiere cumplir su misión por completo, si quiere convertirse en un verdadero jefe y perseverar en el puesto, *hace falta que sepa*, ante todo, *organizar su propio trabajo y encontrar el tiempo necesario* para ocuparse de los problemas tan importantes que le incumben.

El jefe no puede ni debe hacerlo todo por sí mismo, sin embargo es responsable de lo que hagan sus subordinados. Para conseguir este objetivo hay dos vías; la primera es que el gerente imponga a sus subordinados su voluntad mediante ordenes y reglamentos a los cuales tienen que doblegarse, o que les enseñe a actuar y decidir por sí mismos como lo haría el jefe en su lugar.

La segunda alternativa es un ideal que hay que procurar alcanzar por todos los medios posibles.

Dos principios básicos por los cuales el gerente deberá guiar su acción serán los siguientes:

- Ningún jefe debe hacer por sí mismo lo que un subordinado pueda hacer tan bien como él, a fin de quedar libre para las cosas que solo él es capaz de hacer.
- En cada caso es necesario que quien esté mejor orientado sea quien detente la competencia para decidir.

Una empresa suiza, considerando que se encargaban demasiadas fotografías al fotógrafo de la empresa, decretó que cada encargo al fotógrafo, para ser válido, debía ir visado por un director. El visado de un jefe era pues, insuficiente. Anteriormente todos los jefes de subdivisiones tenían el derecho de encargar las fotos que les parecían necesarias en interés de la empresa.

Esta nueva ordenanza propendía a una reducción del número de fotografías, porque se creía que los directores velarían para que no se hiciera ninguna que fuera inútil.

¿Cuáles son las repercusiones psicológicas y prácticas de una orden de esta clase? Ante todo, se humilla a los jefes de subdivisión al demostrarles que no se los juzga capaces de adaptarse, en lo que concierne a este punto, a los deseos de la dirección.

En segundo lugar, se los coloca en una situación falsa: para cubrir su responsabilidad, proponen todas las fotografías que podrían hacerse y dejan que sea el director quien decida cuáles son inútiles. Pero el director, a su vez, no dispone de tiempo para ocuparse de estos detalles; por fortuna tiene otras cosas que hacer y pondrá su visado sin mirar. Resultado práctico: ¡el número de fotografías aumenta!

Entonces, ¿qué debe hacerse?

Guía para el maestro. –

Deberá instruirse a los jefes de división para que conozcan bien los límites concedidos por la dirección. También, eventualmente, pueden limitarse los gastos mediante un presupuesto a pedir a cada jefe que obtenga el mejor partido posible de los créditos otorgados. Todo esto aumenta el sentido de responsabilidad, educa a los subordinados y crea soluciones positivas.

BIBLIOGRAFIA

Ética en la Profesión: La conexión ética. – Jorge Carlos Beneito sj. Universidad Pontificia Comillas ICAI – ICADE Departamento de Pensamiento Social Cristiano. Madrid España.

La Gerencia: Tareas, Responsabilidades y Prácticas. – Peter Drucker. Editorial El Ateneo. Buenos Aires Argentina.

El jefe: Su formación y Tarea. – A. Carrard. – Editorial Francisco Casanovas. Barcelona España.

Ética de la Empresa: Claves para una nueva cultura empresarial. – Adela Cortina. – Editorial Trotta.

Ética de los negocios. – Octave Gélínier. – Editorial Espasa – Calpe.