

INDICE

Prefacio	VIII
Primera parte: Principios Básicos	1
1. Ética y Negocio	2
Introducción	2
1.1. La Naturaleza de la ética en los negocios	7
1.2. Desarrollo moral y razonamiento moral	24
1.3. Argumentos a favor y en contra de la ética de los negocios	35
1.4. Responsabilidad Moral y Culpa	43
Casos para discusión	58
H. B. Fuller y los niños de la calle de América Central	58
Las entregas de Dominio's	63
2. Principios de Ética en los Negocios	67
Introducción	67
2.1. Utilitarismo: Estimación de los costos y beneficios sociales	70
2.2. Derechos	85
Una base para los derechos morales: Kant	93
Primera formulación del imperativo categórico de Kant	100
2.3. Justicia y equidad	102
2.4. La ética del cuidado	120
2.5. Integración de la utilidad, los derechos, la justicia y el cuidado	127
2.6. Una alternativa para los principios morales: ética de la virtud	130
2.7. Moralidad en contextos internacionales	139
Casos para análisis	153
Los problemas de Philip Morris	153
La conexión birmana de Pepsi	159
Segunda Parte. El Mercado y los Negocios	165
3. El Sistema Comercial	166
Introducción	166
3.1. Mercados libres y derechos: John Locke	171
3.2. La utilidad de los mercados libres: Adam Smith	178
3.3. Crítica marxistas	185
3.4. Conclusión. La economía mixta	192
Casos para análisis	200
El negocio de la salud	200
La franquicia de Brian	204
4. La Ética en el Mercado	207
Introducción	207
4.1. Competencia perfecta	208
4.2. Competencia monopolista	220
4.3. Competencia oligopolista	224
4.4. Oligopolios y política pública	232
Casos para análisis	238
Precios de General Electric	238
Un soborno japonés	245
Tercera Parte. Los Negocios y sus Intercambios Externos	
5. Ética y Medio Ambiente	250
Introducción	250

5.1. Las dimensiones de la contaminación y el agotamiento de recursos	252
5.2. La ética del control de la contaminación	269
5.3. La ética de conservación de los recursos que puedan agotarse	290
Casos para análisis	307
Lechuzas, clavos, taladros y madera de sello interior	307
La oportunidad de nuevos mercado	315
6. La Ética de la producción para el Consumidor y el Marketing	318
Introducción	318
6.1. Mercados y protección de consumidores	321
6.2. La perspectiva de contrato de las obligaciones de las empresas hacia los consumidores	326
6.3. La teoría del debido cuidado	334
6.4. La perspectiva de costos sociales de las obligaciones de fabricante	339
6.5. Ética en publicidad	341
Casos para análisis	355
Dow Corning	355
La nueva cerveza	360
Guerras de juguete	362
Cuarta Parte. La Empresa y sus Grupos Internos que la Componen	367
7. La Ética de la Discriminación en el Empleo	368
Introducción	368
7.1. Discriminación en el empleo: su naturaleza	370
7.2. Discriminación: su alcance	375
7.3. Discriminación: Utilidad, Derechos y justicia	387
7.4. Acción afirmativa	397
Caso para el análisis	419
Diferencias de salarios en Robert Hall	419
Brian Weber	423
8. El Individuo en la Organización	425
Introducción	425
8.1. La organización racional	427
8.2. Las obligaciones del empleado hacia la compañía	429
8.3. Las obligaciones de la compañía para con el empleado	439
8.4. La organización política	445
8.5. Derechos de los empleados	447
8.6. Política en la organización	467
8.7. La organización que ejerce el cuidado	474
Casos para análisis	486
The Gap	486
Trabajar para Elli Lilly & Company	493
Índice	497