

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| <i>Prólogo</i> , por Julio Ariza | 7 |
| <i>Introducción</i> | 9 |
| CAPÍTULO 1. ¿Es posible la ética empresarial?, por Javier Fernández Aguado | 13 |
| 1. Introducción | 13 |
| 2. ¿Qué es la ética? | 16 |
| 2.1. Definición | 16 |
| 2.2. Diferencia con otras ciencias | 17 |
| 3. Enemigos de la ética | 21 |
| 4. ¿Es posible vivir aéticamente? | 26 |
| 5. Legalidad y licitud | 28 |
| 6. Libertad y hábitos operativos | 29 |
| 7. El juicio próximo de eticidad | 32 |
| 7.1. Tipologías | 33 |
| 7.2. Criterios de actuación | 35 |
| 7.3. Raíces del juicio ético sobre un acto | 36 |
| 7.4. Un caso frecuente: acciones de doble efecto | 39 |
| 8. Ética y gobierno empresarial | 40 |
| 8.1. <i>Nolentibus dantur</i> | 43 |
| 9. Ética y obediencia en la empresa | 44 |
| 10. Conclusiones | 46 |
| 11. <i>Bibliografía</i> | 47 |
| CAPÍTULO 2. Aportaciones éticas de la mujer a la gestión empresarial; a la ética desde la vida, por Pilar Gómez-Acebo | 51 |
| 1. Introducción | 51 |
| 2. Ética viable y rentable: una opción personal | 53 |
| 3. De la persona | 57 |
| 3.1. Coordenadas de la persona | 57 |
| 3.2. Desarrollo integral | 57 |
| 3.3. Pensar-actuar | 60 |
| 3.4. Más vida personal que profesional | 61 |

| | | |
|---|--|-----|
| 3.5. | Conflicto interpersonal: cuando la realidad no es lógica | 62 |
| 3.6. | La comunicación, arma estratégica para el cambio ... | 64 |
| 3.7. | Agudiza las contradicciones y encontrarás soluciones . | 65 |
| 3.8. | Saber perder para ganar | 67 |
| 3.9. | Posturas que cambian la realidad | 68 |
| 4. | De la empresa | 69 |
| 4.1. | De la dualidad a la síntesis | 69 |
| 4.2. | Gestionar intangibles para conseguir tangibles | 71 |
| 4.3. | Del mecanicismo a la mecánica cuántica | 72 |
| 4.4. | Dirigir en base a valores | 74 |
| 4.5. | Ética y estética en la empresa | 75 |
| 4.6. | Persona: hombre y mujer trabajando juntos | 76 |
| 4.7. | Nuevos criterios de selección | 77 |
| 4.8. | Repensar el fin último de la empresa: un proyecto social | 78 |
| 4.9. | Bienaventuranzas empresariales | 79 |
| 5. | Conclusiones: cuando la ética sea el mínimo será porque la sensibilidad y la capacidad de amar son los máximos | 80 |
| 6. | <i>Bibliografía</i> | 82 |
| CAPÍTULO 3. Ética de la Nueva Economía, por José Aguilar López .. | | 83 |
| 1. | ¿Nueva ética para la Nueva Economía? | 83 |
| 2. | Si Orwell levantara la cabeza... .. | 90 |
| 3. | ¿Hay algo obsceno en el uso de Internet? | 97 |
| 4. | <i>Hackers, crackers y cybersquatters</i> | 103 |
| 4.1. | El caso Napster | 103 |
| 4.2. | Los dominios de Internet | 105 |
| 4.3. | Los <i>hackers</i> | 108 |
| 4.4. | ¿Competencia desleal? | 110 |
| 4.5. | Intentos de regulación | 111 |
| 5. | Hacia una ética en <i>tiempo real</i> | 115 |
| 5.1. | ¿Puede ser prematuro el éxito? | 116 |
| 5.2. | Cambio de valores y paradigmas | 117 |
| 5.3. | Retribución de directivos | 121 |
| 5.4. | La ética en el <i>core business</i> | 124 |
| 6. | <i>Bibliografía</i> | 128 |
| CAPÍTULO 4. Consideraciones generales para un código de ética global, por Joan Fontrodona Felip | | 129 |
| 1. | Introducción | 129 |
| 2. | Presupuestos fundamentales | 132 |
| 2.1. | La noción de código | 132 |
| 2.2. | Las normas en la vida social | 135 |
| 2.3. | La naturaleza de la empresa | 138 |
| 2.4. | Los códigos éticos en la empresa | 142 |
| 2.5. | La visión relativista de la dirección de empresas | 144 |
| 2.6. | Los beneficios de los códigos éticos | 149 |
| 3. | Principios fundamentales para un código de ética global ... | 151 |

| | | |
|---|---|-----|
| 3.1. | Principio personalista | 153 |
| 3.2. | El principio del bien común | 156 |
| 3.3. | El principio del orden de responsabilidades | 158 |
| 4. | Algunas propuestas concretas | 161 |
| 4.1. | Los principios de la Caux Round Table | 163 |
| 4.2. | La Declaración Interconfesional para un código de ética de los negocios | 164 |
| 4.3. | Los Global Sullivan Principles | 164 |
| 4.4. | Global Compact de las Naciones Unidas | 165 |
| 4.5. | El Código de Ética Empresarial de ASE | 166 |
| 5. | Conclusión | 166 |
| 6. | <i>Bibliografía</i> | 167 |
| ANEXO I. Principios de la Caux Round Table | | 169 |
| ANEXO II. Una Declaración interconfesional. Un código de ética en los negocios internacionales para cristianos, musulmanes y judíos | | 177 |
| ANEXO III. Los principios globales Sullivan de responsabilidad social corporativa | | 189 |
| ANEXO IV. Global Compact de las Naciones Unidas | | 191 |
| CAPÍTULO 5. Ética de los negocios y áreas funcionales de la empresa, por Luis Fernández Fernández | | 193 |
| 1. | La <i>dimensión ética</i> de los problemas técnico-empresariales .. | 193 |
| 2. | Rasgos caracterizadores de una «verdadera» empresa | 196 |
| 3. | Un concepto de empresa con «base ampliada» | 201 |
| 4. | Ética empresarial como ética «aplicada» | 206 |
| 5. | De la «Social Responsibility» a la «Self Moralizing Corporation» | 209 |
| 6. | Algunas otras claves «prácticas» que explican el fenómeno .. | 214 |
| 7. | La recepción de la ética empresarial en España | 216 |
| 8. | Problemas éticos en el área del marketing | 220 |
| 8.1. | El marketing como «filosofía» | 221 |
| 8.2. | El marketing como área funcional de la empresa | 223 |
| 9. | La «mala prensa» del marketing | 229 |
| 10. | Ética y gestión de recursos humanos | 232 |
| 10.1. | Trabajo y relación laboral: un paradigma cambiante .. | 232 |
| 10.2. | Un marco «kantiano» para la gestión | 236 |
| 10.3. | Algunos «puntos críticos» en la gestión de recursos humanos | 238 |
| 10.4. | El profesional y las organizaciones en el marco de la «Sociedad del conocimiento» | 241 |
| 10.5. | Las relaciones internas profesional/organización: un marco de relación éticamente aceptable | 243 |