

Contenido

PREFACIO	viii	
PRIMERA PARTE: Principios básicos		1
1	Ética y negocios	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
	<i>Casos para discusión</i>	58
	<i>H. B. Fuller y los niños de la calle de América Central,</i>	58
	<i>Las entregas de Domino's,</i>	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 CRÍTICAS 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 249

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 PUEDEN AGOTARSE 290

Casos para análisis 307

Lechuzas, clavos, taladores y madera de sello interior, 307

La oportunidad de nuevo 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 DEL 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

Casos para 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 Eli Lilly & Company, 493

Índice 497