**ETICA EMPRESARIAL**

Por: Alvaro Corredor Villalba[[1]](#footnote-1)

INTRODUCCION

La Ética Empresarial, también denominada Ética de los Negocios, es un interesante tema inherente a la Administración y al sector empresarial que viene tomando fuerza, especialmente desde los años 80s, para unos en razón a las numerosas situaciones de fraude y desconfianza generadas por reconocidas empresas de orden internacional, mientras que para otros expertos, en razón a los sobresaltos y crisis económicas que se han enfrentado en los últimos años desde diversos países.

La ética empresarial no es un tema nuevo, y al respecto, se han venido haciendo aportes desde la Antigüedad hasta nuestros días, influenciados por las condiciones del momento histórico respectivo, y en especial, bajo momentos epistémicos sucesivos (capítulo uno). La diversidad de enfoques en el tema, han precipitado partir de una concepción sobre la “ética”, la “empresa” y sobre la “ética empresarial” para sustentar la postura aquí propuesta (capítulo dos). Pero la pertinencia de una ética empresarial se define en función de su contribución del fin último que persigue como ética aplicada (capítulo tres). Sin embargo, por ser ética aplicada, requiere concretarse en el “mundo real”, para lo cual se encuentran tres caminos complementarios a seguir en la gestión de la ética empresarial (Capítulo cuarto). En el desarrollo de la reflexión y de cara a ciertas condiciones críticas que se han profundizado o agudizado en los últimos años, se realiza una aproximación reflexiva ante algunos desafíos que se le presentan a la ética empresarial (capítulo quinto). En el ejercicio reflexivo y a fin de concretizar la gestión de la ética empresarial, se realiza una aproximación a algunos componentes básicos de lo que debería ser dicha gestión en las empresas.

El ejercicio incluye conclusiones generales con las que finaliza la propuesta alrededor de la Ética Empresarial.

1. APROXIMACION AL ENTORNO DE LOS ANTECEDENTES HISTORICO-EPISTEMICOS DE LA ETICA EMPRESARIAL

Oriente y Presocráticos, alcanzaron a vislumbrar los primeros pasos alrededor del tema, pero en general, según Ramírez (2008), la historia de la filosofía moral es una continua diatriba contra el afán de lucro, es más, irrumpió la tesis de que “la ética es una cosa y los negocios otra”; mientras que Aristóteles, citado por Singer (1995), distinguió entre el *oikonomíkos*o comercio doméstico, que aprobaba y consideraba esencial para el funcionamiento de cualquier sociedad incluso poco compleja, y el *chrematisike*que, como el comercio para el lucro, desprovisto de virtud y ejercido por «parásitos», predominante incluso hasta el siglo XVII; además, se cita la “codicia” o “avaricia” como el móvil de la vida de los negocios, y en la época medieval y antigua pensadores prácticos como Cicerón prestaron una gran atención a la cuestión de la equidad en las transacciones comerciales ordinarias. Pero asimismo, durante una gran parte de esta historia el centro de atención estuvo casi por completo en estas transacciones particulares. Jesús expulsó del templo a los que cambiaban moneda, y los moralistas cristianos desde San Pablo a Santo Tomás y Martín Lutero siguieron su ejemplo condenando taxativamente la mayor parte de lo que hoy honramos como «el mundo de los negocios».

Según Singer (1995), pero si la filosofía y la religión dirigieron la condena de la ética de los negocios, también éstas protagonizaron el drástico vuelco hacia los negocios a comienzos de la época moderna. Juan Calvino y luego los puritanos ingleses enseñaron las virtudes de la frugalidad y la diligencia, y Adam Smith en 1776 desde los primeros hálitos de la modernidad, en su obra maestra *La riqueza de las naciones*, en medio del creciente racionalismo, imprime fuerza a la idea de que la vida de los negocios consiste totalmente en transacciones convenidas entre ciudadanos individuales (evitando la interferencia gubernamental); herencia de dicho racionalismo, según Bajtin (2009), el hecho de que la verdad (pravda), sólo puede ser universal (istina), es decir, en ella solo es posible en lo que se encuentre repetible y permanente, lo general, mientras que lo individual, es irresponsable.

Pero en la actualidad la mayor parte de la vida de los negocios consiste en funciones y responsabilidades en empresas cooperativas, tanto se trate de pequeños negocios familiares o de gigantescas corporaciones multinacionales. El gobierno y los negocios son tan a menudo socios como adversarios.

Ante la crisis de la modernidad y el advenimiento de la postmodernidad, la visión pluralista del tema permite encontrar, diversidad de enfoques:

1. Una ética de los negocios percibida como se basa en valores morales provistos por la sociedad capitalista (una forma de ideología del capital), en el sistema económico basado en armonía, libertad, autonomía e independencia, según Smith, citado por Cuevas (2005).
2. El tema de la ética empresarial se ubica en el contexto no tanto de la supervivencia del capitalismo, sino en su naturaleza y la necesidad de un cambio, lo cual enfrenta resistencias frente a los defensores del capitalismo sin restricciones… pero además, el éxito también depende de la ética empresarial, según Sen (2009).
3. La ética de los negocios es un movimiento mundial por el cual las corporaciones ofrecen autorregularse. En su justificación filosófica pueden identificarse tres tesis: una que considera la ética como garantía para evitar el fracaso, otra que piensa que la ética es una inversión redituable y una tercera de carácter normativo, según Ramírez (2008).
4. Al menos en cuatro modelos o enfoques gerenciales de los últimos años aparecen los valores como un componente fundamental. El Modelo de las 7s, el de Comportamiento Organizacional, el Enfoque Estratégico y, más recientemente, en el de la Dirección por Valores… en el marco de una postmodernidad que clama por soportes en principios y valores, según Codina (2004).
5. El mundo ha evolucionado de manera vertiginosa, el reduccionismo y la fragmentación ofrecida por la modernidad es precaria ante el continuo cambio, por ello las concepciones desde la ética también han evolucionado, y precisamente según Cortina (2002), ”las éticas aplicadas[[2]](#footnote-2) nacieron por un imperativo de la realidad social que necesitaba respuestas multidisciplinares en sociedades moralmente pluralistas”.
6. El concepto central de gran parte de la ética de los negocios reciente es la idea de responsabilidad social, según Singer (1995). Por responsabilidad social de la empresa se entiende la responsabilidad que la empresa asume frente a la sociedad en general (Lindabaek, 2003). Actualmente, el concepto de responsabilidad social se entiende como sinónimo de compromiso de la empresa con todos los que tienen interés directo en su funcionamiento: accionistas, empleados, clientes, proveedores, competidores y las comunidades donde operan (stakeholders), según Ramírez (2008).
7. ETICA, EMPRESA Y ETICA EMPRESARIAL

Abordar el tema de la Ética Empresarial implica converger a la “ética” desde el área humanística y a la administración desde el área social, muy cercana en los últimos tiempos a la “tecné” del mundo.

La ética, como rama de la filosofía que interpela sobre la forma de estar y vivir en el mundo de acuerdo a unos comportamientos correctos y adecuados para la sana convivencia, y además, acordes con unos valores, ya que ésta, según Guevara (2009), “trata del bien y del mal, de los derechos y de las obligaciones morales, y de los principios que rigen el comportamiento moral de una persona o grupo”, y además, implica el comportamiento en la vida cotidiana a fin de lograr la sana convivencia, ya que, según Transparencia por Colombia (2011), la ética es un saber reflexivo y práctico acerca de la manera correcta de obrar en todos los campos de la vida cotidiana y que ayuda a resolver los conflictos cotidianos de tal manera que se garantice el bien común y la sana convivencia”, es decir, ética, comprende moral y valores, la primera, relacionada con el conjunto de reglas para la convivencia y los segundos, asociados a aquellos argumentos que sustentan lo bueno, lo correcto o justo acerca de algo, según Jaramillo (2010).

Si la ética comprende elementos como comportamientos, valores y principios, reglas, argumentaciones valorativas, entre otros, ésta en cada sociedad de la humanidad configura sistemas éticos, los cuales se constituyen como complejidades que rigen a los colectivos humanos, especialmente influenciados por condiciones histórico-culturales. De hecho, según Bajtin (2009), los sistemas éticos suelen ser materiales (de contenido basados en normas morales usualmente universales, y éste debe ser fundamentado en su significación por la ciencia respectiva) y formales (nace de la conciencia que se teoriza y pierde el acto individual).

Lo anterior, permite aproximarnos a los primeros elementos mínimos constituyentes de la Ética Empresarial: valores y principios, comportamientos y reglas.

Pero aún con la consuetudinaria “filosofía”, que en la mayoría de los casos se ha ocupado y estado alrededor de temas “trascendentes y metafísicos”, ésta se ha impregnado de la dinámica del mundo actual, llegando, según Singer (1995), a decantarse hacia el “mundo real”, re-encontrándose la importancia de la ética de la empresa, proyectando valores y principios a la realidad, es decir, desde una ética que interpela a actuar con acciones socialmente responsables para beneficios individuales y colectivos, y lo que debe ser aún más importante, superando la paradoja contradictoria desde la misma filosofía que mientras cuestiona el “homos economicus”, simultáneamente acepta el sistema de precios del marginalismo, según Cuevas (2005).

Pero un ejercicio previo desde la ética misma, es llegar a aproximaciones sobre la “empresa”, como participio pasado de “imprendere”, derivado del latin “imprehensa” o “prehendere” cuya significancia está en asumir una actividad o tarea que implica trabajo o dificultades, sin perder de vista sus estados históricos precedentes como el taller artesanal y la factoría, hasta nuestros días, al presentarse como todo un complejo paradigma de la modernidad con múltiples definiciones y asociaciones. Las definiciones, generalmente relacionadas con unidad productiva, organización e iniciativa personal y colectiva, mientras que se asocia, entre otras a “management”, “corporation”, “enterprise”, “firm”. Sin embargo, una aproximación no muy reciente, pero que vislumbra un enfoque de connotaciones éticas, nos lo propone Claude (1998), al afirmar que es un grupo de hombres y de mujeres, reunidos en el marco de un proyecto común, para crear el nexo social, por intermedio de una producción de bienes y servicios materiales o inmateriales, bajo presiones económicas y sociales, en interacción con el medio ambiente. Al aproximarnos al anterior enfoque de empresa, se vislumbran, inexorablemente, comportamientos de quienes son los actores en la empresa, y dichos comportamientos son inherentes a la ética.

Por tanto, como la ética implica comportamientos, luego estos, están basados en actos, siendo para la Ética de la Empresa, fundamental el acto de los negocios, el cual se configura con ciertas intencionalidades, dependiendo del momento histórico en el que se presente y bajo ciertas condiciones de intercambio, pues según Bajtin (2009), el acto de los negocios es temporal e histórico ya que contribuye a construir empresa y terminan convirtiéndose en referentes para la acción empresarial. Dicho acto o actos de los negocios tienen sentido-contenido en un contexto histórico bajo el que deviene, y dicho sentido-contenido lo hace un acto ético (que es singular y unitario), es decir una acción con cierta intencionalidad, bajo determinada percepción del mundo, orientado por ciertos valores y operacionalizado desde ciertas prácticas soportadas en medios (mecanismos o herramientas). Lo anterior sugiere que a la ética empresarial le es inherente una reflexión sobre el acto de los negocios y sobre sus contenidos.

Efectivamente, la ética empresarial por una parte, según Transparencia por Colombia (2011), es una reflexión orientada a lograr la mejor calidad de vida posible para todas las personas que trabajan en una organización, -particularmente en el ámbito de la resolución de conflictos y la garantía de los derechos humanos-, y a desarrollar una mayor conciencia sobre la responsabilidad social de la empresa en busca del bien común; además, por otra parte, la misma ética empresarial contiene las normas y los principios morales que rigen el comportamiento en el campo empresarial, según Guevara (2009), quien nos deja planteado un amplio camino aún pendiente por recorrer, al indicarnos que “los acercamientos para determinar la naturaleza ética de un acto caen dentro de dos categorías, basadas en los méritos del acto o en sus consecuencias, y se conocen como los acercamientos deontológico o formalismo y teleológico respectivamente”.

1. HACIA EL FIN ULTIMO DE LA ETICA EMPRESARIAL

La contribución reflexiva de la ética empresarial a fin de lograr la mejor calidad de vida posible, es insuficiente en la perspectiva trascendente del ser humano, y en especial en la perspectiva del Reino de Dios en el AQUÍ y HOY.

Precisamente en dicha perspectiva y en nuestro mundo material, aparece la visión de Tomás de Aquino, quien con su reflexión nos induce a vislumbrar la importancia de la Ética Empresarial en orientación a que ésta contribuye al “fin último, la felicidad humana que participa de la bienaventuranza divina, en la perspectiva del bien como “la razón general o motivo por el que la voluntad actúa”, en cuanto subjetivo ya que es la felicitad del mismo hombre, u objetiva, porque que es digna de ser amada al poseer un valor objetivamente importante en el que el sujeto se reconoce y afecta a la identidad de la persona (bien honesto), o el bien que responde a que el objeto o la acción es querida por la persona, pues se presenta como placentera y satisfactoria (bien deleitable), o aquel que se presenta como medio para la consecución de un objetivo, es decir, un bien querido por su utilidad y mediación para conseguir otro bien mayor (bien útil).

Por tanto, en cuanto a la Ética como EMPRESARIAL, nos estamos refiriendo a “una ética anclada en un Dios providente que cuenta con el hombre, con su condición de criatura racional y libre para el despliegue de su obra en el tiempo”, según Cayuela (2002), basado en Summa contra los Gentiles de Tomás de Aquino.

1. GESTION DE LA ETICA EMPRESARIAL POR CAMINOS COMPLEMENTARIOS

La ética empresarial ha de continuar decantándose en el “mundo real”, y para ello, recogiendo y sistematizando los aportes de Jaramillo (2010), encontramos tres caminos complementarios a seguir en la gestión de la ética empresarial: las *bases constitutivas*, los *actos empresariales que ilumina* y *la operacionalización inicial*.

Las *bases constitutivas*, han de estar cimentadas en una substancia u orientador interno, es decir, los valores y principios que respetando el pluralismo sean no solamente compartidos por todos, sino ejerciendo actitudes congruentes con los mismos en la cotidianidad. Otra base constitutiva es la capacidad de reconocer en cada persona, y en ésta a Dios, el respeto por la dignidad humana que permanentemente esté interpelando por el sujeto en la empresa como ser humano en plena realización con derechos, pero también con deberes. Una tercera base constitutiva es la generación y capacidad de mantener una permanente comunicación sincera y transparente, en unidad, respetando la diversidad. Finalmente, una cuarta base constitutiva es su articulación externa a otras dimensiones de la ética, ya que los sujetos que ejecutan actos de negocios, también desempeñan otros roles en la sociedad, y por tanto, la ética empresarial debe complementar la ética ciudadana.

En la gestión de la ética empresarial, es prioritario acotar *los actos empresariales básicos que ésta ilumina*, y en efecto, ha de ayudar a resolver dilemas en las acciones empresariales, tomar decisiones justas, resolver conflictos por la vía del diálogo, analizar las normas y la normalización, generar capacidades de autorregulación, y, desarrollar capacidades de autonomía moral.

El tercer camino complementario a seguir en la gestión de la ética empresarial, es la *operacionalización de la ética empresarial*, especialmente al interior de la empresa, para lo cual una forma de articular reflexión-operación es plantear la discusión constructiva de dilemas morales a fin de desarrollar la habilidad de intercambiar ideas de manera sincera y respetuosa. De ahí en adelante, la operacionalización corresponde a la dinámica propia de ese grupo de hombres y mujeres reunidos en la empresa, como proyecto común con nexos sociales, ofertando productos o servicios para satisfacción de la sociedad.

1. APROXIMACION REFLEXIVA ANTE ALGUNOS DESAFIOS QUE SE LE PRESENTAN A LA ETICA EMPRESARIAL

Dentro de la substancia u orientador interno de la ética empresarial (valores y principios), es prioritario abrir caminos en respuesta a ciertas condiciones críticas que se han agudizado en los últimos años: el beneficio, la corrupción y el culto al libre mercado.

El beneficio o ganancia o utilidad, es la variable explícita de la esencia de la empresa moderna: la racionalidad económica, muy cerca al mencionado “homus economicus”, y más recientemente a la pregonada, “generación de valor”. Es fundamental desde la empresa, y más aún, desde organismos de política pública y gremial, abrir camino a la concepción del beneficio en una perspectiva mayor y generosa con todas las partes, que considerando el derecho individual, no se quede allí, sino que como según Singer (1995), se conciba el beneficio en el contexto más amplio de la productividad y la responsabilidad social y la manera en que las corporaciones, en calidad de comunidades complejas, mejor pueden servir tanto a sus propios empleados como a la sociedad que les rodea.

Una condición crítica que no es nueva, pero si ha venido agudizándose en términos de “ofensa social”, es la corrupción, fenómeno ante el cual se exigen desarrollos y respuestas desde la ética empresarial, pues en un mundo con profundas desigualdades, según Transparencia por Colombia (2008), el costo de la corrupción equivale alrededor del 5% del PIB mundial con pagos por sobornos por más de US$ 1,0 trillón al año. Por tanto, surge como prioritario el Principio de Transparencia que según Ráfols (2002), exige “tener claro quiénes son las partes interesadas, estas pueden ser internas (los que trabajan en la empresa), externas (consumidores, proveedores, accionistas, financieros, y comunidad local, entre otras), o simplemente, ausentes (generaciones futuras a quienes la actividad presente de la organización puede producir alguna carga)”. Según, Bernardo Kliksberg, Coordinador de la Iniciativa de Etica y Capital Social del Banco Interamericano de Desarrollo, citado por Rosales (2004), el corrupto no sólo daña por lo que roba a la sociedad sino por el mensaje que transmite: todo para mí, no me importa los demás, no tengo problemas de conciencia, lo único importante es enriquecerse.Para Antonio Argandoña, profesor del IESE Business School, la corrupción “... se da cuando un directivo o empleado tiene un poder o influencia en el ejercicio de una función, tarea o responsabilidad dentro de una organización o empresa privada, lo que le confiere una discrecionalidad en su actuación que le permite actuar (...) con daño directo o indirecto para la empresa y en beneficio propio o de otra persona, empresa o entidad" Es evidente que este concepto también se aplica para las empresa públicas.

Otra condición crítica que tampoco es nueva, pero sí viene asumiendo diferentes matices desde los inicios de la modernidad es el culto al libre mercado en el que la empresa es la unidad de acción, entendido éste como un fenómeno con paradigmas que se han consolidado en la cultura mundial, especialmente desde Occidente, bajo “modelos” que reducen la realidad compleja a variables manipulables y otras que se dejan al margen:

Cuadro No. 1

Paradigma del Libre Mercado como desafíos de la Ética Empresarial

|  |  |
| --- | --- |
| **TESIS** | **COMENTARIO** |
| El mercado libre es el que abastece y satisface las demandas existentes de manera eficiente. | Pero si los fabricantes o mercaderes crean realmente la demanda de los productos que producen, esta postura clásica empieza a debilitarse (Singer, 1995). |
| Los mercados financieros tienden al equilibrio | Pero hay irracionalidad de los agentes cuando entran al mercado, pues ante momentos de prosperidad, se cree en la posibilidad de ganar indefinidamente, tomando más riesgos de los debidos (Soros, 2008). Llegando al debate acerca de lo individual de las ganancias y lo colectivo de las perdidas. |
| La única responsabilidad social de las empresas es generar utilidades para sus accionistas | Pero las empresas que reúnen hombres y mujeres con un proyecto común tienen nexos sociales y están impactando en la sociedad. |
| En el mercado lo que existe es la “supervivencia de los más aptos” en un medio en que “los negocios son una jungla” | Pero el mercado lo que tiene es diversidad de actores y capacidades, y según Singer (1995) estos son mitos y metáforas perjudiciales del discurso de los negocios basadas en los conceptos machistas “darwinianos”. |
| La “autorregulación” como imperativo para las organizaciones en el mercado. | El fracaso de que las empresas se regulen a sí mismas, según Guevara (2009). Además, según Merchán (2000), Es importante la regulación por parte de las autoridades gubernamentales, en especial por las llamadas “fallas del mercado” (Mill y Galbraith), por los “derechos positivos” (Gevirth y Rawls) y por la “ineficiencia judicial” (Arrow). |

Fuente: El Autor, 2011.

Ante ésta condición crítica una de las prioridades de la ética de la empresa es orientar caminos desde la pregunta: ¿Es el mundo que queremos a sabiendas de las profundas contradicciones en que vivimos?

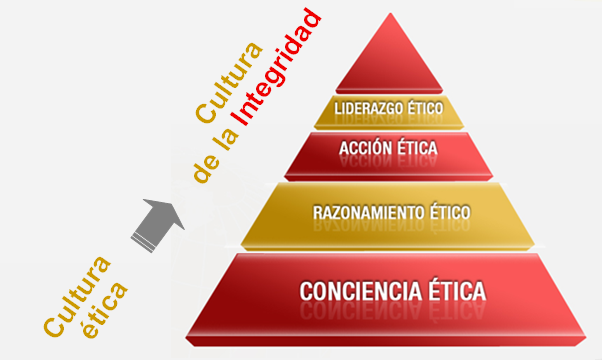
1. APROXIMACION A ALGUNOS COMPONENTES BASICOS EN LA GESTION DE LA ETICA EMPRESARIAL

Las anteriores reflexiones nos han permitido llegar a sintetizar inicialmente los componentes básicos en la gestión empresarial a fin de concretar la misma en la empresa: (1) Una estructura ética empresarial desde un caso; (2) Estructura de éticas funcionales en la ética empresarial; (3) Niveles organizacionales de la ética empresarial; y, (4) Instrumentos y medios de gestión de la ética empresarial.

* 1. Una estructura ética empresarial desde un caso

Figura No. 1

Propuesta de Estructura de una estructura de ética empresarial para su Gestión



Fuente: Jaramillo (2010).

Propuesta de ética empresarial presentada por Bavaria-SAB Miller de Colombia y que comprende un proceso lineal y jerárquico desde la toma de conciencia ética por los miembros de la organización, pasando por el razonamiento sobre el ser y estar, siguiente con acciones articuladas a dicho razonamiento y finalizando con el ejercicio del liderazgo ético por parte de los miembros de la organización. La propuesta es generación de una cultura ética hacia una Cultura de la Integridad.

* 1. Estructura de éticas funcionales en la ética empresarial

La ética empresarial está conformada por una variedad de temas relacionados con la multiplicidad de categorías o tipos de actos en los negocios. Según Cuevas (2005), éstas éticas pueden ser:

Tabla No. 1

Categorías o tipos de Ética Empresarial

|  |
| --- |
| Finanzas  Contabilidad  Dirección gerencial  Toma de Decisiones  Estrategia y Administración  Teoría de la Firma  Sociología del trabajo  Psicología organizacional |

Fuente: Adaptación de Cuevas (2005).

* 1. Niveles organizacionales de la ética empresarial

La gestión de la ética empresarial puede vislumbrarse bajo dos tipos de categorías, dependiendo de la evolución de cada empresa y las condiciones del entorno, puede

Tabla No. 2

Tipos de gestión de la ética empresarial

|  |  |
| --- | --- |
| Interno  Externo | Estratégico  Táctico  Operativo |

Fuente: Adaptación de España (2007).

6.4 Instrumentos y medios de gestión de la ética empresarial

Tabla No. 3

Algunos instrumentos y medios de gestión de la ética empresarial

|  |
| --- |
| Código de Ética  Declaración de Valores Corporativos  Balance Social  Comités de Ética  Programas de formación en ética empresarial  Código de Buen Gobierno |

CONCLUSIONES

La ética empresarial o de los negocios históricamente tiene profundos detractores, especialmente en lo concerniente a los beneficios o ganancias. Hasta antes del imperio de la racionalidad la condena ha sido generalizada; posterior al ascenso de la racionalidad y con ella de la modernidad, la condena ha persistido, especialmente desde la Filosofía, pero también se han presentado matices que favorecen la empresa con su fin de lucro en el libre mercado.

Los elementos mínimos constituyentes de la ética empresarial comprenden: valores y principios, comportamiento y reglas.

El fin último de una ética empresarial es contribuir a la felicidad humana que participa de la bienaventuranza divina en la perspectiva del bien que debe hacer el hombre como criatura racional y libre para el despliegue de la obra de Dios.

La gestión de la ética en las empresas debe realizarse simultáneamente desde tres aspectos: las bases constitutivas o substancia u orientador interno que son los valores y principios; los actos empresariales básicos que la ética empresarial ilumina, y, la operacionalización de la ética empresarial articulando reflexión-operación.

En relación con la ética empresarial, el mundo enfrenta tres condiciones críticas que ameritan estudios, investigaciones y soluciones concretas: el beneficio o las ganancias (utilidades), la corrupción generalizada en las sociedades, y, el culto al libre mercado basado en paradigmas aún vigentes.

Entre los componentes básicos a considerar en la gestión de la ética en una empresa, están: una estructura ética empresarial, que incluya una cultura ética hacia la integridad, una estructura de éticas funcionales que conforman la ética empresarial de acuerdo al estadio y evolución de cada empresa, unos niveles organizacionales de la ética empresarial, lo cuales pueden ser varios en una organización y con niveles de complejidad diversos en orden a las características de la misma empresa, y, unos instrumentos y medios concretos, respecto de los cuales se requiere su permanente actualización y construcción colectiva.

BIBLIOGRAFIA

* ARGANDOÑA (2008). La ética en los negocios. IESE Business School, Universidad de Navarra. OcassionalPaper, No.8, enero de 2008, pgs. 1-9.
* BAJTIN, N. M. (2003). Hacia una filosofía del acto ético. Pgs. 7-81.
* CAYUELA, Aquilino (2002). Etica y razón universal en el pensamiento de Santo Tomás de Aquino. Universitat de Valencia. Tesis Doctoral, Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación. Pgs. 352.
* CLAUDE, J-F (1998). L`Ethique au service du management.París. Les Editions LIAISONS, 1998.
* CODINA, Alexis (2004). Los valores como herramientas gerenciales. <http://www.degerencia.com/articulo/los_valores_como_herramientas_gerenciales>; domingo, 09 de octubre de 2011; 20:13 p.m.
* CORPORACION TRANSPARENCIA POR COLOMBIA (2011). Programas de ética organizacional. <http://www.transparenciacolombia.org.co/SECTORPRIVADO/ProgramasEticaOrganizacional/tabid/119/language/es-ES/Default.aspx>; domingo, octubre 09 de 2011; 20:30 p.m.
* CORTINA, Adela (2002). La dimensión pública de las éticas aplicadas. Revista Iberoamericana de Educación (España); (29): 2, mayo – agosto del 2002.
* CUEVAS, Ricardo (2005). La construcción de la ética de la empresa o ética de los negocios. No. 217, septiembre-diciembre, 2005.
* ESPAÑA, Jaime (2007). La ética, la productividad y la competitividad. <http://www.degerencia.com/articulo/la_etica_la_productividad_y_la_competitividad>; domingo, 09 de octubre de 2011; 20:11 p.m.
* FRIEDMAN, Milton () Libertad de elegir: hacia un nuevo liberalismo económico.
* GELINIER, O. ((1991). L´ethique des affaires.Halte á la derive. Paris Editions du Seuil. 1991.
* GUEVARA, Emeterio (2009). La gestión de las relaciones y la responsabilidad social empresarial.<http://www.eumed.net/libros/2008c/438/La%20etica%20en%20los%20negocios.htm>; domingo; 09 de octubre de 2011; 20:23 p.m.
* JARAMILLO, Fernando (2010). Compromiso para la puesta en marcha de los principios éticos del empresariado colombiano. Vicepresidencia de Asuntos Corporativos de Bavaria S.A. Cuarto Foro de Etica Empresarial, Ibagué, 22 de julio de 2010.
* KUNG, Hans (1994). Historia, sentido y método de la Declaración en pro de una ética mundial. Traductor: Agustín Serrano De Haro. Revista Isegoria, No. 10, pgs. 22-42.
* LE TOURNEAU, P. (2000). l´Ethique des affaires et du managementau XXI siècle, Essai, París, éditeurDalloz, 2000.
* MACHAN, Tibor (2000). Una introducción a la ética de los negocios. Revista Libertas 33 (Octubre 2000); Instituto Universitario ESEADE. Pgs. 1-16.
* MELÉ, Domenec (1999). Tres versiones de la ética empresarial.- -Barcelona: IESE. Universidad de Navarra, 1999.--p. 4.
* NAUDET, J. Y. (1997). Ethique des Affaires: de l´ethique de l´entrepreneuraudroit des affaires. CollectionEthique et Déontologie. EditeurLibraire de l´Universitéd´Aix-Provence, 1997.
* ORTIZ-IBARZ, (1997). La prudencel´entrepreneur. CollectionEthique et Déontologie. EditeurLibraire de l´Universitéd´Aix-Provence, 1997.
* PEREZ, Isabel (2006). Ética empresarial: reseña histórica. Facultad de Humanidades, Universidad de Cienfuegos.
* RÁFOLS, Carlos. “¿Ética en las empresas o empresas éticas?” Avanzando en una implantación contradictoria.-- Barcelona: [sn], 2002.-- p.59.
* RAMIREZ, Miguel (2008). Ética de los negocios en un mundo global. Revista Frontera Norte, Vol 20, No. 40, julio-diciembre 2008; pgs. 199-209
* ROSALES, Carlos (2004). Ética de la empresa. <http://www.degerencia.com/articulo/etica_en_la_empresa>; domingo, 09 de octubre de 2011; 20:16 p.m.
* SEN, Amartya (2009). El papel de la ética empresarial en el mundo contemporáneo. Conferencia especial desde la Universidad de Harvard en la inauguración del II Programa Iberoamericano de Formación de Formadores en Responsabilidad Social Empresarial  organizado por el Fondo España-PNUD, creado por la Dirección Regional para América Latina del PNUD y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).
* SINGER, Peter (1995). Compendio de Ética. Alianza Editorial, Madrid. Capítulo 31, pgs. 483-498.
* SOLOMON, Robert (1995). La ética de los negocios en Piter Singer: Compendio de Etica. Pgs. 1-37. SORNETTE, Didier (2008). “[Trust! Why it Has Been Lost and How to Regain It](http://arxiv.org/abs/0810.4608),” ArXiv preprint, 25 octubre de 2008.
* SOROS, George (2008). El Nuevo paradigma de los mercados financieros para entender la crisis económica actual. P. 9.

1. Administrador de Empresas, Especialista en Docencia Universitaria, Especialista en Administración y Gerencia de Sistemas de Calidad, MBA y Magister en Planeación Socio-económica . Investigador y Ex-ejecutivo de empresas y directivo en Instituciones de Educación Superior actualmente Decano de la Facultad de Administración de la Universidad Santo Tomás de Bogotá. Colombia [↑](#footnote-ref-1)
2. Según Pérez (2006), primeras éticas aplicadas: bioética, ética y comunicación, ética económica y empresarial, ética del desarrollo, ética medioambiental la ética profesional [↑](#footnote-ref-2)