

Un modelo de ética de los negocios

A model of business ethics

PhD. Manuel Alfonso Garzón Castrillon¹

¹ BA; MSc; PhD, Post PhD, Proyecto de ética empresarial, Código: INV-5539-2019, Director Grupo de Investigación FIDEE, y consultor Senior; Miembro de la Sociedad Colombiana de Consultores Empresariales. Profesor del Doctorado en Ciencias Administrativas de la UNAM México.

E-mail: manuelalfonsogarzon@fidee.org

ORCID ID <http://orcid.org/0000-0001-9009-3324>

Recepción: 07/01/2020. Aceptación: 10/07/2020. Publicación: 31/07/2020

RESUMEN

Este artículo tuvo como objetivo establecer los antecedentes de la ética y de la ética empresarial, mediante el análisis de contenido, con un enfoque cualitativo, de revisión descriptiva y la búsqueda de documentos, se realizó en varias etapas: indagación de artículos científicos, la organización de la información y la redacción, se abordan diferentes definiciones de ética y de ética empresarial y se propone una definición, un modelo de ética empresarial y se llega a unas conclusiones.

PALABRAS CLAVE: ética; ética empresarial; modelo de ética empresarial.

ABSTRACT

This article aimed to establish the background of ethics and business ethics, through content analysis, with a qualitative approach, descriptive review and document search, was carried out in several stages:, inquiry of scientific articles, the organization of information

and writing, different definitions of ethics and business ethics are addressed and a definition is proposed, and model of business ethics is proposed and conclusions are reached.

KEYWORDS: ethics; business ethics; business ethics model.

INTRODUCCIÓN

Hablar de ética en la actualidad para Jiménez (2019) puede resultar algo semejante a dar un sermón: revestido de una –siempre impugnable– altura moral, un elegido asciende al púlpito y les da una lección a sus espectadores. Esto tiene dos problemas. Por un lado, ¿de dónde viene la legitimidad para que alguien, en la sociedad en que vivimos, se eleve y diga qué es ético? Y por el otro, ¿quién quiere hoy recibir un sermón?

Este artículo tuvo como objetivo establecer los antecedentes de la ética y de la ética empresarial, la metodología utilizada fue el análisis de contenido, con un enfoque cualitativo, el tipo de revisión es descriptiva y la estrategia de búsqueda de documentos, se realizó en

varias etapas, la primera la indagación de artículos científicos, la segunda la organización de la información y la tercera la redacción, se abordan diferentes definiciones de ética y de ética empresarial y se propone una definición que orientará la propuesta, se propone un modelo de ética empresarial y finalmente se llega a unas conclusiones.

METODO

Para la realización de esta revisión, la metodología utilizada requirió del desarrollo de cuatro etapas, la primera fue la búsqueda de bibliografía; la segunda etapa fue la organización de los datos; la tercera fue el análisis de contenido y la cuarta la redacción. Para este proceso, se ubicaron setenta y siete (77) documentos en fuentes secundarias de bases de datos de artículos científicos como: Scopus, WoS, y Scielo, y el tipo de revisión es cualitativo, descriptivo.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Antecedentes de la ética

La ética, proviene de la palabra griega ἠθικός (ethikos) derivada de ἦθος (ethos) que significa “costumbre” o “hábito”. y etología, el estudio del comportamiento de las especies animales, todas, incluido el hombre (Sandu, 2015). Aunque tienen las mismas raíces, los dos términos son *moral* o *hábitos* y el primer uso fue dado por Aristóteles (Mihaela y Bejenaru, 2018)).

Sus orígenes se atribuyen a los trabajos de Jeremy Bentham y John Mills, quienes promovieron las ideas del liberalismo y el utilitarismo para analizar acciones desde una perspectiva ética (Christie, Groarke y Sweet, 2008), en el cual los agentes morales deben tener la libertad de actuar como lo deseen, siempre que tales actos tengan consecuencias positivas (Christie et al., 2008). Cuando una acción tiene consecuencias, el consecuencialismo² argumenta que se permita a los agentes realizar tales actos siempre y cuando los beneficios superen los inconvenientes, por tanto, la ética es el punto de partida para las acciones tomadas por una

² El consecuencialismo constituye una teoría (o familia de teorías) relacionada con la corrección y obligatoriedad de las acciones. Es una teoría, pues, ética o moral. La idea intuitiva es que la corrección de una acción está determinada por la 'cantidad de bondad' asociada con sus consecuencias.

entidad y también será la base desde la cual parte en términos de las obligaciones morales que tiene y que éstas están conformadas por personas.

Para Cortina (1994) la ética se enmarca en ofrecer pautas para guiar la acción humana. “la ética es esencialmente un saber para actuar de un modo racional” Cortina (1994, p.17).

Por su parte Ambrose et al. (2008) vieron los valores éticos como valores globales adoptados por individuos y organizaciones, Irianto et al. (2009) se refiere a los valores éticos como honestos al seguir las políticas y procedimientos de la organización, es decir lo que es deseable e indeseable y de la conducta o comportamiento correcto e incorrecto de una persona, (Cressy et al., 2010).

Para Guillen (2010) Es una ciencia teórica, a la vez que un tratado práctico, la ética considera las acciones humanas en su relación con el modo de ser (ethos) que la persona adquiere a través de ellas.

La definición que guiará este documento Guedes (2008) propone que

la ética es la mejor forma de hacer más humano al ser humano, por el ser humano, para el ser humano y para alcanzar lo más elevado del ser humano.

Antecedentes de la ética empresarial

La ética empresarial se originó para De George (2005) a mediados de la década de 1970 en Estados Unidos, a raíz de escándalos como el Watergate, en noviembre de 1974, a partir de este momento se plantea con vigor la pregunta ¿El porqué de la responsabilidad social de las empresas? (Cortina, 1994).

La primera conferencia de ética empresarial se celebró en 1974 y dio como resultado un primer libro en 1978, se empezaron a impartir cursos de ética empresarial y los primeros libros de texto de ética empresarial, según Tom et.al. (1979) que aparecieron en 1979.

La ética empresarial

Con relación a la ética empresarial Freeman y Gilbert (1988) introducen dos principios: a) principio de los valores, según el cual las acciones individuales y empresariales son causadas, en parte, por los valores que los individuos y las

organizaciones asumen; b) principio de interdependencia, por el éxito de la organización se debe, en parte, a las decisiones y acciones de los grupos que tienen un interés en la organización y definieron el mejor de los modelos éticos posible para las empresas como aquel que se sostiene sobre los derechos de las personas, el personal directivo y los *grupos de interés* para perseguir sus propios proyectos sin interferencia y coerción de los demás, viendo así, en las empresas el medio para la consecución de los objetivos humanos.

Para Goodpaster (1991) las empresas tienen una misión principalmente económica, y sus responsabilidades fiduciarias respecto de sus accionistas no pueden abandonarse; la posibilidad que existe de un abuso de poder y una interpretación errónea de la ética empresarial por parte de las empresas implica que las mismas deban asumir obligaciones más allá de la legislación con la finalidad de no lesionar, mentir o engañar a los *grupos de interés*.

Para Cortina (1994) la ética empresarial permite optar por un modelo de cooperación frente a un modelo de conflicto, haciendo posible ampliar los

horizontes de sus prácticas, y Melé (1995) complementa que apunta a la excelencia en el comportamiento humano.

En el ámbito de los mandatos deontológicos, Donaldson (1982) los códigos éticos han sido los que mayor auge han experimentado durante las últimas décadas.

La ética empresarial gira esencialmente en torno a dos preguntas: ¿por qué ser ético? ¿Y qué exige la ética de las personas involucradas en el negocio de las empresas?

Visto desde esta perspectiva, Cragg (2001) los empresarios y las organizaciones enfrentan el desafío de decidir si sus actividades se guiarán por principios éticos cuando la ética y el interés propio parezcan ser diversos de manera significativa.

Cortina (2003) expresa que la ética empresarial debe ir más allá de la ética personal del deber y asumir que los colectivos son responsables de las consecuencias de sus acciones.

En lo relacionado con la ética aplicada al ámbito empresarial, ésta se

basa en una determinada visión acerca del ser humano y del bien, estableciendo previamente el modelo de ser humano que le da soporte (Giovanola, 2009; Rodríguez & Aguilera, 2005; Paul & Elder, 2006).

De lo anterior se identifican dos enfoques de la ética empresarial, empíricos y normativos, los investigadores con formación filosófica han introducido métodos puramente normativos y no empíricos para el estudio de la ética empresarial, la tradición filosófica de la teoría ética ha contribuido al rigor de las discusiones sobre ética empresarial (Donaldson, 1982; Freeman y Gilbert, 1988).

Los altos valores éticos reducen la probabilidad de que los empleados realicen actividades fraudulentas en el desempeño de su trabajo, Mathenge (2014) personas con fuertes valores éticos se atribuyen a exhibir un comportamiento ético e íntegro (Rockness & Rockness, 2005), fomentan el juicio crítico en la toma de decisiones (Zahra, 2007) y empleados que carecen de valores éticos tenderán a realizar sobornos y corrupción y a ignorar las

políticas y procedimientos para perseguir sus propios intereses. Chen et al. (2013)

En el ámbito empresarial han predominado los enfoques aristotélico, tomista y kantiano (Altman, 2007; Freeman et al., 2004; Hartman, 2008; Pérez López, 1991; Rodríguez & Aguilera, 2005; Sison & Fontrodona, 2012; Smith & Dubbink, 2011; Solomon, 2004), combinados con teorías de empresa basadas en el principio del bien común, el personalismo y la definición de empresa como *comunidad de personas*, justificando la presencia de la ética en el centro del debate sobre los fines empresariales (Fontrodona & Sison, 2007; Melé, 2003; Melé, 2009; Melé, 2012; Whetstone, 2002).

De esta manera el denominador común es la defensa de las virtudes y los valores vividos en el ámbito empresarial, con intención de dignificar al ser humano superando las motivaciones egoístas que caracteriza al *hombre económico* de la teoría neoclásica (Alzola, 2008; Garriga & Melé, 2004; Hartman, 2008; Melé, 2009; Melé, 2012; Prottas, 2008; Whetstone, 2001).

Por tanto, la ética empresarial como ética aplicada —o ética práctica—, para López (2010) debe ser entendida como la que una vez consolidados o rechazados los modelos éticos normativos, traduce éstos en códigos deontológicos concretos y aplicables, para, así, tratar de solventar problemas concretos en situaciones concretas específicas y determinadas de nuestro cotidiano quehacer.

Desde la perspectiva de Acevedo (2012), Argandoña (2008), Fontrodona & Sison (2006) y Melé (2012) se centran claramente en la necesidad de la fundamentación antropológica de la ética empresarial detallando la importancia de la visión del ser humano (concepción antropológica) que subyace a las teorías de acción humana y teorías de las organizaciones empleadas en los procesos de toma de decisión a nivel individual y organizacional respectivamente.

De esta manera la definición que se propone es: La ética empresarial como parte de la ética aplicada es un conjunto de conceptos y principios que guían a la excelencia en el comportamiento humano, con un

equilibrio entre los objetivos económicos de las empresas, sus compromisos éticos y su responsabilidad social, que debe ir más allá de la ética personal del deber para dignificar al ser humano y asumir que los colectivos son responsables de las consecuencias de sus acciones, que requiere el paso del deber personal a la responsabilidad colectiva de los grupos de interés, basada en el principio del bien común, con base en una visión acerca del ser humano y del bien, que exige establecer previamente el modelo de ser humano que le da soporte a la luz del entorno en el que ejerce, sus cualidades personales y organizacionales con las que se deben enfrentar a las tareas directivas en la empresa. (Goodpaster 1991; Pérez López, 1991; Cortina 1994; Dómenec 1995; Whetstone, 2001; Whetstone, 2002; Cortina 2003; Melé, 2003; Freeman et al., 2004; Solomon, 2004; Garriga & Melé, 2004; Rodríguez & Aguilera, 2005; Paul & Elder, 2006; Altman, 2007; Fontrodona & Sison, 2007; Alzola, 2008; Hartman, 2008; Prottas, 2008; Hartman, 2008; Giovanola, 2009; Melé, 2009; López 2010; Smith & Dubbink, 2011; Sison & Fontrodona, 2012; Melé, 2012; Greenwood y Freeman, (2018))

Una organización es una red de acciones, por lo tanto, influye en los niveles e interacciones de las comunidades para dar respuesta a cuestiones como qué tipo de personas y de empresas sus cualidades personales y organizacionales son las que se deben enfrentar a las tareas directivas en la empresa.

Finalmente, para Marangos, Astroulakis y Triarchi, (2019) el desarrollo ético requiere lidiar con el cambio climático de manera sostenible, y la naturaleza toma su lugar como parte vital de la existencia humana. El uso de los recursos de manera benéfica para las generaciones futuras, en línea con la seguridad y la equidad de la humanidad, son claves para la sostenibilidad

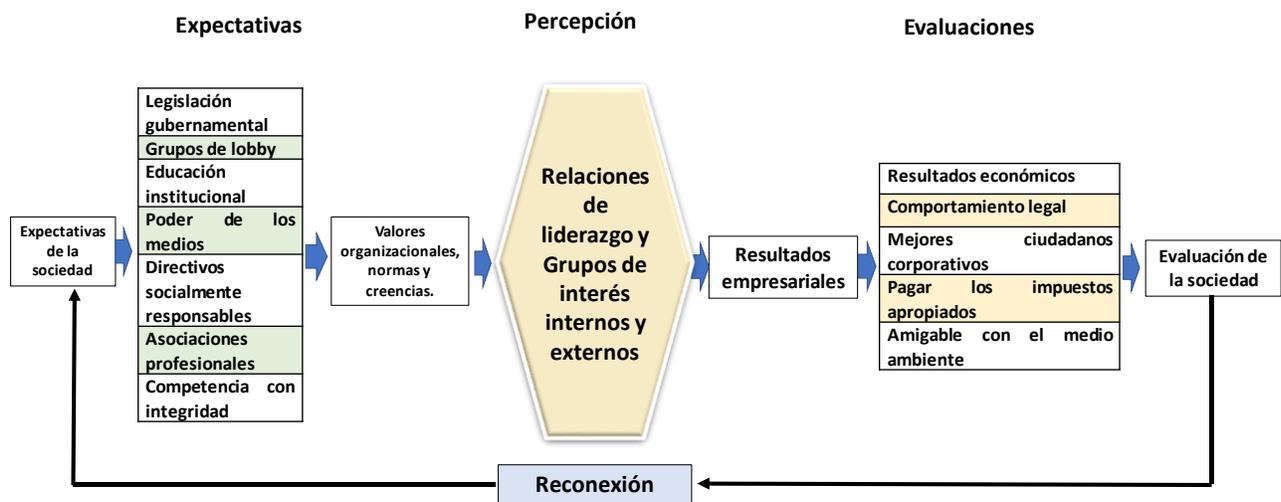


Figura 1. Modelo de ética de los negocios
Fuente: Elaborado con base en: Svensson, G. y Wood, G. (2008)

A continuación, se describe cada una de las variables y subvariables del modelo propuesto:

Expectativas de la sociedad

La sociedad tiene expectativas de todos sus ciudadanos y se basa en el comportamiento en sí mismo, y no está interesado en un comportamiento que

obligue a la sociedad a retroceder. Los negocios se establecen y se permite que existan porque en las sociedades capitalistas se considera que tienen un papel central y fundamental en el mejoramiento de la sociedad (Joyner y Payne, 2002; Lea, 1999; Spiller, 2000).

Expectativas

Por su parte Robin y Reidenbach (1987) sugieren existe un contrato social entre la organización y la sociedad en la que opera, permite a las empresas el derecho a existir a cambio de la sociedad que participa en los beneficios de dicha participación (Moore, 1999). Su verdadero propósito debería ser, hacer que la sociedad esté mejor y crear riqueza social, no solo crear riqueza para los accionistas. (Cohan, 2002, p. 291), los negocios son vistos como una parte esencial del tejido social (Thomas et al., 2004, p. 56).

Legislación gubernamental

Las leyes que protegen a los accionistas y otros grupos de interés proliferan en las sociedades capitalistas, al igual que las leyes que protegen a los consumidores de las prácticas comerciales (Hoffman et al., 2005), por tanto, la noción de competencia leal está en el centro de la legislación gubernamental.

Grupos de lobby

Las empresas deben ser conscientes de estos grupos que monitorean el desempeño corporativo, y desafían a las corporaciones a alcanzar

nuevos niveles de interacción en estas áreas de preocupación, por eso transparencia International publica anualmente un Índice de Percepción de la Corrupción (CPI) y un Índice BribePayers (BPI) donde enumeran países con corrupción frecuente y países cuyas empresas tienen más probabilidades de pagar sobornos para asegurar negocios (Pacini et al., 2002) y los inversionistas pueden utilizar esta información para examinar las posibles áreas del mundo en las que las empresas en las que pretenden invertir pueden estar sujetas a negocios sospechosos.

Responsabilidades institucionales

Las organizaciones deben ser agentes económicos, y agentes de cambio ambiental y social. Handelman (2000, p. 350) pues las empresas enfrentan expectativas institucionales de la sociedad en términos de "las reglas no escritas y sociales de conducta organizacional adecuada".

Si la empresa tiene éxito económico, al mismo tiempo debe contribuir al bienestar ambiental y social de la sociedad. Handelman (2000, p.350). El éxito económico por sí solo ya no puede ser suficiente, ni puede ser una

medida satisfactoria de éxito. (Handelman y Arnold, 1999).

Mayor educación

A medida que la población general adquiere más educación y es valorada como un vehículo para la movilidad social, porque es a través de la educación que las personas desafían, debaten y racionalizan los problemas, la educación libera a los miembros de una sociedad para que se liberen y, a su vez, desarrollen y liberen a su sociedad (Freire, 1972).

Poder de los medios

Los medios como diseminadores de información, puede hacer o deshacer a individuos y corporaciones solo a través de su cobertura. Los medios pueden destruir la reputación en un abrir y cerrar de ojos y para aumentar la conciencia de la sociedad respecto de las prácticas que sociedad debe ser consciente, crean expectativas de negocios para elegir qué temas resaltar para nuestro consumo y qué temas minimizar o incluso ignorar. Svensson y Wood (2008)

Directivos socialmente responsables

Los gerentes socialmente responsables deben adoptar un comportamiento ético en los negocios debido a la libertad, la auto confirmación y el éxito que trae consigo "(Thomas et al., 2004). Como dice Cragg (2000, p. 213) "el comercio sin conciencia es una fórmula para la explotación humana, no el desarrollo humano".

Asociaciones profesionales

Los principios de la asociación se basan en la creencia de los miembros de cómo su profesión encaja en el mundo de los negocios, por tanto, las organizaciones para las que trabajan deberían ser los destinatarios de su comportamiento profesional. (Svensson y Wood, 2008), por tanto, las organizaciones no deben ejercer presión sobre sus empleados para violar sus obligaciones profesionales (Carson, 2003).

Competencia con integridad.

La sociedad tiene expectativas de las formas en que las organizaciones deben competir y se establece una legislación para consagrar estas prácticas. La primera ley de los Estados

Unidos que consagró la competencia leal en el mercado fue la Ley Antimonopolio de Sherman de 1890, por lo que estos conceptos no son nuevos (Hemphill, 2004).

El soborno y la corrupción son cuestiones importantes, al igual que las prácticas laborales, como las horas de trabajo, la remuneración y el uso de niños, que son expectativas éticas (McMurtry, 2002; Rondinelli, 2003), así como la preservación ambiental del país del cual se obtiene el producto es ahora un problema importante de preocupación. (Rosthorn, 2000)

Valores organizacionales, normas y creencias.

La cultura organizacional ha sido considerada de suma importancia para la corporación, o "el pegamento social que mantiene unida a una empresa", Serpa (1985, p. 426), producto de sus valores, creencias y reglas de comportamiento únicos "y cada compañía tiene una cultura particular y un conjunto de sistemas de creencias. (Cohan, 2002, p. 287), es necesario reforzar las relaciones con los grupos de interés, (Freeman, 1984)

Percepciones

La forma en que la organización interactúa o no interactúa con las expectativas de la sociedad con respecto al comportamiento ético proporciona sus propias consecuencias. Las organizaciones deben conocer sus impactos en varias áreas, ya que su impacto en estas áreas de negocios tendrá un impacto en su éxito continuo en los negocios (Wiley, 1995).

Relaciones de liderazgo

el progreso hacia una organización ética que sea significativa y real solo puede lograrse cuando los líderes de las empresas producen estos cambios y los líderes deben convertirse en modelos para el aprendizaje positivo de otros (Para Rushton 2002); Miller, 2002; Paine, 1994; Rushton, 2002; Thomas et al., 2004) y "los empleados a menudo imitan el comportamiento de los líderes y buscan a los líderes indicando el comportamiento apropiado" Sims y Brinkmann (2003, p. 249).

Relaciones con los grupos de interés internos y externos

Si los empleados se sienten conectados con su organización, subsumirán su ética. Joyner y Payne (2002), deben sentirse orgullosos de trabajar y no ver el trabajo como una tarea onerosa. Los miembros del personal deben ser participantes activos en la organización (Crane et al., 2004). Los empleados no deberían tener que comprometer sus estándares éticos para cumplir con los requisitos de la organización (Lovell, 2002).

El bienestar de los accionistas debe tratarse por igual, independientemente del porcentaje de acciones que poseen. Si las compañías ignoran a sus accionistas, inevitablemente esto llevará al activismo de los accionistas (Crane et al., 2004; Sparkes, 2001).

Los sentimientos y las opiniones de los grupos de interés son importantes para cualquier empresa, ya que se ven afectadas por el éxito y el fracaso de la empresa (Heath y Norman, 2004). No incluir a los grupos de interés en el pensamiento de uno es una invitación para problemas en el futuro: ignorarlos es una receta para el desastre. (Svensson y Wood, 2008)

Resultados Empresariales

La interacción de las expectativas de la sociedad y las formas en que una corporación interpreta y reacciona a estas presiones produce resultados. Estos resultados se manifiestan de varias maneras. Términos como triple resultado final, gobierno corporativo, responsabilidad social empresaria, cuadro de mando integral (Heath y Norman, 2004; Joyner y Payne, 2002; Lovell, 2002; Spiller, 2000) resaltan un cambio de paradigma.

Evaluaciones

Hay una serie de criterios que los miembros de la sociedad utilizan para juzgar el desempeño de las organizaciones. Las preguntas en el centro de estos temas incluyen: ¿Cuáles han sido los resultados económicos de sus acciones ?; ¿Ha sido legal su comportamiento ?; ¿Son mejores ciudadanos corporativos de lo que eran ?; ¿Han pagado los impuestos apropiados ?; ¿Ha sido la empresa amigable con el medio ambiente ?; ¿Han retenido empleados ?; ¿Se han retenido los servicios a los clientes ?; ¿Son sus productos aceptables para nosotros

desde una perspectiva de salud y seguridad? (Svensson y Wood,2008)

Resultados económicos

La sociedad examina los resultados económicos de las acciones de las organizaciones. Las ganancias deben ser el resultado natural de los esfuerzos comerciales de una corporación (Lea, 1999). Como dice Le Menestrel (2002, p. 158), "no existe una contradicción necesaria entre la ética y los beneficios". Las ganancias por su propia naturaleza le permiten a la organización reinvertir en el crecimiento futuro, permitirle expandir el negocio y también diversificar e incluso adquirir otras organizaciones.

Comportamiento legal

Las ganancias siempre deben hacerse legalmente, muchos ejecutivos parecen haber perdido esta característica destacada de hacer negocios: ser éticos o, en el peor de los casos, ser legales, que es una forma de señalar que constituye un comportamiento legal y que aquellos individuos y organizaciones que no cumplen con las nuevas leyes pueden enfrentar algún tiempo tras las rejas. (Svensson y Wood, 2008)

Mejores ciudadanos corporativos

Los consumidores deben asegurarse de que, las organizaciones no hacen daño. El lema del siglo XXI debe ser hacer el bien a sabiendas ya que los consumidores esperan que la empresa contribuya a la sociedad. (Svensson y Wood, 2008)

Las empresas deber ser mejores ciudadanos corporativos e invertir para hacer de la sociedad un lugar mejor. (Campbell et al., 2002; Rodgers y Gago, 2004; Rondinelli, 2003) y puede obtener mayores ganancias si son buenos ciudadanos de la comunidad (Rodgers y Gago, 2004). Es una relación ganar-ganar-ganar. Los ciudadanos esperan que las organizaciones contribuyan al bienestar de la sociedad, al igual que la ciudadanía implora y se espera que lo haga. (Svensson y Wood, 2008)

Pagar los impuestos apropiados

Los gobiernos establecen regímenes tributarios que, en esencia, están diseñados para garantizar que las empresas contribuyan equitativamente al mantenimiento de la sociedad de la que forman parte (Solomon, 2004), se espera que cada individuo y organización hagan

su justa contribución al mantenimiento de la sociedad. (Svensson y Wood, 2008)

Amigable con el medio ambiente

Las empresas son examinadas en cuanto a su desempeño en el uso y / o abuso del medio ambiente. Los Protocolos de Kyoto destacan a todos los países y sus empresas que deben conocer la importancia que tienen para sus sociedades la gestión ambiental responsable. Desafortunadamente, algunos países no han adoptado los principios como quizás deberían haberlo hecho (Rondinelli, 2003).

Evaluación de la sociedad

La sociedad pasa por un conjunto de controles y balances para garantizar que el beneficio declarado por la corporación se haya obtenido de manera que no comprometa la integridad de la corporación, los accionistas, los accionistas y la sociedad en general. (Svensson y Wood, 2008)

Reconexión

El modelo vuelve al principio a medida que los nuevos niveles de expectativa con respecto al

comportamiento se convierten en la base sobre la cual se puede juzgar el desempeño organizacional posterior. En esencia la sociedad continúa avanzando y desarrollando más expectativas sobre el comportamiento de los negocios. El proceso nunca se detiene y uno espera que nunca retroceda. (Svensson y Wood, 2008).

CONCLUSIONES

Las empresas y los consumidores, los empleadores y los empleados son responsables de sí mismos, y se benefician mutuamente. Ninguno está fundamentalmente en conflicto con otro, y ninguno debe ser sacrificado al otro. Dados estos principios amplios no conflictivos, las diferencias sobre los detalles se resuelven mediante negociación. Los gobiernos hacen cumplir los principios no conflictivos y protegen los contratos negociados.

Se habla de ética desde que el hombre está en la tierra y se manifiesta para los cristianos y católicos en Siglo 13 aC Moisés recibió los "Diez

Mandamientos", siendo este el primer acercamiento a la ética.

Después de la revisión bibliográfica realizada la definición que tiene en cuenta y que guiará este documento Guedes (2008) propone que la ética es la mejor forma de hacer más humano al ser humano, por el ser humano, para el ser humano y para alcanzar lo más elevado del ser humano.

En la búsqueda del origen de la ética empresarial se encontró que la ética empresarial como disciplina académica se originó para De George (2005) a mediados de la década de 1970 en respuesta a la ética.

También se encontró que el motivo de lucro puede llevar a un individuo a dañar a otro, es decir, el interés propio privilegia el interés general y a generar los conflictos: Empresa contra consumidor (publicidad fraudulenta, precios monopolísticos); Negocios versus empleados (contrataciones racistas / sexistas, reubicaciones de plantas); Negocios frente a otros negocios (fijación de precios, uso de información privilegiada).

Los problemas actuales de ética empresarial son: la confianza, la comunidad, la denuncia de irregularidades, la responsabilidad y el cinismo. Los gerentes de las empresas deben perseguir un concepto integrado y complejo de equilibrio que no solo sea estrictamente económico, sino que también puede implicar una relación más intrínseca entre la ética y los negocios manteniendo el papel central de la alta dirección como el que mantiene el equilibrio entre los grupos de interés.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, A. (2012). Personalist business ethics and humanistic management: Insights from Jacques Maritain. *Journal of Business Ethics*, 105(2), 197-219. DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0959x>
- Altman, M. C. (2007). The decomposition of the corporate body: What Kant cannot contribute to business ethics. *Journal of Business*

- Ethics, 74(3), 253-266. DOI
<https://doi.org/10.1007/s10551-006-9233-z>
- Alzola, M. (2008). Character and environment: The status of virtues in organizations. *Journal of Business Ethics*, 78(3), 343-357. DOI
<https://doi.org/10.1007/s10551-006-9335-7>
- Ambrose, M. L., Arnaud, A., & Schminke, M. (2008). Individual moral development and ethical climate: The influence of person-organization fit on job attitude. *Journal Business Ethics*, 77(3), 323-333, DOI
<https://doi.org/10.1007/s10551-007-9352-1>
- Argandoña, A. (2008). Integrating ethics into action theory and organizational theory. *Journal of Business Ethics*, 78(3), 435-446. DOI
<https://doi.org/10.1007/s10551-006-9340-x>
- Campbell, D.; Moore, G.; y Metzger, M. (2002) Corporate Philanthropy in the U.K. 1985–2000: Some Empirical Findings, *Journal of Business Ethics* 39, 29–41.
<https://doi.org/10.1023/A:1016371731732>
- Carson, T. L. (2003) Self-Interest and Business Ethics: Some Lessons of the Recent Corporate Scandals, *Journal of Business Ethics* 43, 389–394.
- Chen, K. Y., Elder, R. J., & Hsieh, Y. M. (2007). Corporate governance and earnings management: The implications of corporate governance best-practice principles for Taiwanese listed companies. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 3(2), 73-105.
[https://doi.org/10.1016/S1815-5669\(10\)70024-2](https://doi.org/10.1016/S1815-5669(10)70024-2)
- Christie, T., Groarke, L., & Sweet, W. (2008). Virtue ethics as an alternative to deontological and consequential reasoning in the harm reduction debate. *The International Journal on Drug Policy*, 19(1), 52–58.

- <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2007.11.020>
- Cohan, J. A. (2002) "I Didn't Know" and "I Was Only Doing My Job": Has Corporate Governance Careered Out of Control? A Case Study of Enron's Information Myopia, *Journal of Business Ethics* 40, 275–299. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1020506501398>
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta. ISBN 10: 8481640131 / ISBN 13: 9788481640137
- Cortina, A. (2003) "Las tres edades de la ética empresarial", en Cortina Orts, Adela, (Coord.), *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Ed. Trotta, Madrid, 2003, ISBN: 84-8164-621-0
- Cragg, W. (2001). Business Ethics and Stakeholder Theory. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 113-142. Published online: 23 January 2015, doi:10.2307/3857807
- Cragg, W. (2000). Human Rights and Business Ethics: Fashioning a New Social Contract, *Journal of Business Ethics* 27, 205–214.
- Crane, A., D. Matten and J. Moon. (2004) Stakeholders as Citizens? Rethinking Rights, Participation, and Democracy, *Journal of Business Ethics* 53, 107–122. DOI <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.000039403.96150.b6>
- Cressy, R., Cumming, D., & Mallin, C. (2010). Entrepreneurship, governance and ethics. *Entrepreneurship, Governance and Ethics*, 95(2), 117-120. DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0848-3>
- De George, R. (2005) "A History of the Society for Business Ethics on its 25th Anniversary," p. 54 John Rawls, *Political Liberalism* (New York: Columbia University Press, 1993), 55.
- Donaldson, T. (1982). *Corporations and morality*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. (Korean translation

- of Corporations and Morality, 1985)
- Fontrodona, J., & Sison, A. J. G. (2007). Hacia una teoría de la empresa basada en el bien común. *Empresa y Humanismo*, 10(2), 65-92.
- Freeman, R. E. y Gilbert, D. R., (1988) Corporate strategy and the search for ethics, Ed. Prentice Hall, New Jersey, 1988.
- Freeman, R. E.(1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach (Pitman Publishing Inc, Marshfield, MA).
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. L. (2004). Stakeholder theory and “the corporate objective revisited”. *Organization Science*, 15(3), 364-369. <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0066>
- Freire, P. (1972). *Pedagogy of the Oppressed* (Penguin Books, USA).
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71, DOI <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.000039399.90587.34>
- Giovanola, B. (2009). Re-thinking the anthropological and ethical foundation of economics and business: Human richness and capabilities enhancement. *Journal of Business Ethics*, 88(3), 431-444. DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0126-9>
- Goodpaster, K. E., (1991) "Business ethics and stakeholder analysis", *Business Ethics Quarterly*, nº 1, 1991, p. 787 63, DOI 10.2307/385759
- Guillen, M. (2010) La ética empresarial: una aproximación al fenómeno, en *cuadernos empresa y humanismo*. 58:1-39, <http://hdl.handle.net/10171/3943>
- Guédez, V. (2008). *La ética y su implicación social*, Editorial Planeta
- Greenwood, M.; y Freeman, E.(2018) *Deepening Ethical Analysis in*

- Business Ethics, *Journal of Business Ethics* (2018) 147:1–4
<https://doi.org/10.1007/s10551-017-3766-1>
- Handelman, J. M. y Arnold, S.J. (1999) The Role of Marketing Actions with a Social Dimension: Appeals to the Institutional Environment, *Journal of Marketing* 63(July), 33–48.
<https://doi.org/10.1177/002224299906300303>
- Handelman, J. (2000). How Marketers can 'Do Well While Doing Good': The Institutional Theory Framework. In: Spotts H., Meadow H. (eds) *Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham Montreal.
 DOI https://doi.org/10.1007/978-3-319-11885-7_85
- Hartman, E. M. (2008). Reconciliation in business ethics: Some advice from Aristotle. *Business Ethics Quarterly*, 18(2), 253-265. DOI: <https://doi.org/10.5840/beq200818218>
- Heath, J. y Norman, W. (2004) Stakeholder Theory, Corporate Governance and Public Management: What can the History of State-Run Enterprises teach us in the Post-Enron era? *Journal of Business Ethics* 53, 247–265. DOI <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.00039418.75103.ed>
- Hemphill, T. A. (2004) Antitrust, Dynamic Competition and Business Ethics, *Journal of Business Ethics* 50, 127–135. DOI <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.00022148.24025.c2>
- Hoffman KD, Czinkota MR, Dickson PR, Dunne P, Griffin A, Hutt MD, Krishnan BC, Lusch RF, Ronkainen IA, Rosenbloom B, Sheth JN, Shimp TA, Siguaw JA, Simpson PM, Speh TW & Urbany JE (2005). *Marketing Principles and Best Practices* (3rd ed). Australia: Thomson/South-Western
- Irianto, G., Novianti, N., Rosalina, K., Firmanto, Y. (2009). Integrity, unethical behavior, and tendency of fraud, *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6(2), 144-163.

- Jiménez, C. (2019). La necesidad de volver a la ética, Arcadia, Universidad de los Andes, Bogotá.D.C. Journal of Business Ethics 37, 145–163. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1015016524880>
- Joyner, B. E. y Payne,d. (2002). Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility, Journal of Business Ethics 41, 297–311. DOI. <https://doi.org/10.1023/A:1021237420663>
- Le Menestrel, M.(2002)Economic Rationality and Ethical Behaviour: Ethical Business Between Venality and Sacrifice, Business Ethics: A European Review 11(2), 157–166. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00272>
- López de la Vieja de la Torre, M. T., (2010) La pendiente resbaladiza la práctica de la argumentación moral, Ed. Plaza y Valdés, S.L., Madrid, 2010.
- Lovell, A.(2002) Ethics as a Dependent Variable in Individual and Organizational Decision Making, Journal of Business Ethics 37, 145–163. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1015016524880>
- Marangos,J., Astroulakis,J. y Triarchi,E.(2019) The Advancement of Development Ethics, The Advancement of Development Ethics, Panoeconomicus, Advance online publication, 1-22. doi:10.2298/PAN180518003M
- Mathenge, G.D. (2014). An Empirical study to Measuring Corruption and Integrity in Kenyan Police Agency: An Ethical Perspective. Public Policy and Administration Research, 4(2), 67-79. ISSN 2224-5731(Paper) ISSN 2225-0972(Online)
- McMurtry, J. (2002)Why the Protestors Are Against Corporate Globalization, Journal of Business Ethics 40, 201–205. Metcalfe, C. E. 1998, The Stakeholder Corporation, Business Ethics: A European Review 7(1), 30–36. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1015016524880>

- <https://doi.org/10.1023/A:1020529217567>
- Melé, D. (2003). The challenge of humanistic management. *Journal of Business Ethics*, 44(1), 77-88. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1023298710412>
- Melé, D. (2009). Integrating personalism into virtue-based business ethics: The personalist and the common good principles. *Journal of Business Ethics*, 88(1), 227-244. DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0108-y>
- Melé, D. (2012). The firm as a 'community of persons': A pillar of humanistic business ethos. *Journal of Business Ethics*, 106(1), 89-101, DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1051-2>
- Mihaela, D. y Bejenaru, R. (2018) Ethical leadership perspectives in organizations. *The USV Annals of economic and public administration*, Volume 18m ISSUE 2(28) , rom Stefan cel Mare University of Suceava, Romania, Faculty of Economics and Public Administration, consultado el 10 de junio de 2019 en: [http://citec.repec.org/rss/scmusvaepv_18_y_2018_i_2\(28\)_p_79-88.xml](http://citec.repec.org/rss/scmusvaepv_18_y_2018_i_2(28)_p_79-88.xml)
- Mill, J.S.(2002) Utilitarianism. (Sher, Second Edition) and the 1868 Speech on Capital Punishment, Edited by George Sher Hackett Publishing; ISBN 978-0-87220-606-9.
- Miller, R. A. (2002) The Frankenstein Syndrome: The Creation of Mega-Media Conglomerates and Ethical Modeling in Journalism, *Journal of Business Ethics* 36, 105–110. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00269>
- Moore, G.: (1999), Tinged Shareholder Theory: Or What's so Special About Stakeholders? *Business Ethics: A European Review* 8(2), 117–127.
- Swingen and H. Rogers, (2002) The Role of the OECD and EU

- Conventions in Combating Bribery of Foreign Public Officials, *Journal of Business Ethics* 37, 385–405. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1015235806969>
- Paul, R., & Elder, L. (2006). *The miniature guide to understanding the foundations of ethical reasoning*. United States: Foundation for Critical Thinking.
- Pérez López, J. A. (1991). *Teoría de la acción humana en las organizaciones: La acción personal*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Prottas, D. J. (2008). Perceived behavioral integrity: Relationships with employee attitudes, well-being, and absenteeism. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 313-322. DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9496-z>
- Robin, D. P. and R. E. Reidenbach, (1987). Social Responsibility, Ethics, and Marketing Strategy: Closing the Gap Between Concept and Application, *Journal of Marketing* 51, 44–58. <https://doi.org/10.1177/002224298705100104>
- Rockness, H., & Rockness, J. (2005). Legislated ethics: From Enron to Sarbanes-Oxley, the impact on corporate America. *Journal of Business Ethics*, 57(1), 31-54. DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-004-3819-0>
- Rodgers, W. y Gago, S. (2004) Stakeholder Influence on Corporate Strategies Over Time, *Journal of Business Ethics* 52, 349–363. DOI <https://doi.org/10.1007/s10551-004-1534-5>
- Rodríguez, A., & Aguilera, J. C. (2005). Persona ética y organización: Hacia un nuevo paradigma organizacional. *Cuadernos de Difusión*, 10(18-19), 61-77.
- Rondinelli, D. A. (2003) Transnational Corporations: International Citizens or New Sovereigns? *Business Strategy Review* 14(4), 13–21.

- <https://doi.org/10.1111/j.2003.00281.x>
- Rosthorn, J.(2000)Business Ethics Auditing – More Than a Stakeholders Toy ,Journal of Business Ethics 27, 9–19, <https://www.jstor.org/stable/25074359>
- Rusconi, G. (2019) Ethical Firm System and Stakeholder Management Theories: A Possible Convergence, European Management Review, Vol. 16, 147–166, (2019) DOI: 10.1111/emre.12162
- Rushton, K.:(2002), Business Ethics: A Sustainable Approach, Business Ethics: A European Review 11(2), 137–139. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00269>
- Sandu, A. (2015). Etică și practică socială, Editura Lumen, Iași
- Serpa, R. (1985)Creating a Candid Corporate Culture, Journal of Business Ethics 4, 425–430. <https://doi.org/10.1007/BF00381721>
- Sims, R. R. y Brinkmann,J. (2003) Enron Ethics (Or: Culture Matters More than Codes), Journal of Business Ethics 45, 243–256. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1024194519384>
- Sison, A. J. G., & Fontrodona, J. (2012). The common good of the firm in the Aristotelian-Thomistic tradition. Business Ethics Quarterly, 22(2), 211-246. DOI: <https://doi.org/10.5840/beq20122218>
- Smith, J., & Dubbink, W. (2011). Understanding the role of moral principles in business ethics: A kantian perspective. Business Ethics Quarterly, 21(2), 205-231. DOI: <https://doi.org/10.5840/beq201121214>
- Solomon, R. C. (2004). Aristotle, ethics and business organizations. Organization Studies, 25(6), 1021-1043. <https://doi.org/10.1177/0170840604042409>
- Sparkes, R. (2001)Ethical Investment: Whose Ethics, Which

- Investment? *Business Ethics A European Review* 10(3), 194–205. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00233>
- Spiller, R.: (2000), Ethical Business and Investment: A Model for Business and Society, *Journal of Business Ethics* 27, 149–160. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1006445915026>
- Svensson, G.; y Wood, G. (2008) A Model of Business Ethics, *Journal of Business Ethics* (2008) 77:303–322, Springer 2007 DOI [10.1007/s10551-007-9351](https://doi.org/10.1007/s10551-007-9351)
- Thomas, T.; Schermerhorn, J.R.; y Dienhart, J.W. (2004) Strategic Leadership of Ethical Behaviour in Business, *Academy of Management Executive* 18(2), 56–66. <https://doi.org/10.5465/ame.2004.13837425>
- Whetstone, J. T. (2001). How virtue fits within business ethics. *Journal of Business Ethics*, 33(2), 101-114. DOI <https://doi.org/10.1023/A:1017554318867>
- Whetstone, J. T. (2002). Personalism and moral leadership: The servant leader with a transforming vision. *Business Ethics: A European Review*, 11(4), 385-392. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00298>
- Wiley, C. (1995). 'The ABCs Of Business Ethics: Definitions, Philosophies and Implementation', *IM* January/February 23–27.
- Zahra, S. A. (2007). Understanding the causes understanding the causes management fraud. *Human Resource Management International Digest*, 15(7), 122-139. [doi:10.1016/j.orgdyn.2007.03.002](https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2007.03.002)