

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA ÉTICA EMPRESARIAL	11
1. UN INTERÉS CRECIENTE	11
2. ¿QUÉ ES LA ÉTICA EMPRESARIAL?	16
3. ¿ES RENTABLE LA ÉTICA?	17
4. BREVE HISTORIA DE LA ÉTICA EMPRESARIAL	21
CASO ENRON	23
1. De pequeña industria local, a gigante energético global	23
2. La caída de un grande	26

CAPÍTULO 2

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA	33
1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN	33
2. DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DE UN PROCESO	37
3. NUEVAS PERSPECTIVAS	38
4. ALCANCES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA	40
CASO MERCK & CO., INC	49
1. Historia y perfil de la empresa	49
2. Una enfermedad del Tercer Mundo	50

CAPÍTULO 3

CUESTIONES ÉTICAS RELACIONADAS CON LOS ACCIONISTAS	57
1. FUNCIÓN SOCIAL DE LA PROPIEDAD	57
2. LA FINALIDAD DE LA EMPRESA Y LA JUSTA FUNCIÓN DE LOS BENEFICIOS	62

3.	RESPONSABILIDADES ÉTICAS PARA CON LOS ACCIONISTAS Y PROPIETARIOS	64
4.	EL DEBER MORAL DE INVERTIR	67
	CASO PKA LTD.	71
	CASO GAP	73

CAPÍTULO 4

CUESTIONES ÉTICAS EN TORNO A LOS EMPLEADOS 77

1.	LA SELECCIÓN DE LAS PERSONAS	78
2.	EL PROCESO DE INDUCCIÓN Y LA CAPACITACIÓN	82
3.	EL DESARROLLO PROFESIONAL	85
4.	LA REMUNERACIÓN Y LA EVALUACIÓN DE LAS TAREAS	88
5.	LA DESVINCULACIÓN DE LA COMPAÑÍA	92
	CASO PEPSI – COCA COLA	94

CAPÍTULO 5

CUESTIONES ÉTICAS RELACIONADAS CON EL MERCADO 101

1.	LAS CONNOTACIONES ÉTICAS DEL FUNCIONAMIENTO DE UN MERCADO	101
2.	LA MARCA COMO PROPIEDAD INTELECTUAL	105
3.	LA COMPETENCIA	107
	3.1 Competencia Perfecta	107
	3.2 Formas de competencia desleal	108
	a) El monopolio	108
	b) El acaparamiento	109
	c) Dumping	110
	d) Mercado negro	110
4.	RESPONSABILIDADES PARA CON LOS COMPETIDORES	110
5.	RESPONSABILIDADES PARA CON LOS CLIENTES	114
6.	RESPONSABILIDADES PARA CON LOS PROVEEDORES	118
	CASO TYLENOL DE JOHNSON & JOHNSON	121
	1. Historia de la compañía	121
	2. Un producto "estrella"	123

CAPÍTULO 6

CUESTIONES ÉTICAS RELACIONADAS CON LA PUBLICIDAD 129

1.	DILEMAS ÉTICOS DE LA PUBLICIDAD	129
2.	EFFECTOS NEGATIVOS DE LA PUBLICIDAD	134
3.	ÁMBITOS DE RESPONSABILIDADES EN LA ACCIÓN PUBLICITARIA	138
	CASO ISENBECK VS. QUILMES	142
	1. La publicidad de dos marcas rivales	142

CAPÍTULO 7

CUESTIONES ÉTICAS EN TORNO A CONTABILIDAD Y FINANZAS 149

1.	MANEJO DE LA INFORMACIÓN CONTABLE	149
2.	ALCANCES DEL GOBIERNO CORPORATIVO	154
3.	ÉTICA FISCAL	156
	CASO PARMALAT	163
	1. Historia y perfil de la empresa	163
	2. Fraudes contables a gran escala	165

CAPÍTULO 8

ACTUACIÓN EN ENTORNOS CORRUPTOS	173
1. EL FENÓMENO DE LA CORRUPCIÓN	173
2. SOBORNOS Y EXTORSIONES: SU MORALIDAD	177
3. LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	187
CASO LOCKHEED MARTIN	192
1. Los pioneros de la aviación	192
2. Antecedentes y repercusiones del caso	193

CAPÍTULO 9

LA GESTIÓN DE LA ÉTICA EN LA EMPRESA	203
1. LOS CÓDIGOS DE ÉTICA	204
2. LA FIGURA DEL OFICIAL DE ÉTICA	206
3. LOS COMITÉS DE ÉTICA	207
4. LAS AUDITORIAS DE CUESTIONES ÉTICAS	208
5. LAS SANCIONES PARA LAS VIOLACIONES DEL CÓDIGO DE ÉTICA	209
6. LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN	210
7. EL ESTABLECIMIENTO DE PREMIOS E INCENTIVOS	211
8. HACIA UN COMPROMISO CON LA ÉTICA	213
CASO GRUPO MASISA ARGENTINA S. A.	214
1. Antecedentes de la compañía	214
2. Comunicaciones sobre el Progreso (Año 2006)	215

EPÍLOGO**223**