

**LECTIO**  
**UNA ÉTICA NECESARIA PARA**  
**CONSTRUIR VERDADERAS EMPRESAS Y SOCIEDADES JUSTAS**

Adela Cortina Orts  
Catedrática de Ética y Filosofía Política  
Universidad de Valencia

**1. Cartagena, ciudad acogedora**

Excmo. Sr. Rector de la Universidad Politécnica de Cartagena, ilustrísimas autoridades, miembros del Claustro Universitario, queridos colegas, señoras y señores, amigos todos, cuando llegué por vez primera a Cartagena desde Valencia, hace ya algunas décadas, me parecía que se llevaban la ciudad. Raya continúa en gran parte del trayecto, un inimaginable surtido de camiones en carretera de todos los tamaños y colores, prohibición casi permanente de adelantamiento, el Puerto de la Cadena, capaz de doblegar la paciencia más arraigada, el Helipuerto de Sta. Ana, Los Dolores y, por fin, esa “Cartagena, ciudad acogedora”, como decía el cartel que figuraba a la entrada de la ciudad. Y era verdad. Era cordialmente acogedora. Lo era y lo es.

Pero eso lo supe más tarde. A primera vista, parecía aquella una sociedad al borde de la guerra civil. Los “grafitis” –entonces “pintadas”- rezumaban el descontento del mundo efervescente de la Bazán, mientras que una buena parte de los edificios revelaba la omnipresencia militar, mar, tierra, aire.

A Cartagena me trajo mi primer destino como profesora numeraria, como Catedrática de Filosofía del Instituto femenino Jiménez de la Espada, el segundo que hubo en la ciudad tras el Isaac Peral<sup>1</sup>. Tenía nuestro centro un bien ganado prestigio por la calidad de sus profesores y de sus alumnas, que es a fin de cuentas lo que vale en un centro, y me gustaría ahora recordar muchos nombres de aquellos colegas y alumnas con los que compartí un curso feliz, pero, por razones de tiempo, voy a sintetizarlos en uno solo, el del entonces Catedrático de Física y Química, José Antonio Cascales, con quien compartí, no solo el claustro de profesores, sino también la comida a mediodía en la cafetería del Instituto. Hoy es Catedrático de esta Universidad Politécnica de Cartagena y Vicerrector de Planificación y Coordinación.

La Bazán, el Ejército, el Instituto y el cuarto pilar de aquella sociedad vibrante no podía ser sino la Iglesia. Las Cofradías de Semana Santa, claro está, esto era bien conocido, pero para mí la Iglesia de Cartagena fue sobre todo aquella Parroquia de Sta. Florentina, siempre en ebullición, en compromiso social y político desde la fe<sup>2</sup>. También en este caso quisiera nombrar a un buen número de gentes que trabajaban activamente, pero el tiempo es un recurso escaso y voy a tener que limitarme a uno solo: recordar en este contexto a José Nicolás es sencillamente de justicia.

De todos aquellos mundos quedan una tal cantidad de excelentes amigos y colegas –cómo dejar en el tintero, sin nombrarlos, a Emilio Martínez y Carmen Pagán-, que cuando Ignacio Segado me comunicó la intención de su Departamento de proponerme para ser investida Doctora Honoris Causa de esta Universidad la alegría fue doble. Por una parte, siempre alegra formar parte del Claustro de Doctores de una universidad con tanto prestigio como es el caso de esta Universidad Politécnica. Pero, por si faltara poco, en esta ocasión ese claustro lo es de la Universidad Politécnica de Cartagena, de esa ciudad acogedora, a la que vine hace tantos años y que desde entonces llevo en el corazón.

Por todo ello quiero agradecer cordialmente al Rector magnífico de esta Universidad Politécnica de Cartagena, D. Félix Faura, al Departamento de Economía en la figura de su directora, D<sup>a</sup> Rosa Badillo, a la Facultad de Ciencias de la Empresa, en la figura de su Decano D. Antonio Durendez, y al Claustro de Profesores en su conjunto que hayan querido incorporarme a él como nueva doctora. Es para mí un honor recibir tan cordial invitación y pasar a formar parte de tan prestigioso claustro.

Y muy especialmente deseo agradecer a D. Ignacio Segado, Profesor de Fundamentos del Análisis Económico y Director de la Cátedra de Cultura y Ética Directiva y Empresarial (CEDE), tanto sus desvelos desde un comienzo como la cordial *laudatio* que acaba de pronunciar. En ella ha mencionado que la razón para esta investidura es sobre todo el trabajo que he venido desarrollando desde hace un par de décadas sobre ética de la economía y la empresa, en nombre propio, pero también en el de un grupo de investigación que congrega a profesores de las universidades de Castellón y Valencia, y en el de la Fundación ÉTNOR, “para la ética de los negocios y las organizaciones”, formada por académicos y empresarios, con cuyo presidente, Emilio Tortosa, tenemos la suerte de contar desde sus orígenes.

Es de la ética de la empresa de la que hablaré brevemente en esta *lectio*, de su necesidad para construir *verdaderas empresas y sociedades justas*. Dos caras de una misma moneda, que se refuerzan mutuamente. Éste es el mensaje que quisiera transmitir: que no hay verdadera empresa si no tiene por meta beneficiar a la sociedad de la que vive y para la que debe vivir, y que tampoco hay sociedades justas si las empresas no colaboran activamente en la tarea de construirlas, junto con los Estados y los ciudadanos<sup>3</sup>.

## **2. Verdaderas empresas, empresas éticas**

Al abordar este tema conviene recordar que la ética económica y empresarial nació al menos en el siglo XVIII en los trabajos de Adam Smith, profesor de Filosofía Moral y creador de un liberalismo económico enmarcado en una economía civil. Entendía Smith que el autointerés y la simpatía son los dos grandes móviles de la

conducta humana, incluida la económica. Pero también apreció como valiosas para ese mundo económico virtudes como la generosidad y el espíritu cívico. El autointerés es sin duda un motor insustituible del intercambio porque, como dice el célebre texto, “no es de la benevolencia del carnicero, el cervecero o el panadero de la que esperamos el alimento, sino de la consideración de su propio interés. No invocamos sus sentimientos humanitarios, sino su amor propio...”<sup>4</sup>. Pero no es menos cierto –considera también Smith- que la simpatía, la capacidad de sufrir con otros poniéndose en su lugar, y el espíritu cívico exigen construir instituciones justas para enmarcar los movimientos de la actividad económica<sup>5</sup>. La auténtica economía es economía ética.

Entre luces y sombras, la ética de la empresa continuó su andadura hasta llegar al siglo XX, y es entonces, hacia los años setenta de ese siglo, cuando nace una ética económica y empresarial de nuevo cuño en el contexto de lo que se ha llamado “la revolución de las éticas aplicadas”<sup>6</sup>.

Es ésta una revolución que nace de la base social, de la convicción de que es urgente elevar el nivel moral de las distintas actividades humanas si queremos tener buenas sociedades, y de que para lograrlo no necesitamos tanto ideologías como buenas prácticas, inspiradas por un bien construido marco ético. Expertos, profesionales de los distintos ámbitos del saber y ciudadanos se ven obligados a trabajar codo a codo para construir esas éticas aplicadas, que muestran con su nacimiento y desarrollo que la interdisciplinariedad es necesaria, que es necesario el trabajo conjunto de Ciencias y Humanidades, como es también necesario que el trabajo intelectual esté bien enraizado en la sociedad. Así fueron naciendo en un primer momento las tres éticas aplicadas pioneras: la bioética, la ética del desarrollo humano<sup>7</sup> y esa ética económica y empresarial de la que hoy quisiera hablar muy brevemente.

El aldabonazo que llamó a las puertas de esta nueva ética lo dieron algunos escándalos como el del caso Watergate, que se han repetido desde entonces hasta la saciedad. Enron o Lehman Brothers son jalones bien conocidos de esa pequeña punta de un iceberg causante de tanta miseria. Casos como estos llevan a los ciudadanos a desconfiar con razón de sus organizaciones e instituciones empresariales, económicas y políticas, y sucede que sin confianza no funcionan bien las sociedades, pero tampoco funcionan bien las empresas, menos aún las entidades bancarias, cuya esencia es –o debería ser- la confianza. Restaurar esa confianza perdida sería una de las tareas de la nueva ética económica y empresarial, en cuyo nacimiento incidieron también otras razones.

Se hizo célebre en aquella década de los setenta el eslogan de que la ética es rentable para la empresa, y lo bien cierto es que no era un simple eslogan, sino la pura verdad. En el seno de la empresa la ética aumenta la eficiencia productiva al potenciar el espíritu de equipo y la colaboración en el trabajo, confirma el liderazgo auténtico,

cohesiona a sus miembros desde valores compartidos, promueve el compromiso con la eficiencia, permite reducir costes de coordinación externos e internos, hace menos necesarias las supervisiones, aumenta el rendimiento, fortalece la identidad de la empresa, reduce la complejidad, es un factor de innovación y genera reputación.

En este contexto la idea de responsabilidad social empresarial, ligada al trabajo de R.E. Freeman de 1984 *Management estratégico: El enfoque de los stakeholders*<sup>8</sup>, no hizo sino reforzar la necesidad de la ética para la empresa. Según Freeman, los buenos resultados económicos de la empresa no sólo dependen de sus relaciones con los accionistas, sino también con los clientes, proveedores, empleados, reguladores, agentes creadores de opinión (analistas, expertos, medios de comunicación), y con la comunidad en que se instala. Podríamos decir que Freeman mantendría el título del célebre artículo de Milton Friedman “La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios”<sup>9</sup>, pero cambiaría la estrategia para lograr aumentar los beneficios, porque el juego de la empresa debe ser de suma positiva, no de suma cero: cuantos más *stakeholders* se vean beneficiados por la empresa, mejor le irá a la empresa.

Algunos autores consideran que esta conducta es propia de un “egoísmo ilustrado”, lo cual es, a mi juicio, un craso error. Se trata, por el contrario, de ejercitar la bien acreditada virtud de la prudencia, porque el prudente es el que discurre bien sobre lo que le conviene para vivir bien<sup>10</sup>, y, *mutatis mutandis*, podríamos decir con Kant que hasta un pueblo de demonios, sin sensibilidad moral, preferiría la cooperación al conflicto, con tal de que tengan inteligencia<sup>11</sup>. Siempre entendí que la expresión “*Klugheit*” a la que Kant recurre para referirse al imperativo de la felicidad, debería traducirse por “prudencia”, y no por “astucia”.

Por otra parte, en nuestro grupo de investigación consideramos que el término “*stakeholders*”, que suele traducirse como “grupos de interés”, o bien como “aquellos que han apostado por la empresa”, debería entenderse, en la línea de la ética del discurso renovada en la que venimos trabajando, como “afectados por la actividad de la empresa que tienen con respecto a ella expectativas legítimas”, como bien dice Domingo García-Marzá<sup>12</sup>. Aunque en el lenguaje corriente hablemos de “grupos de interés” o de “afectados”, por abreviar, lo bien cierto es que –a nuestro juicio– las empresas deberían atender a las expectativas de quienes resultan afectados por su actividad, siempre que sean legítimas. Eso es lo justo y lo prudente.

El juego de la empresa debe ser de suma positiva, no de suma cero: cuantos más afectados se vean beneficiados por ella, mejor le irá a la empresa. Contar con los afectados impulsa la calidad de la gestión, porque proporciona mejor información, mejor coordinación, una más precisa evaluación de los riesgos, pero también consigue que los afectados aporten valor a la empresa. Los *stakeholders* ganan al ser tenidos en cuenta, y precisamente por eso también aportan más valor<sup>13</sup>.

Pero también importa recordar en este contexto que toda actividad humana, también la económica y empresarial, tiene una meta por la que cobra sentido y legitimidad social. Que no sólo los políticos necesitan recibir el espaldarazo de una sociedad que da por buena la meta que deben pretender alcanzar y el modo de hacerlo, es decir, el bien común, sino que también necesitan ese aval social los empresarios, los economistas, los médicos, las enfermeras, los periodistas, los educadores y todos aquellos que ejercen una profesión u oficio. Cualquier actividad humana social debe ser socialmente legitimada por la meta que persigue y por el modo de perseguirla. Tratar de desentrañar esa meta y las prácticas adecuadas para alcanzarla es la primera tarea de la ética de una profesión u oficio.

Tarea que debería introducirse como una asignatura en los planes de estudio para que los futuros profesionales puedan reflexionar sobre cuáles son las metas de su profesión, sobre cuál es la forma de alcanzarlas más justa y prudente, sobre qué problemas éticos pueden encontrarse en el ejercicio cotidiano. En suma, qué les convierte en profesionales y no en simples técnicos, menos aún en manipuladores. A fin de cuentas, una sociedad demuestra que cree imprescindible un tipo de conocimiento para el ejercicio de una profesión cuando lo incluye en los planes de estudios.

En lo que respecta a la actividad empresarial, su meta debe consistir en proporcionar el beneficio de sus productos y servicios a cuantos se ven afectados por ella, ayudando de este modo a construir buenas sociedades, a través de la obtención del beneficio empresarial que se compone de bienes tangibles e intangibles. Es evidente que las empresas deben obtener beneficios no sólo para sobrevivir, sino también para seguir siendo competitivas en un entorno de incertidumbre, pero la forma legítima de hacerlo y a la vez la más inteligente, porque aumenta la probabilidad de supervivencia de la empresa en el medio y largo plazo, consiste en buscar el beneficio de todos los afectados por su actividad.

De ahí que, como apunta Jesús Conill, en lo que hace a modelos de empresa, el modelo más adecuado no sea el economicista, empeñado en maximizar el beneficio para los accionistas a toda costa, ni siquiera sólo el institucional que, sin embargo, ya expresa las exigencias de un modelo contractual, para el que –al parecer- están preparados nuestros cerebros por el mecanismo evolutivo<sup>14</sup>. El modelo más adecuado sería el que tiene en cuenta el beneficio de todos los afectados por su actividad<sup>15</sup>. Por una parte, porque es más prudente buscar aliados que adversarios. Por otra, porque lo justo es hacerlo así.

### **3. El empresario, ¿un ideal moral?**

Sin embargo, a pesar de que desde los años setenta del siglo pasado el mundo empresarial se ha visto inundado de expresiones éticas –dirección por valores, códigos

éticos, auditorías éticas, responsabilidad social empresarial, códigos de buen gobierno, banca ética, banca solidaria, comercio justo, consumo responsable, observatorios de responsabilidad y de ética, certificaciones éticas-, la crisis que venimos padeciendo es bien expresiva de que las *declaraciones* no se han plasmado en las *realizaciones*, sino que queda mucho camino por andar. Y esa disonancia entre declaraciones y realizaciones hace, por otra parte, que las gentes no perciban a las empresas, menos aún a las entidades bancarias, como aliadas en la construcción de una mejor sociedad.

El empresario rara vez aparece en los relatos de nuestras sociedades como un amigo con el que se puede contar para cambiar el mundo, como el necesario compañero de viaje para llegar a Ítaca. Rara vez aparece como un personaje moral en el teatro de nuestras sociedades.

Contaba un autor norteamericano, MacIntyre, en su libro *Tras la virtud*, que es posible detectar la moral distintiva de una época, en un determinado lugar, a través de lo que él llamaba “sus personajes”<sup>16</sup>. Al parecer, en el teatro Noh japonés y en las representaciones del teatro moral inglés aparecen un conjunto de personajes que son reconocidos inmediatamente por los espectadores, porque son los representantes morales de su cultura. Juegan un papel central en las obras, de modo que los demás actores definen sus papeles en relación con ellos. Es como si las ideas morales de una época se encarnaran en ellos, y las gentes los valoran porque les proporcionan un ideal cultural y moral. Lo específico de una cultura sería entonces lo específico de sus personajes.

Como ejemplo de estas afirmaciones menciona MacIntyre los que, a su juicio, son personajes distintivos de dos épocas en dos países distintos. Según él, la cultura de la Inglaterra victoriana estaba definida parcialmente por tres personajes: el Director de Colegio Público, el Explorador y el Ingeniero. Mientras que la cultura de la Alemania guillermina lo estaba por el Oficial prusiano, el Profesor de Universidad y el Socialdemócrata.

Al leer este texto hace algún tiempo me preguntaba cuáles serían los personajes de una época crucial en la historia de España, como podía ser el Siglo de Oro. Y llegué a la conclusión, por supuesto discutible, de que podrían ser igualmente tres: el Soldado (sea el tercio de Flandes, el Conquistador o incluso el caballero andante), el Santo y, cómo no, el Pícaro. El Soldado busca gloria y fortuna; el Santo, la salvación del alma propia y ajena; el Pícaro es el antihéroe, que sólo pretende sobrevivir a costa de la estupidez ajena y suele salir trasquilado. Pero, curiosamente, ninguno de ellos tiene relación alguna con la producción de riqueza material o con el comercio de mercancías, ni siquiera pensando que con ello se lograría un beneficio para la comunidad.

Es verdad que unos principios éticos del comercio estaban presentes en la sociedad española, y de ello son buena muestra textos como el que figura, en latín, en la Lonja de los Mercaderes de la ciudad de Valencia, a lo largo de los cuatro muros de la Sala de

Contratación. En el texto, de finales del siglo XV, habla la Lonja a los ciudadanos y les dice así en su versión castellana: “Soy una casa magnífica, edificada en quince años. Gustad y ved, conciudadanos, qué bueno es el comercio que no urde estafa con su lengua; que jura al prójimo y no le defrauda; que no entrega el dinero a usura. Mercaderes, quien así actúa abundará en riqueza y, al final, disfrutará de la vida eterna”.

Al leer estas palabras es fácil pensar que ojalá principios éticos tan básicos se hubieran venido cumpliendo desde el siglo XV hasta nuestros días, en el comercio y en la producción de riqueza, en los bancos, pero también en el conjunto de la vida política y social. Que ojalá la estafa, el fraude y la usura hubieran quedado desterrados de la vida cotidiana.

Con todo, el comerciante no es un personaje moral, no es la encarnación de un ideal moral, como no lo es el productor, el creador de riqueza material. No es extraño que Ramiro de Maeztu, después de un viaje a Estados Unidos en 1925, del que había regresado entusiasmado por su prosperidad económica, afirmara en *El sentido reverencial del dinero*: “Mi ideal consistiría en multiplicar los líderes de industria, los granjeros modelo, los grandes banqueros, los hombres de negocios (...) en los países de habla hispana. Es mucho más difícil montar un negocio creando riqueza que distribuir nuestra fortuna entre los pobres e ingresar en un convento”<sup>17</sup>. Tal vez ésta es una de las razones por las que España, aun teniendo una excelente posición geoestratégica para el comercio, no prosperara económicamente como sí lo hicieron otras naciones. Sus formas de vida más apreciadas no se relacionaban con la creación ni con el intercambio de riquezas.

Y es cierto que, rebuscando en el mundo literario, apenas se encuentran novelas y obras de teatro cuyos personajes sean empresarios o banqueros, convertidos en héroes a los que merece la pena imitar. En lo que recuerdo, *El señor Esteve* de Santiago Rusiñol (1907) o las cinco partes de *La ceniza fue árbol* de Ignacio Agustí (1943-1972) son excepciones que, en buena ley, tampoco intentan presentar a sus protagonistas como ideales morales.

Ciertamente, los últimos tiempos no han mejorado mucho las cosas. El pensamiento progresista no incluye a los empresarios y banqueros entre sus personajes, entre sus héroes. No lo han hecho en nuestro país ni el marxismo, ni el anarquismo ni el cristianismo progresista. Pero tampoco los conservadores se han esforzado por escribir relatos que presenten la parte positiva del mundo empresarial. Y la crisis que venimos padeciendo desde 2007 está siendo el último capítulo de una historia en la que esos relatos heroicos quedan descartados. Los personajes de la España actual podrían ser el Deportista, del estilo de Nadal, que resulta atractivo por su buen hacer y no sólo porque gane dinero, el Cantante que una buena cantidad de jóvenes quisieran ser, el inevitable Pícaro, pero ahora de cuello blanco y, como alguien me dijo con mucho acierto, el Funcionario. No tanto porque sea un ideal moral que merece la pena imitar, como porque tiene un puesto de trabajo tan seguro que, como se ha dicho, los funcionarios no podemos morirnos porque no

podemos pasar a mejor vida. Aunque la guadaña de los recortes también está alcanzando al cuerpo funcionarial.

Con todo, lo bien cierto es que el empresario o el banquero no formarían parte de esos ideales morales, de esos personajes que encarnan el núcleo ético de una época. Pero eso no es bueno, ni para las empresas que necesitan generar buena reputación, ni para las sociedades, que necesitan contar con buenas empresas, con empresas éticas, para ser sociedades justas, tanto en el nivel local como en el global.

#### **4. La leyenda del empresario excelente**

Éstas son tal vez algunas de las razones por las que a partir de los años noventa del siglo XX se produjo en Estados Unidos lo que se ha llamado el “giro narrativo” tanto en el mundo del *management* como en el de la comunicación política<sup>18</sup>. Ya en los años ochenta el economista N. McCloskey había afirmado que la economía es una disciplina esencialmente narrativa, es un arte de contar historias, y a partir de los noventa se extiende el “*storytelling*”, el arte del contar cuentos, como una forma de comunicación tanto interna como externa. Junto a los códigos éticos y a los informes anuales, contar la historia de la empresa es una forma de comunicar cuál es su identidad y cuáles son sus objetivos: quiénes somos, adónde vamos y adónde queremos ir. Es una forma de invitar a los ciudadanos a sumarse a la empresa.

Ciertamente, ante estas propuestas la pregunta se impone: ¿se trata de descubrir narrativamente la identidad de la empresa de forma que las gentes entiendan bien lo que hace y quiere hacer?, ¿o se trata sencillamente de manipular las mentes para vender una buena imagen?

La respuesta no es sencilla, porque en el marco económico en que nos desenvolvemos, donde existe un abismo entre el valor de las cosas y su precio, un abismo que viene mediado por futuribles, expectativas, contabilidades creativas y enmascaramientos que pretenden tener buenas consecuencias, es muy difícil trazar la línea entre el relato de lo que fuimos, somos y queremos ser, y el cuento que pretende embaucar a los que se dejen. Es difícil, pero no imposible, y sólo si las empresas y los bancos hacen buenas cosas y saben contarlas a los ciudadanos podrán considerar a unas y otros como aliados para construir una sociedad mejor.

Las sociedades esperan de las empresas que generen riqueza real, tangible e intangible, que creen puestos de trabajo, que hagan transferencia tecnológica, que formen profesionales, que sean fuente de innovación, que refuercen las redes de capital social. Y, en los últimos tiempos, una nueva sugerencia viene a complementar todo lo anterior, una sugerencia dirigida a las empresas de cualquier tamaño: que colaboren activamente en la defensa de los derechos humanos y en el empoderamiento de las capacidades básicas de las personas<sup>19</sup>. Porque es imposible conseguir que se respeten

los derechos humanos en todos los lugares de la tierra si las empresas no se incorporan a esa tarea, es imposible alcanzar los siempre aplazados Objetivos del Desarrollo del Milenio sin contar con ellas, es en suma imposible conseguir que las sociedades sean justas sin la cooperación de las empresas.

El respeto y promoción de los derechos humanos es entonces uno de los componentes de la excelencia empresarial y financiera. Una excelencia que debería recuperar el sentido de la *areté* homérica, que no sólo consistía en sobresalir en habilidades y capacidades, como Príamo en prudencia, Héctor en valor, Aquiles en rapidez, Ulises en astucia, Andrómaca en fidelidad, sino en poner esas capacidades al servicio de la comunidad, que les necesitaba para vivir y vivir bien. Por eso su pueblo admiraba sus gestas. Por eso permanecían con gratitud en el recuerdo.

Como quedan en mi capítulo de agradecimientos aquellos con los he ido haciendo la vida. Jesús Conill, con quien la vengo compartiendo desde hace más de tres décadas; mis hermanos, herencia de una familia fundada en el cariño; nuestro grupo de trabajo “Ética y Democracia”, del que son pieza clave Domingo García-Marzá y Emilio Martínez; la Fundación ÉTNOR, tan bien presidida desde sus orígenes por Emilio Tortosa; los entrañables amigos de Cartagena con los que ha dado comienzo esta *lectio*. Confío en sumar a todos ellos a partir de ahora a los miembros del claustro de esta bien acreditada Universidad Politécnica de Cartagena, que han tenido la generosidad de invitarme a formar parte de él.

## NOTAS

---

<sup>1</sup> Cuenta la historia, o más bien me cuenta Juan Carlos León, Profesor de Lógica y Filosofía de la Ciencia de la Universidad de Murcia, que el Instituto Jiménez de la Espada al que yo llegué tenía su sede en el edificio de lo que había sido el Instituto Isaac Peral, el primero de Cartagena. Se llamaba “mixto” a ese Isaac Peral originario porque era masculino por las mañanas y femenino por las tardes; hasta que se construyó un nuevo edificio para albergar el Isaac Peral, al que se trasladaron los chicos, quedando el antiguo edificio para las chicas con el nombre de “Jiménez de la Espada”. Y continúa contando Juan Carlos León que aquel instituto “mixto” fue testigo mudo de hermosos relatos de amor, cuando niños y niñas se dejaban cartitas en los pupitres que el destinatario o la destinataria leían por la mañana o por la tarde. Agradezco datos tan valiosos como éstos, vividos en primera persona.

Cuando yo llegué, sin embargo, las hermosas leyendas de amor se limitaban a los desalojos forzosos del instituto cuando se producía un aviso de bomba anónimo, coincidiendo, casualmente, con la llegada de algún barco repleto de marinos que se desparramaban por las calles de la ciudad.

<sup>2</sup> En Sta. Florentina se multiplicaban los grupos de adultos, de niños y aquel grupo de la JEC que se empleó a fondo en la mejora de nuestro mundo. ¿Cómo no recordar aquel acto multitudinario, organizado por los chicos de la JEC en la Casa de la Cultura? Poco antes del referéndum de 1978 sobre la Constitución, invitaron allí a todos los jóvenes de Cartagena, para tratar de responder a una cuestión entonces misteriosa: ¿qué es una Constitución democrática? A renglón seguido los jóvenes de cada partido tenían la oportunidad de manifestar su posición, argumentarla y debatir sobre ello. Todo un ejemplo de democracia deliberativa, que hubiera sido muy fecundo mantener.

<sup>3</sup> Las primeras publicaciones de nuestro grupo en este ámbito fueron Adela Cortina, *Ética aplicada y democracia radical*, Tecnos, Madrid, 1993, cap. 17, y Adela Cortina, Jesús Conill, Agustín Domingo y Domingo García-Marzá, *Ética de la empresa*, Trotta, Madrid, 1994 (prólogo de José Luis Aranguren). Posteriormente hemos participado conjuntamente en las publicaciones de la Fundación ÉTNOR, que pueden consultarse en la página web ([www.etnor.org](http://www.etnor.org)), como también en las que aparecen en la bibliografía de esta *lectio*.

<sup>4</sup> Adam Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1776), reed. Dent, London, 1910, vol. I, p. 13. Trad. cast. *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, F.C.E., México, 1994).

<sup>5</sup> Amartya Sen, “Does business ethics make economic sense?”, *Business Ethics Quarterly*, 3/1 (1993), 45-54; “Ética de la empresa y desarrollo económico”, en A. Cortina (ed.), *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003, pp. 41-43. Jesús Conill, *Horizontes de economía ética*, Tecnos, Madrid, 2011 (3ª ed.).

<sup>6</sup> Adela Cortina y Domingo García-Marzá (eds.), *Razón pública y éticas aplicadas*, Tecnos, Madrid, 2003.

<sup>7</sup> Emilio Martínez, *Ética para el desarrollo de los pueblos*, Trotta, Madrid, 2000.

<sup>8</sup> R.E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Ballinger, Boston.

<sup>9</sup> M. Friedman, “The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits”, en *New York Times Magazine*, 13 de septiembre de 1970, originalmente publicado en 1962.

<sup>10</sup> Aristóteles, *Ética a Nicómaco*, VI, 1140 a 24-27.

<sup>11</sup> Immanuel Kant, *La paz perpetua*, Tecnos, Madrid, 1985, 38; Adela Cortina, *Hasta un pueblo de demonios*, Trotta, Madrid, 1998.

<sup>12</sup> Domingo García-Marzá, *Ética empresarial*, Trotta, Madrid, 2004.

<sup>13</sup> José A. Moreno, “Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa”, en *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, nº 12, III (2004), 9-50.

<sup>14</sup> Adela Cortina, *Neuroética y neuropolítica*, Tecnos, Madrid, 2011.

<sup>15</sup> Jesús Conill, *Horizontes de economía ética*, Tecnos, 2012 (3ª ed.).

<sup>16</sup> Alasdair MacIntyre, *Tras la virtud*, Crítica, Barcelona, 1987, 45-49.

<sup>17</sup> Ramiro de Maeztu, *El sentido reverencial del dinero*, Editora Nacional, Madrid, 1957, p. 139.

<sup>18</sup> Christian Salomon, *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*, Península, Barcelona, 2008, p. 29.

<sup>19</sup> En los países en que el grado de corrupción es alto las buenas empresas ayudan a romper el círculo vicioso de las malas prácticas y a iniciar el círculo virtuoso de las buenas prácticas, fomentando el cumplimiento de los contratos, mostrando que es posible y conveniente integrar a los trabajadores en la marcha de la empresa, tratando de satisfacer las expectativas legítimas de los afectados por su actividad, haciendo de la transparencia un hábito de la vida cotidiana y de la confianza, un valor bien conocido. La empresa que trabaja en este sentido crea una nueva cultura, aprovecha sus “recursos morales” y beneficia con ello en su entorno. Como bien dice Sen, una empresa ética es un bien público.

---

## BIBLIOGRAFÍA

Ignacio Agustí, *La ceniza fue árbol*, en *Obras Completas*, tomos I-IV, Biblioteca Castro, Madrid, 1942-1972.

AAVV, *Empresas éticas ante la crisis actual*, Fundación ÉTNOR, Valencia, 2009.

AAVV, *Revitalizar las empresas para construir una buena sociedad*, Fundación ÉTNOR, Valencia, 2011.

Aristóteles, *Ética a Nicómaco.*, Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1970. Introducción y notas de Julián Marías.

Joseph Campbell, *El héroe de las mil caras*, F.C.E., 2006.

Jesús Conill, *Horizontes de economía ética*, Tecnos, Madrid, 2004.

Adela Cortina, *Ética aplicada y democracia radical*, Tecnos, Madrid, 1993.

Adela Cortina, *Hasta un pueblo de demonios*, Trotta, Madrid, 1998.

Adela Cortina, “Aprendiendo de las crisis. Una lectura ética”, Antón Costas (coord.), *La crisis de 2008. De la economía a la política y más allá*, Fundación Cajamar, 2010, 199-214.

Adela Cortina, *Neuroética y neuropolítica*, Tecnos, Madrid, 2011.

Adela Cortina, Jesús Conill, Agustín Domingo, Domingo García Marzá, *Ética de la empresa*, Trotta, Madrid, 1994.

Adela Cortina y Domingo García-Marzá (eds.), *Razón pública y éticas aplicadas*, Tecnos, Madrid, 2003.

Adela Cortina y Gustavo Pereira (eds.), *Pobreza y libertad*, Tecnos, Madrid, 2009.

Antón Costas (coord.), *De la economía a la política y más allá*, Fundación Cajamar, Colección Economía-Mediterráneo Económico, 2010.

R.E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Ballinger, Boston.

Milton Friedman, “The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits”, en *New York Times Magazine*, 13 de septiembre de 1970, originalmente publicado en 1962.

Domingo García-Marzá, *Ética empresarial*, Trotta, Madrid, 2004.

Homero, *La Ilíada*.

---

Immanuel Kant, *La paz perpetua*, Tecnos, Madrid, 1985.

José Félix Lozano, *¿Qué es la ética de la empresa?*, Proteus, Barcelona, 2011.

Alasdair MacIntyre, *Tras la virtud*, Crítica, Barcelona, 1987.

Ramiro de Maeztu, *El sentido reverencial del dinero*, Editora Nacional, Madrid, 1957.

Emilio Martínez, *Ética para el desarrollo de los pueblos*, Trotta, Madrid, 2000.

José A. Moreno, “Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa”, en *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, nº 12, III (2004), 9-50.

Onora O’Neill, “Agents of Justice”, en Thomas Pogge (comp.), *Global Justice*, Blackwell, Oxford, 2001.

RACMYP, *Crisis económica y financiera: intervenciones en la RACMYP 2000-2010* (Intervenciones de Juan Velarde, Ángel Sánchez Asiaín, Julio Segura, Jaime Terceiro, José Barea, José L. García Delgado, José M<sup>a</sup> Serrano y Pedro Schwartz), Real Academia de Ciencias Morales y Política, Madrid, 2010.

Santiago Rusiñol, *El seño Esteve*, Círculo de Lectores, Barcelona, 1967.

Jeffrey Sachs, *El fin de la pobreza y cómo conseguirlo*, Debate, Barcelona, 2005.

Christian Salomon, *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*, Península, Barcelona, 2008.

Amartya Sen, “Does business ethics make economic sense?”, *Business Ethics Quarterly*, 3/1 (1993), 45-54.

Amartya Sen, “Ética de la empresa y desarrollo económico”, en A. Cortina (ed.), *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003, 39-53.

Amartya Sen, *La idea de la justicia*, Taurus, Madrid, 2010.

Juan Carlos Siurana, *La sociedad ética*, Proteus, Barcelona, 2009.

Adam Smith, *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, F.C.E., México, 1994.

Adam Smith, *La teoría de los sentimientos morales*, Alianza, Madrid, 1997.

Stefano Zamagni, *Civil Economy*, Peter Lang, Oxford, 2007.