

NOTICIAS

ÉTICA, ECONOMÍA Y DIRECCIÓN

Año VI, núm. 3
Noviembre 1999

ÉTICA EN LA EMPRESA: ¿QUÉ MÁS PODEMOS HACER?

La finalidad de este artículo es llamar la atención del lector al que se supone interesado en el estudio y/o la aplicación de la ética en la empresa, las organizaciones, la sociedad y las profesiones- y, si procede, provocar el diálogo que, si nos creemos nuestros propios Estatutos, constituye el activo principal de Ética, Economía y Dirección como red (network).

Leído en el *Financial Times* del 18 de octubre de 1999, página 16: “Las empresas necesitan directivos con una capacidad cada vez más sofisticada para entender los temas éticos”. Hasta aquí, las cosas van bien para nosotros.

“Pero, por lo general, las escuelas de dirección no están a la altura de este creciente interés por las cuestiones éticas”. Parece haber, pues, una discrepancia entre el importancia que las empresas, los medios de comunicación y la sociedad atribuyen a la ética, y la atención que le otorgan los centros en que se forman los directivos del futuro.

Evidencias aportadas por el *Financial Times*: “En los Estados Unidos, sólo un 20 por ciento de las escuelas de dirección se esfuerza por atender la demanda de las empresas sobre los temas sociales y de medio ambiente, según un reciente estudio del World Resources Institute de Washington, llevado a cabo en colaboración con el Aspen Institute. Mientras que los directivos de las empresas consideran que temas como el trabajo de niños, las condiciones del puesto de trabajo, la preparación de los empleados, la contaminación, el cambio climático y la gestión de los recursos naturales son importantes, los asuntos sociales o del medio ambiente rara vez aparecen en los cursos o en los casos utilizados en la formación de los MBAs”.

¿Y en España? Sin una encuesta que llevamos a la boca, parece que un buen grupo de escuelas puso en marcha, ya hace años, una amplia variedad de cursos y seminarios sobre el tema, pero que el impulso también ha perdido fuerza. Y, desde luego, un elevado número de universidades y escuelas siguen no prestando atención a la ética, o dejándola el buen criterio de los profesores que quieran incluirla, voluntariamente, en sus programas.

¿Por qué esa falta de interés de las escuelas y universidades por la ética aplicada a las organizaciones? En una rápida y superficial consideración del tema, se me ocurren varios argumentos, que ordenaré, con criterio económico, alrededor de la demanda inmediata (estudiantes) y final (empresas), de la oferta (escuelas) y de los productores del servicio (profesores de ética).

Empecemos con el punto de vista del estudiante. Hay una demanda genérica, ‘hociional’ (perdón por la jerga económica), pero no “efectiva”. Según el *Financial Times*, los alumnos siguen estando interesados por el tema, porque -según parece- piensan que, cuando lleguen a la empresa, les vendrá bien estar preparados para hacer frente a problemas éticos. Pero piensan también que, a la hora de contratarles, les preguntarán sobre su capacidad y experiencia en estrategia, finanzas o marketing, no en ética. Esto trasladaría el problema al cliente final, la empresa.

Al explicar que los estudiantes tienen interés por la ética, el *Financial Times* da como argumento la proliferación de clubs de estudiantes sobre temas de medio ambiente y sociales. Pero, ¿se trata de actividades marginales, “para pasar el rato”? ¿O quizás están tratando de suplir las carencias del programa en el que se han matriculado?

Esto nos lleva a presentar una alternativa a la explicación anterior: los alumnos desearían recibir una buena formación en ética, pero los cursos que les ofrecen las escuelas son pobres, mal enfocados, poco atractivos. Y, al final, los estudiantes piensan que no vale la pena perder el tiempo en ellos, sobre todo si la alternativa son cursos ‘hard’, con eficacia probada. De este modo, dirigen sus inquietudes sociales hacia clubs o actividades extracurriculares, pero orientan sus recursos -dinero y horas de trabajo- hacia cursos distintos de los de ética.

Y, sin embargo, los cursos (suficientemente buenos) de ética de la empresa tienen aceptación. El profesor LaRue Tone Hosmer, en el *Journal of Business Ethics* (noviembre de 1999), afirma que el 50% de los alumnos del MBA a tiempo completo de su universidad (Michigan) tomaban su curso electivo. Y esa experiencia se repite, probablemente, en otras muchas universidades y escuelas, también españolas.

Claro que esto admite también un contra-argumento: a los alumnos les viene bien tomar un curso “soft”, de vez en cuando, para reducir su carga de trabajo. Pero esto tiene, asimismo, un contra-contra-argumento: si el MBA es caro, como ocurre en muchas escuelas privadas, los estudiantes se pensarán dos veces el tomar el curso de ética, si para ello prescinden de un buen curso de otra materia. Y, finalmente, un contra-contra-contra-argumento: quizás los alumnos del MBA no son tan “económicamente racionales” como suponemos. O sea, quieren cosas que no son directamente rentables. Y quizás los cursos de ética responden a esa preferencia.

Sin haber agotado el punto de vista del estudiante, pasemos al del cliente final: la empresa que lo va a contratar. Según el *Financial Times*, “también hay poca evidencia de que las empresas que contratan MBAs estén buscando alumnos con conocimientos éticos”. Pero, ¿no hemos quedado en que las empresas tienen un interés creciente por la formación ética de sus directivos? Según dicho periódico, citando a Joseph Badaracco, profesor de la Harvard Business School, las empresas consideran que muchos problemas éticos son específicos de cada empresa, razón por la que muchas de ellas organizan sus propios programas de formación en ética y cuestiones sociales.

Esto es verdad, pero no resuelve el problema. ¿Son tan específicas las maneras de sobornar en la industria química japonesa, que no valen los argumentos dados para una constructora norteamericana, ni la discusión sobre el tema en un curso de ética de la empresa en una escuela europea?

Esto nos lleva a cuestiones de mayor calado. ¿Qué busca la empresa, cuando quiere que sus directivos reciban una formación ética específica? ¿Recetas concretas -del tipo “no acepte

regalos de más de diez dólares”- o una comprensión general de los problemas, en sus complejas dimensiones? ¿O está buscando quizás una discusión a fondo, una catarsis que haga aflorar las convicciones más profundas, las filias y fobias de sus directivos, sus trapos sucios y sus virtudes (y, claro está, este tipo de “colada” sólo puede hacerse en casa)?

Siguiendo con el punto de vista de las empresas, si estas no ponen énfasis en la cualificación moral de los directivos que contratan, puede ser porque, efectivamente, no lo consideran necesario. La ética sería, entonces, una moda, o la guinda del pastel. ¿Hemos perdido el tiempo, en las últimas décadas, al insistir en la necesidad de una dirección moralmente correcta?

Explicación alternativa: la demanda existe, pero la oferta no está en condiciones de satisfacerla. El tipo de formación que se da en los MBA o en programas parecidos no es lo que las empresas necesitan. Lo cual traslada el problema, una vez más, al lado de la oferta: las universidades y escuelas.

Claro que las escuelas pueden decir que sus “productos” -el contenido ético de sus programas y cursos, así como la calidad ética de sus alumnos- son adecuados, que responden a la mejor “tecnología” disponible, pero que los clientes -las empresas y, por tanto, los alumnos- quieren otra cosa. Por eso los centros educativos les ofrecen aquellos cursos que piensan pueden serles más útiles a la hora de encontrar un empleo y “triunfar en la vida”, como finanzas y estrategia.

El marketing puede tener también algo que ver con todo esto. ¿Están las escuelas y universidades demasiado pendientes de los “rankings”, en función de los cuales los alumnos eligen su MBA? Y esos rankings, ¿apuntan más a la rentabilidad económica de los cursos que a la formación integral de los alumnos?

Pero también puede afirmarse que no es verdad que la “tecnología” utilizada por las escuelas sea la mejor, y que sus “productos” dejan mucho que desear. Quizás las escuelas y universidades seleccionan a sus profesores de ética de acuerdo con lo que “se lleva” en otros centros docentes, porque sus decanos, o los miembros de sus comités de contratación, no saben mucho de ética (como disciplina científica) y de lo que debe ser un profesor de ética de la empresa, como si, a la hora de renovar la maquinaria en una empresa, el director de tecnología, poco experto en la materia, se fijase en las marcas y modelos de sus competidores.

En todo caso, parece que las escuelas y universidades no están teniendo demasiado éxito, a la hora de plantear sus cursos de ética. La culpa puede ser, por supuesto, de los decanos y directores. El profesor Hosmer, en el artículo antes citado, presenta la tesis que podríamos llamar de una cierta “conspiración” contra la ética en las escuelas de dirección. De hecho, el título de su artículo se podría traducir algo libremente como “Hay alguien por ahí a quien no le gustamos: Un estudio sobre la posición y el respeto a la ética de la empresa en las escuelas de dirección”.

Y sus conclusiones son ligeramente pesimistas, pero en línea con lo dicho antes. Los decanos y los profesores de otras disciplinas -viene a decir Hosmer- no nos consideran tan mal como a veces parece, pero, desde luego, no están decididamente en favor de la ética de la empresa, como disciplina, de los profesores de ética, como científicos sociales serios, y de los cursos de ética, como componentes fundamentales de los planes de estudio. Y así nos va.

Claro que los comentarios recogidos devuelven también la pelota a los otros protagonistas del debate. La mayoría de los encuestados por Hosmer viene a decir que la imagen de que los alumnos buscan en las escuelas sólo o principalmente cómo ganar dinero sigue siendo la

dominante. Y, por tanto, ahí no hay un lugar para la ética. Y, volviendo de nuevo a los clientes finales, el Center for Business Ethics del Bentley College publicada en sus *CBE News* de la primavera de 1999 los resultados de un experimento, en el que el 87 por ciento de los altos directivos consultados en unas simulaciones sobre casos reales habían tomado alguna decisión fraudulenta. Y ahora, la pregunta del millón: ¿es lógico esperar que esos altos directivos vayan a preocuparse seriamente de la calidad moral de los MBAs que contratan? ¡Ah!, por si a alguien le queda alguna duda, en el mismo estudio, el 76 por ciento de los alumnos de programas de postgrado en universidades norteamericanas estaba dispuesto a cometer un fraude, manipulando las cifras de gastos de las empresas en que iban a trabajar. ¿Acaso pensábamos que la primera materia del “negocio” de nuestras escuelas son ángeles?

Pero también se me ocurre otra interpretación, que podríamos llamar “crítica”. Y dejadme que me ponga indebida, intolerable, injustamente crítico conmigo mismo y con mis colegas, aunque sólo sea para provocar la discusión.

Porque cabe que la culpa sea de los profesores de ética de la empresa, que nos hemos puesto detrás del “rebufo” de la moda, pero no nos hemos esforzado por encontrar el verdadero papel de nuestra disciplina. O que hemos convertido nuestros cursos en recetarios, elaborados desde nuestra torre de marfil, y no hemos descendido, de verdad, a la realidad de las empresas, para entender qué les pasa, cuáles son sus problemas -sus problemas de dirección-, y cómo influye la ética en ellos, como parte de esos problemas, no como algo añadido desde fuera. Quizás hemos hecho demasiada filosofía moral, y poco ciencia de la dirección. Y no hemos sabido hacer ver a nuestros colegas que detrás de aquel problema de marketing hay una persona que se está deteriorando, y que están echando a perder la organización. O nos hemos preocupado mucho por encontrar las vías para el diálogo y el consenso, sin interesarnos demasiado por las ideas de que se habla o por las personas con cuyos intereses negociamos.

Al llegar aquí, el lector se preguntará: ¿en qué casa de locos me he metido? Yo me apunté a *Ética, Economía y Dirección*, con la esperanza de que me ayudasen a orientarme en estos temas. Y ahora resulta que no hay respuestas, sino sólo preguntas. Que la Asociación parece tener una idea genérica de que la ética es importante, pero no va mucho más allá. Pero no parece haber una idea compartida de qué hace ético a una persona, ni de cómo se enseña la ética.

Colegas: la vida es así. Afortunadamente, aquí estamos los expertos éticos, para enfrentarnos con estos temas. El que esté libre de pecado, que tire la primera piedra: algún comentario sabroso para generar discusión. Pero, eso sí, que cuente con que los demás, los pecadores empedernidos, las tiraremos después.

Antonio Argandoña,
Editor,
Noticias de Ética, Economía y Dirección

ÉTICA, ECONOMÍA Y DIRECCIÓN, UN FORO DE DISCUSIÓN

En este mundo dominado por las telecomunicaciones, *Ética, Economía y Dirección* se quiere sumar, con buen talante, a la era de la comunicación informática. Para ello, anunciamos tres iniciativas:

1) La *home page* de *Ética, Economía y Dirección*. La estamos preparando, y dentro de pocas semanas esperamos que esté a disposición de todos, como un procedimiento para dar a conocer nuestra Asociación, y como un punto de referencia para nuestros socios. Las secciones previstas son:

- Qué es *Ética, Economía y Dirección*
- Los miembros
- La Junta Directiva
- Actividades
 - Conferencias anuales
 - Publicaciones
- Cómo hacerse socio
- Otras direcciones de interés
- Cómo ponerse en contacto con nosotros

2) *Noticias de Ética, Economía y Dirección* en formato electrónico, dentro de la página de la Asociación. De este modo, los que lo deseen podrán tener acceso a ella, aunque, al menos por ahora, seguiremos editándola en papel (al menos para los que no tengan acceso al correo electrónico o a internet).

3) Un foro de discusión (informático) para todos los socios, que se abrirá, en su momento, a otras personas. Se trata de que todos tengamos la oportunidad de intercambiar nuestras opiniones sobre temas de interés común.

Para ello es necesario conocer las direcciones de e-mail de los socios que las tengan y que deseen comunicarlas a los demás. A tal efecto, al final de estas líneas os pedimos que nos enviéis vuestra dirección electrónica.

4) La oportunidad de intercambio de documentos (electrónicos). La idea es tener un listado de direcciones a las que se puedan enviar los artículos que escriban los miembros de *Ética, Economía y Dirección* que lo deseen, o a las que cada miembro pueda solicitar que se le envíe un artículo, una información, una bibliografía, un programa, etc. Para ello es también imprescindible conocer vuestras direcciones de e-mail. Más adelante os comunicaremos cómo se pondrá en práctica este servicio.

Comunicación de dirección e-mail:

Os agradeceremos que, los que tenéis dirección de e-mail para recibir y enviar correo electrónico, la comunicéis a la Asociación de la siguiente manera:

Enviar un e-mail a Antonio Argandoña <argandona@iese.edu> comunicando 1) el nombre del socio, 2) su e-mail, y 3) si autoriza que se comuniquen ese e-mail a los demás miembros. Por ejemplo:

Antonio Argandoña
Argandona@iese.edu
Autorizo a comunicar mi e-mail a los demás miembros.

Si alguien desea utilizar los medios tradicionales de comunicación (carta, fax o teléfono) puede hacerlo a:

Antonio Argandoña
IESE - Universidad de Navarra
Av. Pearson 21
08034 Barcelona
Tel. 932 534 200
Fax 932 534 343

PUBLICACIONES DE LOS SOCIOS

*En esta sección se recogen los libros publicados por los socios de *Ética, Economía y Dirección*, o aquellos en los que los socios colaboran. Agradeceremos que proporcionéis a los editores de "Noticias de *Ética, Economía y Dirección*" información sobre nuevas publicaciones.*

Elsa González, ed., *Ética y Ecología: La gestión empresarial del medio ambiente*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I, 1999.

Recoge las intervenciones desarrolladas en las IV Jornadas de Ética Empresarial celebradas en 1998. Incluye un capítulo de **Domingo García-Marzá** sobre "La responsabilidad ecológica de la empresa: el punto de vista de la ética empresarial".

Enrique Banús y **Alejandro Llano**, eds., *Razón práctica y multiculturalismo*. Pamplona: Newbook Ediciones, 1999.

Actas del Primer Simposio Internacional de Filosofía y Ciencias Sociales, organizado por el Centro de Estudios Europeos de la Universidad de Navarra y celebrado en Pamplona en 1996. Incluye capítulos de **Jesús de Garay**, sobre "El sentido de la acción", **Antonio Argandoña**, sobre "El Estado del bienestar: ¿Crisis económica o crisis ética?", **José Antonio García Durán**, sobre "Mercado de trabajo y normas morales", y **José Luis Illanes**, sobre "Sociología, filosofía y teología ante la realidad del trabajo".

Instituto de Empresa y Humanismo, ed., *Capitalismo y cultura cristiana*. Pamplona: Eunsa, 1999.

Actas de los Encuentros del Seminario “Cristianismo y Cultura Contemporánea”, celebrados en el IESE en Madrid, en 1994-95. Presentación de **Rafael Termes**, y artículos de **Rafael Rubio de Urquía**, sobre “El capitalismo salvaje: ¿mito o realidad histórica?”, **José Luis Illanes**, sobre “Juan Pablo II y el capitalismo”, y **José Manuel Moreira**, sobre “La transformación del capitalismo”.

José Luis Fernández, **Joan Fontrodona**, Javier Gorosquieta y **Francisco J. Roa**, coord., *Ética del marketing*. Madrid: Unión Editorial, 1999.

Un novedoso manual sobre la ética aplicada al marketing.

Josep M. Lozano, *Ética y empresa*. Madrid: Trotta, 1999.

La versión castellana de *Ética i empresa*, publicado en catalán en 1997.

Jornadas Empresariais Portuguesas. Encontro de Vidago. Porto: Associação Industrial Portuense, 1999, 3 volúmenes.

Recoge las comunicaciones y ponencias presentadas al Encuentro de Vidago, celebrado en mayo de 1998. Incluye trabajos de **José Manuel Moreira** (“Ética empresarial e responsabilidade social da empresa”) y **Antonio Argandoña** (“Ética y responsabilidad social en la empresa”).

Joan Fontrodona, *Ciencia y práctica de la acción directiva*. Madrid: Rialp.

Recoge una versión ampliamente desarrollada de su tesis doctoral. Prólogo de **Antonio Argandoña**.

Instituto de Estudios Económicos, *Veinte años por la economía de mercado*. Madrid: Instituto de Estudios Económicos, 1999.

Recoge artículos variados sobre la economía de mercado y la labor llevada a cabo por el Instituto de Estudios Económicos en sus veinte años de vida. Incluye un breve capítulo sobre “Ética”, por **Antonio Argandoña**.

El *Journal of Business Ethics* (volumen 22, nº 3, November II, 1999) dedica un número monográfico a “Business Ethics in Spain”, del que ha sido editor invitado **Antonio Argandoña**.

Todos los artículos han sido escritos por socios de *Ética, Economía y Dirección*, a saber: “Business Ethics in Spain” (**Antonio Argandoña**), “Early Business Ethics in Spain: The Salamanca School (1526-1614)” (**Domènec Melé**), “Business Ethics and the History of Economics in Spain: The School of Salamanca. A Bibliography” (**León Gómez Rivas**), “Integrating Business and Ethical Values Through Practitioner Dialogue” (**Josep M. Lozano** y A. Sauquet), “Ethics in Finance and Public Policy: The Ibercorp Case” (**Antonio Argandoña**), “Ethics and the Board of Directors in Spain: The Olivencia Code of Good Governance” (**José Luis Fernández**), “Business Ethics and Accounting Information. An Analysis of the Spanish

Code of Best Practice” (**Marcela Espinosa Pike**), “Across-the-border Contamination. The Andorra Power Plant (Teruel): A Business Ethics Case” (**Domingo García Marzá, Carmen Ferrete y Elsa González Esteban**), y “The Relationships between the Companies and their Suppliers” (**José L. Durán Valenzuela** y Fernando Sánchez Villacorta).

ACTIVIDADES RECIENTES DE LOS SOCIOS

“¿Se puede invertir rentablemente de acuerdo con nuestras convicciones?”, Mesa redonda organizada por AB Asesores y Renta 4 en Barcelona, 10 de junio de 1999, con participación de **Antonio Argandoña**.

EBEN Research Conference, Oslo, 19-20 de junio de 1999. Presentaron comunicaciones **Antonio Argandoña**, sobre ‘Business Ethics in Spain’, y **Brian W. Husted**, sobre “Grupo Pulsar: Building Moral Competence through Stakeholder Strategy”.

El sentido de la existencia humana, I Seminario de Antropología, AEDOS, Soto del Real, 26 de junio de 1999. **Jesús de Garay** moderó una mesa redonda sobre “Lo natural en la persona humana”.

First Latin American Conference on Business Ethics. Sao Paulo, 28-30 de julio de 1999. Participó **Brian Husted**.

Jornadas académicas: Ética empresarial y de las organizaciones en el tercer milenio, Red Iberoamericana de Ética Empresarial, Fundación Social de Colombia y Fundación ÉTNOR, Bogotá, 1-3 de septiembre de 1999. Varias conferencias y participación en mesas redondas de **Adela Cortina**.

Business Challenging Business Ethics. New Instruments for Coping with Diversity in International Business. 12th EBEN Annual Conference, Amsterdam, 1-3 de septiembre de 1999. Presentaron comunicaciones **José Félix Lozano** (“Communicating about Ethics with Small Firms: Experiences from the UK and Spain, con Laura Spence, y “The Spanish Code for Good Governance (Olivencia Report): An Ethical Analysis”) y **Domènec Melé** (“Stockholder vs. Stakeholder Debate: A Discussion on Philosophical Bases”).

X Congreso de Empresas de Calidad, Barcelona, 21 de septiembre de 1999. **Antonio Argandoña** y **Josep Maria Lozano** participaron en una mesa redonda sobre “Calidad y ética en la autoempresa”.

Dimensiones económicas de la familia, en la serie Encuentros de Economía Familiar, organizados por Fundación Argentaria, Madrid, 21-23 de septiembre de 1999. **Rafael Termes** pronunció una conferencia sobre “Al margen de lo económico, la psicología de los mayores”, y **Adela Cortina** sobre “Mujer, economía familiar y estado del bienestar”.

XI Cursos de Verano Universidad del Mar Menor, San Pedro del Pinatar, 23 de septiembre de 1999. **Antonio Argandoña** y **José Luis Fernández** impartieron sendas conferencias en el curso “Ética social”.

La construcción europea, más allá de la unión monetaria: Sociedad, economía y política, II Curso de Pensamiento Contemporáneo, Florida Universitaria y Fundación ÉTNOR, 27-28 de septiembre de 1999. **Adela Cortina** pronunció una conferencia sobre “De la Europa de los mercaderes a la Europa de los ciudadanos”.

9th Colloquium of Business, Economics and Ethics, “Ethics in Business Leadership: Facing the Challenges of the 21st Century”, IESE, Barcelona, 4-5 de noviembre de 1999. Organizado por **Domènec Melé**, presentaron comunicaciones **Joan Fontrodona**, sobre “Faces of Leadership. A Cross-reference Study from a Pragmatic Perspective”; **Miguel A. Gallo** y **Kristin Cappuyns**, sobre “Ética en los comportamientos personales en la empresa familiar II: Diferencias en las percepciones”; **Domènec Melé**, sobre “Para dirigir, servir a las personas. Una aproximación teológica y filosófica al liderazgo”, y **Carlos María Moreno**, sobre “El liderazgo ético, un reto empresarial”.

5º Encuentro Internacional de Docencia de Ética Empresarial, Económica y Profesional. IESE, Barcelona, 5-6 de noviembre de 1999. **Joan Fontrodona** presentó un caso, y **Domènec Melé** y **Antonio Argandoña** pronunciaron sendas conferencias.

Responsabilidad social y ecológica de la empresa, conferencia pronunciada por **Domingo García Marzá** en Barcelona, organizada por Burdinola, el 12 de noviembre de 1999.

2º Congresso Português de Ética Empresarial, Porto, 19-20 de noviembre de 1999. Organizado por **José Manuel Moreira**. **Antonio Argandoña** pronunció una conferencia sobre “Ética na liderança empresarial face aos desafios do Séc. XXI”.

ACTIVIDADES FUTURAS

Business Ethics: Corporate Responsibility, Philosophy Graduate Student Conference, Marquette University, 11-12 de febrero del 2000.

EBEN Research Conference 2000, “From Words to Deeds”, Lyon, 16-17 de junio del 2000.

The 4th International Symposium on Catholic Social Thought and Management Education, Universidad Iberoamericana, Puebla, México, 12-14 de julio del 2000.

MBA Summer School at Kingston University, Kingston, UK, 30 de julio - 12 de agosto del 2000.

2nd World Congress of Business, Economics and Ethics, organizado por la International Society of Business, Economics and Ethics, Sao Paulo, Brasil, 19-23 de julio del 2000. Fecha límite para el envío de comunicaciones: 25 de noviembre.

13th Annual EBEN Conference, "Ethics: Leadership and Accountability", Cambridge, 12-14 de septiembre del 2000. Fecha límite para el envío de comunicaciones, 15 de febrero.

ANUNCIOS

Business Ethics Quarterly, la revista de The Society of Business Ethics, prepara un número monográfico sobre 'Ethics in Finance'. Fecha límite para el envío de artículos: 15 de noviembre del 2000. John R. Boatright, School of Business Administration, Loyola University Chicago, 820 N. MichiganAv., Chicago, IL.

etica-l es un foro electrónico de discusión sobre la enseñanza de la ética empresarial y económica y temas relacionados, organizado por el Departamento de Ética de la Empresa en el IESE. **Joan Fontrodona** actúa de moderador. Información en: [fontrodona @iese.edu](mailto:fontrodona@iese.edu). Todos estáis invitados a participar en el foro.