

**LA OCTAVA CONFERENCIA ANUAL DE ÉTICA,
ECONOMÍA Y DIRECCIÓN “RETOS PARA LA
EMPRESA DEL 2000”**

Los días 4 y 5 de mayo de 2000 celebramos nuestra Conferencia anual en la sede del Instituto de Postgrado y Formación Continua de la Universidad Pontificia Comillas, en Madrid.

*La sesión inaugural la presidieron D. **José Luis Fernández**, Vicerrector de la Universidad y Presidente de Ética, Economía y Dirección, quien, en nombre del Rector, dio la bienvenida a los asistentes, y D. **Carlos Hornillos**, Director del Instituto de Postgrado y Formación Continua, que subrayó la atención que la Universidad Pontificia Comillas presta a los valores y a la ética en todas sus actividades.*

La ética en el mundo de los negocios y la nueva economía

La conferencia inaugural, sobre “La ética en el mundo de los negocios y la nueva economía”, corrió a cargo de D. **José M^a López de Letona**, en su calidad de miembro del Comité Olivencia que redactó el Código de buen gobierno de las empresas. Tras señalar que no puede haber una ética distinta según los campos de actividad, que no se puede separar la ética privada de la pública, y que la moralidad no coincide con la legalidad, el conferenciante puso algunos ejemplos tomados de la experiencia de años recientes, referidos a la repercusión pública de los escándalos privados, el uso indebido del poder, la corrupción, la

financiación irregular de partidos políticos, el terrorismo y el chantaje, etc.

El Sr. **López de Letona** comentó también la necesidad de la ética en el complejo mundo de los negocios, cómo es siempre útil y por qué debe formar parte del bagaje de los directivos eficaces. Seguidamente comentó el Informe Olivencia y su papel en la autorregulación de las empresas españolas. Comentó sus orígenes, sus antecedentes en otros países, cómo se preparó y las líneas generales que informan su contenido.

Hizo seguidamente un “retrato robot” de las empresas cotizadas en Bolsa en España, en la época en que se redactó el informe: presidencialistas, con más peso de los intereses de los gestores que de los

accionistas, con Consejos de administración amplios, poco participativos, más propensos a oír informes que a debatir propuestas, y más bien dóciles a la dirección; que tienen pocas reuniones al año; con predominio de ejecutivos, consejeros afines al Presidente y representantes de los accionistas mayoritarios; poco independientes; que reciben una información limitada y controlada por el Presidente; muy bien remunerados –lo que acentúa su falta de independencia y de espíritu innovador-, poco propensos a la autocritica y a dar información al mercado, con tendencia al triunfalismo, y sin reconocimiento de la necesidad y del papel de las auditorías externas.

Frente a esa realidad, el Informe Olivencia planteó lo que debía ser el buen gobierno de las empresas españolas: separación de las funciones de Presidente del Consejo y de primer ejecutivo, presencia de consejeros externos e independientes, comités operativos, responsabilidad de dar información transparente y fiable, etc.

Seguidamente señaló los retos a los que se enfrentan hoy las empresas españolas, a la vista de las recomendaciones del Informe:

- 1) Separación entre la propiedad y la gestión, reconociendo la existencia de una amplia diversidad de accionistas y las tensiones que esto crea. En definitiva, actuar según principios y dar cuenta y razón de las actuaciones.
- 2) Independencia de los consejeros respecto de los directivos. La independencia se debe basar en la formación y en las convicciones propias, más que en los signos externos (que también son importantes). Hay dos puntos clave en esa independencia: la existencia de procesos formales, a través del comité de nombramientos, y una remuneración adecuada pero moderada, que evite que los consejeros se conviertan en “rehenes” de la dirección.
- 3) Estructuras de mando que eviten la concentración de poder, especialmente en los cargos de Presidente del Consejo y de primer ejecutivo de la compañía (aun reconociendo que hay argumentos tanto a favor de la acumulación como de la separación de esos cargos).
- 4) Transparencia en la información, que es vital para el mercado de capitales. Se debe procurar mejorar la calidad, transparencia y equilibrio de la información que se facilite, de modo que se dé una imagen fiel de la empresa.
- 5) Una retribución de consejeros y directivos que sea clara e individualizada, y de la que se dé cuenta detallada.
- 6) Evitar los conflictos de intereses de consejeros y directivos con la sociedad –por ejemplo, porque la función de consejero recaiga en proveedores, socios, etc., o porque intervengan en los asuntos

consejeros con intereses personales o familiares en el tema, o porque se use información privilegiada para fines ajenos a la empresa, etc.

El Sr. **López de Letona** comentó luego cómo la reciente caída de la bolsa había devuelto a la marcha regular de las empresas el protagonismo que deben tener en el mercado de valores, lo cual subraya aún más, en su opinión, el papel de las prácticas de buen gobierno. Señaló también que esas prácticas están en continuo cambio, lo que impide la elaboración de un modelo único, apropiado para todo tipo de empresas y para todas las fases de la vida de la organización. Señaló la convergencia de dos fuerzas en ese cambio: la presencia creciente de inversores institucionales, que tienen sus propias pautas de valoración de la tarea de los consejos, y las exigencias de los mercados de capitales, que obligan a las empresas a aceptar la disciplina de las prácticas de buen gobierno.

Acabó señalando que ningún código puede garantizar ese buen gobierno de las organizaciones: la mera apariencia de observancia del código no puede sustituir a una actuación seria y honrada, basada en las normas de la buena ética. Y –concluyó– aunque es pronto aún para valorar su eficacia, el Código Olivencia está llamado a cumplir una importante función en las empresas españolas, cambiando prácticas e introduciendo criterios éticos superiores.

Los retos éticos de la empresa en el 2000

D. **Enrique Alvarez**, Presidente de Arthur Andersen S. A., pronunció la conferencia invitada sobre “Los retos éticos de la empresa en el 2000”. Señaló la importancia de volver a pensar las ideas importantes, sobre todo en el nuevo contexto cultural e intelectual de la sociedad de la información, que hace todo “más próximo” a nosotros. Más información –señaló– significa más conocimiento, pero también más confusión, si no somos capaces de tener un criterio propio para juzgar el aluvión de datos con que se nos bombardea.

Otro tanto ocurre –señaló– en el campo de la ética, en la que el recurso a las “perspectivas variables” o al predominio de las formas sobre los contenidos ha acabado produciendo desconcierto moral, y sustituyendo la ética por una simple estética. La ética –señaló– no es divisible, no puede reducirse al papel de un gendarme que valora qué es lícito y qué no lo es, sino que debe acabar en propuestas para hacer el bien, y, finalmente, la ética no debe concebirse como un mal negocio, sino como algo rentable.

Señaló luego dos ámbitos del comportamiento ético de las empresas: el de su entorno inmediato, y el del sistema en el que se mueve. Contrapuso la tesis (defendida paradigmáticamente por Milton Friedman) de que la función de las empresas es ganar todo el dinero que puedan, con la de Rafael Termes, de que el beneficio es sólo la causa instrumental para otros fines.

¿Qué aportaciones puede hacer la empresa –se preguntaba el Sr. **Alvarez**– en el sistema económico, social y cultural en que se mueve? En un periodo de desmoralización de la vida pública, su gran misión puede ser actuar como interfase con los valores morales de la sociedad emergente, dando permeabilidad a sus valores. Subrayó la doble dimensión de la ética: hacia adentro (cohesión interna) y hacia fuera (imagen).

Explicó seguidamente los aspectos centrales de la misión de Arthur Andersen: liderazgo, profesionalidad, desarrollo personal, independencia y objetividad en las actuaciones de sus consultores, confidencialidad, trabajo en equipo, transparencia, evaluación permanente, promoción por méritos, selección y formación. Señaló también los medios que se utilizan para transformar esos valores en cultura en la empresa, a través de la selección, formación, ejemplo (en cascada y en horizontal), gestión del conocimiento, gestión por competencias, normas de conducta claras, supervisión, evaluación individual y remuneración según objetivos.

Tras subrayar el papel de las personas en la incorporación y en la transmisión de la ética, acabó comentando los caracteres de las normas internas en Arthur Andersen: su carácter voluntario (se trata de normas de autorregulación asumidas por los órganos de gobierno de la empresa y no impuestas desde fuera), la transparencia económica y financiera, la integridad en la información y la responsabilidad que, definida de manera clara y precisa, refuerza la confianza en la empresa y entre las personas.

Las sesiones paralelas

Por la tarde del primer día se celebraron tres sesiones paralelas, en las que se presentaron y discutieron las siguientes comunicaciones:

Javier Aranzadi del Cerro, Universidad Autónoma de Madrid: “Más allá de la oferta y la demanda”.

Lluís M. Armengou, Universitat Politècnica de Catalunya: “La mejora de la seguridad y condiciones de salud en el trabajo de la construcción, un reto ético”.

Antonio Argandoña, IESE, Universidad de

Navarra, y **Domingo Sarsa**, Inverco Catalunya: “Los fondos éticos y la promoción de la ética inversora”.

Javier Barraca Mairal, Escuela de Negocios I&M: “Persona y vocación en la ética integrativa del futuro”.

Angel Borrego Rodríguez y Pedro Francés, Universidad Complutense de Madrid: “El gobierno de las sociedades cotizadas en España”.

Jesús Conill, Universitat de València: “Globalización y ética económica”.

Joan Fontrodona Felip, IESE, Universidad de Navarra: “Ser de verdad pragmáticos”.

Domingo García Marzá, Universitat Jaume I: “Marketing social corporativo: ¿Ética o cosmética?”.

Elisabet Garriga Cots, IESE, Universidad de Navarra: “Explorando las raíces antropológicas y éticas de la dirección: la posición de Herbert Simon”.

Elsa González Esteban, Universitat Jaume I: “Análisis ético del Informe Cadbury: aspectos financieros del gobierno de las sociedades”.

Adolfo M. Herrera y José Alegre Aragüés, Centro de Estudios Tecnológicos de Zaragoza: “Validez ética del modelo actual de empresa”.

José Félix Lozano Aguilar y Juan Carlos Siurana, Fundación ÉTNOR: “Las comisiones éticas como mecanismo de intergración de la ética en las organizaciones”.

Ginés Santiago Marco Perles, Universitat de València: “Ética y liderazgo empresarial: Una complementariedad necesaria”.

Domènec Melé, IESE, Universidad de Navarra: “Políticas de ética empresarial. Posibilidades y limitaciones”.

Esther Vaquero Lafuente y Laura Gismera Tierno, ICADE, Universidad Pontificia Comillas: “La responsabilidad social de la empresa en España: La acción social”.

Los papeles presentados en las sesiones paralelas serán publicados, como es habitual, en *Papeles de Ética, Economía y Dirección*. También podrán consultarse y copiarse en la web de la asociación (<http://www.eticaed.org>).

Las comunicaciones

La sesión de la tarde del día 4 de mayo se dedicó a la presentación de tres comunicaciones de particular interés práctico.

José Manuel González Estévez, del Foro para la Evaluación de la Gestión Ética (Forética) presentó “La experiencia de Forética”. Hizo referencia a los distintos mecanismos de certificación en las empresas (de calidad, responsabilidad ambiental, sostenibilidad, etc.) y a los esfuerzos que se han llevado a cabo para medir la gestión ética en las empresas mediante indicadores. Explicó el intento, todavía en curso, de establecer procedimientos, procesos y medios para valorar la calidad ética de la gestión, mediante normas, certificaciones y auditorías basadas en el consenso, y el papel del Foro para la Evaluación de la Gestión Ética (Forética), una asociación sin ánimo de lucro de ámbito nacional que, actuando como una tercera parte, se integra en el sistema nacional de calidad. Explicó también sus objetivos (desarrollar metodologías para la implantación, evaluación y certificación de sistemas de gestión ética en cualquier organización) y los proyectos que está desarrollando. Los interesados en obtener más información pueden dirigirse a: FORÉTICA, c/ Esteban Arteaga 4, B, 28019 Madrid, Tel. 914694858.

José Juanco, Director General de Dobra, explicó sus experiencias en “Ética y publicidad”. Explicó que la ética se ha introducido en la publicidad principalmente de tres modos: enmarcándola en un contexto más amplio (sociedad de consumo, economía de mercado, globalización, etc.), asociándola a códigos de autorregulación, o relacionándola con determinados públicos (niños, por ejemplo) o mensajes (contenidos agresivos o sexistas, etc.). Pero –hizo notar- esos planteamientos no suelen tener en cuenta el trabajo de las agencias, que suelen trabajar en condiciones difíciles, en las que la ética no suele tener cabida, debido a la búsqueda de la rentabilidad a corto plazo, al poco tiempo disponible, a la alta rotación del equipo de profesionales, habitualmente jóvenes y con poca experiencia, a la primacía de los intereses económicos, etc. Esto da lugar –dijo- a situaciones de mala conciencia primero, resistencias a aceptar la responsabilidad después, y, finalmente, traslado de esa responsabilidad a otros ámbitos –la economía capitalista, por ejemplo, o recurriendo a la comparación con otros países-; a comportamientos dudosos en ciertas campañas o ante ciertos públicos, o legitimando los factores técnicos o profesionales frente a los éticos, invocando la libertad y la responsabilidad del creativo, etc.

Todo esto –siguió diciendo- da lugar a abusos

bien conocidos: ocultación de información relevante, sobrevaloración del producto, etc. Y, a la vista de ellos, se preguntó acerca de los criterios éticos desde los cuales se pueden tomar las decisiones. Del lado de la ética discutió los fundamentos de los principios invocados, la superioridad de la ética, la ética de la modernidad, etc. Y, del lado de la publicidad, se refirió a la variedad de maneras de entenderla, su contextualización (en la actual sociedad de consumo y en un entorno cultural cambiante), la necesidad de comprender la naturaleza profunda de la publicidad (la gente joven la entiende de otra manera, el receptor no es ingenuo, sino cooperativo, atención a las estructuras narrativas, etc.).

La tercera comunicación corrió a cargo de **Joaquín Garralda**, del Instituto de Empresa, que dio a conocer los resultados de una encuesta reducida y cerrada llevada a cabo entre un variado grupo de directivos sobre la importancia que dan a determinados temas, previamente seleccionados como relevantes en estos momentos: 1) temporalidad en la relaciones con empleados, suministradores, etc., 2) gestión de la diversidad de empleados en la empresa, 3) respeto por el medio ambiente, 4) derecho a la intimidad, 5) el poder de las megaempresas, 6) comunicación externa e interna y 7) gobierno de la empresa.

El resultado –muy resumido- de esa investigación arroja unos resultados, que pueden orientar el trabajo de los expertos en ética empresarial en los próximos años. Preguntados sobre qué problemas forman parte de los dos más importantes, y cuáles son los que el que responde espera que se resolverán con el paso del tiempo, los resultados son:

Problemas más importantes (según el orden atribuido por los que contestaron la encuesta): 1) El poder de las megaempresas, 2) el gobierno de las empresas, 3) la gestión de la diversidad, 4) el derecho a la intimidad, 5) el medio ambiente, 6) la temporalidad y 7) la comunicación. Por el contrario, los problemas que se espera se resolverán en un futuro próximo sin necesidad de emprender acciones específicas son, por este orden, 1) la temporalidad, 2) el gobierno de las empresas, 3) la diversidad, 4) el derecho a la intimidad, 5) la comunicación, 6) el medio ambiente y 7) el poder de las megaempresas.

Joaquín Garralda puso de manifiesto la reticencia de los encuestados a comprometer sus respuestas, la relevancia de los sectores en que trabajan los entrevistados, la notable confianza que parecen mostrar en los mecanismos de la sociedad civil y de las leyes, y la importancia que muchos de ellos dan a los problemas de las megaempresas y del gobierno de las organizaciones.

La vertiente ética de la internacionalización de la empresa española

La mesa redonda del día 5 reunió a cuatro personas con particular experiencia en la dirección de empresas, especialmente en cuestiones relacionadas con los problemas –sobre todo éticos- que plantea la internacionalización de la economía en general, y de las empresas españolas en particular.

Isabel Aguilera, Directora General de Dell Computer, S. A., empezó haciendo referencia a los problemas generados por el entorno en que se mueven las empresas –cambio, globalidad, tecnologías de la información,...- y por los cambios operados en el interior de las mismas –mayor presencia de los accionistas, diversidad, competencia, escepticismo de los clientes, etc. En el caso concreto de las nuevas tecnologías, señaló sus potencialidades, pero también las contradicciones que se ponen de manifiesto en ellas.

Se extendió, sobre todo, en la diversidad de los profesionales que se reúnen en las empresas, y en las contradicciones –reales o aparentes- que esto lleva consigo: globalidad vs. localidad, aprendizaje permanente, focalización vs. flexibilidad, innovación y creatividad vs. trabajo en equipo, pasión por los resultados vs. soñadores, orgullosos pero permanentemente insatisfechos, generalistas vs. detallistas, etc.: son –dijo-, al mismo tiempo, el fusible y la bomba de relojería de las empresas. Y esto tiene importantes connotaciones éticas: las personas tienden a ser más universales, los contagios morales son ahora más virulentos, la competitividad es creciente, los extremos resultan predominantes, se favorece el *empowerment*, se pone énfasis en los procedimientos más que en las personas, se actúa con rigor pero personalizando las situaciones, y se buscan principios o códigos éticos más sencillos, menos numerosos y más firmes.

Presentó así los retos que se presentan a las empresas: crear valor, atraer y retener personas valiosas, y ofrecer (y exigir) un ambiente transparente y divertido, tanto interno como externo. La solución de esos retos corresponde al líder (o a su equipo), algunos de cuyos rasgos señaló: su acción trasciende y se contagia, trata de conjuntar lo que es propio y lo que es específico de la empresa, trata de oír y entender los matices, cuida las formas, actúa –debe actuar- con prudencia, equidad y fortaleza, así como con la generosidad, el bien común y la vocación de servicio. **Isabel Aguilera** acabó subrayando la importancia de actuar siempre con un profundo respeto para con las personas –también para con uno mismo.

La siguiente intervención corrió a cargo de **Regina Revilla**, Directora de Relaciones Externas

de Merck, Sharp & Dohme de España, S. A., que centró su atención en el código ético de Merck y en los materiales auxiliares al mismo, su elaboración, contenidos, puesta al día, etc. Señaló que Merck considera que la innovación, los valores y la ética deben ser distintivos suyos, y cifró el liderazgo internacional de esta multinacional de productos farmacéuticos en los valores especificados en los documentos mencionados. Puso de manifiesto, por ejemplo, la conexión entre algunos valores –conocerse y desarrollarse a sí mismo, conocer y desarrollar el negocio, conocer, apoyar y desarrollar a las personas en la empresa, y comunicar todo esto- y los objetivos de la organización –desarrollar las competencias personales, por ejemplo, o crear un entorno de trabajo productivo.

Enrique Fanjul, Socio Director de Asesores de Comercio Exterior, comenzó su intervención poniendo de manifiesto algunos problemas éticos particularmente relevantes en las relaciones exteriores –comercio, capitales, inversiones, tecnología, etc.-, con especial énfasis en la corrupción. Y pasó revista a algunos de los principales problemas económicos, pero también éticos, con los que se encuentran las empresas españolas en sus esfuerzos por actuar como auténticas empresas internacionales: la imagen de España en el exterior (desconocida y, a menudo, distorsionada), el reducido papel de las empresas de comercio exterior en nuestro país (quizás por una cultura de rechazo del intermediario), el gran peso que los países industrializados tienen en el comercio exterior español, la escasa (y decreciente) presencia de las áreas de rápido crecimiento (Este de Asia) en el comercio exterior de España, la necesidad de desarrollar nuevos intermediarios de apoyo a la internacionalización, y la importancia de que España entre pronto a formar parte del Grupo de los Siete (las siete mayores economías del mundo).

Cerró la sesión **Juan José Guibelalde**, Vicepresidente y Consejero Delegado de Campofrío Aliomentación, S. A., quien empezó señalando la necesidad del componente ético en la empresa española, que ya está empezando a alcanzar una dimensión internacional relevante. Puso énfasis en que los valores éticos de la empresa debían ser compartidos, pero no tienen por qué ser únicos, y que con ellos –con lo que, en definitiva, se premia o se castiga en la organización- se define la cultura de la empresa.

Seguidamente, repasó varios problemas éticos relacionados con la internacionalización, como el de la supervivencia (el caso de las empresas que quedan fuera de la lógica del mercado, el fraude como componente de la estrategia, la supervivencia gracias a la trampa) y el de la internacionalización (los países emergentes son la base de numerosos

procesos de globalización, pero son también los más corruptos). Puso de manifiesto también algunos síntomas del deterioro moral de las empresas: exceso de burocracia, aproximación a los *lobbies* locales, manifestaciones de poder y de opulencia, bajos salarios y formas de vida indignas para los empleados, exceso de control y de seguridad, etc.

Para acabar, puso de relieve las experiencias y los valores de Campofrío en sus actividades internacionales, como iniciar siempre todos los proyectos en el más alto nivel (apoyados por las autoridades españolas), oír a todos los agentes, actuar siempre con la lógica más ortodoxa, utilizar asesores internacionales serios y bien posicionados en el país, dar en las empresas adquiridas mensajes, muy claros que pongan de manifiesto los valores de los nuevos propietarios, y asegurarse siempre de la coherencia entre el discurso ético y estratégico y el quehacer diario.

Ética y competencia

La clausura de la Conferencia corrió a cargo del Presidente del Tribunal de Defensa de la Competencia, D. **Amadeo Petibó**, que trató sobre ética y competencia. Empezó señalando la relevancia de la competencia para hacer transparentes las conductas e imponer disciplina en los mercados, así como para identificar la presencia de *free riders* o polizones que tratan de sacar provecho de las situaciones, y para corregir sus actuaciones. Señaló que la competencia es particularmente relevante en el contexto en que nos movemos: una economía globalizada, tecnificada, en que las nuevas tecnologías introducen nuevas dimensiones de información y transparencia. El cambio tecnológico que está ocurriendo es mucho más importante que el que en su día supuso la aparición del ferrocarril, o del motor de explosión, o de la electricidad, y una adecuada competencia

garantiza un beneficio justo, alejado de las extravagancias que permitiría el monopolio de la información.

Ante la creciente competencia, los empresarios han adaptado sus conductas, pero los gobiernos han reaccionado con cierta resistencia, apoyando la tesis de los “campeones nacionales” –unas pocas empresas de gran tamaño, protegidas de la competencia exterior, a las que se atribuiría el papel de motores del crecimiento del país. Pero todo eso también está cambiando: Europa está reconociendo que sufre un retraso respecto del liderazgo norteamericano, y que en ese retraso juega un papel no despreciable su política de protección de las industrias nacionales frente a la competencia exterior.

D. **Amadeo Petibó** repasó luego el desarrollo histórico de las teorías sobre el monopolio, desde Aristóteles hasta las modernas escuelas económicas. Y señaló que la evidencia empírica refuerza la tesis de que la falta de competencia acaba perjudicando el bienestar de los ciudadanos. En concreto, la OCDE puso de manifiesto que las regulaciones ineficientes en España suponían un coste equivalente al 4 ó 5% del producto interior bruto, en 1990. Paralelamente al análisis teórico, el conferenciante puso de manifiesto la evolución de las políticas de defensa de la competencia, con la Sherman Act norteamericana de 1890 como hito importante (a la que se adelantó Canadá en 1889). En la Unión Europea, los primeros pasos serios se dieron en 1951 (Tratado CECA) y en el Tratado de Roma (art. 3.G). En España, la primera ley antimonopolio se remonta a 1963, pero el impulso definitivo se dio en la ley, ahora vigente, de 1989. Acabó su disertación insistiendo en la necesidad de instrumentos bien diseñados para la defensa de la competencia, y en la interacción entre ética, economía y legislación para conseguir sus objetivos.

PUBLICACIONES DE LOS SOCIOS

En esta sección damos cuenta de los libros, monografías y capítulos de libros escritos por los socios de Ética, Economía y Dirección. Agradeceremos nos mantengáis informados de vuestras publicaciones.

Antonio Argandoña publicó el capítulo “La ética como criterio de gestión”, en el libro editado por la Asociación Galega para a Calidade, *Innovación en calidad, seguridad y medio ambiente. Ponencias presentadas en el I Congreso Galego de Calidade* (Madrid: Editorial Puzzle, 2000).

Adela Cortina publica un capítulo sobre “Mujer, economía familiar y Estado de bienestar”, y **Rafael Termes** otro sobre “Al margen de lo económico, la psicología de los mayores” en la obra colectiva *Dimensiones económicas y sociales de la familia* (Madrid: Fundación Argenteria y Visor, 2000).

Josep M. Lozano publicó el capítulo ‘Companies and Society. Ethical Responsibilities’ en el libro *Business Ethics. Broadening the Perspectives*, editado por J. Verstraeten (Leuven: Peeters, 2000). Se trata de una publicación de la European Ethics Network.

La **Fundación ÉTNOR** publica su *Memoria de actividades 1999* (Valencia: Fundación ÉTNOR, 2000).

ACTIVIDADES RECIENTES DE LOS SOCIOS

Antonio Argandoña pronunció una conferencia sobre ‘És possible dirigir una empresa amb ètica?’, en la sede de la Unió Empresarial de l’Anoia, Igualada, el 14 de marzo de 2000. Participó en la *Second International Conference on Cross Cultural Business Ethics*, University of Westminster, Londres, 17-19 de abril de 2000, donde presentó un paper sobre ‘Ethical funds as a tool for promoting ethics in business’ (con D. Sarsa). Asistió al *Seminario ‘Models of Capitalism’* organizado por el Liberty Fund en Formentor (Mallorca), los días 12 y 13 de mayo de 2000. Y participó en una mesa redonda sobre ‘La ética como criterio de gestión’ en el *I Congreso Galego da Calidade*, en Santiago de Compostela, 15-16 de mayo de 2000.

La **Fundación ÉTNOR** celebró las VI Jornadas de Ética Empresarial sobre ‘La responsabilidad social corporativa: Estado de la cuestión’ en Castellón, los días 17 y 18 de mayo de 2000.

Josep M. Lozano y **Angel Castiñeira** impartieron una conferencia sobre ‘La responsabilitat de les empreses i els governs davant la globalització’, en el Palau del Parlament (Barcelona), el 22 de mayo de 2000.

En la **EBEN Research Conference** celebrada en la sede de la E.M. Lyon, los días 16 y 17 de junio de 2000, participaron **Antonio Argandoña** (‘Corruption: The Corporate Perspective’), **Pedro Francés** y **Angel Borrego** (‘Corporate Governance of Listed Companies in Spain’), **Brian Husted** (‘An Exploratory Study of Corporate Social Strategy in Mexico’) y **José Félix Lozano** (‘How to Develop a Process for the Ethical Code Creation and Development Based in the Discursive Ehtics’’).

De nuevo los editores solicitan la colaboración de todos los socios para recoger adecuadamente las actividades llevadas a cabo.

ACTIVIDADES FUTURAS

Business and Ecology, curso de verano, Central European University. Budapest, 10-21 de julio de 2000.

Fourth International Symposium on Catholic Social Thought and Management Education, ‘Rethinking Wealth Creation and Distribution in the Jubilee: A Double Challenge For Catholic Social Thought and Management Education’, Puebla, México, 12-14 de julio de 2000.

Second World Congress of the International Society for Business, Economics and Ethics, ‘The Ethical Challenges of globalization’, Sao Paulo, Brasil, 19-23 de julio de 2000.

MBA Summer School, Kingston University, Kingston, Reino Unido, 30 de julio – 12 de agosto de 2000.

Annual Meeting, Society for Business Ethics, Toronto, Canadá, 3-6 de agosto de 2000.

European Business School, curso sobre ‘Responsible Entrepreneurship’, Leuven, Bélgica, 23-26 de agosto de 2000.

Thirteenth Annual EBEN Conference sobre ‘Ethics, Leadership and Accountability’, Cambridge, Reino Unido, 12-14 de septiembre de 2000. Irá precedida por un **Doctoral Workshop**, los días 11 y 12 de septiembre, y por una sesión abierta sobre ‘Publishing in Business Ethics’, el 12 de septiembre.

‘Ethics in the New Millenium. Bridging the Gap Between Private and Public Sectors’, The International Institute for Public Ethics, Ottawa, Canadá, 24-28 de septiembre de 2000.

Second Environmental Conference on Industry and Environmental Performance, “Euro Environment 2000”, Aalborg, Dinamarca, 18-20 de octubre de 2000.

The Fifth Expo-Discourse “Philosophical Dialogue of the Religions, Instead of the Clash of Civilizations, in the Process of Globalization”, Forschungsinstitut für Philosophie, Hannover, Alemania, 20-21 de octubre de 2000.

Business For Social Responsibility Eighth Annual Conference, “Adding Value: Strengthening Corporate Social Responsibility Strategies”, Nueva York, Estados Unidos, 8-10 de noviembre de 2000.

Tenth International Colloquium on Business and Economic Ethics, “Innovation, Manufacturing and Services: How to Improve Ethical Quality”, IESE, Universidad de Navarra, Barcelona, 9-10 de

noviembre de 2000 (español e inglés).

Sixth International Meeting for Teaching Business Ethics, IESE, Universidad de Navarra, Barcelona, 10-11 de noviembre de 2000 (español e inglés).

“Catholic Intellectual Traditions in the Humanities and the Social Science”, Leuven, Bélgica, 10-11 de noviembre de 2000.

“At Our Best: Moral Lives in a Moral Community”, Markkula Center for Applied Ethics, Santa Clara University, 22-24 de febrero de 2001.

Los interesados en obtener información adicional sobre estas actividades pueden solicitarla a los editores de Noticias de Ética, Economía y Dirección.

Ética, Economía y Dirección. Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones (EBEN-España)

Presidente: Prof. José L. Fernández. ICADE – Universidad Pontificia Comillas. Alberto Aguilera 23, 28015 Madrid. Tel. 915 422 800 – Fax. 915 596 569.

Secretario: Prof. Antonio Argandoña. IESE – Universidad de Navarra. Av. Pearson 21, 08034 Barcelona. Tel. 932 534 200 – Fax. 932 534 343.

Editores de Noticias: Prof. Antonio Argandoña (IESE - Universidad de Navarra) y Prof. José Ángel Ceballos (ICAI – Universidad Pontificia Comillas).

Depósito Legal: B. 1.011-1996

ISSN: 1135-4836