



UMANIUS

Humanismo Empresarial



9

ÉTICA EMPRESARIAL

Septiembre 2025

Sumario

	01. Marco Conceptual	3
	02. Algunos datos relevantes	9
	03. El Papel de la Empresa	12
	04. Relatos con propósito	14
	05. Citas inspiradoras	16
	06. Referencias	18
	07. Gabinete Umanius	21

UMANIUS es la Revista de la Fundación Auren que, como parte de su propósito fundacional, aborda sucintamente cuestiones relativas al humanismo empresarial. Su finalidad es exponer, proponer modos para su implantación, difundir y alentar los valores propugnados por el humanismo cívico en las empresas y organizaciones privadas y públicas.

01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

3

01

Marco conceptual

Ética empresarial



UMANIUS
Humanismo Empresarial

Nº 9 ÉTICA EMPRESARIAL - Septiembre 2025



01MARCO
CONCEPTUAL**02**ALGUNOS DATOS
RELEVANTES**03**EL PAPEL DE LA
EMPRESA**04**RELATOS CON
PROPÓSITO**05**CITAS
INSPIRADORAS**06**

REFERENCIAS

07GABINETE
UMANIUS

SUMARIO

N° 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

4

ÉTICA Y MORAL, VALORES Y PRINCIPIOS, CULTURA

Conviene precisar los conceptos que conciernen a la ética, la moral, los valores, los principios, la cultura y los hábitos, para poder trasladarlos apropiadamente al ámbito de la empresa. Mientras que la ética se sustenta sobre la razón y desde ella estudia lo correcto o equivocado del comportamiento humano -el bien, la virtud, el deber, la felicidad...-, la moral se apoya en la costumbre y se centra sobre el conjunto de principios que dirigen o guían la conducta de las personas en una determinada sociedad, posibilitando de esa manera, distinguir las acciones correctas o incorrectas en un entorno social concreto. La ética tiene un sustento racional, mientras que la moral lo tiene convencional, lo que hace a la primera tolerante y a la segunda más rígida respecto de sus propios principios. Cabe señalar también, que la ética se sustenta sobre la reflexión individual y su conclusión puede derivar o no en la configuración de unos principios morales socialmente compartidos.

Algunos principios morales se transmiten entre diferentes generaciones de un mismo grupo de personas que establecen, así, una moral sobre la que sostener su sociedad. La cultura codifica sociológicamente la moral imperante instrumentándola en un conjunto de normas, símbolos, mitos y pautas de comportamiento que son compartidos por los miembros de un entorno social, que actúan como marco de referencia y que contribuyen a conformar la identidad de una sociedad. Con todo y con ello, las migraciones, la globalización o los movimientos alternativos, han provocado la convivencia, no siempre pacífica, de distintas culturas en determinadas sociedades. La tolerancia es un valor ético y un reto colectivo para su traslación como principio moral a las distintas culturas coexistentes.

La ética delibera sobre los principios de la moral, teniendo como base la dignidad humana; centra la atención sobre un hecho concreto de la vida de cuyas conclusiones se extraerá el comportamiento moral adecuado. Eso que para la ética son valores, la moral habrá de convertirlos en principios. Los principios son valores interiorizados que ya forman parte de la conciencia y del criterio personal, lo que hace que se mantengan en el tiempo y raramente se cuestionen.

En sus orígenes, la economía estaba profundamente vinculada a la ética y podía considerarse como una de sus ramas. Filósofos como Aristóteles abordaban la economía dentro del marco de la moral y la justicia, reflexionando sobre el uso correcto de los recursos y la equidad en las relaciones económicas. Durante siglos, la economía se desarrolló dentro del pensamiento filosófico, hasta que, en el siglo XVIII, con autores como Adam Smith, comenzó a consolidarse como una disciplina autónoma. Sin embargo, ética y economía siguen relacionadas, ya que las decisiones económicas afectan al bienestar social. La ética debe servir de guía para la equidad, la justicia y la responsabilidad en las políticas económicas y en los mercados. Un sistema económico sin el concurso de la ética es fuente de desigualdades y corrupción.

Las empresas son parte esencial de los sistemas económicos. Para su expresión, todas las políticas de las empresas humanistas beben del respeto a los derechos humanos y la biosfera. La ética desempeña, en ese aspecto, un papel relevante. La ética empresarial es el conjunto de principios y valores que guían el comportamiento de una empresa y sus empleados en la toma de decisiones y en sus relaciones con sus agentes de interés. Se fundamenta, entre otras, sobre la responsabilidad, la transparencia, la equidad y el respeto, buscando no solo el éxito económico, sino también el bienestar social y ambiental.





ÉTICA CÍVICA

En las sociedades pluralistas cohabitan distintas propuestas morales, cuya convivencia pacífica debería estar sustentada por la asunción de unos valores mínimos compartidos y respetados por todos, que se corresponden con lo que se llama una ética cívica, y que acaban por formar una suerte de propuesta moral de intersección compartida que atañe a los elementos comunes de todas las morales coexistentes. La ética cívica propone los valores sincréticos que todas las morales pueden compartir y respetar, y que permiten el pluralismo convivencial.

Esos valores cívicos se caracterizan por tener la facultad de su universalización:

- » La libertad, entendida como autonomía moral (cada persona es libre de querer unas cosas y no otras, siempre que no dañe a los demás) y como autonomía política (cada ciudadano puede participar activamente en la vida política de su comunidad).
- » La igualdad, entendida como igualdad de oportunidades para alcanzar unos mínimos materiales y unas mínimas condiciones sociales y culturales para desarrollar una vida digna.
- » La solidaridad, entendida como una acción para apoyar al débil para que alcance la mayor autonomía y desarrollo posibles.
- » El respeto activo - la sola tolerancia puede llevar a la indiferencia, mientras que el respeto activo procura la empatía y la consideración hacia el diferente.
- » El diálogo frente a la violencia, como la mejor manera de resolver los problemas que supone la convivencia plural.

La ética delibera sobre los principios de la moral, teniendo como base la dignidad humana; centra la atención sobre un hecho concreto de la vida de cuyas conclusiones se extraerá el comportamiento moral adecuado. Eso que para la ética son valores, la moral habrá de convertirlos en principios. La repetición de las buenas decisiones, sustentadas sobre los valores éticos y principios morales subsecuentes, genera en el hombre el hábito de comportarse adecuadamente.

En el románico las imágenes del Apocalipsis pretendían aleccionar sobre las reglas morales de la época: las virtudes y los vicios, y los castigos que esperaban a los que no siguieran las normas morales establecidas.



Título de la obra: Le tympan de l'église abbatiale Sainte-Foy de Conques*

*Este edificio está clasificado como monumento histórico de Francia. Está registrado en la base Mérimée, una base de datos del patrimonio arquitectónico gestionada por el Ministerio de Cultura francés, con la referencia PA00093999.

Fuente: Wikipedia https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tympan_Sainte-Foy_de_Conques.jpg

Autor: Titanet - Trabajo propio - Fotografía tomada el 14 de agosto 2011

Subida: 16 de septiembre de 2011

Disponible bajo Licencia: Esta es una reproducción fotográfica, disponible bajo licencia CC BY-SA 3.0, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/legalcode>



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

La ética en la empresa es parte esencial de su cultura, del compendio de valores, y también una política transversal esencial para definir y conducir sus comportamientos. Para la gestión de su dimensión ética, una empresa debe considerar determinadas cuestiones clave:

1. Definición clara de valores y misión. La empresa debe definir con claridad sus valores fundamentales y su propósito más allá de la rentabilidad: compromiso con la sociedad, respeto por los derechos humanos, sostenibilidad, etc.
2. Cultura empresarial alineada con valores éticos. Es necesario promover una cultura donde se reconozca y recompense el comportamiento ético, y se corrija activamente lo que lo socava.
3. Liderazgo ético ejemplar. Los líderes deben actuar como referentes de conducta. Deben ser coherentes entre lo que dicen y hacen, y promover un clima de confianza, integridad y responsabilidad.
4. Integración de la ética en la toma de decisiones. Las decisiones empresariales deben considerar los efectos en todos los grupos de interés, lo que implica evaluar las consecuencias éticas de las acciones estratégicas.
5. Sistematizar la gestión ética. Debe haber códigos de conducta, políticas, canales para reportar irregularidades, formación ética continua y mecanismos de evaluación alineados con los valores corporativos.
6. Diálogo con los grupos de interés. La ética empresarial implica escuchar activamente a empleados, clientes, proveedores, socios y comunidades, y tomar decisiones que consideren sus intereses legítimos.



7. Coherencia entre discurso y práctica. El comportamiento ético se demuestra en la práctica diaria, no solo en los valores escritos.
8. Gestión del riesgo ético. Deben identificarse posibles dilemas éticos o zonas de riesgo en las operaciones y anticipar respuestas adecuadas.
9. Evaluación e incentivos. Hay que incluir la ética como criterio en la evaluación del desempeño y evitar recompensar conductas que, aunque eficaces económicamente, sean cuestionables.
10. Formación continua. La educación sobre ética, valores corporativos, y habilidades para la toma de decisiones responsables debe darse en todos los niveles de la empresa.

01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

N° 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

El término Ética Empresarial surgió en Estados Unidos en los años setenta y se expandió en Europa y en Japón en los años ochenta. Desde el punto de vista de la moral, el concepto no significaba lo mismo para todas las regiones del mundo, debido a las diferencias sociopolíticas y económicas de cada una. Lo que en un territorio se consideraba como aceptable, en otro podía no serlo.

Como disciplina, la ética empresarial se ocupa de estudiar la moral en torno al desempeño de las empresas y su impacto en la sociedad. En el 2000 las cuestiones en torno a la ética empresarial se alinearon con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y sus diez principios universalmente aceptados. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible sirven como hoja de ruta para el Pacto Mundial.

El Modelo de Gestión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas propone un círculo virtuoso para su integración en la empresa.





DEONTOLOGÍA, ÉTICA EMPRESARIAL Y SUS CÓDIGOS

La Deontología es una disciplina dentro de la ética que se centra en los deberes y principios morales que deben regir una profesión o sector empresarial. Se fundamenta en normas que establecen lo que es correcto o incorrecto en el ejercicio de una actividad económica en una sociedad determinada, independientemente de las consecuencias. Es decir, se basa en el cumplimiento de reglas y obligaciones inherentes a cada actividad. Ejemplos son los Códigos Deontológicos que rigen a profesionales como auditores, abogados, médicos o periodistas; aunque también los hay para sectores empresariales como bancos, educación o publicidad. En ellos se establecen principios como la responsabilidad, la transparencia y la protección de los derechos de las personas.

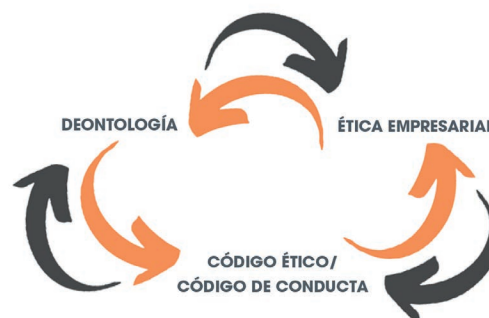
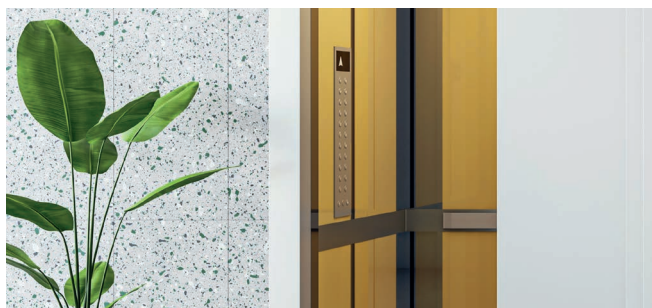
Por otro lado, la Ética Empresarial se enfoca en la moral y los principios aplicados en la gestión de una empresa y en su relación con los distintos agentes de interés. No se basa necesariamente en reglas específicas para una profesión, sino en valores más amplios como la equidad, la sostenibilidad y la integridad en la toma de decisiones empresariales.

La diferencia clave entre ambas es que la Deontología es específica para cada profesión o sector de actividad, y establece

deberes concretos que se deben seguir en su desempeño. En cambio, la Ética Empresarial es un conjunto de valores y principios generales que rigen el comportamiento de una empresa y sus decisiones.

Una empresa humanista debe respetar el Código Deontológico inherente a su actividad y, alineado con él, gestionar la implantación de su Código Ético integrándolo en sus políticas y en el seno de sus estrategias y procesos de gestión -a través de los procedimientos y las prácticas pertinentes-, haciendo de él, un instrumento esencial de su cultura empresarial. Su correcta transmisión a través de todos los niveles organizacionales de la empresa, es una medida de prevención contra las conductas no deseables, y de mejora de la relación con los agentes de interés, además de que, al formar parte de su identidad, fortalece la imagen percibida y la reputación de la empresa.

La creación de un Comité Ético, que puede estar integrado en el Comité de Conducta, es apropiada para asegurar la conformidad del cumplimiento de los principios y normas de la empresa y mejorar continuamente su eficacia y eficiencia, mediante la planificación e implantación de procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora.



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

02

Algunos datos relevantes




UMANIUS
Humanismo Empresarial





SUMARIO

N° 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

El estado de las estrategias de diversidad, equidad e inclusión.

Fundación ADECCO. Informe 2025

En su informe, la Fundación Adecco identifica, frente al estado de confrontación actual, la mejor respuesta que pueden tomar las empresas en materia de gestión de la Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I). El 36,9% de las empresas que sí cuenta con un plan estructurado de DE&I cree que se encuentra en una fase de integración, en la que ya cuenta con una estrategia consolidada y presente en el ADN de la compañía, mientras que un 28,3% se ubica en una fase de gestión, con un equipo multidisciplinar que desarrolla estrategias de DE&I con sus grupos de interés. Por otro lado, un 21,7% cree que está en fase de cambio cultural y un 10,9% en fase de iniciación.

El informe de Transparencia Internacional sobre Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) 2024 señala que desde 2012 a 2024, 32 países han mejorado en la percepción de su transparencia, mientras que otros 47 han empeorado, incluyendo algunos como USA, Nueva Zelanda o Rusia. Otros 101 países han permanecido significativamente igual.

<https://www.transparency.org/en/news/cpi-2024-highlights-insights-corruption-climate-crisis>



32

PAÍSES QUE HAN
MEJORADO

47

PAÍSES QUE HAN
EMPEORADO

Transparencia Internacional sobre Índice de
Percepción de la Corrupción (IPC)

El Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) va de 0 a 100, donde 0 representa corrupción extrema y 100 indica un nivel muy bajo de corrupción.

Por continentes

- » Europa Occidental sigue liderando con los países menos corruptos, destacando Dinamarca (90/100), Finlandia (88/100) y Suecia (80/100).
- » África enfrenta grandes desafíos, con países como Sudán del Sur (13/100) y Somalia (12/100) en los últimos lugares.
- » Asia muestra contrastes: Singapur (84/100) es uno de los menos corruptos, mientras que Afganistán (16/100) sigue en niveles críticos.
- » América Latina tiene un promedio bajo, con Uruguay (76/100) como el mejor posicionado y Venezuela (14/100) en el extremo opuesto.
- » Oceanía mantiene buenos niveles, con Nueva Zelanda (83/100) y Australia (77/100) en posiciones destacadas.

Europa

- » España ha caído diez puestos en el ranking europeo, pasando del puesto 14 al 16 entre los 27 países de la UE.
- » Los países con mejor puntuación en Europa son Dinamarca (90/100), Finlandia (88/100) y Noruega (81/100).
- » Los países con peor puntuación incluyen Hungría (42/100), Rumania (46/100) y Bulgaria (45/100).
- » La corrupción ha empeorado en varias democracias, como Suecia (82/100) Países Bajos (79/100) y Reino Unido (71/100), que han registrado sus peores puntuaciones desde 2012.



España

- » España ha bajado cuatro puntos, obteniendo 56/100, lo que la sitúa en el puesto 46 de 180 a nivel global.
- » En la Unión Europea, España ha sido superada por Letonia (59/100) y Eslovenia (60/100), y comparte puntuación con Chipre y República Checa (56/100).
- » Las causas del descenso incluyen el estancamiento de reformas anticorrupción, el desmantelamiento de estructuras autonómicas** y el **retraso en la transposición de directivas europeas**.

Transparencia Internacional publica varios informes además del Índice de Percepción de la Corrupción (IPC). Algunos de los más relevantes incluyen: el Barómetro Global de la Corrupción: encuesta que mide la percepción y experiencias de corrupción entre ciudadanos de distintos países; el Índice de Pagadores de Sobornos (BPI): evalúa la propensión de empresas multinacionales a pagar sobornos en el extranjero; el Exporting Corruption: informe sobre el cumplimiento de la Convención Antisoborno de la OCDE; el Integrity Watch: plataforma que analiza la transparencia en el lobbying, los conflictos de interés y el acceso a la información pública; Estudios sobre contratación pública y gobernanza: informes específicos sobre transparencia en sectores clave como el deporte, el sector inmobiliario y la administración pública.

Forética Datos enero 2025

[*Listado-SGE21-web-enero-2025.pdf*](#)

El listado contiene 180 organizaciones en España certificadas bajo la norma SGE 21, según el documento actualizado en enero de 2025. Por sectores:

- » Servicios: 98 empresas (54.44%)
- » Construcción: 15 empresas (8.33%)

- » Limpieza: 14 empresas (7.78%)
- » Transporte: 12 empresas (6.67%)
- » Servicios Funerarios: 11 empresas (6.11%)
- » Oleícola: 6 empresas (3.33%)
- » Farmacéutico: 5 empresas (2.78%)
- » Gestión Ciclo Agua: 3 empresas (1.67%)
- » Seguridad: 5 empresas (2.78%)
- » Otros sectores (alimentación, distribución, salud, metalurgia, etc.): 11 empresas (6.11%)



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

12

03

El papel de la empresa



UMANIUS
Humanismo Empresarial

Nº 9 ÉTICA EMPRESARIAL - Septiembre 2025





» **Constituir un Comité Ético** – que puede formar parte del Comité de Conducta de la empresa- como un órgano encargado de supervisar y garantizar el cumplimiento de los principios éticos, valores corporativos y normas internas, en concordancia con las mejores prácticas de gobernanza y responsabilidad social. El objetivo final de un Comité Ético es fomentar un ambiente laboral transparente y alineado con los valores de la empresa

- Composición del comité: Suele estar compuesto por 3 a 7 integrantes, dependiendo del tamaño de la empresa.
- Diversidad: Es importante incluir representantes de diferentes áreas de la empresa (legal, recursos humanos, operaciones, etc.) para garantizar una visión integral, y a miembros con experiencia en ética empresarial, cumplimiento normativo y gobernanza.
- Independencia: Al menos un miembro externo a la organización puede aportar imparcialidad y objetividad.
- Duración del mandato: Establecer un periodo definido para los integrantes, por ejemplo, 2 o 3 años, con posibilidad de renovación.

» **Definir los objetivos del Comité:**

- Elaborar y difundir los principios éticos de la empresa mediante un Código Ético, o bien integrado en un Código de Conducta.
- Promover el comportamiento ético en todos los niveles de la organización.
- Velar por el cumplimiento del código de ética y las políticas internas.
- Gestionar posibles conflictos éticos y ofrecer recomendaciones.
- Supervisar la implementación de políticas y su concordancia con los valores de la empresa.

» **Elaborar un reglamento interno.**

» **Establecer un canal de comunicación interno** para que los empleados puedan reportar conductas indebidas e implementar un sistema de evaluación periódica para analizar el impacto y la eficacia del comité.

» **Formación y sensibilización.**



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

14

04

Relatos con propósito

El dilema en Futurtecnia



UMANIUS
Humanismo Empresarial

Nº 9 ÉTICA EMPRESARIAL - Septiembre 2025



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

N° 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

En una región que albergaba un floreciente ecosistema empresarial, dos compañías tecnológicas destacaban entre las demás: Futurtecnica y Quicktecnica. Ambas competían ferozmente en el desarrollo de dispositivos inteligentes que podían revolucionar las sillas de ruedas de pacientes afectados por lesiones modulares.

Futurtecnica, una empresa conocida por su enfoque en la innovación, enfrentó un dilema ético que puso en jaque sus valores fundamentales. Estaba en las últimas fases de desarrollo de un dispositivo de reconocimiento de voz avanzado. En un reciente congreso médico sobre traumatología habían conversado con Quicktecnica acerca de cómo los avances en los que ambos estaban trabajando, podían mejorar la movilidad de los pacientes.

El Consejo Directivo de Futurtecnica se reunió para plantear su estrategia de presentación en el mercado. Algunos ejecutivos argumentaron que anticiparse a Quicktecnica les daría una ventaja estratégica: podrían ajustar su propio producto para lanzarlo antes que el de Quicktecnica, asegurándose así la mayor cuota de mercado.

Por otro lado, Marina Gómez, directora de marketing de Futurtecnica, y otros consejeros defendieron compartir las enormes ventajas que representaba su desarrollo con otros operadores del mercado. Marina creía que esto reforzaría enormemente los valores de transparencia y ética que habían guiado a Futurtecnica desde su fundación. “Nuestra reputación como una empresa íntegra no tiene precio”, expresó Marina. Defendió con énfasis esta posición poniendo el ejemplo de Volvo, que, tras patentar el cinturón de seguridad de tres puntos, permitió el libre uso de su invento en lugar de haberlo explotado en exclusiva durante 20 años, lo que ha salvado miles de vidas, y que simultáneamente ha dado a la marca un enorme prestigio en relación a la sostenibilidad. Mencionó también el caso del Dr. Patarroyo,



descubridor de la primera vacuna contra la malaria cuyos derechos cedió a la Organización Mundial de la Salud (OMS)

El debate fue intenso en el Consejo. El desarrollo era importante y las sillas de ruedas para enfermos con lesiones modulares, constituían un mercado muy apetecible. Por otra parte, los ingenieros defendían que pronto podían encontrar aplicaciones para otros sectores. Finalmente, la directora ejecutiva de Futurtecnica, Sofía Martínez, indicó que iba contra la ética y los valores de la empresa sacar ventaja de lo compartido en congresos y que tanta importancia podía tener para los pacientes.

La decisión fue arriesgada, pero tuvo un impacto significativo. Aunque Quicktecnica logró lanzar su producto poco tiempo después, Futurtecnica ganó un enorme prestigio no solo en relación con la innovación tecnológica, sino también con los valores éticos que defendían.

Este episodio marcó un antes y un después en la historia de Futurtecnica, demostrando que, incluso en un mundo empresarial competitivo, la ética puede ser una ventaja. Aunque la tentación de obtener una ventaja inmediata era fuerte, Marina y el resto del equipo demostraron que actuar con integridad no solo preserva la reputación, sino que también puede generar lealtad y confianza a largo plazo.



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

16

05

Citas inspiradoras



UMANIUS
Humanismo Empresarial

Nº 9 ÉTICA EMPRESARIAL - Septiembre 2025



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

“La ética es saber la diferencia entre lo que tienes derecho a hacer y lo que es correcto hacer.”

POTTER STEWART. JUEZ DE LA CORTE SUPREMA DE EE. UU.

“Obra de tal modo que trates a la humanidad, tanto en tu persona como en la de cualquier otro, siempre como un fin y nunca como un medio.”

IMMANUEL KANT. FILÓSOFO

“El hombre es la medida de todas las cosas.”

PROTÁGORAS

La virtud moral es el resultado del hábito.”

ARISTÓTELES. FILÓSOFO

La integridad es hacer lo correcto, incluso cuando nadie está mirando.

C. S. LEWIS. FILÓSOFO Y ESCRITOR

“La ética empresarial no es un accesorio, es el núcleo de una empresa sostenible.”

JOHN ELKINGTON. AUTOR, CREADOR DEL CONCEPTO *TRIPLE BOTTOM LINE*

“Los negocios que no tienen principios son negocios sin futuro.”

PATRICK DIXON. AUTOR, CONSULTOR Y MECENAS

“Hacer lo correcto es más rentable a largo plazo que hacer lo conveniente a corto plazo.”

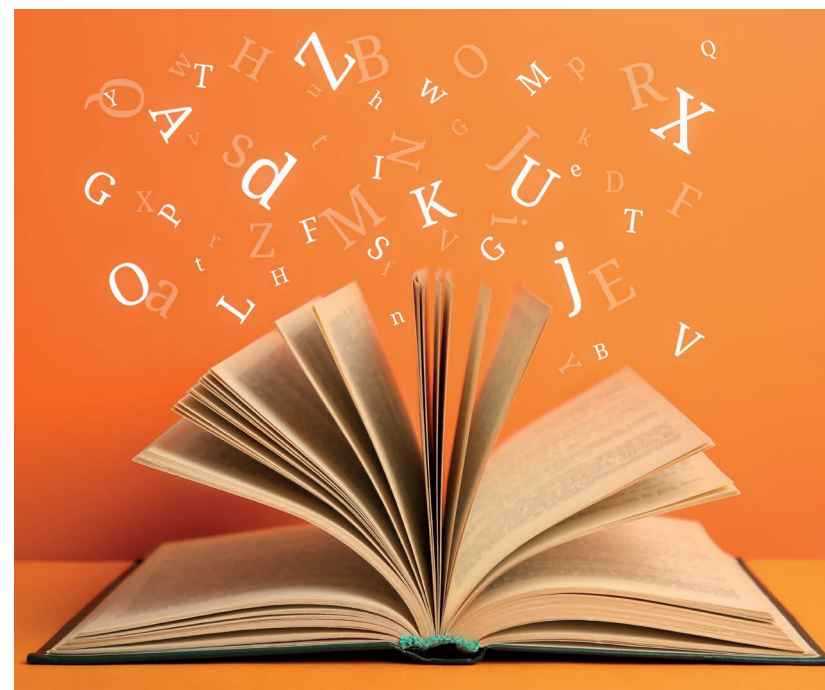
HOWARD SCHULTZ, EX CEO DE STARBUCKS

“La confianza se gana gota a gota y se pierde en litros.”

JEAN PAUL AGON, CEO DE L'ORÉAL

“Una marca es una promesa. La ética es lo que garantiza que esa promesa no se rompa.”

SIN AUTOR CONOCIDO



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

18

06

Referencias

Bibliografía

Webs

Videos



UMANIUS
Humanismo Empresarial

Nº 9 ÉTICA EMPRESARIAL - Septiembre 2025





Bibliografía

- “Cases in Leadership, Ethics, and Organizational Integrity: A Strategic Perspective”. Lynn S. Paine. Ed. McGraw-Hill
- La empresa, una comunidad de personas: Cultura empresarial para un tiempo nuevo. Antonio Argandoña. Plataforma Editorial.
- “La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa”. Elsa González Esteban. Revista de Filosofía y Teología Veritas. Publicado en VERITAS, vol. II, nº 7. 2007.
- Códigos éticos de las empresas españolas: Un análisis de su contenido. Silvia Ayuso, Jordi Garolera. Escola Superior de Comerç Internacional – Universitat Pompeu Fabra. Càtedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa. Documento de trabajo nº 10. Julio 2011.
- 4 funciones de los comités de ética.
www.responsabilidadsocial.net/4-funciones-de-los-comites-de-etica
- Ética De La Actividad Económica y empresarial. Ignacio Ferrero Muñoz, Ed. Ediciones Universidad de Navarra.
- Ética empresarial y códigos de conducta. José Luis Goñi Sein. Ed. La Ley-Actualidad
- Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial. Adela Cortina Orts. Editorial Trotta, S.A.
- Ética de las profesiones. Raúl González Fabrè. Ed. Desclée de Brouwer S.A.
- ¿Códigos éticos o códigos de conducta básica? Juan Antonio Lascuraín
www.almacenedderecho.org/codigos-eticos-o-codigos-de-conducta-basica
- Ethics and excellence. Robert C. Solomon. Publisher Oxford University Press.
- Comparación de Códigos Éticos de Empresas del Ibex 35. Teresa Sánchez-Asaín Fernández. Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Pontificia Comillas. ICAI-ICADE. Abril 2018
- Business Ethics: A Kantian Perspective. Norman Bowie. Publisher Cambridge University Press
- Ethical Theory and Business. Denis G. Arnold, University of North Carolina, Charlotte, Tom L. Beauchamp, Georgetown University, Washington DC, Norman E. Bowie, University of Minnesota. Publisher Cambridge University Press
- Ética en dirección de empresas. Domènec Melé. Ed. Pearson Educación.
- Ethics, the Heart of Leadership. Joanne B. Ciulla Ed. Praeger.

Webs

- IESE
www.iese.edu/es/claustro-investigacion/catedras/etica-empresarial
- Fundación ÉTNOR
www.etnor.org
- Business Hub Naciones Unidas
<https://businessintegrity.unodc.org/bip/es/business-hub.html>
- Oficina de Ética de las Naciones Unidas
<https://www.un.org/es/ethics/>



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

Videos

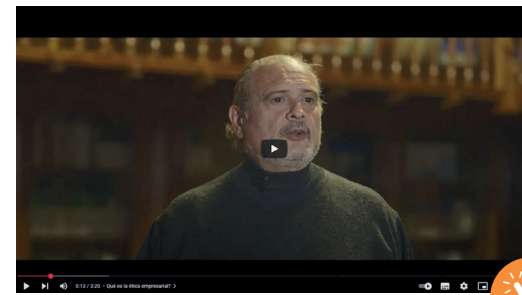
Kantian Ethics - Norman Bowie Lista de reproducción.



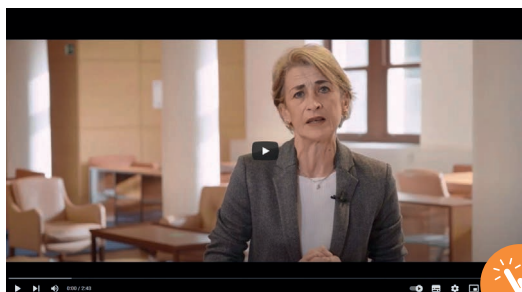
Deontología y ética profesional. Javier Martínez.



¿Qué es la ética empresarial? Perú Sasía y Cecilia Martínez



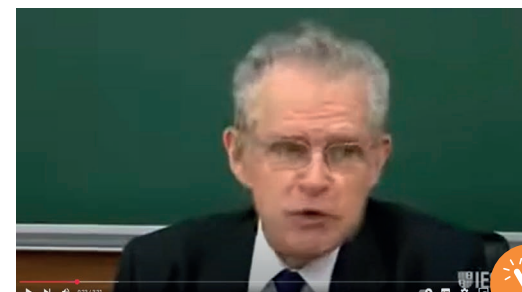
Ética y moral. Begoña Arrieta.



Para que sirve la Ética. Adela Cortina



Ética empresarial. Antonio Argandoña.



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

N° 9
Ética empresarial

Septiembre 2025

21

07



Diálogo en la Cátedra



UMANIUS
Humanismo Empresarial

N° 9 ÉTICA EMPRESARIAL - Septiembre 2025



01

MARCO
CONCEPTUAL

02

ALGUNOS DATOS
RELEVANTES

03

EL PAPEL DE LA
EMPRESA

04

RELATOS CON
PROPÓSITO

05

CITAS
INSPIRADORAS

06

REFERENCIAS

07

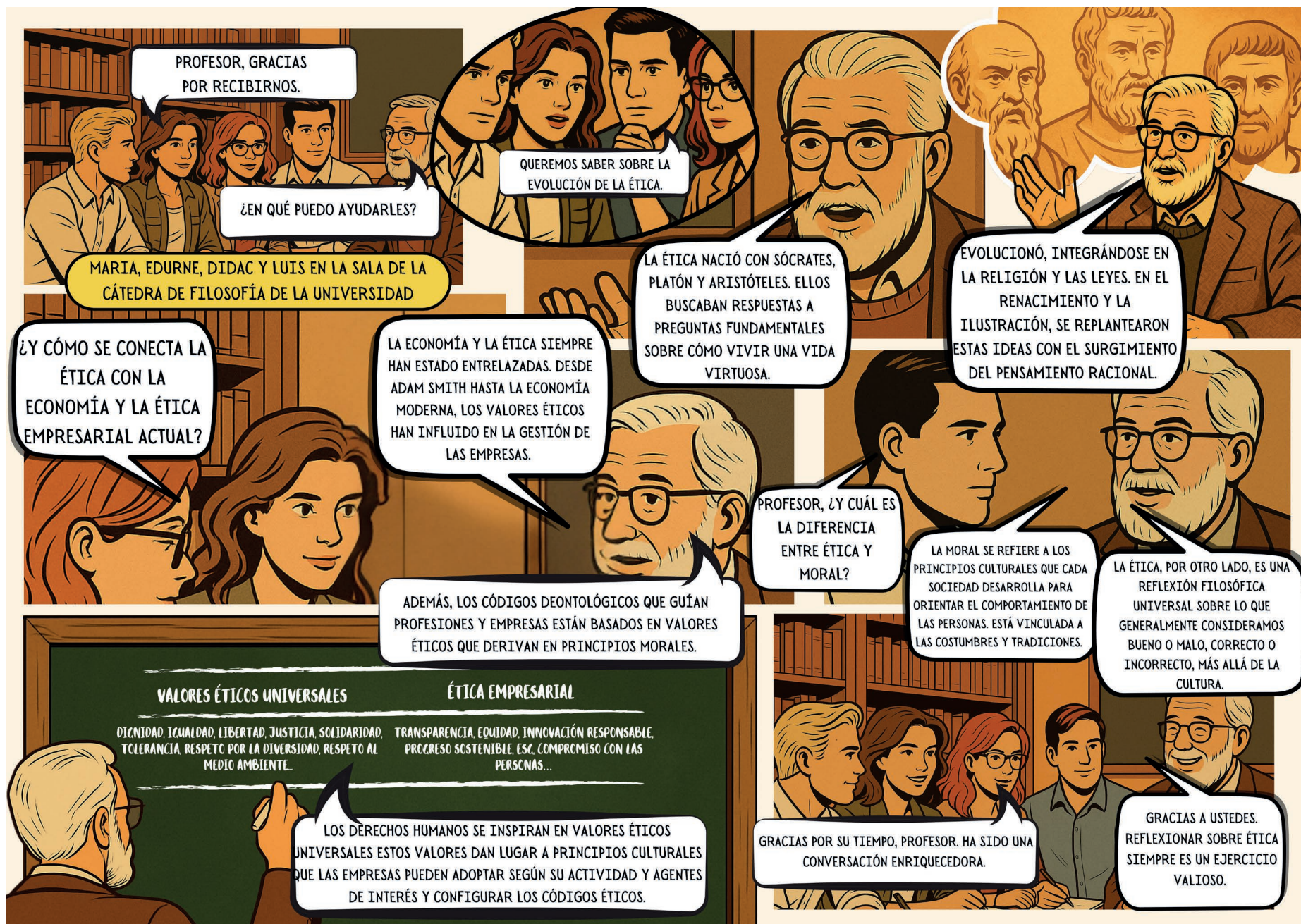
GABINETE
UMANIUS



SUMARIO

Nº 9
Ética empresarial

Septiembre 2025





UMANIUS

Humanismo Empresarial

9

ÉTICA EMPRESARIAL

Septiembre 2025

© 2025 Fundación Auren por la edición
Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sea por medios mecánicos o electrónicos, sin la debida autorización del editor.

UMANIUS se edita gracias a la colaboración desinteresada en la elaboración de su contenido, diseño y maquetación, de las personas que forman o han formado parte de Auren. Las ilustraciones de la página del cómic son realizadas por Roberto Catalá Nacher.

info@fundacionauren.com

