

## **Ética empresarial: Teoría y casos**

**Autor: Rafael Gómez Pérez**

Madrid, Rialp, 1990, 166 pp.

ISBN 84-321-2569-5

Como todo lo importante en economía, la preocupación por la ética de los negocios y en los negocios viene del lado de la demanda. Por parte de la oferta se había creado una mentalidad, honesta en su mayor parte, pero también excesivamente comprensiva a veces para lo que no tenía más nombre que vicio o corrupción.

Cualquiera con un puesto responsable en la empresa privada o pública, habrá notado en los últimos años que ya no se pueden hacer cosas que pasaban inadvertidas antes. Es el público, el consumidor, el que está exigiendo más: en calidad de los productos -que es la primera muestra de honradez- y en la calidad de los servicios y del trato humano.

Este libro es un breve, fácil y a veces divertido tratamiento de los problemas teóricos de la ética empresarial. Problemas teóricos -sin teoría no hay práctica- seguidos por más de treinta casos: ¿hay que pagar los impuestos y en qué proporción?, ¿hasta qué punto un regalo puede ser un soborno?, ¿qué hacer con el empleado alcohólico? Las respuestas están pensadas para problemas que se plantean todos los días.