

Crítica a los fundamentos teóricos, filosóficos y éticos de la Responsabilidad Social Empresarial

Cristian David Rincón O.¹

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido concebida como algo que las empresas *debían* implementar, no por obligación legal, sino de manera voluntaria. Siempre se planteó como algo netamente moral. Sin embargo, aunque tenía esta pretensión, la RSE se ha enfrentado a dos serios problemas: 1) Dejó de ser algo voluntario y moral, pasando a ser algo casi obligatorio (tanto así que la empresa que no la implemente parte con desventajas respecto a las que sí lo hacen) y legal. 2) Aunque tiene pretensiones de ser una postura ética, posee débiles fundamentos teóricos y filosóficos. En este escrito, mostraré algunas de las deficiencias teórico-filosófico-éticas en la RSE y cómo esta pasó a ser una postura legal, más que moral. Para ello, primero haré una introducción a la RSE (qué es, cómo surgió, sus principales postulados, etc.); luego mostraré cómo sus orígenes son los mismos de la *Moral cristiana* explicada por Nietzsche en “La genealogía de la moral”; mostraré las inconsistencias teóricas de sus postulados y, finalmente, concluiré con el esquema de una posible solución a los problemas teóricos de la RSE para debates futuros.

Palabras clave. RSE, Ética, Filosofía, Nietzsche, Moral, Legal.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) has been conceived like something what companies *must* implement, no because it were legally required, but of a voluntary way. It was always raised like something clearly moral. However, although it had that pretension, CSR has faced two serious problems: 1) it stopped being something voluntary and moral, and it becomes something almost legal. 2) Although it has pretensions to be an ethical stance, it has weak theoretical and philosophical fundamentals. In this paper, I will show some theoretical-philosophical deficiencies in CSR and how it became a legal stance, instead moral. For that, I will make an introduction about CSR first (what it is, how it originated, its main postulates, etc.); then, I will show how its origins are the same of *Christianity moral* explained by Nietzsche in “Genealogy of Morals”; I will show the theoretical inconsistencies of CRS’ postulates and, lastly, I will conclude with a scheme of a possible solution to theoretical problems of CSR for future discussions.

Keywords. CSR, Ethics, Philosophy, Nietzsche, Moral, Legal.

Responsabilidad Social Empresarial

¹ Administrador de empresas. Estudiante de la Maestría en Filosofía de la Universidad de Caldas. Docente ocasional en la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Perteneciente al Grupo de Investigación en Filosofía y Teoría en Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. Correo: crdrinconor@unal.edu.co

El debate sobre la Responsabilidad Social de la Empresa ² o sobre Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) inicia, según varios autores (Buchholz & Rosenthal, 2001; Lozano, 1999), en los años 50 debido al rápido crecimiento económico de las empresas norteamericanas mientras, al mismo tiempo, el país discutía sobre los problemas sociales graves que habían surgido como “la pobreza, el paro, las relaciones entre razas, la degradación urbana y la contaminación. La responsabilidad social empresarial se convirtió en un clamor compartido por diversos grupos que exigían cambios en los negocios americanos” (Boatright, 1993, p. 386). Como una reacción a la situación que sufría el país en contraste al poderío económico de las grandes empresas, se empezó a forjar más ampliamente un debate sobre la responsabilidad que tenían las empresas con la sociedad. “Los ejecutivos empezaron a hablar de las responsabilidades de la compañía y a establecer programas sociales específicos como respuesta a problemas de índole social, más que económico” (Buchholz & Rosenthal, 2001, p. 367).

A raíz de lo anterior, académicos empiezan a preguntarse si las grandes empresas, con poderío económico, pueden ayudar a la resolución de los problemas sociales y, aún, si tenían la *responsabilidad* de hacerlo. Así, en 1953 aparece el primer libro académico que acuña este término (RSE), titulado *The Social Responsibilities of Businessman*, de Howard Bowen, quien sienta las bases de lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social Empresarial. Según Lozano (1999), el principal fundamento de la RSE es que la finalidad de las empresas no se agota en el sistema económico en el que se encuentra ni su acción se limita al ámbito legal. Los objetivos de las compañías no se reducen únicamente a la maximización de utilidades y al cumplimiento de la ley, sino que las empresas son más que entidades económicas y tienen la responsabilidad de ayudar a la resolución de problemas sociales, “objetivo que alcanzarían si dedicaran recursos a la solución de tales problemas” (Buchholz & Rosenthal, 2001, p. 367). En este sentido, la palabra *responsabilidad* implica que las empresas tienen cierta obligación con la sociedad en la búsqueda y aplicación de soluciones que corrijan los problemas que estas enfrentan, sin que esta obligación sea de carácter legal sino más bien moral. La idea era que las empresas que aplicaran la RSE lo hicieran de manera voluntaria, más no porque fueran obligadas a hacerlo.

Así, la discusión sobre la RSE empezó a forjarse alrededor de tres puntos claves: “la no-reducción de la empresa a su función económica, la atención a todos los grupos incluidos en la actividad empresarial y la implicación de la empresa en la solución de los problemas sociales” (Lozano, 1999, p. 84). En cuanto a este último punto, el *Committee for Economic Development* (Comité para el desarrollo económico), reunido en 1971, determinó que las empresas debían hacer algo en la resolución de los problemas sociales que afectan los siguientes diez puntos:

1. Crecimiento económico y la eficiencia.
2. Educación.
3. Ocupación y formación.
4. Los derechos civiles.
5. La igualdad de oportunidades.

² Aunque el término *empresa* puede tener múltiples significados y, de hecho, está sujeto a debates, de aquí en adelante se entenderá *empresa* como una organización privada con ánimo de lucro. En este sentido, al hablar de Responsabilidad Social Empresarial se excluye hablar de otro tipo de organizaciones que no son ni privadas ni su fin es el lucro (iglesias, hospitales, escuelas, etc.).

6. El desarrollo urbano.
7. La contaminación.
8. El conservacionismo y la ecología.
9. La cultura y las artes.
10. La atención médica o las acciones del gobierno.

Años después de que Bowen publicara su famoso libro, Edward Freeman (1984) propone el enfoque de los stakeholders en su libro *Strategic Management: A Stakeholder Approach*³. Básicamente, esta propuesta puede ser considerada como un enfoque especial de aplicación de la RSE. La idea fundamental de Freeman es sencilla: las empresas deben tener en cuenta los intereses de los stakeholders en la toma de decisiones. A los stakeholders los define como todas aquellas entidades que *afectan o son afectadas* por una organización focal. Como los stakeholders tienen un interés en las acciones de la empresa, esos intereses deben ser tenidos en cuenta a la hora de tomar decisiones en la empresa, hasta tal punto que, como afirma Buchholz & Rosenthal (2001), se debe buscar que todos (o al menos la mayoría) los stakeholders queden satisfechos con las decisiones. De alguna manera lo que se busca es que las empresas compartan el poder con esos grupos de interés. Los más típicos son los consumidores, proveedores, empleados, accionistas, comunidades, competidores y el gobierno, aunque claro, los stakeholders no se limitan a estos pocos grupos, sino que la lista continúa de manera indeterminada.

Origen de la RSE como reacción y resentimiento de la sociedad.

Un consenso básico, pero importante, entre la mayoría de teóricos⁴ en ética empresarial es que la RSE hace parte, ya sea como una rama o como un enfoque, de la ética empresarial (Nicolaidis, 2014)⁴. Este análisis conceptual es importante porque la ética empresarial es, a la vez, una rama de la ética y ésta, de la filosofía. Es decir, tanto la ética empresarial, como la RSE y la teoría de los stakeholders, debe ser estudiada, por definición, desde la filosofía y sus orígenes deberían situarse en ella. Pero esto no se dio en un principio. Sus orígenes se sitúan como una reacción de la sociedad frente al próspero crecimiento económico de las empresas, mientras ella se sumergía en una profunda crisis. Como las empresas tenían el dinero suficiente para solucionar muchos problemas sociales, entonces debían ayudar aportando porque tenían esa responsabilidad con la sociedad. La RSE surge del resentimiento de una sociedad débil que siente que el fuerte, las empresas poderosas, tienen más dinero del que necesitan y que deben compartirlo con ella.

En este sentido, tal y como lo afirma Worden (2009), los primeros defensores de la RSE fueron algunos moralistas que la plantearon como una elegante lista de deseos de lo que ellos querían que se hiciera con el exceso de riqueza de las empresas. Dado que la sociedad se sumergía en una profunda crisis y que, justamente, las grandes empresas tenían la capacidad económica de solucionar dichas crisis, parecía que tanta riqueza, en manos de tan pocos, era perjudicial para todos. Mediante artimañas argumentativas, intentaron mostrar que su egoísmo era destructivo, incluso para ellos mismos. Sin embargo, no hubo un fundamento teórico-filosófico que sustentara

³ Llamada también Teoría de los Stakeholders. Utilizaré la palabra “Enfoque” porque, como se verá, esta propuesta no es en absoluto una teoría.

⁴ Aquí se les denomina “teóricos” porque así se hacen llamar, pero, como veremos más adelante, son “moralistas”.

esta postura moral y nació la RSE, producto de una ideología moral, más que de un principio filosófico. Fue después cuando se intentó justificar filosófica, teórica y éticamente la RSE.

A este origen ideológico de la RSE y el posterior intento de fundamentar filosóficamente se le puede hacer parte de la misma crítica que Nietzsche le hace a la ética kantiana. Para él, la ética inicia con Aristóteles que, realmente, lo que hizo fue describir el *ethos* (costumbre) de su cultura; es decir, describió lo que para ellos era actuar bien. Si Aristóteles hubiera nacido en otra cultura o en otro tiempo, su ética hubiera sido diferente. Luego, Tomás de Aquino cristianizó la ética aristotélica y le añadió tres valores: la fe, la esperanza y el amor. Luego, con la Ilustración y el auge de la ciencia, se empezaron a usar métodos racionales y científicos para desarrollar teorías éticas. Entre ellas, la kantiana fue, en resumen, la formalización de la moral aristotélico-cristiana. La ética kantiana no fue el resultado de la investigación filosófica, sino que fue la búsqueda de fundamentar una moral preestablecida. Se buscó defender con razones lo que ya se daba por hecho (Nietzsche, 2002). A los teóricos en RSE les sucedió algo similar: tomaron la moral preestablecida en la sociedad e intentaron aplicarla a las empresas sin un previo análisis filosófico. Se dio por hecho que las empresas debían ser socialmente responsables y luego se intentó justificar esa postura con argumentos racionales. Así, como creyeron que las empresas no estaban actuando moralmente, consideraron que la práctica administrativa debía ser mejorada –moralizada, si se quiere-, en vez de explicada. En vez de preguntarse *por qué* ser socialmente responsables, por ejemplo, se preguntan *cómo* serlo. Esto llegó a ser así hasta tal punto que la RSE se volvió un conjunto de herramientas con las cuales capacitar a los empleados.

Para ejemplificar lo anterior, veamos de nuevo el enfoque de los stakeholders. Freeman consideró que su *teoría* es “puramente normativa” (Freeman, 1999, p. 234), es decir, que sirve para fijar normas (morales) y nada más. No sirve para explicar nada. Donaldson & Preston (1995) aceptaron esto y afirmaron que las preguntas que inician con un *por qué* están relegadas. Por esto no es de extrañar que en el enfoque de los stakeholders se diera un salto argumentativo para afirmar que los stakeholders, como son afectados por las decisiones de una empresa, deben tener participación en la toma de decisiones de dicha empresa. Dice, por ejemplo, que los derechos de los stakeholders “deben ser asegurados y, además, los grupos deben participar, en algunos casos, en decisiones que sustancialmente afecten su bienestar”⁵ (Evans & Freeman, 1988, p. 103), pero nunca nos dice *por qué*. De la mano están también Hill & Jones (1992) que definen al stakeholder⁵ como “constituyentes que tienen una demanda legítima a la empresa” y Alkafaji (Alkafaji, 1989, p. 36) como “grupos de los que la empresa es responsable con demandas, derechos y expectativas que deberían ser cumplidas”.

Posteriormente, Evans & Freeman, buscando justificar filosóficamente su ideología, intentaron aplicar el imperativo categórico kantiano en su segunda formulación, y dijeron: “cada stakeholder tiene derecho de ser tratado como un fin en sí mismo, y no como un medio para otro fin, y por tanto debe participar en determinar la dirección futura de la empresa en la cual participa” (Evans & Freeman, 1988, p. 67). Sin embargo, este intento de justificación filosófica tiene múltiples problemas. Primero, ¿los stakeholders son seres racionales que merecen respeto? Segundo, que no sean tratados como medios sino como fines, ¿implica que se deba compartir el poder en la toma de decisiones con ellos? En todo caso, resulta muy antropomorfista pensar que un stakeholder es un ser racional que debe ser respetado, porque un stakeholder no es una persona. Los saltos que

⁵ Traducción propia

se han intentado dar para explicar por qué se debe compartir el poder con los stakeholders han sido gigantescos.

La discusión general sobre RSE no se salva de estos mismos problemas en su justificación filosófica. Desde sus inicios, como lo señala Friedman (1970), la discusión sobre RSE ha carecido de rigor académico. ¿Qué significa que las empresas tengan responsabilidades? Las empresas no son seres morales a los que se les pueda delegar una responsabilidad. Este problema se ha intentado resolver afirmando que la responsabilidad no es propiamente para la empresa, sino para el ejecutivo (o ejecutivos) que representan la empresa. Es decir, la responsabilidad social deja de ser empresarial y pasa a ser del empresario. Podemos aceptar este artilugio argumentativo y aun así preguntarnos: ¿el empresario tiene las mismas responsabilidades morales como empresario y como sujeto moral? Tanto la ética kantiana como la moral cristiana están pensadas en las acciones no-egoístas. Lo bueno no puede ir ligado nunca a motivos de interés egoísta⁶, pero esto no es compatible con las empresas. Las empresas existen porque buscan un interés egoísta y pedirles que no lo hagan para que sean morales implicaría acabar con la empresa. En este sentido, hablar de RSE es una contradicción en los términos.

Sobre la dicotomía moralista de los teóricos en RSE.

Si se me ha seguido hasta aquí, se notará que lo que he intentado demostrar es que la RSE, al tener un origen ideológico en vez de filosófico, tiene muchos problemas en su fundamentación ético-teórica. También afirmé que, como parte de este origen ideológico, la RSE se dio como una exigencia producto del resentimiento de una sociedad débil que veía con malos ojos el poderío de las grandes empresas, por lo que empezaron a exigir cierta retribución del daño que estaban ocasionando. En *La Genealogía de la moral*,⁷ Nietzsche (2005) explica que la moral cristiana tuvo origen en el resentimiento, al igual que la RSE, y propone la figura del *Sacerdote ascético* como aquel que guía el resentimiento del pueblo para, finalmente, ver a los nobles como malvados. En nuestro caso, el que cumple este rol es el teórico en RSE que comparte con el sacerdote ascético una característica fundamental: la contradicción entre su prédica moralista de atacar al fuerte por dominar y su misma voluntad de dominación. A esta contradicción la llamaré la *dicotomía moralista*.

Cuando Estados Unidos estuvo sumergido en crisis sociales en los años 50's, la sociedad puso sus ojos en las grandes empresas que, a simple vista, parecían tener la capacidad económica para reparar todos los daños sociales. En un primer instante se pensó que ellos podían ayudar con el exceso de dinero que tenían, pero más adelante se les vio como los causantes de gran parte de esos problemas. Se les empezó a ver como entidades *malvadas* que debían actuar de manera más moral. El teórico en RSE aprovecha estas circunstancias y siente la necesidad de *guiar* al fuerte bajo subterfugios moralistas. Aunque reprende a la dominante, él mismo lo domina. Aborrece la fuerza, pero él mismo es fuerte. Wu (1999), por ejemplo, pone reparos en los empresarios que rechazan la *guía* de los teóricos en ética y afirma que él solo quiere “comunicarse y cooperar” con ellos. Este *cooperar*, sin embargo, es solo un eufemismo para dominar, pues en el fondo lo que quiere es decirles a las empresas lo que deberían hacer. Es una máscara para esconder su deseo

⁶ Ver (Kant, 1983).

⁷ Esto se trató con más profundidad en el ensayo *Moral del noble y moral del esclavo: repensando los valores en la organización* (Rincón, 2013).

de dominación. Las palabras que usan los teóricos en RSE en sus prédicas moralistas son del tipo “consciencia”, “deber”, “responsabilidad”, etcétera, palabras con las cuales se procura *infligir un*

dolor moral al empresario. Los stakeholders, en el Enfoque de los stakeholders, por ejemplo, son *responsabilidad* de la empresa y es ésta la que tiene el *deber* de satisfacer sus intereses. En el fondo, el uso de estos conceptos morales, tal como lo diría Nietzsche (2005), funcionan como un ardid para, primero, como ya dije, hacer sufrir a las empresas y, segundo, permitir que los stakeholders se sientan poderosos. El stakeholder exige un *dolor* equivalente por haber sido afectado por la empresa, y este *dolor* es permitirle al stakeholder participar en la toma de decisiones.

Al igual que el Sacerdote Ascético de Nietzsche, el teórico en RSE es para la sociedad un tipo de médico que les receta a sus enfermos puros placebos. El primero receta los ideales ascéticos del cristianismo y el segundo receta la creencia de que sus males son causados por las empresas y que ellas deben ser responsables de los males que le causa a la sociedad. A los stakeholders se les dice que como ellos son afectados por las decisiones de la empresa, las empresas deben tener en cuenta sus intereses e, incluso, dejarlos participar en la toma de decisiones. Pero este placebo, antes que fortalecer más a los stakeholders, los debilita en tanto aumenta su resentimiento hacia las compañías a al ocultarlo bajo una máscara moralista. La enfermedad se vuelve cada vez más grande pero el enfermo se siente cada vez mejor.

Friedman (1970) se dio cuenta de esta dicotomía moralista y notó que los teóricos en RSE lo que querían era dominar a los empresarios. “Los empresarios que hablan en estos términos [de RSE] son títeres involuntarios de las fuerzas intelectuales que han estado socavando las bases de una sociedad libre durante las últimas décadas” (Friedman, 1970, p. n.p.) Ellos dominan mientras que le dicen a las empresas que no dominen económicamente, lo que demuestra su resentimiento. Nietzsche diría que demandar equidad de derechos económicos, es decir, a través de una redistribución forzada, como lo pretenden estos teóricos en RSE, no es “nunca una emanación de justicia, sino de codicia. Los que no poseen no tienen derecho moral sobre los que poseen” (Nietzsche, 2012, p. 253).

Como un pastor moralista, el teórico en RSE consuela a sus ovejas y les muestra que su sufrimiento no es su culpa, sino de las grandes empresas. La oveja enfermiza, el stakeholder, dice: *¡yo sufro, alguien tiene que ser el culpable!* Y el moralista en RSE le responde: *así es, oveja mía, tienes razón y el culpable es la gran empresa que en sus acciones te afecta negativamente.* En la búsqueda de un culpable a su sufrimiento, lo único que los stakeholders hacen es develar su debilidad y, naturalmente, van a encontrar en el que no sufre, es decir, en las grandes empresas, al culpable de su sufrimiento. Sin embargo, la sed de poder del moralista en RSE es tan grande que traspasa las fronteras de su rebaño y encuentra *aves de rapiña* a las que llevarle su prédica. Es tan ingenioso que logra envenenar la consciencia del poderoso con su propia miseria, como si éste lograra decir al final: “¡es una desgracia ser tan afortunado! ¡Hay mucha miseria!”. Pero a ellos hay que recordarles lo que Nietzsche diría al respecto:

Exigir de la fortaleza que no sea un querer-dominar, un querer sojuzgar, un querer-enseñorearse, una sed de enemigos y de resistencia y de triunfos es tan absurdo como exigir de la debilidad que se exteriorice como fortaleza (Nietzsche, 2005, p. 80).

RSE fuera de la ética.

Los problemas de fundamentación ética de la RSE que he mostrado hasta el momento no son sino la base de los problemas teóricos que trae la RSE. Quizá la consecuencia más importante a nivel teórico de esto es que la pretensión inicial de la RSE era que las empresas la aplicaran de manera voluntaria, por lo que, en principio, la RSE no debería estar reglamentada. Recuérdese que iniciando el texto se expuso que la cuestión subyacente al debate sobre la RSE era si el marco de acción de la empresa debía suscribirse únicamente a la maximización de beneficios y al cumplimiento de la ley o no. Los que apoyan la RSE afirman que la empresa tiene responsabilidades morales por fuera de la ley. Así que hablar de una reglamentación de la RSE es una contradicción en los términos. Sin embargo, esto no se cumple (véase la ISO 26000 que, aunque no es obligatoria, por el hecho de reglamentar la RSE no cumple con el espíritu de la RSE), y no se hace porque en un sistema de libre empresa el que gaste recursos en la resolución de problemas sociales caería en desventaja frente a las demás competencias, a menos que haya motivaciones de tipo legal y económico.

Esquema para una nueva mirada de la RSE.

En su polémico artículo, Friedman afirma que la responsabilidad social de la Empresa es generar utilidades. Al menos esa es su obligación moral. Una empresa realmente responsable con la sociedad debe prestar el mejor servicio posible, vender productos de calidad y a un precio justo. Salirse de ese marco implica echar sobre sus hombros una carga que los empresarios no saben cómo enfrentar y quitarles responsabilidades a las organizaciones que sí lo son de tales cosas. Cuando el Committee for Economic Development se reunió y determinó la lista de ámbitos sociales en los que las empresas debían ayudar (ver atrás), en realidad lo estaba en el fondo era el deseo de descargarle a las empresas parte de la responsabilidad que tienen otras entidades. ¿Por qué hacer responsables a las empresas de, por ejemplo, la cultura y las artes, si eso le corresponde directamente al gobierno? Se les pide que hagan cosas en las que no tienen experiencia hacer. En el ámbito de la educación: ¿por qué hacer responsables a las empresas si nada saben de educación en vez de dejarlo en manos absolutamente del Ministerio de Educación?

Si se quiere continuar usando adecuadamente el concepto de Responsabilidad Social Empresarial es necesario dejar de pensarlo como algo moral y voluntario o, bien, replantear qué es lo que se entiende por responsabilidad social. Una teoría ética de la RSE, con bases filosóficas sólidas, debe pensarse fuera de prejuicios ideológicos y morales, pensando que la empresa no es un ser moral con capacidad de decidir y que las características morales propias del empresario son diferentes a las de una persona natural.

BIBLIOGRAFÍA

- Alkafaji, A. (1989). *A Stakeholder Approach to Corporate Governance: Managing in a Dynamic Environment*. Westport: Quorum Books.
- Boatright, J. (1993). *Ethics and the Conduct of Business*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Buchholz, R., & Rosenthal, S. (2001). Responsabilidad social y ética en los negocios. In *La ética en los negocios*. Ciudad de México: Oxford University Press.

- Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the corporation: Concepts, Evidence and Implications. *Academy of Management Review*, 20, 65–91.
- Evans, W., & Freeman, E. (1988). *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: A Kantian Capitalism*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: a Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, E. (1999). Divergent Stakeholder Theory. *Academy of Management Review*, 24, 233–236.
- Friedman, M. (1970, September 13). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios. *The New York Times Magazine*, pp. 1–8. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75870-1_11
- Hill, C., & Jones, T. (1992). Stakeholder Agency Theory. *Journal of Management Studies*, 29(2), 131–154.
- Kant, I. (1983). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Grupo Editorial TOMO.
- Lozano, J. (1999). *Ética y empresa*. Madrid: Editorial Trotta.
- Nicolaidis, A. (2014). Analyzing Nietzschean Virtue in Business Ethics. *Journal of Social Science*, 41(2), 187–200.
- Nietzsche, F. (2002). *El crepúsculo de los ídolos o cómo se filosofa con el martillo*. Madrid: Alianza Editorial. Retrieved from <http://www.lecturasinegoismo.com/2013/09/crepusculo-de-los-idolos-o-como-se.html?q=nietzsche>
- Nietzsche, F. (2005). *La genealogía de la moral*. Madrid: Alianza Editorial.
- Nietzsche, F. (2012). *Humano, demasiado humano*. Madrid: Biblioteca Edaf.
- Rincón, D. (2013). Moral del noble y moral del esclavo: repensando los valores en la organización. *Revista Ensayos*, 6, 222–230.
- Worden, S. (2009). A genealogy of business ethics: A Nietzschean perspective. *Journal of Business Ethics*, 84(3), 427–456. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9718-z>
- Wu, X. (1999). Business Ethical Perceptions of Business People in East China: An Empirical Study. *Business Ethics Quarterly*, 9(3), 541–558.