

ETICA EMPRESARIAL FUNDAMENTADA EN LA
TEOLOGIA MORAL CRISTIANA: PERSPECTIVAS
ANTE EL SIGLO XXI

Domènec Melé*

DOCUMENTO DE INVESTIGACION N° 426
Octubre, 2000

* Profesor de Etica de la Empresa, IESE

División de Investigación
IESE
Universidad de Navarra
Av. Pearson, 21
08034 Barcelona

ETICA EMPRESARIAL FUNDAMENTADA EN LA TEOLOGIA MORAL CRISTIANA: PERSPECTIVAS ANTE EL SIGLO XXI

Resumen

En el mundo de la empresa, la religión incide en la conciencia moral y en la motivación de muchas personas, por lo que sería falta de realismo dejar de considerarla. La teología no se presenta en oposición a la filosofía, sino que se apoya en ella. Aporta a la ética empresarial nuevos horizontes de conocimiento, mediante una elaboración racional y sistemática desde la fe. Por otra parte, si es importante contar con “voces morales” de reconocida autoridad en el debate público, parece que la teología moral tiene también su papel en una sociedad multicultural y plurirreligiosa. Todo ello hace pensar en la necesidad de un mayor desarrollo de la ética empresarial desde una perspectiva teológica.

ÉTICA EMPRESARIAL FUNDAMENTADA EN LA TEOLOGÍA MORAL CRISTIANA: PERSPECTIVAS ANTE EL SIGLO XXI

Introducción

Las tradiciones religiosas han contribuido a la ética empresarial (McMahon, 1985), pero uno se pregunta si hoy, en los albores del siglo XXI, y en un mundo secularizado y pluralista en cultura y religión, la teología moral sigue teniendo su papel para el desarrollo teórico y práctico de la ética empresarial.

Desde hace años hay cierta incertidumbre acerca de cuál deba ser la relación entre la religión y el mundo de la empresa (Williams, 1983). Además, hay incomprendimientos y críticas a la teología y, más particularmente, a la teología moral cristiana, como tendremos ocasión de señalar en el presente trabajo.

Sin embargo, no faltan tampoco quienes consideran que la teología moral cristiana y, en particular, la enseñanza moral católica, son de gran relevancia para el mundo de la empresa. Rossouw (1994), por ejemplo, remarca las oportunidades que ofrece la cultura posmoderna a los teólogos y a las iglesias. Naughton y Bausch (1996) abogan porque las universidades católicas sean fieles a su misión e identidad mediante una incorporación efectiva de la enseñanza social católica en la educación económica y empresarial. McCann (1997a) sugiere cómo y por qué esta perspectiva teológica puede y debe ser un importante recurso para la ética empresarial, y Williams (1997) considera que la enseñanza social católica es una brújula moral para el próximo milenio.

En este artículo analizaremos el papel de la teología moral para desarrollar la ética empresarial. Para ello discutiremos algunas objeciones corrientes, tratando de clarificarlas e intentando responderlas. A partir de aquí consideraremos las perspectivas que, a nuestro juicio, se abren a una ética empresarial basada en la teología moral cristiana cara al siglo XXI.

Religión: conciencia y motivación

La concepción de los negocios y la empresa como algo puramente económico, en lo que no tiene ninguna cabida la ética, y menos aún la teología o la religión, ha tenido vigencia durante largo tiempo. Sin embargo, como señalaba De George (1982) hace ya bastantes años, la amoralidad de los negocios es un mito que ha de ser superado. Las acciones empresariales son acciones humanas, que responden a decisiones deliberadas y libres, y tienen, por tanto, una dimensión ética. Ahora bien, si la ética se relaciona con la empresa y los negocios, también parece que han de entrar en esta relación la religión y la teología, uno de cuyos objetos es orientar bien la acción humana, al igual que la ética filosófica.

La religión se refiere a las relaciones del hombre con Dios. Este comportamiento abarca toda la vida humana –al menos en el cristianismo– y, por tanto, también la vida en la empresa. Aunque la religión no es igualmente importante para todas las personas, se constata que en el mundo de la empresa hay personas creyentes y religiosas que sacan de los preceptos religiosos valores y normas de conducta (Delbecq, 1999). Quienes creen en Dios entienden que El conoce mejor que nadie qué es el bien y el mal, y eso informa su conciencia moral.

La religión tiene un sentido más amplio que la teología. La teología proporciona una elaboración racional de la religión y, por ello, es más sistemática. Una persona cristiana quiere seguir a Jesucristo y hacer juicios morales coherentes con las enseñanzas del Evangelio. Y es aquí donde la teología moral puede aportar orientaciones apropiadas a los creyentes.

Además, es bien conocido que la fe y la religión ejercen un conocido efecto vital en la conducta humana, y la empresa no es una excepción. De George (1989, página 339), que aboga por una ética empresarial exclusivamente basada en la filosofía, reconoce, sin embargo, que los teólogos y los líderes religiosos pueden motivar a la gente a actuar bien de un modo incluso más efectivo que los filósofos. Por su parte, McCann (1997b, página 13) testifica que tras 16 años de docencia en ética empresarial en Chicago, ha descubierto que la mayoría de directivos empresariales con quienes se ha encontrado por razón de su preocupación con la ética empresarial son personas cuya sensibilidad moral tiene sus raíces en sus convicciones religiosas. Mi experiencia, algo menor, aunque también prolongada (alrededor de 14 años en Madrid y Barcelona), me lleva a idéntica conclusión. A estos testimonios puede sumarse algún estudio empírico (Kennedy y Lawton, 1998), aunque, a decir verdad, las investigaciones sobre este punto son todavía escasas.

Teología moral: fe y razón

La teología moral tiene el mismo objeto que la ética filosófica, aunque su enfoque es distinto. En efecto, la teología se ocupa del misterio de Dios y de la voluntad de Dios acerca de la creación. Esto se relaciona con la conducta humana, dando lugar a la teología moral. La teología moral es la «ciencia que acoge e investiga la divina Revelación, respondiendo a la vez a las exigencias de la razón humana» (Juan Pablo II, 1993, n. 29). La teología moral asume los principios éticos racionales y con ellos busca una mejor comprensión de la Revelación. Sus conclusiones normativas están dirigidas a orientar la conducta humana en sus diversos ámbitos, también en los negocios y la empresa. Pero al partir de la Revelación la moral cristiana, parece que sólo puede elaborarse una ética empresarial válida únicamente para los creyentes. ¿Es esto cierto? Sí y no. Sí, porque la moral cristiana, ciertamente muy elevada, lleva a seguir, imitar e identificarse con Cristo, y esto exige fe y una especial ayuda de Dios (Juan Pablo II, 1993, cap. I). Pero, al mismo tiempo, la moral cristiana está abierta a todos, porque responde a las exigencias de la razón humana, al menos en sus aspectos más básicos (Melé, 1996).

En este contexto surge el problema de delimitar el ámbito metodológico de la filosofía y de la teología en ética empresarial y su posible colaboración interdisciplinar. Este problema ya se ha discutido en varias ocasiones (De George, 1986a y b; Camenish, 1986; McCann, 1986; McMahan, 1986; Williams, 1986; Byron, 1988; De George, 1989; Rossouw, 1994; McCann, 1997b; Fort, 1997; Stebbins, 1997, entre otros), pero el debate sigue abierto.

De George (1986a) afirma que cuando los teólogos se mantienen únicamente como teólogos, su contribución al campo de la ética empresarial, si existe, es muy pequeña; pero cuando ocasionalmente hacen contribuciones a este campo, aparentemente dejan de ser teólogos. Asegura, además, que ética empresarial no es ética o teología moral aplicada, sino que la ética empresarial tiene un campo propio (1986a y b).

Hoy, pocos discutirían que la ética empresarial sea un campo específico que necesita de la filosofía para clarificar conceptos, analizar y razonar. Pero, ¿significa eso que cuando los teólogos entran en la ética empresarial dejan de ser teólogos y pasan a ser filósofos? Si lo esencial de la ética –sea o no empresarial– es la indagación del bien, y la teología moral se ocupa de ello, no parece razonable excluir la teología simplemente porque parte de la fe en Dios. Más aún, si de verdad Dios se ha revelado, nadie conoce el bien y el mal mejor que Dios, puesto que El es el Bien (Juan Pablo II, 1993, nn. 9 y 12). Por lo demás, tampoco la filosofía se basta a sí misma para desarrollar una correcta ética empresarial, sino que ha de tener en cuenta las aportaciones de ciencias como la economía, la psicología y la sociología, junto con las teorías de la organización y la dirección y, sobre todo, un gran conocimiento de la realidad empresarial. De otro modo, aportaría razonamientos generales, pero no entraría en el campo propio de la ética empresarial.

La teología moral, al menos como la entiende la Iglesia católica, requiere de la filosofía. Su punto de partida es el conocimiento de la fe, pero desarrolla sus contenidos y llega a la inteligencia de la fe con ayuda de la filosofía. Pero apoyarse en la filosofía no significa dejar de hacer teología. También los economistas o los ingenieros utilizan las matemáticas al ocuparse del campo que les corresponde, pero no por ello se apartan del objeto de su disciplina.

Ciertamente, en la Biblia y en la tradición cristiana hay normas morales aplicables al mundo de la empresa, algunas de ellas muy inmediatas, como pagar las deudas, no cometer fraudes, no mentir o no abusar de los necesitados. Sin embargo, es claro que la empresa actual presenta un conjunto de problemas morales cuya resolución exige indagaciones racionales que llegan a ser, a veces, de una gran complejidad. En realidad, el problema no es nuevo. Ya en el siglo XVI, los teólogos de la Escuela de Salamanca se dieron cuenta que no podían encontrar en las Escrituras normas concretas relativas a los contratos, los cambios y demás transacciones comerciales de la época, y por ello desarrollaron un saber racional, aunque sin olvidar la referencia última a Dios (Melé, 1999).

Además, la fe cristiana tiene su aportación específica: abre nuevos y, a veces, insospechados horizontes para la reflexión filosófica. Al propio tiempo, la fe propone cuestiones y conceptos a la filosofía, sin entrometerse en su propia metodología. De algún modo, puede afirmarse que filosofía y teología se apoyan mutuamente. De la teología de la Creación, por ejemplo, han surgido conceptos como la dignidad de toda persona humana por ser imagen de Dios y la igualdad básica entre todos los hombres, la “mayordomía” del hombre frente a los recursos materiales –*environmental stewardship*, en palabras de Enderle (1997)–, la unidad de la familia humana, con la consiguiente responsabilidad global, el destino universal de los bienes entregados por Dios a toda la humanidad o el trabajo como cooperación a la obra de la creación.

De hecho, la filosofía occidental, y en particular la filosofía moral, debe mucho a la teología cristiana. Desde hace quinientos años se ha querido hacer una ética autónoma, prescindiendo de Dios y de la condición creatural del hombre. En su lugar se ha erigido al hombre y su razón como garante exclusivo de la corrección ética. Pero, aun así, la influencia del cristianismo y la teología no han desaparecido. Como señala Romano Guardini, «una gran parte de las ideas y valores utilizados por la ética autónoma y por el sentido autónomo

de la existencia no son en absoluto fenómenos originarios, sino epifenómenos, utilizaciones, adaptaciones, reinterpretaciones de momentos cristianos» (1999, página 797).

Por último –y no por ello menos importante–, la teología cuenta con la referencia a Dios, lo cual proporciona una fundamentación trascendente a la ética empresarial. En relación con un concepto tan fundamental como es la dignidad de la persona humana, sólo Dios, que es el Absoluto, da un fundamento definitivo al respeto que merece todo ser humano. En este sentido se ha podido escribir: «Si no existe una verdad trascendente, con cuya obediencia el hombre conquista su plena identidad, tampoco existe ningún principio seguro que garantice relaciones justas entre los hombres» (Juan Pablo II, 1991, n. 44). No parece descabellado, pues, buscar la razón última de muchas injusticias en el ámbito de la empresa en la negación de la dignidad trascendente de la persona. Dignidad que, aunque encuentra cierto soporte en la filosofía, es afirmada con toda rotundidad y con un mayor fundamento por la teología y, en último término, por la fe.

El problema de la autoridad

Desde la Ilustración se viene rechazando que la vida social deba ordenarse en base a ninguna autoridad, ni siquiera la de Dios. Sin embargo, la teología moral parte de la autoridad de Dios. Esto lleva a algunos a sostener que la ética empresarial debe desarrollarse exclusivamente en base a argumentos racionales (De George, 1997, página 339).

No cabe duda de que hay normas éticas necesarias para organizar la sociedad, y ciertamente los argumentos racionales pueden contribuir muy positivamente a establecerlas, clarificando conceptos, analizando situaciones y dando razones. Por otra parte, muchos estaremos de acuerdo en que ninguna autoridad humana puede imponer normas éticas a nadie, y mucho menos si tal autoridad actúa de un modo despótico y arbitrario.

Pero con frecuencia se advierte cierta confusión con el concepto “autoridad”. Autoridad puede significar poder o decreto jurídico, pero también reconocimiento, credibilidad y confianza. Este último significado es, quizás, el más genuino, porque autoridad deriva de *auctoritas*, que, a su vez, manifiesta la cualidad de ser *auctor*, o “autor”, esto es, “padre” o “progenitor” con respecto a otros. Y un buen padre no es un déspota, sino alguien que busca acrecentar el bien de los que ha engendrado y tiene bajo su cuidado.

Hay, pues, un modo de entender la autoridad que indica la conveniencia de seguir a otro porque se confía en él y se supone que conducirá a algo bueno. En ética tiene su importancia la “autoridad moral”, que se reconoce por la sabiduría de las palabras o por la confianza que merece una persona o institución. La historia, también la más reciente, está llena de líderes, religiosos o no, con gran influencia moral en mucha gente, precisamente por su credibilidad o por la sabiduría de sus palabras.

En otras palabras, hay voces morales dignas de ser escuchadas, y es muy cuestionable que la postura más sensata sea un rechazo sistemático de toda autoridad. De hecho, muchas recomendaciones morales de líderes religiosos influyen más en la sociedad que algunos sofisticados razonamientos filosóficos.

Puede objetarse, y con razón, que no todos aceptarán una misma autoridad. Pero esta misma objeción puede ponerse a los planteamientos filosóficos, ya que no son únicos, sino muy variados y, con frecuencia, opuestos entre sí. La mejor solución seguramente estará en

escuchar a todos y dialogar para tratar de descubrir qué es, de verdad, lo bueno para la sociedad y para el desarrollo humano.

Por otra parte, limitar la ética empresarial a lo que resulte de un debate público empobrece bastante el concepto mismo de ética empresarial. El debate público sobre cuestiones éticas, hasta llegar a un consenso ético, es difícil, y cuando se alcanza suele referirse a unos mínimos. Esto contrasta la actitud de empresas y personas responsables que buscan no sólo evitar delitos o fallos éticos, sino hacer las cosas lo mejor posible. Si las mejores empresas buscan la calidad total y la excelencia, ¿por qué han de conformarse con mínimos éticos?

Por último, conviene apuntar que, aunque los debates públicos pueden aportar nuevos argumentos para la reflexión personal, no eliminan ni sustituyen el juicio de conciencia, que es siempre del sujeto. Además, la ética, tal como la entendían los clásicos griegos, está orientada a la virtud, esto es, al desarrollo humano de las personas. Y si esto es así, uno se pregunta qué desarrollo humano se alcanzará sólo con normas mínimas consensuadas en debates públicos.

Aportación de la teología moral cristiana en una sociedad multicultural y plurirreligiosa

Estrechamente unido al problema de la autoridad está el hecho de que en muchos países conviven diversas creencias religiosas, culturas y sensibilidades. Ante esta situación, surge la cuestión de si habría que concentrar los esfuerzos en elaborar una ética empresarial aceptable para todos, más que trabajar con un enfoque teológico que, como ya se ha dicho, parte de la fe en la Revelación de Dios.

Una sociedad multicultural y plurirreligiosa se presenta problemática, también para la ética empresarial, con diversas manifestaciones prácticas. Una de ellas es el enfoque que se debe dar a los cursos de ética empresarial que se ofrecen en las escuelas de dirección, donde concurren personas con diferentes religiones y creencias o sin religión alguna. Otras es el contenido ético de la declaración de valores o códigos de conducta empresarial que elaboran las empresas para que sirvan de guía a sus directivos y empleados.

Una respuesta posible podría ser dar por válido el relativismo ético. Algo todavía más radical podría ser abandonar la ética empresarial. Sin embargo, eso, además de ser contrario a la razón; que busca conocer la verdad ética, y a las conocidas críticas al relativismo, echaría por la borda toda la labor, ciertamente ardua, realizada hasta ahora en ética empresarial y en la superación del mito de la amoralidad de los negocios. Sería también contrario al convencimiento expresado en el cumplimiento de muchas empresas que señalan prácticas incorrectas, superando ciertos enfoques éticamente muy pobres de algunos lugares donde operan, al tiempo que se proponen unos elevados niveles éticos (*high ethical standards*). No parece, pues, que la respuesta correcta sea el rechazo de toda ética, sino un mayor esfuerzo por indagar qué es lo bueno.

Por otro lado, el énfasis actual en el multiculturalismo y la pluralidad religiosa puede hacer perder de vista que, más allá de las diferencias, hay algo común: todos somos seres humanos, y la ética se refiere precisamente a seres humanos y aquello que hace más humanas a las personas y a las sociedades. A partir de aquí es posible plantearse la búsqueda de aquello que contribuye al florecimiento o plenitud humana personal y social.

La teología moral, como ya se ha señalado, considera la posibilidad de la razón humana de descubrir el bien y discernir qué se debe hacer y qué se debe evitar, al menos en aspectos muy básicos de la conducta. Es lo que tradicionalmente se denomina ley moral natural, o simplemente ley natural. Esta capacidad humana de conocer y discernir el bien y el mal coincide con el sentir de mucha gente. De otro modo, no se podría hablar de crímenes contra la humanidad ni aplaudir acciones solidarias como las que realizan una multitud de organizaciones humanitarias.

Todas las culturas y creencias merecen consideración y respeto. Sin embargo, sería ingenuo conceder a todas las culturas y creencias idéntica calidad ética. Una cultura que acepte la esclavitud, el soborno sistemático o la falta de respeto a los derechos humanos, no puede tener la misma calidad moral que otra respetuosa con la dignidad e igualdad de todos los seres humanos, contraria a la corrupción y respetuosa con los derechos humanos. Este juicio se apoya en algo participado por todos: la ley moral natural.

La teología moral cristiana, al mismo tiempo que escucha la palabra de Dios, realiza «una reflexión que concierne a la “moralidad”, o sea, el bien y el mal de los actos humanos y de la persona que los realiza, y en este sentido está abierta a todos los hombres.» (Juan Pablo II, 1993, n. 29). Por ello aporta un mensaje que es racional y razonable. Es racional porque es de carácter teológico, y la teología emplea argumentos racionales junto con los datos de la fe; y es razonable por su consistencia interna, y por la sabiduría y elevación moral de sus enseñanzas. Esto es por lo que la Iglesia católica, dos veces milenaria y “experta en humanidad”, puede prestar un gran servicio a la sociedad multicultural y plurirreligiosa, que se vislumbra en muchos países en el tercer milenio, con su visión del hombre y de la humanidad.

Conclusión

La religión influye en la conciencia moral para la toma de decisiones, y la teología moral viene en su apoyo aportando racionalidad. Con la teología, las decisiones responden, a la vez, a la racionalidad ética y a la voluntad divina.

Por otro lado, si la importancia de la ética no es tanto su conocimiento como su práctica, la teología incorpora motivos para actuar bien, añadiendo una motivación adicional a la aportada por las razones de carácter filosófico. La fuerza motivadora de la religión para la ética empresarial requiere, sin embargo, una correcta formación de la conciencia de los fieles, de modo que vivan su fe en la empresa. En esto aparece de nuevo el papel de la teología moral y la consiguiente educación en la fe.

Tanto teólogos como filósofos tienen un ámbito propio en ética empresarial, pero pueden apoyarse mutuamente. La teología necesita la filosofía para llevar a cabo sus desarrollos, y la filosofía encuentra en la teología nuevos horizontes para avanzar. En relación con la ética empresarial, ambas disciplinas requieren estar fuertemente ancladas en la realidad y relacionarse con los teóricos de las organizaciones y de la dirección para lograr una efectiva integración de la ética en la dirección de empresas.

La teología moral aporta a los creyentes un sólido fundamento a la ética empresarial de carácter trascendente por su referencia última a Dios. A los no creyentes, la autoridad de origen teológico, entendida no tanto como poder cuanto como expresión de reconocimiento y confianza, puede ser también un importante referente ético o, por lo menos, una “voz moral” digna de consideración, también dentro una sociedad multicultural y plurirreligiosa.

En relación con todo lo anterior, conviene recordar que hay un elevado número de cristianos potencialmente receptivos a las exigencias de la moral cristiana en relación con la empresa. Esto plantea un reto de desarrollo conceptual y de comunicación que es necesario asumir.

Parece razonable, pues, concluir afirmando la conveniencia de desarrollar una ética empresarial desde una perspectiva cristiana. Algo se ha hecho ya, pero es necesario hacerlo en mayor medida para lograr que influya efectivamente en las organizaciones y en su dirección. La teología moral cristiana, también en su aplicación en el ámbito de los negocios, cuenta con una larga tradición y unas bases conceptuales que estimamos sólidas y coherentes. Esto es, sin duda, una referencia optimista para afrontar los retos del siglo XXI. □

Referencias

- Byron, W.J. (1988), «Twin Towers: A Philosophy and Theology of Business», *Journal of Business Ethics*, 7, págs. 525-530.
- Camenisch, P.F. (1986), «On Monopoly in Business Ethics: Can Philosophy Do It All?», *Journal of Business Ethics*, 5, págs. 433-443.
- De George, R.T. (1982), «Business Ethics», Macmillan, Nueva York.
- De George, R.T. (1986a), «Theological Ethics and Business Ethics», *Journal of Business Ethics*, 5, págs. 421-432.
- De George, R.T. (1986b), «Replies and Reflections on Theology and Business Ethics», *Journal of Business Ethics*, 5, págs. 521-524.
- De George, R.T. (1989), «There is Ethics in Business Ethics; But there's More as Well», *Journal of Business Ethics*, 8, págs. 337-339.
- Delbecq, A.L. (1999), «Christian spirituality and contemporary business leadership», *Journal of Organizational Change Management*, 12 (4), págs. 345-349.
- Enderle, G. (1997), «In Search of a Common Ethical Ground: Corporate Environmental Responsibility from the Perspective of Christian Environmental Stewardship», *Journal of Business Ethics*, 16, págs. 173-181.
- Fernández, A. (1997), «La reforma de la Teología Moral. Medio siglo de historia», Aldecoa, Burgos.
- Fort, T.L. (1997), «Religion and Business Ethics: The Lessons from Political Morality», *Journal of Business Ethics*, 16, págs. 263-273.
- Guardini, R. (1999), «Ética. Lecciones en la Universidad de Munich», BAC, Madrid.
- Juan Pablo II (1991), Encíclica «*Centesimus Annus*», sobre el orden social y económico, Palabra (y otras editoriales), Madrid.

- Juan Pablo II (1993), Encíclica «Veritatis Splendor», sobre la moral cristiana, Palabra (y otras editoriales), Madrid.
- Juan Pablo II (1998), Encíclica «Fides et ratio», sobre las relaciones entre la fe y la razón, Palabra (y otras editoriales), Madrid.
- Kennedy, E. y L. Lawton (1998), «Religiousness and business ethics», *Journal of Business Ethics*, 17, págs. 163-175.
- McCann, D.P. (1986), «Umpire and Batsman: Is It Cricket to Be Both?», *Journal of Business Ethics*, 5, págs. 445-451.
- McCann, D.P. (1997a), «Catholic social teaching in an era of economic globalization: A resource for Business Ethics», *Business Ethics Quarterly*, 7, págs. 57-70.
- McCann, D.P. (1997b), «On Moral Business: A Theological Perspective», *Review of Business*, págs. 9-14.
- McMahon, T.F. (1985), «The Contributions of Religious Traditions to Business Ethics», *Journal of Business Ethics*, 4, págs. 341-349.
- McMahon, T.F. (1986), «Creed, Cult, Code and Business Ethics», *Journal of Business Ethics*, 5, págs. 453-463.
- Melé, D. (1996), «La moral económica y empresarial en el “Catecismo de la Iglesia Católica”», en F. Fernández (ed.), «Estudios sobre el Catecismo de la Iglesia Católica», Unión Editorial, Madrid.
- Melé, D. (1999), «Early Business in Spain: The Salamanca School», *Journal of Business Ethics*, 22, págs. 175-189.
- Naughton, M. y T. Bausch (1996), «The Integrity of Catholic Management Education», *California Management Review*, 38, págs. 118-140.
- Rossouw, G.J. (1994), «Business Ethics: Where Have All the Christians Gone?», *Journal of Business Ethics*, 13, págs. 557-570.
- Stebbins, J.M. (1997), «Business, Faith and the Common Good», *Review of Business*, págs. 5-8.
- Williams, O.F. (1983), «Religion: the spirit or the enemy of Capitalism?», *Business Horizons*, págs. 6-13.
- Williams, O.F. (1986), «Can Business Ethics Be Theological? What Athens Can Learn from Jerusalem», *Journal of Business Ethics*, 5, págs. 473-484.
- Williams, O.F. (1997), «Catholic Social Teaching: A Moral Compass for the Next Millennium», *Review of Business*, págs. 15-21.