

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN DE LA COLECCIÓN	11
PRESENTACIÓN DE ESTE VOLUMEN	17
PRÓLOGO	21
INTRODUCCIÓN	25

CAPÍTULO I

ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

§ 1. Desarrollo histórico: la institucionalización de la ética y el protagonismo de las corporaciones	35
§ 2. Construcción interdisciplinaria: interpretación de los programas de «compliance» a partir de la formación en ética en los negocios	47
a) Fundamentos de filosofía económica	50
b) Fundamentos de sociología económica	54
c) Entre la economía del comportamiento y la psicología social	64
§ 3. La consolidación de la ética en los negocios	80
— Shareholders' capitalism vs. stakeholders' capitalism	80
§ 4. Aspectos prácticos de la ética en los negocios	88
a) Conflicto de intereses y las limitaciones de la teoría de la agencia	88
b) «Due diligence»	95
c) Gestión basada en evidencias científicas («evidence-based/scientific management»)	102

CAPÍTULO II

«COMPLIANCE»

§ 5. «Compliance» y las lecciones de la criminología económica	118
--	-----

§ 6. Concepto de «compliance»	132
a) Las tesis de Gobernanza (G), Riesgo (R) y «Compliance» (C) - (GRC)	139
1. Gobernanza corporativa	141
2. Evaluación de riesgo	148
b) Regulación, autorregulación y autorregulación regulada	151
c) Responsabilidad e interpretación judicial de los programas de «compliance» ..	157
§ 7. Tecnología de «compliance»	169
a) Códigos de conducta corporativos y el manual de «compliance»	171
b) Liderazgo y «tone at the top»	174
c) El departamento de «compliance» y el «compliance officer»	179
d) Canales de comunicación y «whistleblowing»	182
e) Entrenamiento, monitoreo y revisión	188
f) Gestión de crisis	195
 CONCLUSIÓN	 201
 BIBLIOGRAFÍA GENERAL	 207