

Índice

PRINCIPALES SIGLAS, ABREVIATURAS Y ACRÓNIMOS QUE APARECEN EN EL TEXTO ...	11
PRESENTACIÓN	15
¿A quiénes puede llamar la atención lo que aquí se trata?	15
¿Qué será eso de la mentalidad empresarial?	16
En resumen, ¿quién tiene capacidad para asimilar estas reflexiones?	17
CAPÍTULO I.—¿SON COMPATIBLES ÉTICA Y NEGOCIOS?	21
¿Con qué fin se invierte dinero en las empresas?	21
¿Para qué la Ética?	25
¿Qué es la perfección?	26
La perfección del hombre y la finalidad de la empresa	29
El hombre: ser individual y ser social	30
¿Cómo definir lo que está bien y lo que está mal?	31
No se trata de juzgar a las personas	35
El «actuar con ética» no se limita a un «actuar de buena fe»	37
¿La lucha por la Ética Empresarial es algo inútil, algo imposible?	38
CAPÍTULO II.—LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	41
La importancia de la empresa moderna	41
La empresa en el capitalismo original	42
La realidad de lo social	44
Los «principios sociales»	46
La Responsabilidad Social Empresarial	48

Los grupos de interés (<i>stakeholders</i>)	52
Una voz discordante	53
Un asunto fundamentalmente ético	56
CAPÍTULO III.—LOS CÓDIGOS DE ÉTICA Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO Y LAS MEMORIAS SOBRE SOSTENIBILIDAD	59
Los Códigos de Ética y el Buen Gobierno Corporativo	59
Los Códigos de Buen Gobierno	62
El Buen Gobierno Corporativo y la RSE	65
Las Memorias de Sostenibilidad	69
CAPÍTULO IV.—RESPONSABILIDAD CON LOS ACCIONISTAS	73
Salarios desmesurados de algunos ejecutivos	75
Conflictos de intereses	77
Abuso de información privilegiada, sobornos y otras prácticas corruptas	82
La ineficiencia y el despilfarro	86
CAPÍTULO V.—RESPONSABILIDAD CON LOS CLIENTES, CONSUMIDORES O USUARIOS ...	89
La clientela y sus necesidades	89
La jerarquía de las necesidades	91
Justicia para con los usuarios o los clientes	95
Calidad, Garantía y Servicios post-venta	95
Justo precio. Monopolio, Oligopolio y Cártel	99
La información, sus características y alcance. La publicidad	104
Libertad de elección y de poder retirarse	105
Derecho a la reclamación y a indemnización por daños y perjuicios. La oficina de atención al Cliente	106
CAPÍTULO VI.—RESPONSABILIDAD CON LOS COLABORADORES O EL GRUPO HUMANO DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA	109
Los medios de producción	109
Evolución de las relaciones entre empleador y trabajador dependiente	111
Un asunto fundamentalmente ético	111
La industrialización	114
Un accidentado itinerario	114
Hacia el valor del trabajo	117

CAPÍTULO VII.—EL MUNDO DE LOS VALORES Y LA RESPONSABILIDAD EN LA FORMACIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL	127
Capacitación y Formación	127
Principios y valores	134
El valor de la <i>Prudencia</i> y su papel en la vida empresarial	140
La relaciones al interior de la entidad y el valor de la <i>Justicia</i>	146
El valor de la <i>Fortaleza</i> en la gestión empresarial	148
El empresario y el valor de la <i>Templanza</i>	151
La Inteligencia Emocional y los valores y hábitos de comportamiento positivos	155
Un programa permanente	157
CAPÍTULO VIII.—RESPONSABILIDAD SOCIAL FRENTE A LOS PROVEEDORES	159
Su definición, clases e importancia	159
Conexión entre la RSE de la empresa y la RSE de sus proveedores	161
Otros aspectos de la responsabilidad frente a los proveedores	167
Cárteles de los oligopolios	168
CAPÍTULO IX.—LA RESPONSABILIDAD EN RELACIÓN CON EL ESTADO	173
El Estado en la Antigüedad	173
El Estado después del Imperio romano	175
El papel del Estado	176
Del capitalismo al Estado de Bienestar y vuelta	178
¿Intervención o no? ¿... o cuánta? Principio de subsidiariedad	182
La RSE frente al Estado	185
CAPÍTULO X.—RESPONSABILIDAD CON LA COMPETENCIA	191
Competencia y libre concurrencia	191
El respeto a la libre competencia	193
CAPÍTULO XI.—LA RESPONSABILIDAD EN RELACIÓN CON LA COMUNIDAD	203
Concepto	203
Un amplio abanico de posibilidades	205
El frente de la familia	206
La empresa y el sector educativo	214
Otros frentes de colaboración	218

CAPÍTULO XII.—RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL Y MEDIO AMBIENTE	221
Un daño objetivo	221
El ser humano y la naturaleza	225
La revolución industrial	228
Diversas clases de contaminación y deterioro del medio ambiente	230
La responsabilidad que cabe a la empresa moderna en esta materia	238
EPÍLOGO PARA CREYENTES	243
REFERENCIAS CITADAS EN EL TEXTO (A MANERA DE BIBLIOGRAFÍA)	249