

# EMPRESA Y HUMANISMO

REVISTA SEMESTRAL DEL  
INSTITUTO EMPRESA Y HUMANISMO /  
SERVICIO DE PUBLICACIONES DE LA  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA /  
PAMPLONA / ESPAÑA /



## ARTÍCULOS / ARTICLES

UN LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y EJEMPLAR: LA IMAGEN DE NELSON MANDELA EN INVICTUS 7-22

A TRANSFORMATIONAL AND EXEMPLARY LEADERSHIP: THE IMAGE OF NELSON MANDELA IN INVICTUS

[PABLO ECHART Y JORDI RODRÍGUEZ VIRGILI](#)

CÓMO DESARROLLAR UN PROCESO DE CAPACITACIÓN CON ORIENTACIÓN AL SERVICIO PARA LOS EMPLEADOS 23-40

DEVELOPING A TRAINING PROCESS WITH SERVICE ORIENTATION FOR EMPLOYEES

[LUCIO LESCANO DUNCAN](#)

LA COMPETENCIA "COMPROMISO ÉTICO" EN LOS PLANES DOCENTES UNIVERSITARIOS EN MATERIAS DE ECONOMÍA Y EMPRESA: PROPUESTA DE UN MODELO DE EVALUACIÓN 41-61

COMPETENCE "ETHICAL COMMITMENT" IN UNIVERSITY TEACHING PLANS IN THE AREAS OF ECONOMICS AND BUSINESS: A PROPOSED EVALUATION MODEL

[RAFAEL ROBINA RAMÍREZ](#)

## CONFERENCIA / CONFERENCE

Nobleza y empresa, empresa y humanismo 65-79

[AGUSTÍN GONZÁLEZ ENCISO](#)

## RECENSIONES / BOOK REVIEWS

Rovira Reich, Ricardo (2012), *La educación política en la Antigüedad clásica. El enfoque sapiencial de Plutarco*, por Rafael Alvira 83-86

Torres Sánchez, Rafael (2013), *El precio de la guerra. El Estado fiscal-militar de Carlos III (1779-1783)*, por Agustín González Enciso 87-91



# REVISTA EMPRESA Y HUMANISMO

REVISTA SEMESTRAL DEL INSTITUTO EMPRESA Y HUMANISMO DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA  
PAMPLONA, ESPAÑA / FUNDADA EN 1999 / ISSN: 1139-7608  
TIRADA: 500 / FORMATO: 170 X 240 MM  
VOLUMEN XVII, Nº 1/14

## PRESIDENTE / PRESIDENT

**Eduardo Olier**  
INSTITUTO CHOISEUL

## DIRECTOR / EDITOR

**Agustín González Enciso**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

## CONSEJO DE REDACCIÓN EDITORIAL BOARD

SUBDIRECTOR  
**Alfredo Cruz**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

EDITORAS  
**M<sup>a</sup> Cristina Bozal**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA  
**Marina Martínez**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

## CONSEJO EDITORIAL / EDITORIAL ADVISORY BOARD

**Horst Albach**  
UNIVERSIDAD DE BONN. ALEMANIA

**Rafael Alvira Domínguez**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Reyes Calderón Cuadrado**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Tomás Calleja Canelas**  
FIATLUX. ESPAÑA

**José Luis Carranza Ortiz**  
BBVA. ESPAÑA

**Ricardo F. Crespo**  
UNIVERSIDAD DE CUYO Y  
UNIVERSIDAD AUSTRAL. ARGENTINA

**Pier Paolo Donati**  
UNIVERSIDAD DE BOLONIA. ITALIA

**José Antonio García-Durán**  
UNIVERSIDAD DE BARCELONA.  
ESPAÑA

**Santiago García Echevarría**  
UNIVERSIDAD DE ALCALÁ. ESPAÑA

**Mary Ann Glendon**  
HARVARD LAW SCHOOL. EE.UU.

**Joan Fontrodona**  
IESE. UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Nicolás Grimaldi**  
UNIVERSIDAD DE PARÍS-SORBONA.  
FRANCIA

**Alejandro Llano Cifuentes**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Enrique Martín López**  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE  
MADRID. ESPAÑA

**Miguel Alfonso  
Martínez-Echevarría**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**José Manuel Morán Criado**  
CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL  
DE ESPAÑA

**Rafael Rubio de Urquía**  
UNIVERSIDAD SAN PABLO CEU.  
ESPAÑA

**Alfonso Sánchez Tabernero**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Eugenio Simón Acosta**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Alejo J. Sison**  
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Guido Stein**  
IESE. UNIVERSIDAD DE NAVARRA

**Stefano Zamagni**  
UNIVERSIDAD DE BOLONIA. ITALIA

**Redacción y Administración**  
Instituto Empresa y  
Humanismo  
Universidad de Navarra  
31009 Pamplona (España)

cbozal@unav.es  
marina@unav.es  
www.unav.es/empresa  
yhumanismo

**Suscripciones**  
Secretaría del Instituto  
Empresa y Humanismo  
cosinaga@unav.es

**Edita**  
Servicio de Publicaciones  
de la Universidad de Navarra, S.A.  
Campus Universitario  
31009 Pamplona (España)  
T 948 425600

**Precios 2014**  
Unión Europea  
1 año, 2 números / 58 €  
Número atrasado / 25 €  
Otros Países  
1 año, 2 números / 75 €  
Número atrasado / 33 €

**Diseño de colección**  
KEN

**Impresión**  
Idazluma, S.A.  
D.L.: NA-77/1999

**Periodicidad**  
Semestral. Enero y julio  
© los autores  
© Instituto Empresa  
y Humanismo

Las opiniones expuestas  
en los trabajos publicados  
por la Revista son de la  
exclusiva responsabilidad  
de sus autores.

La revista *Empresa y Humanismo* está  
indexada en:

- Academic Search Complete (EBSCO)
- DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas)
- Catálogo LATINDEX (México)
- ISOC (CINDOC)
- DIALNET (Universidad de la Rioja)

En DADUN (Depósito Académico Digital Universidad de Navarra)  
pueden consultarse los números publicados desde 1999 hasta 2012.



**Certificado PEFC**

Impreso en papel que procede de  
bosques gestionados de forma  
sostenible y fuentes controladas

www.pefc.es



---

# REVISTA EMPRESA Y HUMANISMO

VOLUMEN XVII, Nº 1/14 / ISSN: 1139-7608

---

## ARTÍCULOS / ARTICLES

PABLO ECHART Y JORDI RODRÍGUEZ VIRGILI

Un liderazgo transformacional y ejemplar: la imagen de Nelson Mandela en *Invictus*

7-22

*A transformational and exemplary leadership: the image of Nelson Mandela in Invictus*

LUCIO LESCANO DUNCAN

Cómo desarrollar un proceso de capacitación con orientación al servicio para los empleados

23-40

*Developing a training process with service orientation for employees*

RAFAEL ROBINA RAMÍREZ

La competencia "compromiso ético" en los planes docentes universitarios en materias de economía y empresa: propuesta de un modelo de evaluación

41-61

*Competence "ethical commitment" in university teaching plans in the areas of economics and business: a proposed evaluation model*

---

## CONFERENCIA / CONFERENCE

AGUSTÍN GONZÁLEZ ENCISO

Nobleza y empresa, empresa y humanismo

65-79

---

## RECENSIONES / BOOK REVIEWS

ROVIRA REICH, RICARDO (2012),

*La educación política en la Antigüedad clásica. El enfoque sapiencial de Plutarco,*

por Rafael Alvira

83-86

TORRES SÁNCHEZ, RAFAEL (2013),

*El precio de la guerra. El Estado fiscal-militar de Carlos III (1779-1783),*

por Agustín González Enciso

87-91

NORMAS PARA EL ENVÍO DE ORIGINALES

93

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

97

# INVITACIÓN PARA EL ENVÍO DE ARTÍCULOS REVISTA EMPRESA Y HUMANISMO

UNA TRADICIÓN QUE REVIVE:  
LAS VIRTUDES Y EL BIEN COMÚN EN LA EMPRESA Y EN LA DIRECCIÓN

FECHA DE ENTREGA 15 DE JUNIO DE 2014

Editores del número especial: Alejo José G. Sison, Universidad de Navarra  
Ignacio Ferrero, Universidad de Navarra  
(en colaboración con la *Humanistic Management Network* en España)

La ética de las virtudes es una de las principales opciones en la ética empresarial. Pero, a diferencia de los enfoques deontológicos y consecuencialistas, que se centran en la justicia, los derechos o la utilidad, la ética de las virtudes se practica poco y se comprende aún menos. Una revisión bibliográfica de la ética empresarial revela que dominan los enfoques basados en las reglas, tanto en la teoría como en la práctica. Incluso la responsabilidad social corporativa se caracteriza por un enfoque basado en las reglas para entender la relación de la empresa con el medioambiente y la sociedad. Un rápido vistazo a los medios de comunicación también muestra la popularidad de la ética consecuencialista. Muchos ejecutivos encuentran en la maximización del beneficio la razón de ser de la mayor parte de sus actuaciones, a pesar de su disposición a repetir las consignas oficiales de la empresa en sentido contrario.

Una explicación consistente de las virtudes, como la ofrecida por Aristóteles, requiere bienes claramente identificables relacionados con las normas y las prácticas de seres humanos que se reconocen a sí mismos como miembros de comunidades cultural e históricamente situadas. Aristóteles sostiene que la *eudaimonia*, una forma particularmente profunda de la felicidad, es el mejor ejemplo de un bien común: algo que sólo podemos lograr en colaboración con otros. Esta no es una noción que asociemos ni con la ética deontológica ni con la consecuencialista. Como recordó MacIntyre en *After Virtue*, la debilidad inherente a la ética de las virtudes es que, a diferencia de las éticas deontológicas y consecuencialistas, es descaradamente “no-Ilustrada”. En lugar de tomar como puntos de partida los principios de una razón abstracta y universal y la libertad individual, la ética de las virtudes vive y se nutre de la tradición. ¿Qué podría descartarse más fácilmente en una sociedad multicultural y global? Por eso, muchos académicos y profesionales, incluso aquellos que nostálgicamente se aferran a la palabra “virtud”, optan por referirse a una lista de valores vagos, lo suficientemente imprecisos como para obtener un consenso sin que nadie oponga muchos inconvenientes.

En las tres últimas décadas se ha visto un renacer de la ética de las virtudes y de la idea del bien común en las discusiones filosóficas académicas. Tal vez haya llegado el momento de ampliar el debate, del que fue pionero, entre otros, el difunto Robert Solomon, a la teoría y la práctica de la ética empresarial hoy en día.

Para este número especial de la *Revista Empresa y Humanismo* solicitamos trabajos filosóficos y de las ciencias sociales sobre la relevancia, los retos, las críticas y las aporta-

ciones de la ética de las virtudes y del bien común a las empresas y a la dirección en el actual escenario global. A continuación se enumeran algunos de los posibles temas:

- ¿Cuál es el bien común de una empresa? ¿Cómo se relaciona con el bien común de la sociedad?
- ¿Cuál es el papel de una organización empresarial en el desarrollo o la corrupción del carácter y de las virtudes?
- ¿Qué proporcionan la investigación y la teoría en las ciencias del comportamiento para nuestra comprensión de las virtudes?
- ¿Cuál es la relación entre el razonamiento práctico y la toma de decisiones gerenciales? ¿Cómo moldean las virtudes las preferencias individuales y sociales?
- ¿Pueden las virtudes ser universales, o hay versiones rivales de las virtudes?
- ¿Cuál es el estatus de las virtudes? ¿Son explicativas? ¿Normativas? ¿Inexistentes?
- ¿Cómo podemos entender las virtudes o los vicios específicos en contextos empresariales? Por ejemplo, ¿cuál es el papel de la *hybris* en el comportamiento del ejecutivo? ¿Cuál es el papel de la justicia y la moderación en la remuneración de los ejecutivos? ¿Qué papel desempeña la virtud de la veracidad en la información financiera, la prudencia en la inversión, la valentía en la iniciativa empresarial, y la moderación en el mercado?
- ¿Qué problemas surgen al acoplar los caracteres personales con las culturas corporativas? ¿Cómo afecta esta cuestión a las prácticas de contratación, los problemas de “adicción al trabajo”, el consumismo, la moderación, y la auto-realización a través del trabajo?
- ¿Cuáles son las virtudes y los vicios de las sociedades comerciales? ¿Cómo se relacionan las virtudes y los negocios en una institución, o en la dirección como una profesión?
- ¿Qué virtudes son relevantes para la comprensión de las relaciones entre los *stakeholders* de una empresa?
- ¿Cuáles son las virtudes específicas relevantes para las cuestiones medioambientales, como la producción y el consumo sostenible?
- ¿Proporcionan las virtudes una base para un paradigma alternativo de éxito en la empresa, o como medida alternativa de capital social?

Para responder a estas y otras cuestiones pertinentes, solicitamos una amplia gama de contribuciones, que incluyen tanto la investigación filosófica, teórica o empírica (cuantitativa o cualitativa), como la investigación científica social, y animamos a que hagan uso de una amplia variedad de perspectivas teóricas (filosofía, psicología, estudios de la organización, sociología, ciencia/teoría política, teoría del derecho, economía, etc.). Esperamos que los trabajos supongan una contribución nueva y sustancial a la comprensión de la ética de las virtudes y del bien común en la teoría y la práctica empresarial y de dirección.

Los trabajos deberán adaptarse a las normas editoriales de la *Revista Empresa y Humanismo* y se enviarán antes del 15 de junio de 2014 a la dirección [cbozal@unav.es](mailto:cbozal@unav.es) o [marina@unav.es](mailto:marina@unav.es)

Los artículos serán sometidos a doble evaluación ciega. Su aceptación estará determinada por los editores de este número especial, Alejo José G. Sison e Ignacio Ferrero, y el Consejo Editorial de REYH.