



# Publicaciones del Instituto Empresa y Humanismo

## I. LIBROS

---

- Nº1 FILOSOFÍA DEL DINERO  
Vittorio Mathieu
- Nº2 LA VERTIENTE HUMANA DEL TRABAJO EN LA  
EMPRESA  
George Gilder, Carlos Llano, Juan Antonio Pérez López y  
Leonardo Polo
- Nº3 ETICA EMPRESARIAL: TEORÍA Y CASOS  
Rafael Gómez Pérez
- Nº4 LAS CLAVES DE LA EFICACIA EMPRESARIAL  
Tomás Melendo
- Nº5 LA UNIVERSIDAD COMO EMPRESA: UNA  
REVOLUCIÓN PENDIENTE  
Tomás Calleja
- Nº6 TEORÍA DE LA ACCIÓN HUMANA EN LAS  
ORGANIZACIONES  
Juan Antonio Pérez López
- Nº7 EL HUMANISMO EMPRESARIAL  
Alejandro Llano, Rafael Alvira, Miquel Bastons, Tomás  
Calleja, Cruz Martínez Esteruelas, Ignacio Miralbell
- Nº 8 ESTRATEGIA EMPRESARIAL ANTE EL CAOS  
Felipe Gómez Pallete Ed.
- Nº 9 ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO. SU VALOR  
PERMANENTE  
Ludwig Erhard



- Nº 10 LA CULTURA DEL TRABAJO EN LAS ORGANIZACIONES  
Leticia Bañares
- Nº 11 CULTURA EMPRESARIAL EN ESPAÑA Y SU POTENCIAL ESTRATÉGICO  
María Teresa del Val
- Nº 12 CABALLEROS Y EMPRESARIOS. EL HOMBRE DE NEGOCIOS VICTORIANO  
Jesús M<sup>a</sup> Zaratiegui
- Nº 13 ETICA DEL CAPITALISMO  
Peter Koslowski
- Nº 14 CIENCIA Y PRÁCTICA EN LA ACCIÓN DIRECTIVA  
Joan Fontrodona
- Nº 15 LIBERALISMO ECONÓMICO Y LIBERTAD. ORTODOXOS Y HETERODOXOS EN LAS TEORÍAS ECONÓMICAS ACTUALES  
Ricardo F. Crespo
- Nº 16 LA EMPRESA ENTRE EL ESTADO Y EL MERCADO  
Reyes Calderón Cuadrado

## II. CUADERNOS

---

- Nº 1 ASPECTO FINANCIERO Y ASPECTO HUMANO DE LA EMPRESA  
Vittorio Mathieu
- Nº 2 LA INTERPRETACIÓN SOCIALISTA DEL TRABAJO Y EL FUTURO DE LA EMPRESA  
Leonardo Polo
- Nº 3 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL EMPRESARIO  
Enrique de Sendagorta
- Nº 4 EL SENTIDO DE LOS CONFLICTOS ÉTICOS ORIGINADOS POR EL ENTORNO EN EL QUE OPERA LA EMPRESA  
Juan Antonio Pérez López
- Nº 5 EMPRESA Y CULTURA  
Fernando Fernández
- Nº 6 HUMANISMO Y EMPRESA  
Cruz Martínez Esteruelas

- Nº 7 MORALIDAD Y EFICIENCIA: LÍNEAS  
FUNDAMENTALES DE LA ÉTICA ECONÓMICA  
Peter Koslowski
- Nº 8 LA ESTRATEGIA SOCIAL DE LA EMPRESA  
Manuel Herrán Romero-Girón
- Nº 9 EL TRABAJO DIRECTIVO Y EL TRABAJO  
OPERATIVO EN LA EMPRESA  
Carlos Llano
- Nº 10 EL ALTRUÍSMO EN LA EMPRESA  
George Gilder
- Nº 11 RICOS Y POBRES. IGUALDAD Y DESIGUALDAD  
Leonardo Polo
- Nº 12 EL UTILITARISMO EN LA ÉTICA EMPRESARIAL  
Joan Fontrodona
- Nº 13 LA EMPRESA EN LA HISTORIA  
Agustín González Enciso
- Nº 14 LA EMPRESA ENTRE LA ECONOMÍA Y EL  
DERECHO  
José Antonio Doral
- Nº 15 LA EMPRESA ANTE LA NUEVA COMPLEJIDAD  
Alejandro Llano
- Nº 16 EMPRESA Y LIBERTAD  
Jesús Arellano
- Nº 17 ¿QUÉ ES EL HUMANISMO EMPRESARIAL?  
Rafael Alvira
- Nº 18 EL RENDIMIENTO SOCIAL DE LA EMPRESA  
Jose M. Basagoiti
- Nº 19 ELEMENTOS CONFIGURADORES DE LA ACTUAL  
VALORACIÓN DEL TRABAJO  
Tomás Melendo
- Nº 20 DIRECCIÓN Y SISTEMAS DE MANDO  
Manuel López Merino
- Nº 21 LA ÍNDOLE PERSONAL DEL TRABAJO HUMANO  
Tomás Melendo
- Nº 22 LA REVOLUCIÓN SOCIAL DEL MANAGEMENT  
Tomás Calleja

- Nº 23 INDICADORES DE LA MADUREZ DE LA PERSONALIDAD  
Enrique Rojas
- Nº 24 EMPRESA Y SISTEMAS DE COOPERACIÓN SOCIAL  
Ignacio Miralbell
- Nº 25 HUMANISMO PARA LA DIRECCIÓN  
Miguel Bastons
- Nº 26 ACTUALIDAD DEL HUMANISMO EMPRESARIAL  
Alejandro Llano
- Nº 27 NOTAS SOBRE LA CULTURA EMPRESARIAL  
Rafael Gómez Pérez
- Nº 28 LA IMPORTANCIA DE LA DINÁMICA POLÍTICA PARA EL DIRECTIVO  
Manuel Alcaide Castro
- Nº 29 EL PODER...¿PARA QUÉ?  
Juan Antonio Pérez López
- Nº 30 LA EMPRESA Y EL AMBIENTE SOCIO -POLÍTICO EN EL UMBRAL DEL NUEVO SIGLO  
Daniel Bell
- Nº 31 LA GESTIÓN DEL CAMBIO EN LA EMPRESA  
Juan A. Díaz Alvarez
- Nº 32 HACIA UN MUNDO MÁS HUMANO  
Leonardo Polo
- Nº 33 ESTUDIO HISTÓRICO SISTEMÁTICO DEL HUMANISMO  
Higinio Marín
- Nº 34 HUMANISMO ESTAMENTAL  
Higinio Marín
- Nº 35 CONSIDERACIONES SOBRE EL ACTIVO HUMANO DE LA EMPRESA  
Tomás Calleja
- Nº 36 SER EL MEJOR. HACER QUE OTROS TAMBIÉN LO SEAN (SÓLO PARA EMPRESARIOS)  
José María Ortiz
- Nº 37 LA ETICA DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO  
Antonio Argandoña
- Nº 38 HACIA UNA ECONOMÍA POLÍTICA HUMANISTA  
Ludwig Erhard



- Nº 39 LAS REFERENCIAS SOCIALES DE LA EMPRESA  
Tomás Calleja
- Nº 40 MÁXIMO BENEFICIO Y MÁXIMA RACIONALIDAD  
José María Ortiz
- Nº 41 LA INSERCIÓN DE LA PERSONA EN LA EMPRESA  
Armando Segura
- Nº 42 HUMANISMO PERICIAL  
Higinio Marín
- Nº 43 DIMENSIÓN HUMANISTA DE LA ENERGÍA  
Tomás Calleja
- Nº 44 LA EMPRESA ENTRE LO PRIVADO Y LO PÚBLICO  
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría
- Nº 45 COMPETITIVIDAD Y COOPERACIÓN COMO  
VALORES INSTITUCIONALES DE LA EMPRESA  
Santiago García Echevarría
- Nº 46 FILOSOFÍA DE LA ECONOMÍA I- METODOLOGÍA  
DE LA CIENCIA ECONÓMICA  
Alejo J. Sison
- Nº 47 LA LÓGICA DEL DIRECTIVO: EL CONTROL  
NECESARIO Y LA CONFIANZA IMPOSIBLE  
Pablo García Ruíz
- Nº 48 LA 'REVOLUCIÓN' INSTITUCIONAL DE LA  
EMPRESA. EL RETO AL DIRECTIVO Y A LOS  
RECURSOS HUMANOS  
Santiago García Echevarría
- Nº 49 FILOSOFÍA DE LA ECONOMÍA II- EL ÁMBITO  
AUSTROGERMÁNICO  
Alejo J. Sison
- Nº 50 VALORES ÉTICOS DE LA EMPRESA  
Juan Cruz
- Nº 51 LA EMPRESA VIRTUOSA  
José María Ortiz
- Nº 52 LAS DECISIONES EN LA EMPRESA: CÁLCULO Y  
CREATIVIDAD  
Miguel Bastons
- Nº 53 FILOSOFÍA DE LA ECONOMÍA III. LOS  
FUNDAMENTOS ANTROPOLÓGICOS DE LA  
ACTIVIDAD ECONÓMICA  
Alejo J. Sison





246

- Nº 54 LA FAMILIA: UN IMPERATIVO PARA LA EMPRESA  
Ramón Ibarra
- Nº 55 VARIACIONES SOBRE UNA CRISIS  
Tomás Calleja
- Nº 56 POBREZA, PRODUCTIVIDAD Y PRECIOS  
Paolo Savona
- Nº 57 LO COMÚN Y LO ESPECÍFICO DE LA CRISIS  
MORAL ACTUAL  
Rafael Alvira
- Nº 58 LA ÉTICA EMPRESARIAL: UNA APROXIMACIÓN AL  
FENÓMENO  
Manuel Guillén
- Nº 59 LA DIMENSIÓN POLÍTICA DE LA ECONOMÍA  
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría
- Nº 60 SOBRE LA COOPERACIÓN COMPETITIVA  
Ana Fernández y Carmelo Lacaci
- Nº 61 ORGANIZACIONES INTELIGENTES EN LA  
SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO  
Alejandro Llano
- Nº 62 LA ECONOMÍA SOCIAL DE MERCADO DE LUDWIG  
ERHARD Y EL FUTURO DEL ESTADO DE  
BIENESTAR  
Ignacio Mirallbell
- Nº 63 LA PERSONA HUMANA EN LA EMPRESA DE FIN  
DE SIGLO  
Carlos Llano
- Nº 64 ESTADO, SOCIEDAD CIVIL Y EMPRESA  
Tomás Calleja
- Nº 65 SOBRE LA CONFIANZA  
Richard Brisebois
- Nº 66 EL PROTAGONISMO SOCIAL DE LA EMPRESA  
Tomás Calleja
- Nº 67 DIMENSIONES ESTÉTICAS DE LA EMPRESA  
Rafael Alvira
- Nº 68 LA EMPRESA COMO REALIDAD ESTÉTICA  
Ana Fernández



- Nº 69 DE LA ESTÉTICA A LA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA  
Iñaki Vélaz
- Nº 70 LA RESPUESTA EMPRESARIAL A UNA NUEVA DINÁMICA DEL EMPLEO: ¿EFICIENCIA ECONÓMICA VERSUS EFICIENCIA SOCIAL EN CLAVE ÉTICA?  
Santiago García Echevarría
- Nº 71 LA PROFESIÓN: ENCLAVE ÉTICO DE LA MODERNA SOCIEDAD DIFERENCIADA  
Fernando Múgica
- Nº 72 EL EMPRESARIO SERVIDOR-LÍDER  
Enrique de Sendagorta
- Nº 73 PETER DRUCKER (I): HACIA UNA BIOGRAFÍA INTELECTUAL  
Guido Stein
- Nº 74 PETER DRUCKER (II): SOBRE EMPRESA Y SOCIEDAD  
Guido Stein
- Nº 75 LA NARRATIVA ANGLO-AMERICANA DE LA PROPIEDAD  
Alejo Sison
- Nº 76 LA EMPRESA COMO SUJETO DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES  
Javier Herrero
- Nº 77 CLIMA Y CULTURA EMPRESARIAL  
Iñaki Vélaz
- Nº 78 VALORES BURGUESES Y VALORES ARISTOCRÁTICOS EN EL CAPITALISMO MODERNO: UNA REFLEXIÓN HISTÓRICA  
Agustín González Enciso
- Nº 79 HACIA UNA NUEVA TEORÍA DE LA EMPRESA  
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría
- Nº 80 LOS PLIEGUES OCULTOS DE LAS RELACIONES EN LA EMPRESA  
Tomás Calleja
- Nº 81 LA EMPRESA ENTRE EL PSICOLOGISMO Y EL CONDUCTISMO  
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría

- Nº 82 LA TERCERA VÍA EN WILHELM RÖPKE  
Jerónimo Molina Cano
- Nº 83 TEORÍAS DE LA EMPRESA Y CRISIS DE LA  
MODERNIDAD  
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría
- Nº 84 ADAM SMITH: INTERÉS PARTICULAR Y BIEN  
COMÚN  
Raquel Lázaro Cantero
- Nº 85 VIOLENCIA Y MODELOS SOCIALES. UNA VISIÓN  
HUMANISTA  
Tomás Calleja
- Nº 86 EL ESTADO Y LA TEORÍA ECONÓMICA. IDEAS  
PROSPECTIVAS DEL PAPEL DEL ESTADO EN LA  
ECONOMÍA  
Ángel Rodríguez García-Brazales y Óscar Vara Crespo
- Nº 87 VISIONES RACIONALISTAS Y ROMÁNTICAS DE LA  
EMPRESA  
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría
- Nº 88 LOS ORÍGENES DE LA TEORÍA DE LA EMPRESA  
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría
- Nº 89 UN MODELO PARA COMPRENDER LA  
EMPRESARIALIDAD  
Eduardo García Erquiaga
- Nº 90 DIRECCIÓN DE EMPRESAS EN LA ECONOMÍA DEL  
CONOCIMIENTO  
Marta Mas, Alfons Corrales e Iñaki Vélaz
- Nº 91 EL AUTOCONTROL DE LA GESTIÓN EN ORGANI-  
ZACIONES PÚBLICAS  
Omar Urrea Romero
- Nº 92 LOS CONTRATOS SON LO QUE SON  
José Antonio Doral
- Nº 93 INTRODUCCIÓN AL OCTÓGONO  
Manuel Alcázar
- Nº 94 CONSENSUALIDAD Y GOBIERNO POLÍTICO  
María Alejandra Vanney
- Nº 95 LA RELACIÓN ENTRE POLÍTICA Y ÉTICA EN  
CHARLES PÉGUY  
Antoinette Kankindí





- Nº 96 LAS RACIONALIDADES DE LA ECONOMÍA  
Ricardo F. Crespo
- Nº 97 UNA BIOGRAFÍA INTELECTUAL DE ALASDAIR  
MACINTYRE  
Juan González Pérez
- Nº 98 LA CHINA SUNG. UN ENSAYO DE MODERNIDAD  
EN EL AÑO MIL  
Alberto Serna
- Nº 99 LAS ORGANIZACIONES PRIMARIAS Y LAS EMPRE-  
SAS. Primera sección  
Leonardo Polo
- Nº 100 LAS ORGANIZACIONES PRIMARIAS Y LAS EMPRE-  
SAS. Segunda sección  
Leonardo Polo
- Nº 101 POLÍTICAS DE HUMANISMO AUSENTE  
Tomás Calleja
- Nº 101 POLÍTICAS DE HUMANISMO AUSENTE  
Tomás Calleja
- Nº 102 MODELOS DE FAMILIA  
José Javier Castiella
- Nº 103 IMAGINACIÓN Y ECONOMÍA  
Gonzalo Carrión
- Nº 104 MAX WEBER Y LA UNIÓN EUROPEA  
Pablo Otegui
- Nº 105 BEIJING 2008: LUCES Y SOMBRAS EN LA CHINA  
EMERGENTE  
Alberto Serna

### SERIE EN INGLÉS

- Nº9 MANAGERIAL WORK AND OPERATIVE WORK  
WITHIN ENTERPRISE  
Carlos Llano
- Nº10 THE ALTRUISM OF ENTERPRISE  
George Gilder
- Nº15 BUSINESS AND THE NEW COMPLEXITY  
Alejandro Llano





250

- Nº17 ENTERPRISE AND HUMANISM  
Rafael Alvira
- Nº22 THE SOCIAL REVOLUTION OF MANAGEMENT  
Tomás Calleja
- Nº30 THE SOCIO-POLITICAL ENVIRONMENT THAT  
ENTERPRISE MAY FACE  
Daniel Bell

### III. NUEVAS TENDENCIAS

---

*Nuevas Tendencias* es una Newsletter cuatrimestral que recoge las nuevas tendencias que tienen lugar en el ámbito empresarial y académico. Hasta la fecha se han publicado 70 números.















**SUSCRIPCIÓN A LAS PUBLICACIONES DEL INSTITUTO  
EMPRESA Y HUMANISMO**

La suscripción global y anual a las publicaciones del Instituto *Empresa y Humanismo* incluye: 2 ejemplares de la Revista *Empresa y Humanismo*; 3 ejemplares de los Cuadernos de Investigación y 4 ejemplares de la Newsletter *Nuevas Tendencias*. Su precio es de 80 euros para España y de 85 para el extranjero.

Además, si está interesado en recibir nuestras publicaciones por bloques independientes, los precios son los siguientes:

- Revista: 40 euros España y 45 extranjero (incluye los dos volúmenes del año).
- Cuadernos de Investigación: 30 euros España y 35 extranjero (incluye 3 ejemplares por año).
- Newsletter *Nuevas Tendencias*: 30 euros España y 35 extranjero (incluye 4 números al año).

El precio de los ejemplares sueltos es:

- Revista: 18 euros España y 23 extranjero.
- Cuadernos de Investigación: 12 euros España y 17 extranjero.
- Newsletter *Nuevas Tendencias*: 12 euros España y 17 extranjero.

Si desea obtener más información acerca de nuestras publicaciones o sobre el Instituto *Empresa y Humanismo*, puede ponerse en contacto con nosotros en la dirección de e-mail: [cosinaga@unav.es](mailto:cosinaga@unav.es) o consultar nuestra página web: [www.unav.es/empresayhumanismo](http://www.unav.es/empresayhumanismo).

En caso de que quiera suscribirse a todas o alguna de nuestras publicaciones, deberá rellenar el boletín adjunto.

**BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN**

*PUBLICACIONES DEL INSTITUTO EMPRESA Y HUMANISMO*

EDITA: SERVICIO DE PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

NOMBRE:.....  
 APELLIDOS:.....  
 DIRECCIÓN POSTAL:.....  
 CORREO ELECTRÓNICO:.....

TIPO DE SUSCRIPCIÓN:

- GLOBAL [80 / 85 euros]
- REVISTA [40 / 45 euros]
- CUADERNOS [30 / 35 euros]
- NEWSLETTER [30 / 35 euros]

FORMA DE PAGO:

- CHEQUE BANCARIO A NOMBRE DEL SERVICIO DE PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA
- TRANSFERENCIA AL NÚMERO DE CUENTA: 0095-4732-89-060-0008016
- DOMICILIACIÓN BANCARIA. C/C. NUM:.....
- TARJETA DE CRÉDITO N°:.....

TIPO DE TARJETA: ..... FECHA DE CADUCIDAD: .....

FECHA:

FIRMA:

Suscripciones  
 Secretaría  
 Instituto Empresa y Humanismo  
 UNIVERSIDAD DE NAVARRA  
 31080 Pamplona  
 e-mail: [cosinaga@unav.es](mailto:cosinaga@unav.es)  
<http://www.unav.es/empresayhumanismo/>

