

Revista
Empresa y Humanismo



Vol. XI, nº 1/08

Instituto Empresa y Humanismo
Universidad de Navarra



REVISTA EMPRESA Y HUMANISMO
CONSEJO EDITORIAL

Presidente

D. Enrique de Sendagorta

- D. Horst Albach (Universidad de Bonn)
D. Rafael Alvira Domínguez (Universidad de Navarra)
D^a Reyes Calderón Cuadrado (Universidad de Navarra)
D. Tomás Calleja Canelas (Director General, Iberdrola)
D. José Luis Carranza Ortiz (Director General, BBVA)
D. Ricardo Crespo (Universidad de Cuyo y Universidad Austral))
D. José Antonio García-Durán (Universidad de Barcelona)
D. Santiago García Echevarría (Universidad de Alcalá)
D. Agustín González Enciso (Universidad de Navarra)
D. Nicolás Grimaldi (Universidad de Paris-Sorbona)
D. Alejandro Llano Cifuentes (Universidad de Navarra)
D. Enrique Martín López (Universidad Complutense de Madrid)
D. Miguel Alfonso Martínez-Echevarría (Universidad de Navarra)
D. José Manuel Morán Criado (Consejo Económico y Social de España)
D. Leonardo Polo Barrena (Universidad de Navarra)
D. Rafael Rubio de Urquía (Universidad Autónoma de Madrid)
D. Alfonso Sánchez Tabernero (Universidad de Navarra)
D. Eugenio Simón Acosta (Universidad de Navarra)
D. Alejo J. Sison (University of Asia and the Pacific)
D. Guido Stein (Universidad de Navarra)
D. Luis M^a de Ybarra y Oriol (BBVA)

Director

D. Agustín González Enciso

Subdirector

D. Alfredo Cruz

Editoras

D^a Marina Martínez

D^a M^a Cristina Bozal

Editor Asociado

D. Iñaki Vélaz (Vialogoscopio)

La revista *Empresa y Humanismo* es una publicación periódica editada por el Instituto Empresa y Humanismo de la Universidad de Navarra. Su principal objetivo es recoger, desde una perspectiva interdisciplinar -filosófica, económica y empresarial, jurídica, histórica y política- trabajos inéditos e intelectualmente rigurosos sobre la empresa y las organizaciones sociales, entendidas como instituciones humanas, y sobre la función directiva. La revista pretende igualmente resultar un instrumento útil para que las personas que se dedican a la dirección empresarial puedan contar con un referente intelectual serio.

©los autores

©Instituto Empresa y Humanismo.

Universidad de Navarra

31080 Pamplona. España

e-mail: cbozal@unav.es y marina@unav.es

<http://www.unav.es/empresayhumanismo>

Suscripciones: dirigirse a la Secretaría del Instituto Empresa y Humanismo

Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S. A.

ISSN: 1139-7608 · Depósito Legal: NA-77/1999

Diseño y producción: IDAZLUMA, S.A.

Impreso en España

Índice

Artículos

La dimensión social de la empresa Javier Aranzadi del Cerro	11
Economía, virtud y gobierno en la configuración de Europa a los 50 años de la firma del Tratado de Roma Inmaculada Baviera y Raquel Lázaro	41
El don personal en las empresas sanas: racionalidad limitada, valores inconmensurables y agencia económica Jude Chua Soo Meng y Oskari Juurikkala	67
El papel del fútbol en la sociedad actual. Fútbol: ocio y negocio. Pedro García del Barrio y Francesc Pujol	89
Políticas familiares y formas de subsidiaridad: hacia una ciudadanía de la familia Pablo García Ruiz	109
Vocación y profesión. Encontrar el sentido en el trabajo John Haldane	139
Las claves del éxito de la competitividad del sistema empresarial japonés Felipa Lopes dos Reis	157
Empresas, sociedad y servicios públicos: del Estado prestador al Estado regulador Juan Manuel Matés	187
Cambio demográfico y desarrollo financiero: efectos sobre el crecimiento económico María José Roa	231

Autogestión y universidad: la historia de un sistema corporativo Estrella Trincado	273
---	-----

Recensiones

Francis Fukuyama (comp.) (2006), <i>La brecha entre América Latina y Estados Unidos. Determinantes políticos e institucionales del desarrollo económico</i> , por Rosana Garciandía	313
Nicolás Maquiavelo (2006), <i>La vida de Castruccio Castracani</i> , por Miguel Saralegui	319
José Luis Naredo (2006), <i>Raíces económicas del deterioro social y ecológico: más allá de los dogmas</i> , por Minerva Ullate	323
Joseph E. Stiglitz (2006), <i>Cómo hacer que funcione la globalización</i> , por Horacio Rodríguez-Penelas	327
Philip Booth (ed.) (2007), <i>Catholic Social Teaching and the Market Economy</i> , por Alejandra Vanney	333
Dalmacio Negro Pavón (2007), <i>Sobre el Estado en España</i> , por Héctor Ghiretti	341

Normas para el envío de originales

La revista *Empresa y Humanismo* es una publicación periódica editada por el Instituto Empresa y Humanismo de la Universidad de Navarra. Su principal objetivo es recoger, desde una perspectiva interdisciplinar -filosófica, económica y empresarial, jurídica, histórica y política- trabajos inéditos e intelectualmente rigurosos sobre la empresa y las organizaciones sociales, entendidas como instituciones humanas, y sobre la función directiva. La revista pretende igualmente resultar un instrumento útil para que las personas que se dedican a la dirección empresarial puedan contar con un referente intelectual serio.

- 1- Los originales recibidos para su publicación no incluirán el nombre del autor ni ninguna otra información personal. Los textos se enviarán a la dirección de correo electrónico cbozal@unav.es o marina@unav.es, acompañados de una carta en la que se solicite su publicación en la revista *Empresa y Humanismo* y se especifique el nombre de su autor/es, su categoría profesional, centro de trabajo, dirección postal y número de teléfono.
- 2- En caso de que el envío sea postal (Instituto Empresa y Humanismo. Universidad de Navarra. 31080, Pamplona), el autor/es deberán remitir una copia en papel del texto, así como otra en soporte informático. Ésta deberá estar realizada en alguno de los programas de texto más habituales.
- 3- Los artículos serán originales y no sobrepasarán los 68.000 caracteres, a espacio sencillo, incluidos gráficos, tablas, mapas, otras ilustraciones y bibliografía) ni contarán con menos de 34.000 caracteres. Se utilizará un tipo de letra Times 12 para el texto principal y Times 10 para las notas. El interlineado será sencillo y el espacio anterior será de 6 pto.
- 4- La extensión de las reseñas podrá oscilar entre 5.000 y 10.000 caracteres. En la primera página aparecerán los datos del libro (título, autor, editorial y año de edición). La firma de la persona que realiza la reseña se incluirá al final de ésta.

- 6
- 5- Los artículos irán precedidos de un resumen de diez líneas máximo, en español e inglés, así como de una relación de palabras clave en ambos idiomas.
 - 6- Los apartados en que se dividan los artículos deberán ir numerados con caracteres romanos. Los subapartados, por su parte, se identificarán con numeración arábiga.
 - 7- Los gráficos, tablas, mapas y otras ilustraciones deberán ir numerados de forma correlativa con caracteres arábigos e indicar su fuente de procedencia.
 - 8- Las notas a pie de página irán numeradas correlativamente en caracteres arábigos y voladas sobre el texto.
 - 9- Las referencias bibliográficas citadas a pie de página aparecerán recogidas en un apartado situado al final de los artículos.
 - 10- Las referencias bibliográficas, tanto en nota como al final del texto, se harán del siguiente modo:

-Libro:

-Referencia bibliográfica completa: Black, Edwin (2001), *IBM and the Holocaust. The Strategic Alliance Between Nazi Germany and America's Most Powerful Corporation*, Little, Brown and Company, Londres.

-Nota correspondiente: Black, E. (2001), p. 114.

-Libro con editores:

-Referencia bibliográfica completa: Andriof, Jörg y McIntosh, Malcolm (eds.) (2001), *Perspectives on Corporate Citizenship*, Greenleaf Publishing, Sheffield.

-Nota correspondiente: Andriof, J. y McIntosh, M. (eds.) (2001), p. 13.

-Reedición o reimpresión de un libro:

-Referencia bibliográfica completa: Proudon, Pierre Joseph [1851(1982)], *Idée générale de la révolution au XIXe. Siècle, en Oeuvres complètes*, vol. II, Slatkine, Ginebra-París.

-Nota correspondiente: Proudon, P.J. [1851(1982)], p. 28.

-Texto en un libro con editores:

-Referencia bibliográfica completa: Windsor, Duane (2001), "Corporate Citizenship: Evolution and Interpretation", en Andriof,

Jörg and McIntosh, Malcolm (eds.), *Perspectives on Corporate Citizenship*, Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 39-52.

7

-**Nota correspondiente:** Windsor, D. (2001), pp. 39-52.

-Artículo de revista:

-**Referencia bibliográfica completa:** Greenwood, Michelle (2001), "The Importance of Stakeholders According to Business Leaders", *Business and Society Review*, vol. 106, nº 1, pp. 29-49.

-**Nota correspondiente:** Greenwood, M. (2001), pp. 29-49.

- 11- Las citas textuales que se incluyan tanto en el texto de los artículos como a pie de página deberán reducirse al máximo y, en ningún caso, sobrepasarán las cuatro líneas.
- 12- La revista *Empresa y Humanismo* es una publicación periódica que se edita en castellano; sin embargo, acepta originales en otras lenguas. En caso de considerarlo oportuno, y siempre que los trabajos hayan sido evaluados positivamente por el Consejo Editorial y por dos especialistas anónimos, la revista *Empresa y Humanismo* llevará a cabo su traducción al idioma español.
- 13- Los editores de la revista *Empresa y Humanismo* acusarán recibo de los originales en el plazo máximo de quince días hábiles desde su recepción. A partir de esta fecha, los textos deberán ser sometidos al visto bueno del Consejo Editorial de la revista y, en caso de resultar favorable, a la evaluación de dos especialistas anónimos.
- 14- La dirección de la revista *Empresa y Humanismo* se compromete a remitir al autor o autores de los artículos recibidos los dos informes de los evaluadores anónimos en un plazo máximo de tres meses. En caso de que la evaluación sea favorable, el autor o autores dispondrán de un plazo máximo de un mes, a partir de la fecha de emisión de los informes, para realizar los cambios y correcciones que consideren oportunos.
- 15- En el momento de su publicación, se remitirán a los autores 3 ejemplares de la revista y 15 separatas de su trabajo.
- 16- Los derechos de edición de la revista corresponden al Instituto Empresa y Humanismo, y es necesario el permiso de su Junta Directiva para su reproducción parcial o total.
- 17- El Consejo Editorial de la revista *Empresa y Humanismo* respetará la libertad intelectual de los autores, aunque no compartirá necesariamente sus opiniones.

