

Revista
Empresa y Humanismo



Vol. IX, nº 1/06

Instituto Empresa y Humanismo
Universidad de Navarra



Revista Empresa y Humanismo

CONSEJO EDITORIAL

Presidente

D. Enrique de Sendagorta

- D. Rafael Alvira Domínguez (Universidad de Navarra)
- D. Pierpaolo Donati (Universidad de Bolonia)
- D^a Reyes Calderón Cuadrado (Universidad de Navarra)
- D. Tomás Calleja Canelas (Presidente, Fiatlux)
- D. José Luis Carranza Ortiz (BBVA)
- D. José Antonio García Durán (Universidad de Barcelona)
- D. Santiago García Echevarría (Universidad de Alcalá)
- D^a Mary Ann Glendon (Harvard Law School)
- D. Agustín González Enciso (Universidad de Navarra)
- D. Nicolás Grimaldi (Universidad de París-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 Sison (Universidad de Navarra)
- D. Guido Stein (Universidad de Navarra)
- D. Stefano Zamagni (Universidad de Bolonia)

Director

D. Miguel Alfonso Martínez-Echevarría

Subdirector

D. Alfredo Cruz Prados

Editoras

D^a. Marina Martínez

D^a. M^a Cristina Bozal

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.

© 2006 los autores

© 2006 Instituto Empresa y Humanismo

Universidad de Navarra

31080 Pamplona. España

e-mail: ieyh@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

ISSN: 1139-7608

Depósito legal: NA - 77/1999

Impreso en España

Índice

Artículos

"Intencionalidad innovadora" y dinámica económica Carolina Cañibano, María Isabel Encinar y Félix-Fernando Muñoz	13
La economía del Barroco: el segundo impulso capitalista (1580-1660) Miguel Angel Echevarría Bacigalupe	41
Retórica y humildad. Reflexiones sobre el <i>ethos</i> del orador Alberto Gil	75
La empresa como mercado y el dilema del gobierno organizativo Roberto García Castro e Iñaki Vélaz	97
Qué puede significar "bien común" en la sociedad pluralista contemporánea Montserrat Herrero	127
El cambio tecnológico: cuatro apuntes desde la Filosofía Ignacio Quintanilla Navarro	141

Recensiones

Hayek, Friedrich A. Von, <i>The Sensory Order</i> , [1952 (1976)], por Ricardo F. Crespo.	167
Farjat, Gérard (2004), <i>Pour un droit économique</i> , por José Antonio Doral.	175
Cruz Prados, Alfredo (2005), <i>El nacionalismo. Una ideología</i> , por Óscar Elía.	183

Darnstädt, Thomas (2005), <i>La trampa del consenso</i> , por Jordi Rodríguez Virgili.	189
Gómez Montoro, Angel. J. (2005), <i>Asociación, Constitución, Ley. Sobre el contenido Constitucional del derecho de asociación</i> , <i>Centro de estudios políticos y constitucionales</i> , por José Antonio Doral.	195
Rubio de Urquía, Rafael; Ureña, Enrique M. y Muñoz Pérez, Félix- Fernando (eds.) (2005), <i>Estudios de Teoría Económica y Antropología</i> , por Miguel Alfonso Martínez-Echevarría.	207
Vara, Alfonso (2005), <i>Economía básica para comunicadores</i> , por Ángel Arrese.	211

Fe de erratas:

En el número anterior de Empresa y Humanismo aparece, por error, una numeración incorrecta. No es el Vol. IX nº 2/05, sino el Vol. VIII nº 2/05. En el presente número, Vol. IX nº1/06, retomamos la numeración correcta. Rogamos a nuestros lectores que disculpen las molestias ocasionadas.

Normas para el envío de originales

1. Los originales recibidos para su publicación no incluirán el nombre del autor ni ninguna otra información personal. Los textos se enviarán a la Secretaría del Instituto Empresa y Humanismo (Biblioteca de Humanidades, Universidad de Navarra, 31080- Pamplona, España) o a la dirección de correo electrónico revistaeyh@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, número de teléfono y dirección de correo electrónico.
2. En caso de que el envío sea postal, 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 30 folios (68.000 caracteres), mecanografiados a espacio y medio en hojas DIN-A4 (incluidos gráficos, tablas, mapas, otras ilustraciones y bibliografía). Se utilizará un tipo de letra Times 12 para el texto principal y Times 10 para las notas.
4. Las reseñas no deberán superar los dos folios mecanografiados a doble espacio en hojas DIN-A4. 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.
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 arábica.
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: Proudhon, Pierre-Joseph [1851(1982)], *Idée générale de la révolution au XIXe. Siècle, en Oeuvres complètes*, vol. II, Slatkine, Ginebra-París.

Nota correspondiente: Proudhon, 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 y McIntosh, Malcolm (eds.), *Perspectives on Corporate Citizenship*, Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 39-52.

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. Los autores que colaboren con la revista *Empresa y Humanismo* recibirán una sola prueba de imprenta, que deberá devolverse corregida en un plazo máximo de 15 días. 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.

