

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 Ma 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 Ruiz
- 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
- 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
INTELLECTUAL
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

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
- 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 54 números.