

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	13
1. LA EMPRESA EN NUESTRA SOCIEDAD (1967)	17
Introducción	17
1. Empresa y sociedad	17
2. Las técnicas en la sociedad dinámica	18
3. El capital como técnica	18
4. Declive de la propiedad	19
5. Posición del trabajador	19
6. El poder en la sociedad dinámica	20
7. La empresa en la organización económica	21
8. La atomización del poder actual de la empresa	21
9. Propiedad, capital y empresa	22
10. Empresa, capital y técnica	22
11. La empresa como técnica de transformación	22
12. El gasto en la empresa	23
13. El fin del proceso productivo: el beneficio	24
14. Titularidad sobre el beneficio	24
15. Distribución del beneficio	25
16. La problemática social a nivel macroeconómico	26
2. SEMINARIO SOBRE LA FILOSOFÍA DE LA EMPRESA (1983) ...	27
Introducción	27
1. El balance social	28
2. ¿Qué es una empresa?	29
3. ¿Por qué hay empresa?	31

OBRAS COMPLETAS DE LEONARDO POLO

4. Empresa y mercado	33
5. Por razón de los costos	35
6. Por la adscripción estable de trabajadores	36
7. Flexibilidad del mercado <i>versus</i> estabilidad de la empresa	38
8. La parcial racionalidad económica	41
9. La empresa como límite de la racionalidad económica	45
10. Tras el concepto filosófico de empresa	48
11. La productividad del capital y su incoherencia con el mercado	52
12. El planteamiento sistémico	57
13. Los subsistemas político, jurídico y económico	62
14. La correlación de los subsistemas	67
15. La analogía y la equivocidad	70
 3. EL EMPRESARIO. APORTE CRISTIANO A LA CONCEPCIÓN GRIEGA (1995)	 73
1. El añadido cristiano a la concepción griega del hombre	73
2. La vida humana entendida como aportación	74
3. La concepción circular griega del tiempo	74
4. El tiempo cristiano como tiempo abierto a la plenitud	74
5. La cruz como símbolo de decisión y no de circularidad	74
6. Aportación, libertad y rechazo del inmovilismo	75
7. La <i>polis</i> y la empresa: suficiencia y factor humano	75
8. La promoción como núcleo del sentido empresarial	75
9. El banquete como institución originaria de la aportación	76
10. Oferta, don y crítica a la primacía de la demanda	76
11. El empresario como animador de la vida social	77
12. Raíces cristianas de la economía de empresa	77
13. Promoción, crecimiento y resurgimiento empresarial	77
14. Duración, idea fundacional y pseudo-empresa	78
15. Edad Media, feudalismo y transformación económica	78
16. Del latifundio al feudo	79
17. Siervo, contrato personal y nacimiento del consejo	79
18. <i>Potestas</i> y <i>auctoritas</i> según Tomás de Aquino	79
19. Comunicación interna y dirección en equipo	80
20. Ascenso interno y gobierno compartido	80
21. Sociedad del conocimiento y costes de coordinación	80
22. Competencia como incentivo a la inventiva	80
23. Largo plazo, crédito y proyecto empresarial	81
24. Estado, sistema financiero y coordinación empresarial	81
25. Aportación, esperanza y figura del empresario	82

4. CURSO DE ANTROPOLOGÍA DE LA ACCIÓN DIRECTIVA (1997)	83
Introducción	83
1. La complejidad de la realidad humana y el método sistémico	84
2. La función directiva como tarea de coordinación y gobierno	87
3. La información es imprescindible para dirigir	90
4. Resultados de la acción empresarial y motivación trascendente	91
5. Veracidad, diálogo y anulación de la dirección	96
6. La situación de miedo y mentira	99
7. El método del caso y la <i>epagogé</i> aristotélica	102
8. Extender el diálogo para evitar la contraposición entre <i>praxis</i> y <i>póiesis</i>	106
9. Comentario de tres tesis aristotélicas	109
10. La dialéctica siervo–señor	114
11. La tecnoestructura y el escenario social o “ <i>standort</i> ”	116
12. Relación capital fijo–producción	118
13. ¿Cómo salir de la “situación”?	122
14. Denunciar el miedo y la mentira	125
15. Decir la verdad y guardar silencio	128
16. No hay sociedad sin diálogo	131
17. El error	134
18. La mentira	135
19. No es signo de buena salud social que todos piensen lo mismo	137
20. La doblez	140
21. El miedo	141
22. Dos dimensiones de la fortaleza: atacar y resistir	143
23. Violencia <i>versus</i> solidaridad	146
24. La educación	148
25. Insisto: no es buena señal de salud social que todos piensen lo mismo ..	151
26. Mandar y obedecer son alternativos	156
 5. ALGUNAS GLOSAS SOBRE LA VIOLENCIA (1997)	159
1. El porqué de la violencia	159
2. Violencia y mestizaje	160
3. Pluralidad de formas	161

6. CURSO SOBRE ÉTICA Y VIRTUDES PARA EMPRESARIOS (1998)	163
I. NORMAS, BIENES Y VIRTUDES	163
1. Tres dimensiones de la ética	163
2. Ética de virtudes	164
3. Ética de normas	165
4. La motivación	168
5. Ética de bienes	169
6. La empresa como institución social organizadora	172
7. Formación de docentes en escuelas de negocio para formar directivos como agentes de cambio	175
II. ÉTICA DE LAS VIRTUDES	177
1. La unión de las virtudes	177
2. La voluntad como tendencia del espíritu hacia el bien y la felicidad	179
3. La correlación entre la razón y la voluntad	181
4. La libertad personal	183
5. El nivel de los medios	188
6. Entender teórico y querer práctico	191
7. Las partes potenciales, integrantes y subjetivas de las virtudes	197
III. LA PRUDENCIA	199
1. Conocer pluralidad de bienes mediales o concepto	199
2. El consentimiento	200
3. El discernimiento o deliberación	203
4. Requisitos de la prudencia	208
5. El imperio	212
IV. LA JUSTICIA	213
1. Dar a cada uno lo suyo	213
2. El bien común	215
3. La sindéresis	217
4. Clases de justicia: legal, distributiva y conmutativa	220
5. El precio justo	225
6. Partes integrantes de la justicia	228
7. La justicia social	229

ÉTICA PARA EMPRESARIOS

V. LA AMISTAD	233
1. La virtud superior	233
2. Partes subjetivas y tres tipos de amistad	236
3. Amistad y fortaleza	241
4. Otros tipos de amistad	244
5. La amistad en el cristianismo	247
VI. EL PLEXO DE LOS MEDIOS	249
1. Los medios conforman plexos	249
2. La propiedad privada	255
ADVERTENCIA EDITORIAL	257