Título:

La persona en la empresa y la empresa en la persona

Autor:

Carlos Ruíz González

Agradecimientos

Prólogo

Prefacio

Introducción

1. Justificación de la necesidad de una aproximación filosófica al estudio de la empresa
2. Algunas dificultades
3. Estructura general

CAPÍTULO 1 Fundamentos teóricos para una aproximación filosófica en perspectiva antropológica al estudio de la empresa

1.1. La naturaleza humana y el trabajo
1.2. La empresa como un lugar natural de trabajo
1.3. Tres paradigmas para entender la empresa
1.4. Las cuatro finalidades de la empresa
a) Creación de valor económico agregado
b) Satisfacción de alguna necesidad de la sociedad
c) Autocontinuidad
d) Creación de valor humano agregado
1.5. Modos de generar valor humano agregado en la empresa

CAPÍTULO 2 El trabajo como *prâxis* y la formación del carácter

2.1. El trabajo, la autorrealización humana y la felicidad
2.2. La virtud como principio de acción
2.3. *Prâxis* y *poíesis*
2.4. La dimensión práctica del trabajo productivo
2.5. El trabajo y el valor humano agregado

CAPÍTULO 3 La empresa como comunidad

3.1. La noción de comunidad aristotélica
3.2. "Racionalidad instrumental" y "racionalidad teleológica"
3.3. *Polis*, comunidad y autorrealización
A. Predominio de la inclusión sobre el rango
B. Fomento de las motivaciones asociativas sobre las motivaciones de preponderancia
C. Trabajo en equipo
D. La amistad en la empresa

CAPÍTULO 4 El *valor humano agregado* y la articulación de la experiencia en la nueva teoría del *management*

4.1. La especialización del *management* como disciplina
4.2. El *management*: ¿arte o ciencia?
4.3. El arte del *management* y la antropología filosófica

CAPÍTULO 5 Un modelo de evaluación

A) Eje uno. De mecanicista a humanista: la empresa humana
B) Eje dos. De la eficacia operativa a la plenitud en comunidad: la empresa plena
C) Eje tres. De la experiencia a la teoría: la empresa inteligente

Conclusiones

La etapa de las personas
Hacia un estudio de la empresa en clave antropológica

Referencias