

“El comportamiento ético y competitividad social en la empresa”

JUAN MANUEL ZAMORA MENDOZA *

ARIANNA ALESSANDRO

CARLOS GONZÁLEZ DI PIERRO

RESUMEN

El objetivo será el estudio en el modelo de interpretación de la empresa para descubrir, qué mecanismos o recursos morales son condición de posibilidad de la misma y, conocer qué modelo de empresa permitirá interpretar y desarrollar en sus dimensiones el principio de la ética empresarial dialógica. Se darán dos pasos. El primero, que existen diferentes modos de conceptualizar la empresa para entender su origen y se apuntará la necesidad de un modelo antropológico de empresa, como praxis e institución, como la dimensión humana de la misma. Es decir, entender la empresa como una *institución social*, como una *organización cooperativa humana*. En segundo lugar, profundizar en esa cooperación humana a través de conceptos de ‘confianza’ que se presenta como *condición de posibilidad* de la empresa, es decir, de cooperación, y del concepto de ‘capital social’, en sus tres dimensiones estructural, relacional y cognitiva, como fuente de su generación y reproducción.

Palabras clave: Ética, empresa social y humana, confianza.

ABSTRACT

The aim will be to study the model of interpretation of the company to discover what mechanisms and resources are moral condition of the possibility of it and know what business model will interpret and develop the principle dimensions of business ethics dialogue. It will be two steps. The first is that there are different ways of conceptualizing the business to understand its origin and suggests a need for an anthropological model of business, such as practice and institution, as the human dimension of it. That is, understanding the business as a social institution, as a cooperative human. Second, deepen such cooperation through human concepts of

*Centro de Investigaciones Jurídicas y Sociales, Facultad de Derecho-Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

'trust' that occurs as a condition of possibility of the company, ie, cooperation, and the concept of 'social capital' in its three-dimensional structural, relational and cognitive, as a source of generation and reproduction.

Keywords: *Ethics*, social enterprise and human, confidence.

1. La empresa moderna.

Una reflexión crítica sobre los elementos, dimensiones y relaciones empresariales se hace necesaria para no caer en los modelos de empresa procedentes de las posiciones correctivas o funcionalistas donde la separación entre la racionalidad ética y la racionalidad empresarial se encuentran separadas. Por este motivo, frente a las interpretaciones de la empresa como la práctica de maximización de beneficios económicos, se propone entender la empresa como una institución, es decir, como una organización de personas que tiene múltiples dimensiones, entre las que se encuentra la dimensión económico-financiera, pero a la que hay que añadir la dimensión jurídico-mercantil y social. La última de estas dimensiones, la dimensión social, será objeto de desarrollo en la segunda parte del apartado que señala la relevancia de desarrollar un modelo antropológico de empresa atendiendo al modelo integrativo de ética empresarial.

1.1. Concepto de empresa.

Las tesis que se defienden en la literatura acerca del origen de la empresa se pueden resumir, en dos. La primera tesis se encuentra elaborada en el pensamiento de Frank Knight (Putterman:1994:79ss), quien afirma que es la incertidumbre, la característica fundamental para defender la idea del origen de la empresa. La incertidumbre motiva una selección y una especialización de funciones que da lugar a la aparición de la empresa. Dentro de esta estructura, una clase social –personas de negocios- dirige la actividad económica con las características de responsabilidad y control del proceso, y bajo la existencia de riesgo tiene como objetivo la obtención de beneficios a ambos lados de la incertidumbre. Knight, en su obra *Riesgo, Incertidumbre y Beneficio* (1921), muestra que en toda actividad económica existe un riesgo, que desaparece cuando a través de las organizaciones, ‘Se pueden centralizar adecuadamente la responsabilidad y se puede asegurar la unidad convergente de intereses’. De este modo reduce la incertidumbre en riesgo mensurable.

La segunda tesis ha sido elaborada y defendida por Ronald Coase (Putterman:1994:98) quien señala que el funcionamiento del mercado lleva consigo costos y que formando una organización y

permitiendo que una autoridad –empresario- dirija los recursos –mano visible- se ahorran ciertos *costos de mercado*. El empresario tiene que llevar a cabo su función a un costo aún menor, teniendo en cuenta que puede obtener los factores de producción a un precio inferior al de las transacciones de mercado que él sustituye, porque si no lo consigue siempre es posible recurrir al mercado abierto.

Ronald Coase, en su obra *La Naturaleza de la empresa* (1937), se pregunta por el motivo del nacimiento de la empresa en una economía de intercambio especializada. Como razón principal argumenta que existe un *coste asociado* a la utilización del mecanismo de precios y como ejemplo muestra que los costos de negociación y conclusión de un contrato separado para cada transacción que se realiza en un mercado son mayores. Pero además, considera que de no existir la incertidumbre en una economía de intercambio especializada no sería plausible que hubiera surgido la empresa, puesto que en este tipo de economías la distribución de recursos se realiza vía precios, y las transacciones en un mercado y las mismas transacciones organizadas en una empresa reciben, por lo general, distinto trato por parte del gobierno o de otras instituciones con potestades reglamentarias.

Ambas tesis muestran un aspecto esencial para la comprensión de la empresa moderna y su función en la sociedad, este aspecto fue señalado magistralmente por A. Chandler: “*La mano visible del management reemplazó a lo que A. Smith se refería como la mano invisible de la fuerza del mercado*”. (Chandler: 1987: 15).

La empresa moderna debe ser entendida desde esta perspectiva, dado que ha ido asumiendo funciones que hasta su aparición eran competencia del mercado. Las fue asumiendo mediante la internalización de actividades que habían sido realizadas por diferentes unidades empresariales y, por tanto, de las transacciones que podrían haberse dado entre ellas. De este modo, la empresa no aparece hasta el momento en que la *coordinación administrativa* es un mecanismo más beneficioso y eficiente que la coordinación a través del mercado. Pero no significa esto que el mercado sea sustituido como fuerza de producción, sino que la empresa se hace cargo ahora de una de las funciones que antes el mercado elaboraba por sí sólo: la coordinación e integración del intercambio de bienes y servicios (Cortina et al:1994: 70-74).

Por otra parte, las ventajas de internalizar, no pueden ser observadas hasta que no surge una jerarquía *managerial*, es decir, sólo cuando esta jerarquía ha tenido éxito en la ejecución de sus funciones de coordinación administrativa se produce el desplazamiento de la coordinación del mercado. Este proceso ha conducido a que la profesionalización de los directivos haya dado lugar a que la gestión de la empresa se independice de la dirección de la misma.

En este sentido se definirán las funciones de la empresa a partir de sus propias funciones (Bueno:1993: 73-79):

Dimensión	Descripción
Funcional	Actividad organizada y alternativa al mercado con ánimo de lucro. (ligada al empresario).
Técnico-económica	Actividad productiva de bienes y servicios, es decir, los procesos de producción. Persigue el equilibrio de la empresa para maximizar beneficios.
Económico-financiera.	Actividad económica que crea valor y dinero, por tanto, creadora de riqueza.
Jurídico-mercantil.	Actividad generadora de relaciones contractuales con los propietarios de los factores. Desde esta función se considera a la empresa con personalidad jurídica.
Social	Actividad compuesta por relaciones humanas y de poder. Desde esta dimensión se considera la actividad que realiza la empresa como una organización.

Fuente: Bueno Campos, E. Curso Básico de Economía de la empresa. Un enfoque de Organización 1993, pág. 73—79.

En esta línea se puede afirmar que toda empresa es una institución que posee diferentes dimensiones y que se pueden enunciar del siguiente modo:

- 1. La empresa es un sistema técnico compuesto por un conjunto de tecnologías, procesos y métodos;
- 2.- La empresa es un sistema social, compuesto por un conjunto de personas que actúan con roles, intereses y objetivos distintos, pero con relaciones de interdependencia;
- 3.- La empresa es un sistema abierto en constante relación con su entorno, interacción que se produce a través del mercado y de los distintos agentes económicos. Por tanto, en la empresa tienen que converger la dimensión económico-financiera, la jurídico-mercantil y social.

Pero, que dimensión debe primar sobre las otras dos, de qué forma se deben atender a estas dimensiones y otras cuestiones similares. Estas dos preguntas que llevan a la pregunta por la dimensión que posee toda empresa y que permite responder a estas cuestiones, ésta es la *dimensión corporativa* (García:1994:23), que responde a la pregunta de ¿qué es la empresa? Desde esta dimensión se puede explicitar la identidad de la misma que está definida en su *filosofía empresarial* y plasma los objetivos generales de la empresa mediante los grandes principios de la empresa o grandes declaraciones de intenciones. Es el horizonte de referencia, a partir del que se creará, *la cultura empresarial* que supone la concreción en valores y en normas de la Filosofía empresarial, es decir, las reglas que rigen todas las actividades en el interior y en el exterior de la empresa y la *estrategia empresarial*, que son estrategias concretas para conseguir sus objetivos de acuerdo a su filosofía, su cultura y también del entorno.

Esto conduce a la última parte de este apartado que es descubrir cuáles son los adjetivos constitutivos de la empresa moderna, es decir, aquellas cualidades que le acompañan siempre. Las sociedades occidentales de democracias liberales cuentan con un tipo de empresa que se ha convertido en la organización central de las mismas (Cortina et al:1994:13-17); posee características como las ya señaladas, multidimensionalidad, la internalización de los mercados, también un sistema casi instantáneo de la comunicación, etcétera, que hacen de la empresa una organización compleja inserta en sociedades plurales. La empresa, por tanto, se encuentra inmersa dentro de la sociedad y como señala García Echevarría “... el éxito o fracaso de la realidad empresarial depende por un lado, de la adecuada coordinación de la empresa con su entorno y, por otro lado, depende de los propios costes de organización interna...” (García:1994:16).

Con estas palabras resalta el autor que se está frente a una organización que mantiene constantemente interacciones internas y externas. Así pues, la empresa debe ir adaptando su proceso de dirección, administración y organización a la evolución del entorno para actuar de la forma más efectiva posible (Renal:1985:17-27), y dado que ninguna empresa puede ser entendida como un elemento separado de la sociedad en la que desarrolla su actividad, desde un enfoque ético se apunta la necesidad de tener en cuenta que no sólo la empresa debe ‘adaptarse’ a su entorno, porque los intercambios que se producen entre la empresa y su entorno fluyen en dos direcciones, a saber, la empresa actúa sobre su entorno a la vez que éste actúa sobre ella. Por tanto, no sólo debe adaptarse al medio sino también incidir en él (Jiménez:1988:47).

Por un lado, está el *entorno cerrado* que es aquel que es estable, donde la información que se posee es perfecta, donde los cambios se producen de forma muy lenta y no existen apenas costes. En este tipo de entornos no se conoce la competencia y se mantiene de forma continuada el status

quo, dentro de él se establecen empresas burocráticas, donde la división del trabajo es rígida y cuyas funciones predominantes son técnicas y administrativas. Un ejemplo Taylor definió la empresa mecánica, al extrapolar el paradigma de la mecánica a la organización del trabajo; para él no importaba la persona en sí misma sino la persona en el puesto de trabajo.

Por otro lado, se advierte la existencia de *entornos abiertos* que se caracterizan por su dinamicidad en los cambios, su inestabilidad e incertidumbre. En ellos existe una competencia que podría denominarse a veces de ‘salvaje’, los valores sufren cambios bruscos, la información es imperfecta y las estructuras del entorno cambian de forma inesperada. Este tipo de entornos necesitan de empresas que sean capaces de gestionar la flexibilidad e integración de las personas para afrontar la inestabilidad que les caracteriza y también que sean capaces de dar respuestas rápidas a los cambios de la división del trabajo, por tanto, en este tipo de empresas las personas se elevan como la clave de la institución (García:1994:17-29; L. Finkel:1994). La empresa flexible que se dibuja y necesita para este tipo de entornos, según A. Toffer (1990), tiene que hacer frente a dos retos: adecuar la estructura de la organización a las dimensiones de su entorno, cambiar aquellas estructuras de la empresa que no permitan responder al entorno y revisar los valores, normas y principios que rigen la actividad empresarial.

Para concluir se puede afirmar que *objetivo de la empresa*, superada la teoría neoclásica de la empresa que señalaba que ésta tenía como único objetivo la ‘*maximación instantánea de ganancia*’ (Comito:1989:21), es proporcionar bienes y servicios a la sociedad respetando en todo momento ‘*los derechos reconocidos por la sociedad en la que vive y los valores que esa sociedad comparte*’ y, para alcanzar tal fin necesita de beneficios económicos, que no son el fin sino el medio de la actividad empresarial (Cortina et al:1994:25). Por tanto, si bien es cierto que el objetivo de la empresa es la maximación de beneficios, la búsqueda del mismo tendrá que tener presente que en ningún momento podrá cerrar los ojos a los diferentes grupos de intereses que se relacionan y/o depende de ella, puesto que son ellos los que legitiman en última instancia su pervivencia en la sociedad.

El hecho de poner mayor énfasis en la primera parte de esta afirmación o en la segunda da lugar a configurar y gestionar la empresa bajo un paradigma de pensamiento donde la empresa se ve como cosa de un solo grupo, es decir, que busca la satisfacción de los intereses de los empresarios o propietarios únicamente –stockholder approach- o a un paradigma plural de empresa donde se entiende que no sólo cuentan los intereses de los propietarios –stakeholder approach.

1.2. Hacia un modelo antropológico de empresa.

Ha llegado el momento de abundar un poco más en la distinción entre lo que es la práctica de organización de lo que es la organización y la institución. El estudio de esta distinción llevará a definir a la empresa como una institución social o lo que es lo mismo ‘una organización cooperativa humana’. Es decir, se define la empresa como el conjunto de personas que coordinan sus acciones para alcanzar unos objetivos que a todos interesan siguiendo determinados valores y concepciones de justicia (Pérez:2000).

Dependiendo de las concepciones que las personas posean como referente se puede hablar de diferentes modelos de empresa. Desde los estudios de *teorías de las organizaciones* se han propuesto numerosos modelos de organización así, por ejemplo, Mitzberg propone siete modelos de organización que denomina organización empresarial, organización maquina, organización diversificada, organización profesional, organización innovadora, organización misionera y organización política (Mitzberg:1992:377-543;Mitzberg. Mitzberg:1991:135-299). También la realizada por Morgan cuenta hasta con ocho metáforas, que son: organización como una máquina, organización como organismos, organización como cerebro, organización como culturas, organización como sistemas políticos, organización como cárceles psíquicas, organización como cambio y transformación, y organización como instrumentos de dominación (Morgan:1990: 9-308). Cada uno de estos modelos posee una concepción o modo de entender las personas, los mecanismos de coordinación fundamentales entre ellas y, de la relación entre personas y sus entornos económicos, técnicos, sociales y culturales.

Las diferentes propuestas de estos modelos o metáforas son realmente muy interesantes y aportan una gran riqueza de matices para adentrarse en la complejidad de la empresa moderna. Sin embargo, y atendiendo a criterios de simplificación, este trabajo se centrará en el estudio de los modelos organizativos propuestos sólo a los siguientes criterios, a saber, *propósito o fin, comunicación o relación y motivación*. En este sentido y como apunta Pérez López, se dibujan tres modelos o imágenes simplificadas de la realidad. Estos son: modelos mecanicistas, modelos orgánicos y modelos antropológicos (Pérez:2000:21-30; Llano:1992 y 1999:133ss). A mi juicio con estos tres modelos ya se está en disposición de dar razón de la actividad empresarial y mostrar las características básicas del modelo por el que se tomará partido, desde el punto de vista de la ética empresarial integrativa aquí reseñada. A continuación, se exponen los básicos de estos tres modelos para entender por qué en este tramo se optará por el modelo antropológico de empresa.

Por una parte, los *modelos mecánicos* suponen una concepción de la organización como un sistema técnico. La organización se contempla como una simple coordinación de acciones humanas cuyo fin es el de producir y distribuir una serie de bienes –objetos- y/o servicios. Su sistema de

comunicación o relación entre las personas que la configuran está dispuesto a través del intercambio de ‘objetos’ o ‘cosas’. En este sistema técnico las motivaciones de las personas quedan excluidas, también sus necesidades y las interacciones excepto aquellas que se derivan del sistema productivo-distributivo. En palabras de J.A. Pérez López (2000:22) *“La organización aparece, pues, como una máquina, más o menos complicada, que produce algo y consume algo. El modo en que lo produce viene determinado por el sistema productivo-distributivo”*.

Por otra parte, los **modelos orgánicos** suponen una concepción de la organización como un organismo. Este modelo incluye también la concepción de la empresa como sistema técnico, es decir, organiza también un intercambio de objetos, pero el modelo orgánico va más allá. En este modelo se contempla la organización como un *conjunto social*, como una agrupación de personas en sociedad en la que se integran voluntariamente para dar satisfacción a todo un conjunto de motivos. Así su objetivo o su fin es dar satisfacción a unas necesidades y su modo de coordinación de las acciones humanas tiene en cuenta no sólo los aspectos objetivos de las relaciones, sino también los subjetivos; en este sentido, el proceso es también participativo. La comunicación y las relaciones entre sus miembros es muy fluida tanto de modo ascendente, para que los miembros puedan influir en la fijación del fin a alcanzar por el organismo, como de modo lateral para precisar y concretar los fines y medios operacionales, en cuanto al tercer rasgo de los modelos, la motivación, se basa en la participación y negociación de los miembros.

Por último, los **modelos antropológicos** suponen una concepción de la organización como una institución (Pérez:2000:28;Álvarez:1998:112-116; Cortina:1997:229-255). Una institución incluye tanto un organismo como sistema técnico. La diferencia fundamental con respecto al modelo organicista es que las motivaciones que contempla no son únicamente las motivaciones actuales, sino también las potenciales. Así lo expresa J.A. Pérez López (2000:28) *“La institución busca de modo explícito la satisfacción de motivaciones actuales, pero de tal modo que esa satisfacción no sea perjudicial y, en la medida de lo posible, resulte beneficiosa para todo el conjunto de necesidades de las personas”*.

La finalidad o propósito de este modelo es dar sentido a toda la acción humana que coordina. Lo característico de este modelo es que considera de modo explícito que la organización posee unos valores con los que trata de *identificar* a las personas, *perfeccionando los motivos* de sus acciones y educándolos en ese sentido. Se puede decir, que si bien un organismo contempla la organización como un conjunto social, una institución contempla la organización como un *conjunto social que encarna unos valores concretos* que han de impregnar todo su operar. Se considera también que esos valores ayudarán al desarrollo de la persona en el proceso. Así pues, en este

modelo tanto el propósito o fin, la comunicación o relaciones, como la motivación deben estar impregnados de los valores institucionales. El contenido de esos valores va a determinar tanto la concepción de la persona humana, como la concepción de la misión de la empresa.

Las necesidades *materiales* son aquellas que se satisfacen desde fuera del sujeto a través de la interacción de los sentidos con el mundo físico que le rodea. Las necesidades de *conocimiento* están ligadas a las capacidades que las personas tienen para hacer las cosas, de conseguir lo que quieren, estas necesidades encuentran su satisfacción a medida que el ser humano es capaz de controlar la realidad que la circunda, la sensación de poder y de seguridad suelen corresponder a estados psicológicos que dependen de la satisfacción de estas necesidades. Por último, las necesidades *afectivas* están ligadas al logro de relaciones adecuadas con otras personas, y los sentimientos están relacionados con la satisfacción que produce saber que aquello que te ocurre como persona le afecta a otra persona.

De este análisis tridimensional se desprende que lo que una empresa puede hacer desde el punto de vista de la motivación dentro de un modelo antropológico varía en función de a qué motivos se esté apelando en cada momento. Pero implica, por otro lado, que la organización se ve como un medio a través del cual las tres necesidades pueden verse satisfechas.

En este sentido, y por ir concluyendo, la naturaleza de la empresa es la de un modelo antropológico que contempla la organización empresarial como una institución que tiene una misión externa, una misión interna, y unas normas y valores que ha interiorizado e institucionalizado y que la distinguen (García:1982:10-16;García:1994:195-210).

Con esta concepción se pretende potenciar la idea básica o modo de entender la empresa como una institución de normas y valores o lo que es lo mismo la definición de la institución empresarial como una organización de valores. La empresa se entiende como el espacio donde concluyen dos sistemas de valores que están definidos por los grupos nucleares de la empresa, aquellos que tienen una capacidad de influencia *directa* sobre la empresa y los grupos satélites de la empresa que poseen un poder *indirecto* sobre la misma.

Así pues, como se viene afirmando desde el principio, toda empresa es una institución social u organización humana que tiene un fin o propósito determinado, praxis empresarial, que alcanza o realiza mediante los valores y normas que configuran sus comportamientos. Esas normas y valores son los que convierten en una institución social, es decir, una organización con fines, relaciones y motivaciones basadas en normas y valores que tienen que ser definidas por el conjunto de relaciones de la organización para alcanzar su legitimidad social (Cortina et al:1994:130ss).

En este sentido S. García Echevarría (1994) ha denominado a la empresa como una corporación y no como empresa o institución. Esta propuesta viene motivada por el peligro que existe en la esfera de estudios de Economía de empresa de asimilar el concepto de institución a un entorno económico y social estable y cerrado, en lugar de un entorno abierto y competitivo que es el que en realidad existe hoy en día para la empresa.

Por tanto, la empresa se entiende como una corporación en el sentido de que es un sistema de valores en el que las personas y la institución empresarial concreta generan capacidad para aflorar los potenciales de los que dispone esa institución. No se aleja demasiado esta concepción de la actividad empresarial como una organización humana bajo una concepción antropológica explicada anteriormente. Aunque sí que advierte de los peligros que se pueden correr si se asimila junto con la palabra institución sólo un sistema técnico y a lo sumo orgánico y se olvida el antropológico, normativo y valorativo. A mi juicio, tratar de introducir en el lenguaje de la ética empresarial la nueva denominación de corporación sólo comportaría dificultades de comprensión por lo que se propone continuar con la denominación de empresa como institución social pero siempre advirtiendo que es un modelo antropológico el que subyace al mismo.

En definitiva, una empresa es una corporación o institución social, es decir, un sistema de normas y valores que es definido y aportado, por un lado, por la comunidad de personas que la figuran y, por otro, por el conjunto de normas y valores potenciales que son capaces de descubrir y poner en funcionamiento las personas implicadas en la empresa. Con la siguiente imagen expresa esta concepción de la empresa, que en mi opinión, coincide con la utilizada de empresa como institución social desarrollada.

LA EMPRESA COMO CORPORACIÓN
SISTEMAS DE VALORES

FILOSOFÍA CORPORATIVA ----- CULTURA CORPORATIVA

DEFINE LA CORPORACIÓN

Comportamientos, normas, criterios

ESTRUCTURA INTERNA

Sistemas de dirección
Estructuras organizativas
Información-comunicación
etcétera

ENTORNO

Sociedad
Mercado
etcétera

Fuente: S. García Echevarría, *Introducción a la economía de la empresa*, Madrid, 1992, p. 201.

Las características de este marco moral o espacio ético de la empresa ha sido abordado en diferentes estudios. Dentro de la disciplina de Economía de empresa ha sido García Echevarría (1994) quién más ha profundizado en la pregunta de si es necesaria la ética y su gestión desde la empresa y para la empresa. La respuesta que ofrece en todos sus estudios ha sido invariable, la ética es 'rentable' y es una necesidad para nuestras instituciones, principalmente por dos motivos: porque es capaz de generar confianza y reducir costes de coordinación al hacer transparente la actuación de la empresa y porque permite poder predecir cuáles van a ser los posibles comportamientos (Ibid., p. 296 ss).

Desde otras disciplinas también se llega a esta misma conclusión. Se ha llegado a afirmar que la cooperación y las relaciones en sociedad no son posibles o se rompen cuando entre ellas faltan los valores de la credibilidad y la confianza. De hecho, muchos estudiosos de la ética de la empresa han mostrado cómo el desarrollo de la ética empresarial como disciplina ha venido propiciada por una crisis de valores, y una falta de confianza de la sociedad en la empresa, en definitiva la preocupación reside en la carencia de confianza que la sociedad tiene en las relaciones que se establecen dentro de las empresas y de la empresa con sus entornos (Cortina et al:1994:75-94;Lozano:1999:35ss).

En este sentido, en los últimos años la creación y mantenimiento de capital confianza se ha convertido en una de las claves para el desarrollo de los nuevos diseños empresariales que permitan reducir costes de coordinación tanto internos como externos. La transparencia y la seguridad que genera este capital en las formas de comportamiento de todos los participantes en la práctica

empresarial, permite realizar un cálculo eficiente evaluando los riesgos y oportunidades que se le ofrecen a cada uno de ellos (García:1994:198ss).

2. El capital social y la ‘confianza’ en la actividad empresarial: mecanismos morales para la creación de la riqueza.

Con el estudio del capital social se pretende analizar y ahondar en uno de los tipos de capitales con que cuenta la empresa, los otros dos son el capital físico y el capital humano, que posee mayor relevancia desde el punto de vista ético para asegurar el futuro y largo plazo de cualquier proyecto empresarial, al mismo tiempo que es uno de los menos abordados. Dicho con otras palabras, el capital social es uno de los factores clave en el diseño de un modelo de empresa como institución social y ha recibido la atención de los estudios y análisis desde hace relativamente poco tiempo. El objetivo de este apartado es analizar este concepto con el propósito de explicitarlo en el modelo de empresa plural e integrativa que se está explorando en esta tesis.

Para alcanzar este objetivo general, el punto se desarrollará del modo siguiente, en primer lugar se presentarán las dos corrientes que existen en torno al concepto de capital social, a saber, la corriente estructuralista y la corriente culturalista, poniendo de manifiesto las deficiencias que esta última ha mostrado en los últimos años. En segundo lugar, se definirá el capital social como un recurso relacional y cognitivo apoyada en la definición proporcionada por la corriente estructuralista. Es decir, se presentará el capital social como un recurso relacional con tres dimensiones, a saber, estructural, relacional y cognitivo y se examinarán las formas que adopta tal concepto de capital social organizacional. En tercer lugar, se abordará la pregunta de cuáles son sus consecuencias para las instituciones, especialmente la empresarial. Se pretende con ello profundizar en la intuición básica apuntada por diversos autores de que el capital social, y la confianza como una de sus formas, es un mecanismo moral –norma o valor moral- o condición indispensable para la creación de riqueza.

2.1. Dos corrientes de capital social: Corriente estructural y culturalista.

El capital social es un concepto que se ha utilizado como variable explicativa para el estudio de fenómenos tan diversos como la creación de capital humano, la efectividad de las instituciones democráticas, el desarrollo económico y como recurso para la solución de problemas de acción colectiva (Herrerros:2001: 5). Su estudio ha dado lugar a dos corrientes que entienden el concepto de

modo distinto, a estos dos enfoques se les ha denominado enfoque estructuralista y enfoque culturalista.

La definición estructural del capital social mantiene que el capital social es un conjunto de recursos disponibles para el individuo derivados de su participación en redes sociales o estructuras sociales. Estos recursos pueden ser desde el acceso a la información y la disponibilidad de información a otras como obligaciones de reciprocidad que se desprenden de la participación en sistemas de confianza mutua o en aprovechamiento de normas sociales cooperativas. Así para este enfoque, el capital social tiene una referencia material que es la red estable de relaciones interpersonales; además esa estructura no sólo es visible, sino que tiene una historia y posee continuidad. Los principales trabajos realizados en esta línea son los de P. Bourdieu (Ibid.p.83) y J.S. Coleman (1998: 95-120;1988:375-404; y1990) quienes definen el capital social como sigue:

Según P. Bourdieu: *“El capital social es el conjunto de los recursos actuales o potenciales vinculados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento e interreconocimiento; o dicho de otro modo, a la pertenencia a un grupo, en tanto en cuanto que conjunto de agentes que poseen no sólo propiedades comunes (capaces de ser percibidas por el observador, por los demás o por ellos mismos) sino que están también unidos por vínculos permanentes y útiles”*.

Según J.S. Coleman: *“El capital social es definido por su función. Es no una entidad única, sino más bien una variedad de entidades diferentes que tienen dos características en común: todas ellas se componen de una estructura social y facilitan ciertas acciones a los individuos que están dentro de la estructura. Como otras formas de capital, el capital social es productivo, hace posible el logro de ciertos fines que no podrían obtenerse en su ausencia”*.

Como se puede apreciar en estos dos textos, el capital social se puede encontrar y definir a partir de las estructuras sociales que permiten a las personas acceder a determinados recursos o desarrollar actividades que no podrían desarrollar fuera de tales estructuras. Además tales estructuras vinculan a los individuos y los sitúan en relaciones de intercomunicación que es perdurable en el tiempo. En este sentido todas las relaciones sociales y las estructuras sociales facilitan algunas formas de capital social. Las formas de capital social que han sido estudiadas desde este enfoque han sido cuatro, a saber, las obligaciones y expectativas, los canales de información, las normas sociales y la confianza particularizada.

Por su parte la corriente **culturalista** define el capital social en términos disposicionales. Es decir, contempla el capital social como un fenómeno subjetivo compuesto por los valores y actitudes de los individuos que determinan cómo se relacionan unos con otros. Los principales

teóricos de esta posición han sido R.D. Putman y F. Fukuyama. Que tienden a definir el capital social como las normas y valores que permiten el comportamiento cooperativo por parte de los grupos. En palabras de Putman (1995:67): *“El capital social se refiere a las características de la organización social tales como redes, normas y confianza social que facilita la coordinación y cooperación para el beneficio mutuo”*.

En estos estudios uno de los elementos centrales es el de confianza social o confianza generalizada que para la mayor parte de sus teóricos puede definirse en palabras de F. Herreros y A. de Francisco como: *“Un juicio moral que lleva a los individuos a pensar que la mayor parte de la gente es digna de confianza, (...) La confianza en desconocidos, de los que se carece de cualquier información de su tipo”*. (Herreros:2001:7-8).

En esta línea de pensamiento se encuentra elaborado el trabajo de R.D. Putman acerca de la relación de causalidad existente entre la asociacionalidad y la creación de confianza social o generalizada, es decir, fortalecedora y creadora de capital social. Su trabajo ha servido de referencia a muchos teóricos del capital social y también ha sido duramente criticado en los últimos años. Especialmente sus detractores subrayan esa relación causal no demostrada. En este apartado se verán algunas de las críticas que han cosechado sus trabajos, pero antes es conveniente recordar brevemente la tesis de R.D. Putman.

Putman afirma, desde su trabajo *Making democracy work. Civic traditions in Modern Italy* de 1993, que el capital social de la sociedad civil americana está en declive, tras un estudio del declive asociacional. Su argumento se basa en dos tipos de datos empíricos. Por una parte, el número y el tipo de organizaciones a las que pertenecen los entrevistados y sus actitudes hacia la confianza en otras personas y, por otra parte, en el número de grupos en varias regiones y países y las características de sus miembros como socios en el tiempo, es decir, de modo iterativo. Es decir, Putman ha tratado de explicar la producción de confianza generalizada o confianza social como el resultado de la participación en determinado tipo de asociaciones. La distinción de estas dos formas de entender la confianza y sus consecuencias serán expuestas en breve.

El argumento de Putman ha sido criticado tanto por su fundamentación empírica como por su fundamentación normativa. Casi la totalidad de las críticas desarrolladas a su trabajo son extensibles al resto de trabajos realizados dentro de este enfoque. La crítica al argumento de Putman se expondrá en cinco partes. En primer lugar, la crítica al indicador de capital social que emplea; en segundo lugar, a la relación de causalidad entre capital social y confianza generalizada; en tercer lugar, a la circularidad de su argumento; en cuarto lugar, a su concepto que limita el alcance del concepto centrándose sólo en los aspectos positivos del capital social y, en quinto lugar, la crítica a

la relación entre capital social y desempeño económico. A continuación se trata brevemente cada una de estas críticas.

La *primera crítica* hace referencia al indicador utilizado de capital social. El indicador de capital social que emplea es expuesto por Putman como índice de ‘comunidad cívica’ y se basa en la densidad asociativa, la lectura de periódicos, el voto en referendos y la incidencia del voto a candidatos individuales. Este índice, así expuesto, presenta numerosos problemas de aplicación como forma de medir la presencia del capital social. Pues, por ejemplo, la participación en referendos y la incidencia del voto a candidatos individuales son difíciles de aplicar fuera del contexto italiano. Por otra parte, una mayor participación electoral o en referendos no va unida siempre a una mayor presencia de capital social en la comunidad (Herrerros:2001:21). Es decir, que la relación entre ambas no está ni tan clara ni puede demostrarse de modo tan lineal como pretende Putman sin desarrollar toda una justificación teórica.

La *segunda crítica* está referida a la dirección de la causalidad, es decir, a la ausencia de mecanismos entre el capital social y la eficacia de las instituciones que afirma el trabajo de Putman. En su obra, el autor argumenta que la participación en asociaciones crea capital social en la forma de redes densas de compromisos cívicos, normas de reciprocidad generalizada y confianza generalizada. Sin embargo, como a mi juicio apunta certeramente M. Levi, el concepto de confianza que utiliza Putman es sumamente amplio, pues apunta a un concepto de confianza social, pero si bien es cierto que en las organizaciones se producen normas de reciprocidad entre los miembros, es decir, se genera confianza, no está claro que esas normas de reciprocidad se puedan extender fuera de tales asociaciones o, dicho con otras palabras, que sea una confianza social. Así lo expresa Levi: *“Para determinar si hay conexión entre las adhesiones y la confianza generalizada se requiere un concepto más preciso de confianza del que ofrece Putman”*. (Herrerros:2001:109)

Además Putman afirma también que los ciudadanos que tienen una densa red de compromisos específicos no sólo confían los uno en los otros, sino que también producen buen gobierno, gobierno democrático y, lo que es más importante, buen gobierno democrático. Sin embargo, de nuevo los mecanismos no están claros. Él argumenta que las sociedades del tipo que sean, engendran suficiente confianza interpersonal y así se asegura que los ciudadanos sean capaces de superar el problema del free rider (gorrón), de organizarse y, por tanto, de sancionar efectivamente a los gobiernos que no actúen correctamente. Pero aunque una ciudadanía vigilante es sin duda un requisito para la democracia, no siempre resulta tan fácil estar vigilante. Se debe considerar que existen ocasiones en que las demandas pueden no ser democráticas, o pueden representar tan sólo a un reducido número de personas. Por otra parte su estudio es un estudio

centrado en las asociaciones intermedias ignorando conscientemente el estudio de un marco jurídico-administrativo efectivo, que sin duda tiene mucho que ver con el asunto central. Tanto él como Fukuyama le otorgan poco papel o nulo a el Estado para establecer capital social, cuando para bien o para mal tiene papel activo en la creación y destrucción de capital social.

La **tercera crítica** que tiene que ver con la circularidad de su argumento es sin duda una de las más interesantes, pues apunta a un problema fundamental de los análisis desarrollados dentro de la tradición de la cultura política (Herreros:2001: 22). El problema es que no se sabe si es una determinada cultura la que es necesaria para el desarrollo o la durabilidad de la democracia, o más bien es una democracia duradera la que produce esa cultura. Desde mi punto de vista, Herrero y De Francisco apuntan certeramente que el problema de la causalidad sería menor, si al menos se hubiese podido establecer una correlación entre los indicadores de capital social y la eficacia de las instituciones democráticas.

La **cuarta crítica** al trabajo de R.D. Putman se centra en que el concepto de capital social se circunscribe a sus aspectos positivos sin entrar en ningún momento en estudio de los aspectos negativos o consecuencias negativas del mismo. Así, por ejemplo, al estudiar el capital social en Italia en ningún momento entra en la valoración de las Mafias como instituciones formadoras de capital social. Putman rechaza su estudio por considerar que las relaciones verticales deben ser excluidas del análisis como formas de capital social, porque son menos útiles que las redes horizontales en la solución de problemas de acción colectiva. Su argumento es que en este tipo de relaciones es más fácil que den situaciones oportunistas y, por su parte, las relaciones horizontales parecen que fomentan robustas normas de reciprocidad, facilitan la comunicación y mejoran el flujo de la información acerca de si los demás son dignos de confianza (Herreros:2001:173-174). Y, por otra parte, Putman excluye de su análisis el hecho de que los efectos negativos del capital social pueden hacer que, bajo determinadas circunstancias, el capital social no resulten beneficioso para la democracia, sino que sea más bien un signo de degeneración de un régimen democrático.

La **quinta crítica** se centra en el argumento propuesto por Putman de que la prosperidad económica de una comunidad está relacionada con la presencia de reservas importantes de capital social. Con estas palabras lo afirma el autor: *“Estas comunidades no se volvieron cívicas simplemente porque eran ricas. El relato histórico sugiere precisamente lo contrario: se enriquecieron porque eran cívicas. El capital social incorporado en normas y redes de compromiso cívico parece ser una precondition para el desarrollo económico, así como para un gobierno efectivo”*. (Herreros:2001:93)

Los defensores de esta afirmación suelen argumentar que unas densas redes sociales fomentan la confianza, disminuyen costes de transacción y facilitan una mayor información e innovación (Fukuyama:30). Por redes sociales entienden relaciones morales de confianza fruto de valores compartidos. Es decir, esos valores compartidos son el sustrato y la precondition de la riqueza económica. Respecto a esta tesis, no se niega la verdad del argumento, sino que se crítica la falta de análisis empíricos sobre esta relación y sobre los mecanismos que relacionan capital social y desempeño económico, así como una falta de precisión en la definición de las formas del capital social.

En este punto se han podido estudiar los presupuestos más importantes de las dos corrientes de pensamiento que existen con respecto al capital social y mediante las críticas esbozadas y analizadas de la corriente culturalista del capital social se está en condiciones de profundizar en los rasgos distintivos de un capital social que se ha ido descubriendo como estructural y en tal sentido de carácter relacional y también de tratar de apuntar de qué modo se presenta en las empresas como instituciones sociales o estructuras sociales.

2.2. Definición, atributos y formas de capital social.

En este apartado se intentará mostrar que la confianza interpersonal puede jugar un papel importante en determinados contextos empresariales, para la reducción de costes de coordinación y de transacción. Pero, se mantendrá como un elemento más del capital social, es decir, como un atributo de sus dimensiones y mostrando como existen también otros conceptos de confianza, no solo particularizada, sino social que pueden ser de mayor utilidad para comprender de qué modo el capital confianza es un elemento constitutivo del marco ético y social en el que se encuentra la empresa inserta.

Los trabajos iniciados por J.S. Coleman (1988,1990,1998) que tratan de conectar el capital social y el desempeño económico mediante el estudio de la influencia del capital social en el desarrollo del capital humano son muy importantes para poder ver como 'la comprensión común' y 'las expectativas recíprocas de comportamiento entre las personas o grupos que configuran la empresa' constituyen un atributo del capital social a considerar.

Las críticas al enfoque culturalista pueden hacer creer que el propio concepto de capital social está en peligro, pero a mi juicio no es así, fundamentalmente porque la corriente o enfoque estructuralista parece ofrecernos buenas razones para seguir pensando que el capital social es importante en nuestras sociedades y que además es el garante de la generación de la confianza particularizada necesaria en nuestras instituciones económicas y políticas. Entendiendo por

confianza particularizada las creencias sólidas sobre la fiabilidad del otro. Seguidamente se ven algunos de los aspectos más relevantes de esta corriente.

La primera característica de este modo de entender el capital social, es que sostiene que el capital social no es un bien privado, sino un bien público, es decir, una clase de bien que se proporciona para el disfrute y provecho de muchos. Por eso se considera la confianza particularizada que genera el capital social como una forma importante, un facilitador de las transacciones o, lo que es lo mismo, como un mecanismo moral para la creación de riqueza (Fukuyama:320).

La diferencia existente entre capital físico, capital humano y capital social, tiene su base precisamente esta distinción de bienes a que dan lugar. El *capital físico* se crea por medio de trabajo con materiales para crear herramientas que faciliten la producción, es decir, es totalmente tangible; el *capital humano* es creado por medio del trabajo con personas para producir en ellos habilidades y capacidades con las que ellos mismos serán más productivos del modo individual; el *capital social* es menos tangible pues existe en las relaciones entre personas. El rasgo que les es común a los tres tipos de capital es que todos ellos facilitan y son condición de posibilidad de la actividad productiva.

Así pues lo que diferencia al capital social del resto de tipos de capital, el físico y el humano es que tiene serias implicaciones para el crecimiento cognitivo, psicológico y social de las personas, y para el éxito de sus actividades productivas. El capital social es muy valioso porque no es bien privado, los beneficios se extienden a todos aquellos quienes forman parte de tal estructura (Colema:1988:388).

Con el enfoque estructuralista se ha alcanzado, a mi juicio, una definición de capital social que acentúa sus atributos estructurales y relacionales, y retomando la definición de la corriente culturalista el capital social también tiene un atributo cognitivo. Estas tres dimensiones o atributos, a saber, estructural, relacional y cognitiva, son las que definen por combinación el capital social. Cada uno de estos atributos puede ser definido del siguiente modo:

- **La dimensión estructural:** incluye la interacción social. La ubicación de los contactos de un sujeto en una estructura social de interacción le proporciona ciertas ventajas. La interacción social consiste en canales de información y recursos de circulación de la misma.
- **La dimensión relacional:** se refiere a las ventajas que se crean y arraigan en tales interacciones, tales como la confianza o el ser digno de confianza. En este sentido

la confianza es un aspecto de la relación, y el ser digno de confianza es un atributo del individuo u organización implicado en la relación.

- **La dimensión cognitiva:** es la comprensión común o compartida basada en buenas razones o expectativas recíprocas de comportamiento, es decir, en normas morales. En este sentido es el atributo del bien común o el espacio de los intereses generalizables del capital social.

Estas tres dimensiones pueden analizarse analíticamente, pero en el día a día estas tres dimensiones funcionan en completa relación y en ocasiones una es la fuente o condición de posibilidad de la otra. Así se pueden señalar las siguientes relaciones entre ellas.

- **En primer lugar,** la dimensión estructural del capital social en su manifestación de lazo de interacción social puede estimular la confianza y percibir la fiabilidad del actor, lo que representa la dimensión relacional del capital social. Son los diferentes trabajos que apuntan que las relaciones de confianza evolucionan y surgen de interacciones sociales.
- **En segundo lugar,** los valores compartidos y una visión común, es decir, el atributo cognitivo del capital social, pueden también conducir al desarrollo de relaciones de confianza y fiabilidad. Las relaciones de confianza están arraigadas en la congruencia de valor, es decir, de valores individuales con valores organizacionales.
- **En tercer lugar,** existe una relación entre la dimensión cognitiva y la estructural que se sustenta en la premisa de que la interacción social juega un papel crítico tanto en el intento de compartir un conjunto común de objetivos y valores como en el de compartir tales valores y objetivos entre los distintos miembros de la organización.

En definitiva, la estructura de las interacciones sociales de los miembros de la organización –la que sea: una empresa, la sociedad, una comunidad de vecinos, etcétera-, influye sobre la formación de una visión compartida. A través de la interacción social los actores se dan cuenta y adoptan sus lenguajes, códigos, valores y prácticas corporativas. Al mismo tiempo estos actores socializados pueden crear nuevos valores y nuevas visiones, basados en su mutua comprensión, y alcanzar o incluso definir intereses no ya particulares o grupales sino universalizables y en tal sentido morales.

En cuanto a las estructuras de obligación, expectativas y confianza, señala Coleman su estructura funcional del siguiente modo: si **A** hace algo por **B** y confía que **B** le será recíproco en el

futuro, esto establece la expectativa en **A** y una obligación por parte de **B**. En otras estructuras sociales donde los individuos son mucho más autosuficientes y dependen menos unos de otros existen pocos créditos entre ellos. Este tipo de capital social se sostiene sobre la confiabilidad del entorno social, que significa que las obligaciones serán reparadas, y las obligaciones mantenidas. Con el siguiente ejemplo ilustra Coleman esta afirmación: *“Sin un alto grado de fiabilidad entre los miembros del grupo, la institución no podrá existir, pues una persona que recibe una entrega al principio de la secuencia de encuentros podría fugarse y causar pérdidas a los otros. Por ejemplo, uno podría imaginar una asociación de crédito relativo que funcionara con éxito en las áreas urbanas caracterizadas por un alto grado de desorganización social, o dicho de otra forma, con un déficit de capital social”*.(Coleman:1998:102).

Las diferencias que se pueden apreciar entre distintas estructuras sociales pueden darse por una variedad de razones. Existen diferencias, por ejemplo, en las necesidades efectivas de ayuda que las personas tienen, en la existencia de otras fuentes de ayuda –tales como servicios de bienestar del gobierno- en el grado de riqueza, en diferencias culturales en la tendencia a prestar ayuda y en la de preguntar por ella, en lo cerrado de las redes sociales, en las logísticas del contacto social y en otros factores. Sea como sea los individuos en estructuras sociales con algunos niveles de obligaciones pendientes en cualquier tiempo tienen mayor capital social sobre aquellos que no.

La concentración de obligaciones constituye capital social que es útil no sólo para el que posee poder, sino también para aumentar y mantener el nivel de acción de los otros miembros. Es lo que se ha denominado también como estabilidad de las relaciones entre los miembros o entre los miembros y una organización. Esta estabilidad se puede crear, por ejemplo, en el nivel organizacional a través de una definición concreta y exacta de las obligaciones a cumplir en una determinada función de la organización. En este sentido lo importante no es definir lo que la persona en concreto debe hacer sino desarrollar las reglas y procedimientos que definen la estructura y la interacción social en términos de posiciones más que de personas (Coleman:1990:320)

La segunda forma de capital está configurada por los canales de información. Sin duda alguna, una forma importante de capital social es el potencial para la información que es inherente a las relaciones sociales, pues proporciona una base para la acción. Aquellas personas interesadas en algo en especial buscarán las relaciones sociales que les permitirán saciar tal búsqueda de información.

En tercer lugar, se encuentran las normas y sanciones efectivas como formas de capital social. Cuando una norma existe y es efectiva constituye una poderosa fuente de capital social. Una

norma prescriptiva dentro de una colectividad que se presenta como una forma especialmente importante de capital social es aquella norma por la que uno debería renunciar a su propio interés – particular o grupal- y actuar en el interés de la colectividad –intereses universalizables-. Una norma de esta clase refuerza el apoyo social, el estatus, el honor y otros esfuerzos, es el capital social que constituye las naciones jóvenes o el modo en que las familias fuertes son dirigidas por miembros de familia que actúan sin el propio interés sino el interés de la familia o las grandes empresas.

En algunos de estos casos la norma es interiorizada, en otras están apoyadas por recompensas externas para las acciones sin interés y desaprueban las acciones interesadas. Como se puede ver las normas efectivas pueden constituir una forma poderosa de capital social. Sin embargo, este capital social, como las formas descritas antes, no sólo facilita unas acciones sino que también fuerza u obliga a otras. Las normas eficaces en un área pueden reducir la innovación en otra área, no sólo desviando las acciones que pueden dañar a otras sino también desviando acciones que podrían beneficiar a todos.

Con estas formas de capital social se ha profundizado, pues, en la dimensión relacional del capital social, es decir, en sus atributos relacionales. Ahora se va a centrar la atención en las estructuras sociales que facilitan su creación y formación. La pregunta es si existen estructuras que facilitan la creación de capital social y de qué clase. Los estudios de Coleman apuntan al respecto que las estructuras sociales más interesantes son las estructuras sociales de cierre intergeneracional. En estas comunidades existe un conjunto de sanciones eficaces que pueden guiar y controlar el comportamiento y donde conceptos como fiabilidad y reputación adquieren un valor muy importante e interesante en la creación y mantenimiento de capital social. Son los lazos existentes entre las diferentes generaciones las que proporcionan una buena estructura para la generación de capital social (Coleman:1990:107)

Con esta tesis se podría explicar la causa de la paradoja con la que se encuentra Putman en su investigación entre la dimensión del capital social y el aumento del asociacionismo en los últimos años. Pues las nuevas asociaciones y el tipo de socio que está engrosando en número de personas asociadas en organizaciones sociales lo hacen en estructuras sociales abiertas, con poco cierre y en el que la única obligación que se establece es la de pagar la cuota mensual o anual. En este sentido, sólo se hablaría de una aparente paradoja, pues muchos de los grupos que están aumentando el número de socios son los llamados grupos de socios que producen poco capital social.

A este respecto es interesante el concepto de radio de confianza que define Fukuyama en su trabajo para poder entender que quizá han aumentado el número de asociaciones, pero con radios de

confianza más cortos. Es decir, la extensión del radio de confianza está disminuyendo en nuestras sociedades. Si bien es cierto que las gentes siguen compartiendo normas, estructuras, obligaciones, valores, etcétera, es decir, es cierto que existe capital social con sus tres atributos, pero es muy débil y de extensión muy pequeña, debido al individualismo creciente en las sociedades (Fukuyama:120-123). Parece pues, que las gentes con este esquema y con esta miniaturización de la comunidad son capaces de conciliar sus ansias contradictorias de comunidad y de autonomía.

2.3. Efectos del capital social en las organizaciones.

Como conclusión de todo este apartado y tras el análisis realizado en los puntos anteriores del capital social, a mi juicio son básicamente tres las consecuencias que se derivan para la definición de un modelo de empresa objeto de estudio de este capítulo.

En primer lugar, de la definición de capital social y del estudio de sus atributos o dimensiones se puede señalar que el capital social permite generar recursos como la fiabilidad y la reputación que son propiamente relacionales y fruto del capital social. Estos recursos no sólo se disfrutan por parte del centro emisor del recurso, sino también por aquellos que lo rodean. Por ejemplo, en las empresas del sector bancario, no sólo se benefician de la confianza las sino también los inversores y la economía en general. Así, uno de los efectos en las instituciones es el de generar capital confianza.

En definitiva, este primer efecto en la organización de capital confianza en la organización no se define siempre del mismo modo, por ejemplo F. Fukuyama la define como una expectativa que se eleva dentro de una comunidad en la que habitualmente se presentan comportamientos honestos y cooperativos que se fundamentan en normas compartidas por los miembros de esa comunidad y con miembros de otras comunidades (Fukuyama:26). En sus numerosos trabajos sobre la confianza entiende este autor la confianza como una virtud indispensable para la creación de riqueza y en este sentido se podría aplicar también a la empresa,; es decir, la confianza se platea como una posibilidad de la praxis empresarial.

La definición de F. Fukuyama de confianza se corresponde con un comportamiento calculador. Considera que la confianza institucional es una forma de cálculo del riesgo, pero no de los acuerdos especiales que tienden a intereses generalizables. Una de las críticas que se pueden elevar frente a esta concepción de confianza es que una forma de entender la confianza como mero cálculo estratégico puede considerarse como contradictorio en los términos. La desconfianza esta desprovista de cualquier compromiso y su vacío es rellenado de cálculos. La confianza, como una expectativa de comportamiento cooperativo y buena disposición a la cooperación para lograr

objetivos comunes basado en el compromiso de una causa legítima, puede ser vista como el polo opuesto de la desconfianza, que consiste en la falta de compromiso y en el cálculo estratégico que caracteriza el propio interés, el aislamiento individual que está equipado de motivaciones tribales o egoístas.

En este sentido, a mi juicio, la confianza acarrea la sociabilidad espontánea mientras que la desconfianza la atomización el comportamiento calculador o la tribalización de la sociedad. La confianza, como defienden los teóricos del capital social estructuralista, es una forma o manifestación del mismo y en esa misma línea de pensamiento sus teóricos afirman que es incompatible con los comportamientos oportunistas o calculadores (Herreros:2001:3).

Así pues, el primer efecto que se ha señalado que produce el capital Social en la organización es el de generación de un tipo de confianza que se denominará particularizada puesto que se genera como fruto de la interacción en estructuras y bajo normas éticas de reciprocidad, cooperación y obligatoriedad.

En segundo lugar, otro de los efectos del capital social es la creación de capital humano para la próxima generación, es decir, habilidades y capacidades para la actividad productiva (Coleman:1998:109-114). En este sentido se apunta que la prosperidad económica si que está relacionada con la presencia de estructuras sociales generadoras de capital social. es decir, la existencia de densas redes sociales fomentan la confianza y la reputación, disminuyen costes de transacción y facilitan una mayor información e innovación.

La tercera consecuencia es la estabilidad y coherencia interna en las organizaciones. Desde los trabajos realizados por R. Coase (1973), la estabilidad de las relaciones del trabajo se ha visto como una solución eficiente para la gestión de la incertidumbre y los riesgos en la empresa. En este sentido, se ha apuntado que existen dos tipos de relaciones entre los miembros de la empresa, entendiendo por estos los trabajadores y la propia empresa, el primer tipo denominado transaccional y el segundo tipo relacional. El primero se caracteriza por ser un tipo de relación de corto plazo y muy específica, mientras que el segundo se basa en el capital social, está relacionada con el largo plazo e incluye aspectos como la asociabilidad y la confianza. Las relaciones transaccionales se fundamentan en los principios de intercambio económico mientras que las relacionales en las normas de intercambio social. En las empresas con fuerte capital social –de relaciones relacionales- el compromiso mutuo se da no sólo con los trabajadores, sino que se extiende, se genera y mantiene con todos los grupos que intervienen en la actividad o práctica empresarial.

El capital social en las organizaciones puede permitir, por tanto, que las acciones colectivas, que la propia ‘actividad’ o ‘práctica’ empresarial sea más eficiente porque no necesita de

normas externas o formales de coacción. Es decir, el capital social en las organizaciones puede reducir los costes de transacción. Por ejemplo, se puede pensar en una empresa en la que los miembros tienen que negociar sobre cada una de las operaciones que van a desarrollar o en qué momento y cuándo y cómo deben participar, tal empresa estaría 'paralizada' por su propia desconfianza. En este sentido el capital social organizacional puede ser un sustituto del liderazgo o de la burocracia.

Este último efecto presenta también su cara negativa. Puesto que se puede producir una estructura de poder institucionalizado que sea disfuncional o que limite la innovación y el cambio en las organizaciones. Así, fuertes relaciones sociales pueden conducir a que sean unos pocos los que establezcan las normas y además la institucionalización, la estabilidad de tal poder puede generar el aislamiento de esa organización y convertirla en menos adaptativa a su entorno o llevarla al conflicto con su entorno.

A manera de Conclusión. Es necesario pensar que este modelo integrativo de ética empresarial dialógica tendrá que apoyarse en un concepto de empresa como institución social que se apoya en un modelo antropológico de empresa y en el que se establece una interrelación de tres tipos de capital, a saber, el capital físico, el capital humano y el capital social. Ninguno de ellos puede ser descuidado para que la empresa pueda alcanzar y desarrollar su bien interno, que no es otro que el de servir productos y servicios a la sociedad por los que cobra legitimidad en la sociedad o lo que es lo mismo su sentido propio. Tal legitimidad se expresa a través del *principio de la ética dialógica*, es decir, cuando se contemplan los intereses universalizables, y no sólo los particulares y grupales en el establecimiento de las políticas, estrategias y cultura empresarial.

Así pues, parece que los modelos de empresa basados en los propietarios o accionistas, pese a su predicamento, se encuentran con dificultades, si desde ellos se pretende ser más acorde o potencialmente mejores para ayudar a interpretar el principio moral empresarial o de legitimidad empresarial.

REFERENCIAS

- Álvarez de Mon, S. (1998). La empresa humanista y competitiva. *La persona, sociedad de la organización: participación, identidad y pertinencia*, Bilbao: Duesto.
- Bueno, E. (1993). Curso básico de economía de la empresa. *Un enfoque de organización*, Madrid: Pirámide.
- Chandler, A.D. (1987). *La mano visible*, Madrid: Ministerio de Trabajo.

- Coleman, J.S. (1988). *The creation and destruction of capital social: implications for the law, journal of law, ethics & publicity*, 3.
- Coleman, J.S. (1990). *Foundations of Social Theory*, Cambridge,: Harvar University, Press.
- Coleman, J.S: (1998). Social capital in the creation of human capital, *American journal of sociology*, (94.)
- Comito, V. (1989). *La empresa*. Oikos-tau.
- Cortina, A., J. Conill ,A., Domingo, D., et. All. (1994). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Trotta.
- Finkel, L. (1994). *La organización social del trabajo*, Madrid: Oirámide.
- Fukuyama, F. *Social capital and the global economy, foreing affaire*, 74(5)
- García, S. (1994). *Introducción a la economía de la empresa*, Madrid.
- García-Marza, D. (1997). Del balance social al balance ético, En A. Cortina (dir.) *Rentabilidad de la Ética para la empresa*, Madrid: Visor.
- Herreros, F., Francisco. A. (2001). Introducción: el capital social como programa de investigación, En F. Herreros., Francisco, A. (comp.) *Zona Abierta*.
- Jimenz, J.L. (1988). *Sociología de la organización y de la empresa*, Barcelona: Marcombo.
- Llano, A. (1992). *El humanismo de la empresa*, Madrid: Realp.
- Llano, A. (1999). *Humanismo cívico*, Barcelona: Ariel.
- Mitzberg, H. (1992). *El poder de la organización*, Barcelona: Ariel.
- Mitzberg, H. (1991). *Mitzberg y la dirección*, Madrid.
- Morgan, G. (1900). *Imágenes de la organización*, Madrid: Ra-Ma.
- Putman, R.D. (1995). *Bowling alone: America's declining social capital, journal of democracy*, 1.
- Putman, R.D. (1993). *Markin democracy work, civic traditions in Modern Italy*, Pinceton: Princeton University Press.
- Tuning In, Tuning Out: (1995). *The strange disappearance of social capital in America, political science & politos*.
- Putterman, L. (Ed.) (1994). *La naturaleza económica de la empresa*, Madrid: Alianza económica.
- Renal, J.L. (1985). *Administración de la empresa. Una visión actual*, Madrid: Pirámide.
- Toffe, A. (1990). *La empresa flexible*, Barcelona: plaza.