

LO NUEVOS NOMBRES DEL CAPITAL

Jorge Yarce

El tradicional término “capital” como sinónimo de patrimonio neto o de activos económicos de una empresa ha venido adquiriendo en las dos últimas décadas connotaciones diferentes que acentúan mucho más el valor de sus intangibles, dando lugar a nuevos conceptos. Así han surgido los términos “*capital intelectual*” o “*capital humano*”, “*capital social*”, “*capital cultural*” y “*capital moral*” que expresan aspectos diversos, todos ellos muy importantes, centrados, en último término, en la idea de que el principal recurso de las organizaciones son las personas, sus conocimientos, su experiencia, su Know how, sus relaciones, sus creencias, sus tradiciones y valores éticos.

El capital intelectual es “*La suma de todos los conocimientos que le dan fuerza competitiva a una empresa*” (Stewart), es decir, el conocimiento que posee su fuerza de trabajo. O el acervo intelectual acumulado (conocimiento, propiedad intelectual, información, Know how, experiencia) en las personas y en la organización. Algo así como el “poder cerebral colectivo” o la riqueza representada en el conocimiento y el saber hacer individual y corporativo, lo que podemos llamar sus activos intelectuales.

Nos indica que el protagonista social por excelencia en la era del conocimiento es la inteligencia, no la información, que es sólo un aspecto. No basta poseer información, hay que saber hacer con ella. El potencial del talento humano, en este caso primordialmente intelectual, y su crecimiento interno es lo que convierte a las empresas en organizaciones inteligentes, auténticas comunidades de aprendizaje, dinámicas, proactivas, flexibles, competitivas, en constante evolución y adaptación a las necesidades del mercado y del entorno económico, social y político.

El capital intelectual es un intangible que trasciende el aporte individual pero se forma a partir de él. *Es lo que permite la creación de valor y lo que hace dinámicamente sostenible a la organización* (Edvinson-Malone), que se

debe tener muy en cuenta a la hora de evaluarla. Algunas empresas, como Skandia, promotora del concepto de capital intelectual, lo refleja en sus balances.

El *Capital intelectual* se suele distinguir en *Capital Humano* y *Capital Estructural o corporativo*. El primero representa las capacidades, conocimientos y habilidades a nivel personal, y la incorporación vital personal de los principios, creencias y valores poseídos por los miembros de la organización. El segundo representa la estructura organizacional, las marcas y patentes, el *know how*, la capacidad organizativa, las posibilidades de los clientes, el *software*, las relaciones y otros intangibles que pueden ser poseídos y negociados por la empresa. La mayor parte de estos activos no figuran en los libros. Están escondidos o son invisibles, inmateriales, pero si fueran a valorarse, el patrimonio en libros aumentaría significativamente.

El capital intelectual es un activo variable, para compartir. Nadie aprende solo, ni se realiza solo, ni trabaja solo. De ahí que la comunidad de aprendizaje garantice la sinergia de muchas inteligencias en pos del mismo objetivo: alinear la organización en torno a una tarea cierta, autogestionada y autocontrolada, que implica que todos en ella tienen que ejercer activamente su inteligencia, sus conocimientos, su saber-hacer, en busca de innovar y mejorar procesos y resultados, apoyados también en la inteligencia y memoria corporativas.

El capital social “*Son las normas y redes que le permiten a la gente actuar de manera colectiva*” (Woolcock-Narayan), es decir, el entramado de relaciones que hace posible la acción de un individuo o de una empresa. Lo expresa la frase “*No es lo que sabes sino con quien te relacionas*”. El concepto de capital social fue desarrollado por James Coleman quien usó el término para designar un recurso que emerge de “lazos sociales”, y por Pierre Bourdieu, quien lo usó para denominar las ventajas y oportunidades que obtienen las personas al constituirse en miembros de ciertas “comunidades”

(empresariales, cívicas, culturales, etc.) Incluye valores, normas, actitudes, confianza y redes. Putnam afirma que el capital social esta comprendido por aquellos factores que se encuentran dentro de una comunidad y que facilitan la coordinación y cooperación para obtener beneficios mutuos. Esto significa que si uno trabaja en una comunidad donde hay confianza, valores, redes y aspectos similares, el resultado será más efectivo que el trabajo realizado dentro de una comunidad donde no existen. Aspectos importantes de ese capital, según Woolcock y Narayan son *la confianza y la reciprocidad*. Hay un capital social que une y otro que tiende puentes para lograr que los individuos y las comunidades tenga un mejor acceso de unos a otros.

Los nueve campos en los que se ha tratado de aplicar el concepto han sido: *familia y comportamiento juvenil, escolarización y educación, vida comunitaria, trabajo y organizaciones, democracia y calidad de gobierno, acción colectiva, salud pública y medio ambiente, delincuencia y violencia, y desarrollo económico*. Y las cuatro perspectivas en las que se ha movido la aplicación del concepto son: la visión comunitaria, la visión de redes, la visión institucional y la visión sinérgica.

La *visión comunitaria* identifica el capital social con organizaciones, asociaciones y grupos cívicos. *La visión de redes* destaca la importancia que tienen las asociaciones verticales y horizontales de personas y las relaciones que se dan entre organizaciones, grupos y empresas (la familia y la comunidad constituyen un foco de interés prioritario). *La visión institucional* “*sostiene que la vitalidad de las redes comunitarias y la sociedad civil es el resultado de un contexto político, legal e institucional*” (Woolcock-Narayan). O sea, “*la capacidad de los grupos sociales de movilizarse por intereses colectivos depende precisamente de la calidad de las instituciones formales con las cuales funcionan (North)*”.

La *visión sinérgica* estudia la complementariedad entre el trabajo de las redes y las instituciones. “*Cuando el capital social de una sociedad es principalmente inherente a grupos sociales sin conexión entre sí, los grupos más poderosos controlan el estado, lo que resulta en exclusión de los demás*”

(Woolcock-Narayan). Esta última perspectiva es muy importante para que en la organización, cualquiera que sea, se identifiquen la naturaleza y alcance de las relaciones sociales, o sea el capital social construido por lazos de unión y de tender puentes, y determinar las manifestaciones positivas de cooperación, confianza y eficiencia para compensar el sectarismo, el aislacionismo y la corrupción.

El capital social ofrece una riqueza de matices útiles para cualquier organización, haciendo siempre hincapié en la calidad de las relaciones y en la forma de actuar colectivamente. Pensemos, por ejemplo, en la importancia de analizar el capital social de la familia y de las instituciones educativas, por todo lo que supone para la vida de los individuos y su realización personal y social. Igualmente cabe destacar la relación que existe entre capital social, capital intelectual, capital cultural y capital moral, ya que no se trata de conceptos aislados sino, por el contrario, plenamente complementarios entre sí para explicar la centralidad de la persona humana en cualquier tipo de organización.

El capital cultural lo constituye *el sistema sistema de creencias, valores, tradiciones y hábitos, como forma aceptada y estable de interrelación y de relaciones sociales típicas de cada organización*” (Chiavenato). Podríamos decir también que abarca la peculiar concepción de la empresa, la persona y el trabajo y la forma de entender el liderazgo, el trabajo en equipo y la responsabilidad social de cada organización.

Implica este capital un conjunto de significados que se comparten entre los miembros de la organización y que los identifican y diferencian frente a otros. Son reconocibles entre ellos y también los reconocen los clientes o beneficiarios de sus productos o servicios. A veces tienen que ver con el clima organizativo que es observable en la empresa y con cierto estilo humano de hacer las cosas. Son conductas sociales que van institucionalizando poco a poco y que con el tiempo se hacen propias de una organización.

No es fácil desglosar y explicar en pocas palabras el concepto de cultura en la empresa por su complejidad y su carácter dinámico. En la práctica actúa como un marco de referencia para el

comportamiento y, a la vez, significa ese comportamiento en cuanto patrón para los que la integran. Tienen que ver con ella los símbolos, las tradiciones, las creencias que se han ido conformando y compartiendo a lo largo de los años. Tiene mucho de inmaterial pero tiende a expresarse en manifestaciones concretas, sobre todo al nivel de los símbolos que son una forma de lenguaje común. En sentido amplio la cultura abarca los valores corporativos. Aquí, usando la palabra cultura en sentido restringido, colocamos los valores –sin escindirlos de la cultura- como base del capital moral, sobre todo los de tipo ético, es decir, con consecuencias en el orden del obrar recto.

Los cambios y transformaciones producen cambios en la cultura. Tal como sucede con la tecnología o con las estructuras organizativas, las tendencias culturales, van marcando rumbos diferentes y nuevos a las empresas, como ocurre con todo lo relacionado con el medio ambiente, por ejemplo. Tiene que ver con la flexibilidad que permita cambios permanentes, con la concepción de la autoridad y la jerarquía, que va cada vez más hacia fórmulas de participación y horizontalidad y con el trabajo en equipo y al aprendizaje constante que marcan senderos muy claros a la cultura corporativa de hoy.

El capital moral se refiere más específicamente a los valores éticos que son como el nervio central de la cultura de la empresa y de su peculiar forma de operar en un medio determinado. Por supuesto que hace relación a ciertos principios universales, válidos para todos que, a su vez, inspiran valores subjetivos y que las personas concretas encarnan en hábitos estables llamados virtudes. La corporación como tal no posee virtudes. Estas son propias de las personas.

Así como se dice que el capital intelectual es un intangible compuesto por lo que individualmente las personas *saben* y *saben-hacer* y por lo que la entidad como tal *sabe* y *sabe-hacer*, el capital moral cuenta con los principios y valores éticos practicados a nivel personal y proyectados corporativamente. Es decir con la forma como las personas se comportan en orden al logro de unos fines y como la empresa actúa en relación con ellos en términos de rectitud moral.

A veces los códigos éticos, las cartas de valores, las declaraciones estratégicas de principios y valores u otros instrumentos semejantes, indican las pautas principales o los elementos a partir de los cuales se deberán incrementar los activos morales de dicho capital. Todo ello requiere una constante inteligencia política y una voluntad que oriente a los diferentes grupos, equipos, directivos y empleados en ese sentido, de modo que en la práctica se logre la vivencia de valores que abran paso a creencias, actitudes y costumbres que denotan la responsabilidad ética de todos.

Las empresas pueden por sí mismas lograr los beneficios económicos, personales y sociales, manteniendo y mejorando su rentabilidad, si están fundamentadas en valores éticos. La ética en ellas no puede ser una simple moda que se predica o que lleva a la definición de unos valores o a la formulación de un código ético. Es mucho más que eso. Es una forma de conducta en torno a las prácticas que están bien y a las que están mal. Si en el entorno hay la idea de que se soborna a los empleados oficiales para obtener unas patentes, y que no hay otra vía, la organización reacciona oponiéndose a dicha práctica porque hay en ella unos principios éticos que le impiden proceder de esa manera. Y lo mismo pasa en el sector privado.

“Sin moral –lo dice un clásico del pensamiento, San Agustín– los imperios, los reinos y los principados –hoy diríamos los estados– no son sino empresas de bandolerismo”. Terrible admonición que vemos convertida en dolorosa realidad allí donde campean la corrupción a todos los niveles y la falta de auténticos valores.

El problema es que sin unos pocos principios válidos para todos, sin una Ética que responda a exigencias esenciales de la naturaleza humana, no puede haber una garantía para la convivencia, que esté por encima de cada uno de los miembros de la sociedad. De lo contrario queda todo al arbitrio de quien tenga el poder de elección.

Frente a esas manifestaciones surge la importancia y la urgencia de afirmar la ética y eso es lo que estamos viendo en todas las sociedades, en el mundo de la empresa, en el mundo de la política y en la vida personal.