

Artículo

El capital social en el nuevo enfoque del capital intelectual de las organizaciones

Social capital in the light of the new approach to intellectual capital in organizations

EDUARDO BUENO¹

Universidad Autónoma de Madrid

RESUMEN

Las transformaciones socioeconómicas, el impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones y los procesos de globalización que caracterizan la sociedad actual, definida como del conocimiento y operando como una red, han provocado la revisión del concepto de empresa, como nexo de relaciones y suma de contratos explícitos y relacionales, y la aparición de un nuevo modo de gobierno estratégico-social, en el que los recursos intangibles que componen el Capital Intelectual cobran un papel crítico en la creación de valor. En este nuevo enfoque surge el Capital Social de la organización, como suma de las relaciones poseídas y a desarrollar que aquella mantiene con sus partícipes y agentes sociales. Concepto que se sustenta en un conjunto de valores y sus correspondientes indicadores basados en la *confianza*, la *lealtad*, la *sinceridad*, el *compromiso*, la *transparencia*, la *solidaridad*, la *responsabilidad*, la *honestidad* y la *ética*, entre otros conceptos.

ABSTRACT

The economic and social changes, the impact of information technology and the globalization processes that define Knowledge Society as a network, have made it necessary to review the concept of company as a the addition of explicit and relational contracts. A new way of corporate social-strategie governance has emerged where intangible resources making up intellectual

¹ Catedrático de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Madrid y Director del Área de Gestión del Conocimiento del Parque Científico de Madrid y de su Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC).

capital play a critical role in in value creation. Within this new approach, social capital, is understood as a set of relationships linking the company with its stakeholders and social agents. Social capital is supported by values and indicators such as confidence, loyalty, sincerity, compromise, transparency, solidarity, responsibility and ethics.

PALABRAS CLAVE

Buen gobierno, Capital Intelectual, Capital Relacional, Capital Social, Confianza, Conocimiento, Contratos Relacionales, Etica y Recursos Intangibles.

KEY WORDS

Corporate Governance, Intellectual Capital, Relational Capital, Social Capital, Confidence, Knowledge, Relational Contracts, Ethics and Intangible Resources.

*Lo fácil se ha de emprender
como dificultoso y lo dificultoso
como fácil; allí porque la con-
fianza no descuide; aquí porque
la desconfianza no desmaye.*

Baltasar Gracián (1647)
(Aforismo núm. 204 del Oráculo
Manual y Arte de Prudencia).

1. INTRODUCCIÓN

Las transformaciones socioeconómicas, la revolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones, los procesos de globalización de los mercados y de sus agentes y el protagonismo social de la ciencia y la cultura que han caracterizado los últimos años del siglo XX provocaron que desde diferentes partes del mundo académico y de los ámbitos profesionales y productivos se haya definido a esta época como la “era de los intangibles”, y que a la sociedad se le haya calificado como de la información y del conocimiento, por lo

que a la economía actual también se le ha denominado “basada en conocimiento”, como forma para explicar sus procesos actuales de creación de valor.

Es este nuevo contexto en el que se mueven las organizaciones -sea cual sea su naturaleza- y los restantes agentes sociales, ha cobrado un papel relevante el nuevo concepto de Capital Intelectual, como expresión agregada de los activos intangibles poseídos por la organización, derivados de procesos de conocimiento o de actividades de naturaleza intangible que ponen el conocimiento en acción para añadir más

valor al capital financiero y tangible detentado por la organización y que puede percibir o reconocer el mercado, en el caso que aquella actúe en un contexto organizado como tal.

Este Capital Intelectual ha permitido justificar en los últimos años las diferencias, a veces de gran importancia, entre el valor de mercado reconocido y el que luce en las cuentas anuales y públicas de las organizaciones (empresas e instituciones sociales, públicas o privadas), según la legislación vigente. Pero también hay que destacar que la falta de consenso teórico, de principios generalmente aceptados o de modelos generales de medición validados en su aplicación por la comunidad científica y profesional está provocando ciertas desviaciones interpretativas sobre la importancia y el papel de los recursos intangibles y sobre su influencia en la valoración de las empresas o de los procesos de negocio de las diferentes organizaciones. En este sentido la actual recesión económica, consecuente con la crisis de la llamada nueva economía, y determinados abusos de la definida como “contabilidad creativa” (Lainez, 1999), han generado una manipulación o un excesivo “maquillaje” de la información económico-financiera y unas malas prácticas entre determinados agentes de los mercados globales, que han desembocado en una elevada desconfianza en el sistema económico actual y una evidente crisis de valores y actitudes básicas para mantener unas relaciones estables entre los agentes sociales y unas expectativas positivas sobre el futuro de aquél. Cuestionamiento que ha vuelto a poner sobre la mesa la importancia de la *confianza*, de la *honestidad*, de la *solidaridad social*, de la *transparencia informativa* y de la *ética*, entre otras cuestiones, en las relaciones que mantienen los agentes ó

partícipes que componen la sociedad actual y que actúan en una economía basada en conocimiento.

Finalmente, esta realidad, este contexto socioeconómico que caracteriza la “era de los intangibles” y la sociedad red está exigiendo una revisión profunda del modelo de empresa y de su forma de gobierno. Un modelo que se está basando en una colección de opciones de crecimiento basadas en un conjunto de activos tangibles e intangibles, que actúan como recursos críticos y una forma de dirección que se apoya, no sólo en contratos formales, explícitos y pretendidamente completos con los agentes del mercado, sino en contratos relacionales o implícitos, por lo tanto informales e incompletos, que están basados en la confianza, la lealtad o la ética (Zingales, 2000). Son precisamente las relaciones a que dan lugar esta última categoría contractual las que sustentan la creación del llamado Capital Social.

El concepto de Capital Social, en consecuencia, irrumpe con fuerza en la última década del siglo XX, primero dentro de la ética y de las ciencias del desarrollo, para después irse desplegando en otros ámbitos cognitivos, y sobre todo en los más recientes desarrollos del Capital Intelectual, razón, esta última, en la que se construye este trabajo, una vez que son revisadas las aportaciones conceptuales más importantes, por lo que se terminará proponiendo un nuevo modelo de gobierno empresarial y un modelo de Capital Intelectual basado en dicho Capital Social, como componente innovador, a la vez que dinamizador del valor de los intangibles contenidos en el primero (McElroy, 2001). En definitiva, este trabajo también intenta contribuir a la concreción del constructo emergente que representa el Capital Social, dados los

diversos enfoques con los que el mismo se estudia, cuestión que es preciso ir integrando por la comunidad científica (Adler y Kwon, 2002).

2.- EL CAPITAL SOCIAL COMO CLAVE EN LA ECONOMÍA ACTUAL: ENFOQUES CONCEPTUALES BÁSICOS

2.1. Importancia del Capital Social

Según el Banco Mundial (Kliksberg, 2000) se pueden considerar cuatro formas básicas de capital: a) el *capital natural*, constituido por la dotación de recursos naturales con que cuenta un país; b) el *capital construido*, generado por el ser humano y que incluye diversas modalidades, tales como: infraestructuras, bienes de capital (equipos), tecnológico, financiero, comercial, etc...; c) el *capital humano*, determinado por la nutrición, salud y educación o nivel de conocimientos de su población, y d) el *capital social*, como nuevo concepto derivado de las relaciones intraagentes que caracterizan la economía actual. Bajo otra perspectiva, siguiendo recientes aportaciones de Edvinsson (2002) la nueva riqueza de las naciones se puede clasificar en dos grandes categorías de capital, el tangible o físico que incluiría el natural y prácticamente el construido y el intelectual que integra el humano y el estructural en un sentido amplio, o el poseído por las organizaciones, dentro del cual se podría incluir el social.

En concreto este autor recuerda que en Suecia en 1996 se aplicó por vez primera el concepto de Capital Intelectual a nivel de nación (proyecto iniciado por él, cuando estaba trabajando en el Grupo Skandia, a principios de dicha década); razón por la

que la OECD, en su informe de octubre de 2001, señalaba que dicho país se encuentra dentro de las naciones que están liderando la economía basada en conocimiento, junto a otros países como es el caso de Dinamarca, Holanda e Israel. Estos países están llevando a cabo, en consecuencia, junto a otros entre los que comienza a tener presencia destacable España (gracias al dinamismo, calidad y competencia de sus centros y grupos de investigación, de las redes temáticas existentes y de los profesionales sobre gestión del conocimiento) una evidente y acelerada transformación de una sociedad industrial hacia una sociedad del conocimiento, que según Eurostat (2000) se viene caracterizando por un rápido crecimiento de los activos intangibles y de las actividades de naturaleza social respecto a los recursos de naturaleza tangible y los procesos de base física; cuestión que exige definir y medir las relaciones que se producen entre ambos conceptos de capital, el intelectual y el tangible o físico. Relaciones que lleva a Eurostat a proponer cuatro grupos de indicadores relativos a las áreas tecnológica, industrial, económica y social. En este mismo sentido se puede afirmar que las formas de capital humano y social vienen explicando de manera significativa el desarrollo económico sostenible de las naciones a finales del siglo XX, ya que, como afirma Kliksberg (2000), en dichas formas aparecen como claves principales: el progreso tecnológico, la competitividad, el crecimiento sostenido, el buen gobierno y la estabilidad democrática. Claves que, a su vez, representan los retos o los desafíos a los que deben enfrentarse las organizaciones que componen la actual sociedad del conocimiento y, en consecuencia, la economía basada en el mismo (Bueno, 2001).

Una primera aproximación del concepto de Capital Social es la que proponen Naha-

piet y Ghoshal (1996) cuando lo definen como “suma de los recursos actuales y potenciales *incorporados en, disponibles a través, y derivados de* la red de relaciones poseída por un individuo o por una unidad social”. Este concepto tiene gran importancia, como reconocen Lesser y Cothrel (2001), en la economía actual basada en conocimiento dado que expresa un conjunto de recursos críticos que permiten crear competencias esenciales, es decir, que posibilitan la capacidad de saber explotar el conocimiento en acción o, en otras palabras, la capacidad de crear, compartir y gestionar los conocimientos que fundamentan la generación de ventajas competitivas sostenibles (Bueno, 2002). Además, el Capital Social representa un constructo de naturaleza multidimensional dados los enfoques diversos con que se estudia (Koka y Prescott, 2003) y, sobre todo, por ser una “suma de recursos que se acumulan en una organización en virtud de la existencia de una red estable de relaciones intraorganizativas” (Bourdieu y Wacquant, 1992). En este mismo sentido Coleman (1988) define esta situación como la “adecuación de la estructura social, estratégicamente legitimada en el seno de la propia organización”. Para Nahapiet y Ghoshal el Capital Social presenta tres dimensiones que, a su vez, plantean consecuentemente tres categorías de retos para la organización:

- Dimensión *estructural*: por la que las personas pueden percibir por ellos mismos que forman parte de una red o nexo de relaciones.

- Dimensión *relacional*: por la que se dispone de un sentido de confianza y de obligaciones mutuas que se pueden desarrollar a través de la red o de las relaciones que se producen.

- Dimensión *cognitiva*: por la que los miembros de la red tienen el interés común o la actitud de querer compartir sus conocimientos y cuestiones en el seno de la organización, basados en el principio de la confianza.

Estas dimensiones, en suma, representan la base de un conjunto de contratos sociales tácitos o de contratos relacionales o implícitos que van a generar nuevos valores intangibles, nuevas opciones de crecimiento y que van a reformular modelos y formas de gobierno organizativo en la actual “era de los intangibles” o en la sociedad del conocimiento (Rajan y Zingales, 2000). También de las dimensiones del Capital Social antes enunciadas se desprende la importancia que el mismo tiene como motor de desarrollo, de progreso social y de innovación en la economía actual. En la medida que aquéllas actúan, concepto que la literatura especializada viene definiendo como “Capital Social en acción” (véase p.e.: Kenmore, 2001; Kliksberg, 2000 y Knack y Keefer, 1996), se van generando relaciones directas e indirectas entre los agentes del entorno y la unidad social, las cuales van construyendo una nueva estructura social, una nueva red de relaciones colaborativas y unos nuevos procesos creadores de conocimiento entre los partícipes, “despertando” un conjunto de “conexiones durmientes” o latentes, que según Kenmore (2001) pueden ser: 1) grupos e instituciones académicas y profesionales; 2) amigos y familiares; 3) estratos o segmentos demográficos diferentes; 4) experiencias compartidas y 5) otras razones de interés común, caso de las aficiones favoritas.

En consecuencia, se puede visionar la organización como un nexo o red de relaciones, tal y como se recoge en la figura 1.

Estas relaciones se manifiestan, como ha sido expuesto, a través de unos procesos o de unas actividades de naturaleza intangible que, a su vez, pueden generar y concretarse en determinados recursos o activos intangibles, una vez que se hayan explicado a partir de los oportunos indicadores de medida. En este sentido la organización, como nexo o red, se puede explicar por el conjunto de los valores estimados de las relaciones que mantiene o podía llevar a cabo con los diferentes agentes sociales y partícipes de la propia organización, tal y como representa la expresión siguiente:

$$NR = [R_{CI}, R_{DI}, R_{PR}, R_{EM}, R_{IN}, R_{CO}, R_{CL}, R_{IO}] \quad [1]$$

en donde:

NR = Nexos de relaciones de la organización o conjunto de "valores relacionales".

R_{CI} = Relaciones con los ciudadanos, bien de forma individual y organizada.

R_{DI} = Relaciones con los directivos de la organización.

R_{PR} = Relaciones con los proveedores o suministradores de bienes y servicios necesarios para la actividad o negocio organizativo.

R_{EM} = Relaciones con los empleados de la organización.

R_{IN} = Relaciones con los inversores (accionistas y proveedores de fondos financieros).

R_{CO} = Relaciones con los competidores, especialmente con los aliados.

R_{CL} = Relaciones con los clientes o compradores de los bienes y servicios que produce la organización.

R_{IO} = Relaciones con las instituciones y otros agentes sociales que componen la sociedad en que actúa la organización.



2.2. Enfoques conceptuales del Capital Social

Antes de presentar los enfoques principales que conceptúan el Capital Social hay que efectuar algunas aclaraciones previas, para evitar una interpretación equívoca de su verdadero alcance, en parte propiciado por algunas aportaciones con semántica confusa o calificación errónea.

a) En primer lugar no hay que confundir la dimensión ontológica del conocimiento que le clasifica en individual y colectivo o social (Spender, 1996) con que éste último equivalga al concepto de Capital Social, como proceso de socialización del conocimiento y por el que se convierte en “bien público” (Arrow, 1962, 1971 y 1984), tal y como plantea, por ejemplo, Chaparro (2001). Esta consideración es errónea ya que en aquel supuesto de lo que se debería hablar es de Capital Estructural u Organizativo, o en suma del conocimiento poseído por la unidad social a partir de la socialización cognitiva que se haya llevado a cabo entre sus miembros o, en otras palabras, como señala este autor por el proceso de apropiación social del conocimiento.

b) En segundo lugar el Capital Social es siempre un Capital Relacional, pero no debe confundirse con el “capital cliente o mercado” o con el capital que se deriva de las relaciones con los agentes vinculados con sus procesos de negocio o sus actividades productivas (Foro del Conocimiento Intellectus, 2002); aunque sí engloba el conjunto de relaciones con los restantes agentes sociales que se integran en el entorno de la organización o unidad social de referencia, tal y como se ampliará un poco más adelante y ha sido presentado en la figura 1 y en la expresión [1] anteriores.

Una vez efectuadas estas puntualizaciones es el momento de plantear los diferentes enfoques que están conceptuando el Capital Social. En concreto, se pueden distinguir cuatro enfoques principales: a) el derivado de las teorías sobre el desarrollo económico; b) el procedente de la responsabilidad social y la ética; c) el que parte de los códigos de buen gobierno o de la “gobernanza”, en cierta medida relacionado con el anterior y d) el que emana de los planteamientos propios del Capital Intelectual, que es el que nos interesa en concreto en este trabajo.

En el primer caso hay que destacar como autor precursor a Putnam (1994), quien lo define como el *grado de confianza* existente entre los actores sociales de una sociedad, las *normas de comportamiento cívico* practicadas y el *nivel de asociatividad* que la caracteriza. Con estos elementos se enriquece y fortalece el tejido social, contribuyendo al bienestar general y a hacer más sostenible el desarrollo económico. También cabe mencionar el trabajo de Knack y Keefer (1996), quienes midieron con un modelo econométrico las correlaciones entre *confianza* y *normas de cooperación cívica* respecto a *crecimiento económico* en un número significativo de países, encontrando una fuerte relación entre los dos primeros y el segundo y llegando a la conclusión que si el Capital Social está integrado por dichos dos componentes es mayor en sociedades menos polarizadas en cuanto a desigualdad y a diferencias étnicas. Finalmente, en este enfoque hay que mencionar a Stiglitz (1998) quien afirma que el Capital Social tiene gran peso en el proceso de desarrollo, ya que expresa las *capacidades* existentes en una sociedad para *resolver conflictos, facilitar consensos* y *concertar las acciones* del

Estado y del sector privado. En este sentido, y de forma pionera, Hirschman (1986) ya dijo que es la única forma de capital que no disminuye ni se agota con su uso, sino todo lo contrario, el mismo lo hace crecer y mejorar.

En el segundo enfoque surgen diversas aportaciones con matices distintos, entre las que se pueden destacar las de Coleman (1990), Newton, (1997), Chang (1997), Kawachi, Kennedy y Lochner (1997), Bullen y Onyx (1998), Joseph (1998), Cortina (2000) y Baron (2001). De ellas se deduce como idea principal que el Capital Social puede verse como un fenómeno subjetivo, tanto en el plano individual como en el colectivo, expresado en el *grado de integración social* y de *responsabilidad* respecto a la sociedad en su conjunto y con cada uno de sus agentes y grupos, potenciado por la *red de conexión social* y *basado en valores y actitudes* que influyen positivamente en esas relaciones de forma recíproca y que ayudan de manera trascendente a suavizar las relaciones de naturaleza competitiva, evitando conflictos y costes de transacción, gracias a la aparición de un “bien colectivo o público” como es el Capital Social basado en la *confianza*, la *cooperación*, la *seguridad*, los *ideales*, la *ética*, el *compromiso* y la *equidad*. Como dice Chang “los valores ponen las bases de la preocupación del uno (Capital Social) por el otro (Desarrollo) más allá del solo bienestar personal. Juegan un papel crítico en determinar si avanzarán las redes, las normas y la confianza”. De otro lado Barón (2001) demuestra, en un interesante estudio analítico a partir de los modelos y evidencias previas llevadas a cabo por Griffin y Mahon (1997 y 1999) y Roman et al. (1999), que la aceptación de la responsabilidad social por

parte de la empresa facilita el desarrollo de sus estrategias, mitiga la imperfección de la información en sus relaciones con los agentes del mercado y actúa como “efecto vaselina” asegurándose determinados niveles de resultados financieros a largo plazo.

El tercer enfoque recoge la corriente académica e institucional sobre el “buen gobierno” o la “gobernanza” de las grandes sociedades, y especialmente de las que cotizan en Bolsa, es decir sobre los códigos éticos o de conducta corporativa de sus consejos de administración y equipos directivos. En este sentido afirma Sen (1997) que “los códigos éticos de los empresarios y profesionales son parte de los recursos productivos de la sociedad”; es decir que si estos códigos reafirman valores cercanos al proyecto reclamado por amplios sectores de la sociedad y especialmente por los mercados, instituciones e inversores crearán intangibles que se podrán valorizar en determinado Capital Social. El “buen gobierno” se centra en estos últimos años en la importancia de proporcionar incentivos adecuados para facilitar recursos críticos para el éxito de la empresas y como medio de relación con su entorno (Bueno, 1998 y 1999). Planteamiento que se apoya en la nueva concepción de la empresa como nexo de contratos relacionales o implícitos, que integra intereses de diferentes partícipes, internos y externos, de la empresa (Zingales, 1998 y 2000 y Rajan y Zingales, 2000). Contratos que, como ya ha sido introducido, se basan en valores, entre otros, como la *confianza*, la *lealtad*, la *sinceridad* y la *ética* en los negocios, por lo que se pueden integrar en el nuevo concepto de Capital Social dentro de los intangibles que configuran el Capital Intelectual. En consecuencia, según Baas

(1997) las formas de gobierno, de “buen gobierno”, los *acuerdos institucionales horizontales* entre los *stakeholders*, la *equidad social* y los *comportamientos sociales* basados en los valores citados tienen un impacto positivo, creando, en suma, Capital Social, el cual juega un papel importante en estimular la *solidaridad* y en superar los fallos del mercado, asegurando un mejor uso de los recursos tangibles e intangibles, considerados de naturaleza crítica o básica para la creación de valor.

Finalmente las últimas aseveraciones enganchan con el último enfoque, esto es el que hace mención a la inclusión de las relaciones que componen el Capital Social como intangibles del Capital Intelectual. Estas aportaciones serán estudiadas en los dos epígrafes siguientes, dado que representan el cuerpo central del presente trabajo (Lesser, 2000, McElroy, 2001 y Nahapiet y Ghoshal, 1996). De todas formas bajo la perspectiva de este enfoque el Capital Social se incorpora al Capital Intelectual con un papel dinamizador y benefactor para la organización, ya que representa, como indican Cohen y Prusak (2001), el valor de las conexiones humanas en una organización basada en la confianza y con redes personales bajo un sentido de comunidad. Sin este Capital Social la innovación, el compartir conocimiento y la propia productividad pueden verse debilitadas. En este mismo sentido Koenig (1998) afirma, siguiendo trabajos previos de Prusak, que el Capital Social facilita las normas de comportamiento organizativo, reduce los costes de transacción y favorece la cooperación; razones por las que ha sido introducido en el concepto de Capital Intelectual, facilitando la dirección de los procesos creadores de conocimiento.

3. EL CAPITAL SOCIAL EN EL NUEVO MODELO DE GOBIERNO DE LA EMPRESA BASADA EN CONOCIMIENTO

Los actuales procesos de globalización, de creación de valor basados en conocimiento, las nuevas formas de relación de las empresas o de las organizaciones en general con los diferentes agentes sociales y, en suma, el funcionamiento de la sociedad red y los caracteres de la sociedad del conocimiento de nuestro tiempo, están provocando de forma acelerada una construcción de un nuevo modelo de empresa y, en consecuencia, de una nueva forma de gobierno de la misma.

Desde el último trimestre del año 2000, a lo largo de 2001, y primeros meses de 2002 la llamada nueva economía ha entrado en crisis provocando una importante recesión económica basada en la desconfianza y en la incertidumbre que los agentes sociales tienen sobre el propio sistema económico y sus expectativas de desarrollo, cuestión que ha provocado una reflexión sobre como se está llevando a cabo el proceso de globalización y cual es la verdadera dimensión económica y social de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, así como a identificar los factores de riesgos y a la observación preocupada de la presencia de determinadas prácticas nocivas sobre el buen funcionamiento de los mercados; aspectos, en definitiva, que están llevando a una revisión crítica del modelo financiero mercantil imperante de la empresa basado en el objetivo de maximizar el valor para el accionista, desde una perspectiva de corto plazo. Este modelo de gobierno parte de la concepción de la empresa como una “ficción legal” o como una institución jurídica que conecta un conjunto de contratos que

rigen las relaciones entre los agentes o individuos con intereses en conflicto (Jensen y Meckling, 1976), por lo que se detiene en el análisis de los contratos formales, explícitos y pretendidamente completos con respecto a los mercados, no atendiendo a los contratos relacionales o implícitos, por lo tanto informales e incompletos que pueblan las relaciones entre los agentes y dentro de su organización en la economía actual (Zingales, 2000). En este sentido es donde procurar la maximación del valor actual de la acción en el mercado (enfoque cortoplacista) no lleva necesariamente a maximizar el valor de la empresa a largo plazo, tal y como fundamentó hace algunos años Stiglitz (1985); precisamente porque esta creación de valor rompe los contratos implícitos y perjudica a ciertos participantes, generando situaciones de ineficiencia colectiva, propias de la diversidad de riesgos residuales que afectan a aquellos. Las características de estos contratos relacionales e incompletos son singulares, ya que no son susceptibles de hacerse cumplir por los tribunales; no son fácilmente reproducibles e imitables; son disponibles a voluntad; reducen los costes de transacción, sobre todo los de información; crean un marco de relaciones continuadas y repetidas a largo plazo, razón por la que valorizan el concepto de capital relacional y, finalmente, se basan en la *confianza*, la *lealtad*, la *sinceridad* y la *ética* en los negocios; entre otros, por lo que configuran el nuevo concepto de Capital Social dentro de los intangibles del Capital Intelectual.

La necesidad de un nuevo modelo de gobierno empresarial se justifica con la irrupción del Capital Social en la nueva concepción de la empresa. La empresa actual se caracteriza por los rasgos siguientes (Bueno, 2001):

1. La importancia de la internacionalización de las actividades productivas, comerciales y financieras.

2. La importancia de la internacionalización de la dirección y la transculturalidad de sus equipos gestores.

3. La importancia del conjunto de contratos explícitos y relacionales o implícitos, que configura la concepción de la organización y sus relaciones con su entorno.

4. La importancia de las alianzas y la cooperación con otras empresas a nivel nacional e internacional.

5. La importancia de los cibernegocios, como característica de la sociedad red, lo que lleva a la empresa a la necesidad de potenciar las actividades en el entorno *e-business* y *e-commerce*.

6. La importancia de la gestión del conocimiento, del talento y, en suma, del aprendizaje organizativo que le lleva a un rediseño estructural y funcional de su organización.

7. La importancia de los valores relacionales basados en la confianza, la solidaridad, la transparencia, la responsabilidad, el compromiso social y la ética.

Como hemos visto con anterioridad el Capital Social se vincula con la mayoría de estas nuevas formas de relación, especialmente con algunos caracteres recogidos en los puntos 3, 4, 5 y 7, y siempre sin olvidar que su propia naturaleza se integra en la importancia del conocimiento en acción, como proceso principal en la era actual de los intangibles.

Los rasgos anteriores permiten justificar la evolución de la “teoría de la firma” o el cambio de modelo de empresa y su gobierno, tal y como esquematiza Zingales (2000) a través de las cuatro concepciones que culminan en la necesidad de una nueva empresa basada en conocimiento, en el talento de sus empleados y en las relaciones con el resto de partícipes y agentes sociales que configuran la que hemos llamado “organización nexo o red”. Estas concepciones son, en concreto, las siguientes:

A. La empresa como un nexo de contratos explícitos valorizados por los mercados financieros y basados en las perspectivas de los costes de transacción y los derechos de propiedad

B. La empresa como un nexo de contratos explícitos e implícitos en el que cobra importancia el capital humano y el

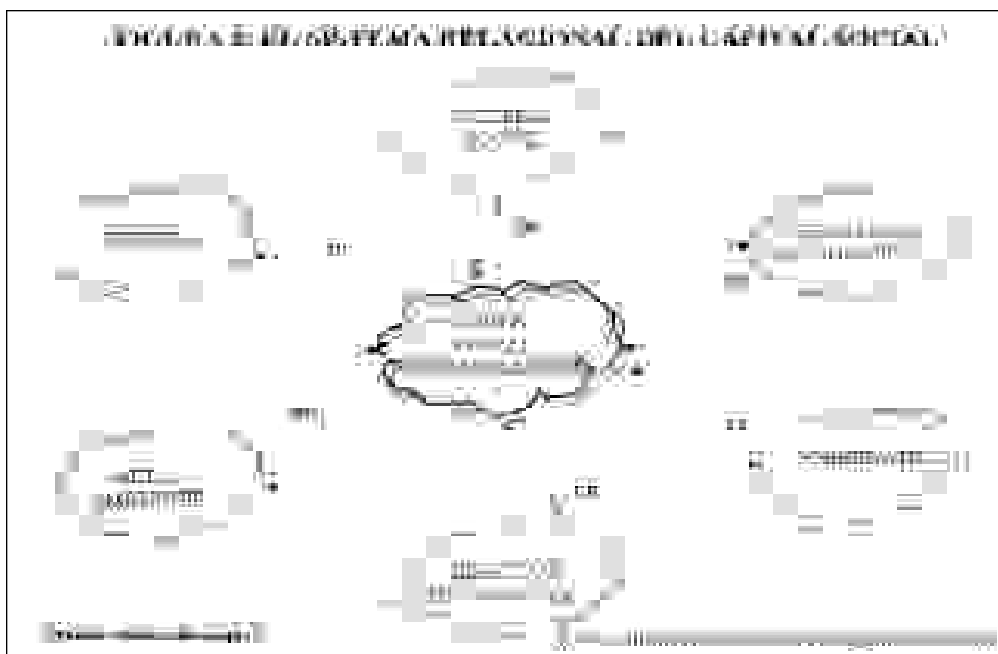
organizativo, consecuentes con la existencia de contratos relacionales.

C. La empresa como una colección de oportunidades de crecimiento, basadas en los activos o recursos críticos y en las capacidades para generar las citadas oportunidades.

D. La empresa como una colección de activos tangibles e intangibles derivados de cada categoría de los contratos que se integran en la organización.

En definitiva, la nueva concepción de la empresa y su nuevo modelo de gobierno es la consecuencia de las concepciones señaladas por las letras B y D, que, a su vez, se vinculan directamente con los caracteres de los puntos antes seleccionados y que protagonizan los procesos de conocimiento en acción más destacables.

En la Figura 2 se presenta el sistema



relacional que caracteriza el Capital Social de la organización en la sociedad del conocimiento actual. En esta figura se presentan los seis elementos que constituyen dicho sistema, los cuales provocan un conjunto diferenciado de relaciones contractuales con la organización que crean los valores intangibles que integran el concepto de Capital Social. Este, en suma, se compone de las relaciones con otros agentes y con sus procesos de negocio y recursos correspondientes, identificados en cada elemento básico relacional:

- Solidaridad y cohesión con los ciudadanos y unidades sociales integrantes del sistema social.
- Desarrollo económico del entorno de referencia.
- Compromiso de gobernanza eficiente o de buen gobierno respecto a los agentes del sistema.
- Compromiso con el desarrollo científico y tecnológico de su entorno.
- Defensa del ecosistema o aceptación de cierta responsabilidad medio ambiental.
- Defensa de la cultura y del patrimonio artístico de su sistema social de referencia.

Cada una de estas relaciones y el conjunto de sus interacciones son las que irán creando un determinado valor en la organización, no sólo para el accionista, sino para todos los partícipes de aquélla, internos y externos. Valor que ha sido definido como Capital Social, es decir:

$$CS = [cr_i] \quad [2]$$

$$(i=1,2,\dots,n)$$

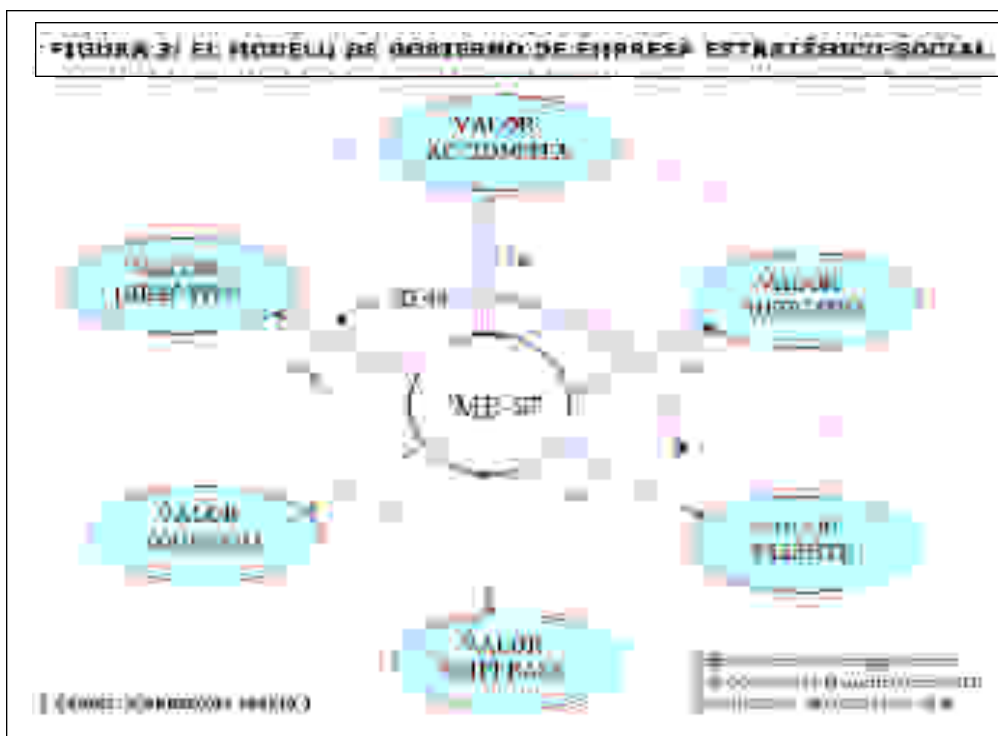
en donde:

CS = Capital Social

cr_i = Conjunto del valor de los contratos relacionales con los n agentes

En definitiva, ante esta realidad se puede proponer un nuevo modelo de gobierno empresarial, en consonancia con los rasgos antes expuestos y que pasa a denominarse “modelo estratégico-social” (Rajan y Zingales, 2000 y Zingales, 2000). Este nuevo enfoque parte, como ya ha sido indicado, de la visión de la empresa como organización (Bueno, 1997) o como proyecto comunitario, en el que todos los partícipes pretenden cierta utilidad, por lo que la empresa o compañía deberá crear valor tanto para el accionista, como para el directivo, el empleado y el cliente y, en suma, para la sociedad (véase la figura 3). La organización se presenta, por tanto, como una red, nexo o sistema de relaciones y de inversiones, de unos y otros partícipes, que se transforman en unos recursos críticos, entre los que se hayan en la actualidad no sólo los recursos tangibles, sino también los intangibles o basados en conocimiento en acción. Estos recursos se sustentan en unos contratos relacionales o implícitos que influyen en el valor de la empresa al crear lo que se ha denominado Capital Social, como parte importante del Capital Intelectual.

En la Figura 3 se recogen los diferentes procesos de creación de valor para cada partícipe del modelo estratégico-social, es decir para los accionistas (P_A), el mercado (P_M), los clientes (P_C), los empleados (P_E), los restantes agentes sociales (P_S) y los directivos (P_D), de forma que se pueda lograr la maximización relativa o la satisfacción del conjunto de funciones de utilidad involucradas. Como se comprueba el

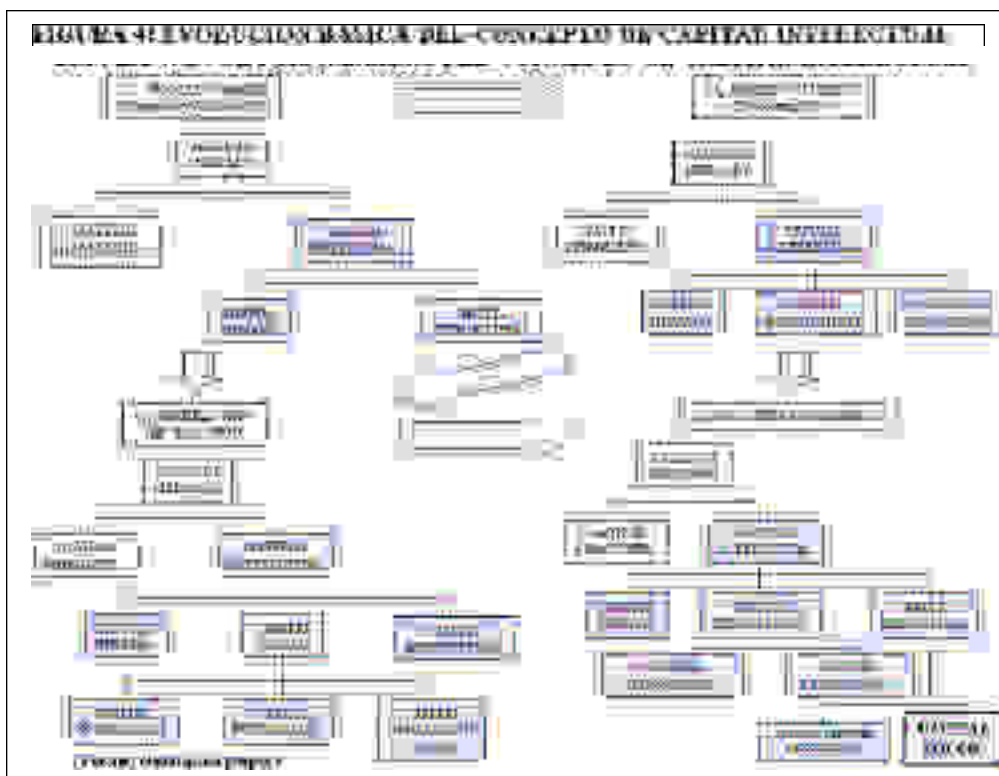


modelo financiero-mercantil sólo atiende a una parte de las funciones citadas y relacionadas con determinados contratos explícitos y más o menos formalizados y completos (parte sombreada), mientras que el modelo estratégico-social integra los intereses de los *stakeholders* o de los partícipes vinculados y relacionados con la actividad organizativa.

4. EVOLUCIÓN DEL CAPITAL INTELLECTUAL: PROPUESTA DE MODELO BASADO EN CAPITAL SOCIAL

El concepto de Capital Intelectual se inicia a mediados de la década de los noventa del siglo XX y se disputan su autoría Stewart (1997) y Edvinsson y

Malone (1997), pero de lo que no cabe duda es que ha sido aceptado en general por las comunidades científica y profesional como expresión de la diferencia básica existente entre el valor de mercado y el capital financiero, siendo una cifra que integra un conjunto de activos de naturaleza intangible y que se derivan de una serie de actividades o de procesos basados en conocimiento en acción. La evolución de este concepto en sus pocos años de vida ha sido interesante, pudiéndose identificar una serie de modelos, generalmente aceptados (Bueno, Jericó y Salma-dor, 2000). En la Figura 4 se presenta de manera sintética esta evolución, haciendo referencia a tres modelos conocidos para terminar en la estructura de un modelo nuevo que incorpora los intangibles del Capital Social.



De la revisión de los tres modelos básicos (CI_1 , CI_2 y CI_3) se pueden deducir las cuestiones siguientes:

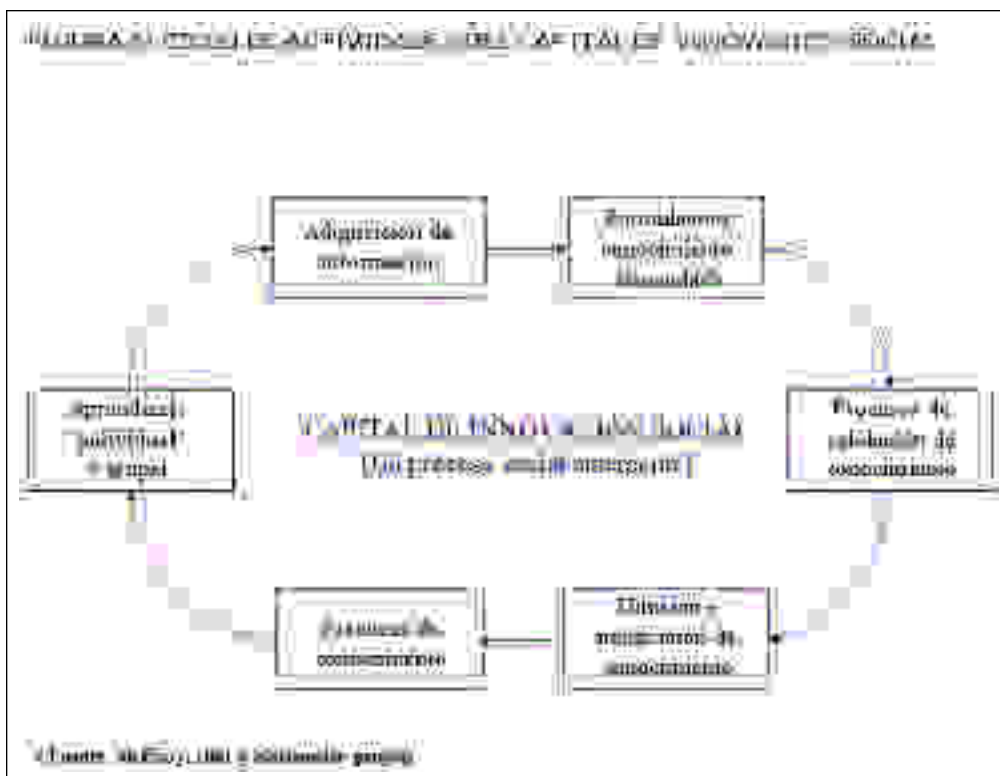
a) En el modelo CI_1 (Edvinsson y Malone, 1997) el capital estructural integraba el capital organizativo (capital innovación y capital proceso) y el capital cliente o relaciones existentes con los compradores del mercado. Planteamiento excesivamente restrictivo respecto a la comprensión de las relaciones que la organización mantiene con los diferentes participantes y agentes sociales (véase la figura 1 y expresión [1])

b) En el modelo CI_2 o Modelo Intellect, (Euroforum, 1998) se introduce el Capital Relacional como expresión del valor del

conjunto de relaciones que la empresa mantiene con el exterior, aunque básicamente los indicadores se refieren a los clientes, añadiéndose otros más sintéticos relativos a la reputación corporativa, las alianzas estratégicas, los proveedores y la interrelación con otros agentes, indicador que engloba el conjunto de relaciones que se han recogido en la figura 2 y expresión [2]. En este momento en el seno del Foro del Conocimiento Intellectus (2002) del Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (Universidad Autónoma de Madrid), adscrito al Parque Científico de Madrid, se está revisando el concepto, elementos e indicadores del Capital Relacional, con motivo de la elaboración de un nuevo Modelo de Capital Intelectual: el Modelo Intellectus.

c) El modelo CI₃, propuesto por el Knowledge Management Consortium International (KMCI-McElroy, 2001), recoge las corrientes recientes, iniciadas por Nahapiet y Ghoshal (1996), de autores como Prusak (1998), Lesser (2000) y Cohen y Prusak (2001) por las que se revisa el Capital Relacional o se sustituye por el concepto de Capital Social. En concreto este modelo subdivide este capital en tres: Capital Intrasocial, Capital Intersocial y Capital de Innovación Social. El primero recoge las relaciones personales en el seno de la organización y que se instrumentan básicamente con las comunidades de prácticas (virtuales o no) y que pueden ser tanto de naturaleza egocéntrica o sociocéntrica, expresivas

del concepto de organización como “comunidad de comunidades” [véanse, entre otras aportaciones las de: Lesser y Prusak (1999); Lesser y Cothrel (2001) y Kenmore (2001)]. El segundo expresa las relaciones básicas con los clientes y con los accionistas. Por último, el tercero recoge el conjunto de procesos o de relaciones que provocan la dinamización o la función innovadora, de carácter emergente, que mantiene la capacidad de adaptación y el potencial para desarrollar factores críticos de éxito para competir la empresa en su entorno social. En la figura 5 se recogen las etapas básicas del ciclo del Capital de Innovación Social, observándose una serie de etapas, configuradoras de un proceso social emergente



que dinamiza y adapta de forma continua la organización con los cambios de su entorno, gracias a una adecuada gestión de los procesos de conocimiento y de aprendizaje implicados, con el fin de provocar una permanente co-evolución con los agentes sociales con los que se relaciona.

Con estos antecedentes el modelo CI_4 , que se presenta en la figura 4, se basa en tres componentes principales: Capital Humano, Capital Estructural (integrado, a su vez, por el Capital Organizativo y el Capital Tecnológico) y el Capital Relacional. Este se subdivide en el Capital Negocio o relativo a la actividad de la empresa y que evidencia la reputación corporativa (véase la figura 6) y el Capital Social. El Capital Relacional muestra la valoración de las relaciones de la organización presentadas en la expresión [1], a partir del conjunto de indicadores que midan aquellas, tal y como se recoge a continuación

$$CR = [R, I] \quad [3]$$

en donde,

R= es el conjunto de relaciones que mantiene la organización con los diferentes agentes sociales y partícipes.

I= es el conjunto de indicadores que miden las citadas relaciones.

En consecuencia, el Capital Relacional se puede representar de la forma siguiente:

$$CR = CN \cup CS = [r_{n_i}] \cup [cr_i] \quad [4]$$

$(i=1,2, \dots, n)$

en donde,

CN= Capital Negocio o conjunto del valor de las relaciones de negocio que mantiene la organización : $[r_{n_i}]$

$$(i=1,2, \dots, n)$$

CS= Capital Social o conjunto del valor de los contratos relacionales con los n agentes: $[cr_i]$

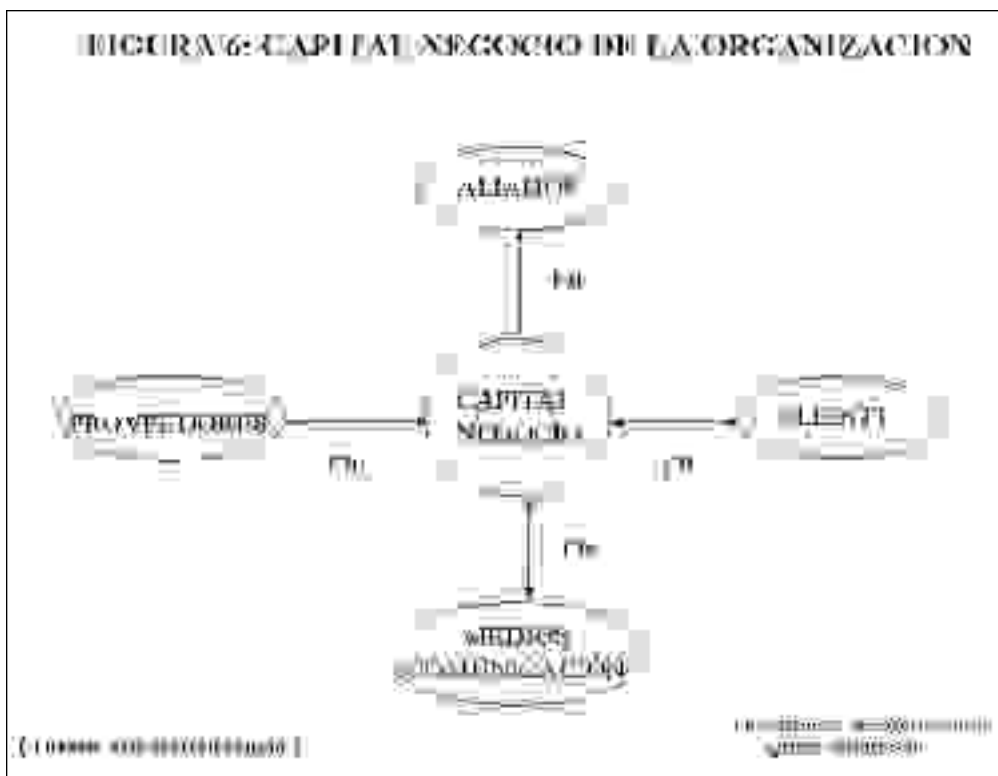
$$(i=1,2, \dots, n)$$

En la Figura 6 se ofrece, en suma, las citadas relaciones que caracterizan dicho Capital Negocio o la correspondiente reputación corporativa.

Finalmente el Capital Social podría descomponerse en dos conceptos; el primero relativo al Capital de Integración Social, expresivo de los intangibles derivados de las relaciones que la organización mantiene con el sistema social (véase la figura 2) y el segundo referente al Capital de Innovación Social, siguiendo el planteamiento propuesto por McElroy y que se vincula, a su vez, al nuevo concepto de empresa o al modelo estratégico-social, basado en el conocimiento, antes expuesto.

5. CONCLUSIONES

Los planteamientos recogidos en las páginas precedentes ponen de manifiesto la importancia que los recursos intangibles tienen en la creación de valor en la sociedad red o en la sociedad del conocimiento que caracteriza la época actual. En esta nueva realidad cobra relevancia destacada el concepto de organización como nexo o red de relaciones en la que el Capital Social o suma de las que mantiene aquella con sus partícipes y agentes sociales, expresa un valor importante para que alcance una adaptación y una evolución efectiva y eficiente respecto al sistema



social en que la misma actúa. Este Capital Social actúa como innovador y dinamizador, facilitando que la organización logre sus objetivos a largo plazo de una forma sostenible. A su vez el nuevo concepto de empresa y su nueva forma de gobernarse, orientada a la creación de valor a largo plazo, para todos sus partícipes, se basa en un conjunto de contratos relacionales o implícitos, generadores de unos activos intangibles, que operan como recursos críticos a partir de la presencia de los valores definidores de dichos contratos y del propio Capital Social, como son la *confianza*, la *lealtad*, la *sinceridad*, la *transparencia*, el *compromiso*, la *solidaridad*, la *responsabilidad*, la *honestidad* y la *ética* en las relaciones con los distintos

agentes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adler, P.S. y Kwon, S.-W. (2002). Social Capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27, 17-40.

Arrow, K.J. (1962). The economic implications of learning by doing. *Review of Economic Studies*, 29, 155-173.

Arrow, K.J. (1971). *Essays in the Theory of Risk Bearing*. Chicago, Il.: Markham.

Arrow, K.J. (1984): Information and economic behavior. En *The Collected Papers of Kenneth J. Arrow*, vol. 4. Cambridge, MA: Belknap Press.

- Baas, S. (1997). Participatory institutional development. Paper presentado en la Conferencia Internacional sobre intercambio académico en desarrollo sostenible, Gansu Sheng Desert Area.
- Baron, S. (2001). Private Politics, Corporate Social Responsibility and Integrated Strategy. *Journal of Economics and Managerial Strategy*, 10, issue 1, 7 – 45.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago, IL.: University Chicago Press.
- Bueno, E. (1997). *Organización de Empresas. Estructura, Procesos y Modelo*. Madrid: Pirámide.
- Bueno, E. (1998). *Corporate Governance (Del Informe Cadbury al Informe Olivencia)*. Madrid: Instituto Universitario Euroforum Escorial.
- Bueno, E. (1999). El Consejo de Administración y la Gestión del Conocimiento. En *Especial X Congreso AECA: La empresa española en el siglo XXI*. Zaragoza: AECA.
- Bueno, E. (2001). Retos y claves para la dirección de empresas en el nuevo milenio, *Dirección y Progreso*, 179, 26-31.
- Bueno, E. (2002). Dirección estratégica basada en conocimiento: Teoría y práctica de la nueva perspectiva. En P. Morcillo (Coord.), *Nuevas claves para la Dirección Estratégica de la Empresa* (pp. 91-116). Barcelona: Ariel.
- Bueno, E. Jericó, P. y Salmador, M. P. (2000). Experiencias en medición del Capital Intelectual. En España: El Modelo Intelect. En E. Bueno y M. P. Salmador (Eds.) (2000), *Perspectivas sobre Dirección del Conocimiento y Capital Intelectual* (pp. 111-121). Madrid: Instituto Universitario Euroforum Escorial.
- Bullen, P. y Onyx, J. (1998). Measuring social capital in five communities in NSW, *Working Paper Series*, 41, University of Technology, Sidney
- Chang, H. N-L (1997). Democracy, diversity and social capital, *National Civic Review*, 86, 2, 141-147.
- Cohen, D. y Prusak, L. (2001). *In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*. Noston, MA: Harvard Business School Press.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94 (supplement), 95-120.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of social theory*. Boston, MA: Harvard University Press.
- Cortina, A. (2000). El capital social: la riqueza de las naciones. *EL PAIS*, 12 de agosto, p. 12.
- Chaparro, F. (2001). Conocimiento, aprendizaje y capital social como motor de desarrollo, *Ciencia da Informaçao*, Instituto Brasileiro de Informaçao en Ciencia e Tecnologia, Brasilia, 30, 1, 9-31.
- Edvinsson, L. y Malone, M.S. (1997). *Intellectual Capital. Realizing your company's true value by finding its hidden brain power*. Nueva York: Harper Collins Publishers, Inc.
- Edvinsson, L. (2002). *Corporate Longi -*

tude, Navigating the knowledge Economy. Estocolmo: Bookhouse Publishing.

Eurostat (2000). *EPROS- The European Plan for Research in Official Statistics, EU.*

Foro del Conocimiento Intellectus (2002). *Identificación y medición del Capital Relacional*, Documentos Intellectus, nº 2, CIC, Madrid.

Griffin, J. J. y Mahon, J. F. (1997). The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance. Debate: Twenty-Five years of Incomparable Research, *Business & Society*, 36, 5-31.

Griffin, J. J. y Mahon, J. F. (1999). Painting a Portrait: A Reply, *Business & Society*, 38, 126-133.

Hirschman, A.O. (1984). Against Parsimony: Three Easy Ways of Complicating Some Categories of Economic Discourse. *American Economic Review*, 74, Papers and Proceedings, 2, 89-96.

Jensen, M. C. y Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.

Joseph, J. (1998). Democracy's social capital: civil society in a new era. *Speech Pretoria Rotary Club*, 15, 1998.

Kawachi, I, Kennedy, B. P. y Lochner, K. (1997). Long Live Community. Social Capital as Public Health. *The American Prospect*, 35, 56-59.

Kenmore, R. (2001). Just thinking about...Human Networks, Social Capital,

and Innovation, *Cap Gemini Ernst&Young Center for Business Innovation*, 1-5. Kliksberg, B. (1998). Capital Social y Cultura. Claves olvidadas del desarrollo, *Instituto Interamericano para el Desarrollo Social*, Doc. 7, 1-37.

Knack, S. y Keefer, P. (1997). Does Social Capital have economic payoff?. A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 102 (4), 1251-1288

Koenig, M.E.D. (1998). From Intellectual Capital to Knowledge Management: What are they talking about?, 64th IFLA General Conference, Amsterdam, august, 222-233.

Koka, B. R. y Prescott, J. E. (2002). Strategic Alliances as Social Capital: A Multidimensional view. *Strategic Management Journal*, 23, 795-816.

Lainez, J. A. (1999). *Contabilidad Creativa*. Pirámide. Madrid.

Lesser, E. (2000). *Knowledge and Social Capital*. Boston, MA: Butterworth Heinemann,

Lesser, E. y Cothrel, J. (2001). Fast Friends: Virtuality and Social Capital. *Knowledge Directions*, 66-79.

Lesser, E. y Prusak, L. (1999). *Communities of Practice, Social Capital y Organizational Knowledge*. Cambridge, MA: IBM Institute Knowledge Management.

McElroy, M.W. (2001). *Social Innovation Capital*. Draft, Macroinnovation Associates, Windsor, Vermont.

Nahapiet, J. y Ghosal, S. (1996). Social Capital Intellectual Capital and the Organi-

zational Advantage. *Academy of Management Review*, 23, 2, 242-266.

Newton, K. (1997). Social Capital and Democracy. *American Behavioral Scientist* 40, 575-586.

Putnam, R. (1994). *Para hacer que la democracia funcione*. Caracas: Editorial Galac.

Prusak, L. (1998). Presentation to the Conference Board. Conference on Knowledge Management and Organizational Learning, april, Chicago Il.

Rajan, R. y Zingales, L. (2000). The Governance of the New Enterprise. En X. Vives (ed.), *Corporate Governance*. (pp. 201-229). Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Roman, R.M.; Hayibor, S. y Agle, B.R. (1999). The Relationship between Social and Financial Performance: Repainting a Portrait. *Business & Society*, 38, 109-125.

Sen, A. (1997). Economics, Business principles and moral sentiments. *The Journal of the Society for Business Ethics*, 7, 3, 129-139.

Spender, J. C. (1996). Making knowledge the Basis of a Dynamic Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17, special issue. 45-62.

Stiglitz, J. (1985). Credit market and the control of capital. *Journal of Money, Credit and Banking*, 17, 133-152.

Stiglitz, J. (1998). Towards a new paradigm for development: strategies, policies and processes. *Prebisch Lecture*. Ginebra: UNCTAD.

Zingales, L. (1998). Corporate Governance. En P. Newman (ed.), *The New Palgrave Dictionary of Economics and the Law*, London: Stockton Publishing.

Zingales, L. (2000). In search of new foundations. *Journal of Finance*, 55, 1623-1653.