

## La creación de capital social mediante la humanización del puesto de trabajo

**Autor/es:** Domenec Melé

**Editor:** Kluwer

**Documento original:** Organizational Humanizing Cultures: Do They Generate Social Capital?

**Año:** 2003

**Fuente:** <http://insight.iese.edu/es>

Todas las empresas tienen su propia cultura organizativa, una serie de creencias, valores y costumbres compartidos o, lo que es lo mismo, "una determinada manera de hacer las cosas". La cultura organizativa de una empresa puede ser débil o fuerte. El concepto de cultura organizativa fue desarrollado por primera vez por los estudiosos a finales de los años 70 y principios de los 80. Desde entonces, se ha hecho cada vez más patente que la cultura organizativa de una empresa, sobre todo cuando es fuerte, ayuda a forjar su rendimiento mediante la conducta de sus empleados y las pautas de decisión.

Así, mientras muchos estudios de ética suelen centrarse en la mala conducta, Domènec Melé, profesor y Director del Departamento de Ética Empresarial de IESE, aborda la ética en un campo más amplio. En el artículo "Organizational Humanizing Cultures: Do They Generate Social Capital?", publicado en el *Journal of Business Ethics* 45: 3-14, 2003, considera que todas las acciones humanas tienen una dimensión ética, no sólo las incorrectas. Su investigación de la cultura organizativa de las empresas descubre que algunas son más "humanizadoras" que otras en el sentido de que son sensibles a la condición humana y promueven la realización de las personas.

El profesor Melé subraya las cuatro premisas más importantes de las **Culturas Organizativas Humanizadoras (OHC, en sus siglas en inglés)**. También explica cómo, a través de estas premisas, las OHC generan confianza y sociabilidad, dos componentes clave del capital social. La sociabilidad, o disposición a pertenecer a un grupo, inclina a las personas a subordinar sus metas individuales en favor de los objetivos y acciones colectivos. Sumada a la confianza, proporciona una base sólida para la creación de capital social, un activo que puede reportar beneficios al mejorar y establecer relaciones entre individuos, comunidades, redes de conexiones y sociedades.

- La primera premisa de una Cultura Organizativa Humanizadora es el reconocimiento de la dignidad, derechos, singularidad, igualdad fundamental, sociabilidad y capacidad de crecimiento personal de las personas. Las OHC aprecian que los individuos son únicos e irrepetibles. Al mismo tiempo, promueven la participación en la vida social y fomentan la capacidad de crecimiento de las personas.
- La segunda premisa de las OHC es el respeto por las personas y sus derechos humanos. Los empleados no pueden ser tratados como meros instrumentos para obtener beneficios ni como simples recursos para alcanzar un rendimiento. El respeto por otras personas y sus derechos está ampliamente aceptado en la ética empresarial y es la piedra angular de muchas declaraciones éticas corporativas.
- El cuidado y el servicio a otras personas es la tercera premisa de las OHC. Satisfacer las necesidades de las personas y promover su crecimiento personal es una parte fundamental de una OHC porque conduce a la bondad, una cualidad necesaria para la realización de las personas.
- La cuarta y última premisa de las OHC es una gestión dirigida al bien común frente a los intereses particulares. Las OHC contemplan sus empresas como una comunidad de personas que trabajan en pos del bien común y el bienestar de sus compañeros de trabajo.

Estas asunciones conducen a una toma de decisiones correcta y, de este modo, las personas adquieren cualidades que aumentan su capacidad de respeto, buena voluntad, amistad y entrega. Todo ello es un valor intrínseco. Además, cuando una OHC reúne todas estas condiciones, genera confianza y sociabilidad, las partes constituyentes del capital social. El concepto de capital social, un préstamo de la sociología, ha sido objeto de atención en las empresas en la segunda mitad de la década de los 90. Al igual que otras formas de capital, como el físico (instalaciones y material) o humano (conocimiento y capacidad técnica), el capital social es un activo capaz de generar ingresos. Funciona estimulando conexiones activas entre las personas.

En las empresas, el capital social puede funcionar de muchas maneras. Por ejemplo, puede facilitar los intercambios de recursos entre unidades y la innovación en los productos. Puede fortalecer las relaciones con los proveedores, las redes de producción regional y el aprendizaje entre empresas. También puede influir en el éxito profesional y la compensación a los ejecutivos y puede crear una reserva más abundante de candidatos.

Melé establece el vínculo entre las Culturas Organizativas Humanizadoras y el capital social explicando que las OHC generan confianza y sociabilidad, dos componentes clave en la creación de capital social. Desde luego, el capital social es un concepto complejo que depende de múltiples factores, pero no hay duda de que uno de los más importantes es el establecimiento de una cultura humanizadora que ayude a los empleados a realizarse como personas.