

La confianza como conductor de los capitales empresariales.

Ing. Acquarone, Matias⁽¹⁾ - Ing. Stang Cesari, Federico^{(2)*}

Proyecto "La confianza en los negocios frente a la complejidad y el caos",
Universidad Tecnológica Nacional, Buenos Aires, Argentina.
Director: Dr. Ing. Fernando Gache.

(1) Hidalgo 835. C1405BCM Ciudad de Buenos Aires, Argentina - macqua@gmail.com

(2) Cueli 1624, Santos Lugares (CP 1676), Prov. Buenos Aires, Argentina -
federicostang@hotmail.com

Resumen

El Objetivo de esta publicación es establecer un orden de importancia, una secuencia, de los capitales presentes en una empresa, a fin de determinar el orden que optimice la eficacia de la compañía. Como metodología, se relacionó a cada capital con la confianza, y a partir de este concepto común manifestado de diferentes maneras en cada capital, se estableció un orden de importancia para la correcta operación y supervivencia en el tiempo de una compañía. Los capitales identificados y ordenados de mayor a menor importancia son: capital humano, capital económico, capital financiero y capital político, basados en análisis de complejidad de los capitales y el nivel agregado de personas que cada uno involucra.

Palabras clave: confianza, capital económico, capital humano, capital financiero, capital político.

Abstract

The objective of this publication is to establish an importance order, a sequence, of the capitals in a company, to determine the order to maximize the efficiency of the company. As methodology, each capital was related to trust, and from that common concept manifested in different ways in every capital, an importance order was established to a correct operation and survival in time of a company. The different capital which were identified are: human capital, economic capital, financial capital and political capital, based on an analysis of capitals' complexity and the aggregate number of people involved in each one.

Key words: trust, economic capital, human capital, financial capital, politic capital.

1. Introducción:

En el complejo mundo de la economía, nos centraremos en estudiar una pieza fundamental: la empresa. Dentro de la empresa, se pueden estudiar todo tipo de características y fenómenos. Así pues, desarrollaremos el estudio de la confianza como eje que define el orden de importancia de los capitales corporativos. En trabajos como los de Putnam [1] y Covey [2] pudimos entender que la confianza es una pieza fundamental para el desarrollo de un negocio. Las relaciones entre personas, entre personas e instituciones y entre instituciones se basan en la confianza, como veremos más adelante.

Con un enfoque diferente al estudio tradicional de la confianza, haremos foco en características “blandas” de una empresa. A diferencia de, por ejemplo, el patrimonio neto, la cantidad de empleados, la localización, la solvencia; utilizaremos cualidades de difícil identificación y medición para brindar otro punto de vista a lo estudiado por otros autores. En particular, al describir los diferentes capitales de una empresa, vemos que su vinculación con la confianza no solo es evidente, sino fundamental para que cada capital exista. Entendemos como capitales corporativos: capital humano, capital económico, capital financiero y capital político. Dejamos sin embargo de lado al capital social por el hecho de estar más desarrollado que los anteriores, incluso con relación a la confianza y la empresa.

1.1. Definición de capital.

Según la definición del diccionario en línea de la Enciclopedia Británica, el Merriam-Webster Dictionary [3], capital es “una reserva de activos o ventajas útiles”. Esta sencilla definición nos ofrece 4 palabras que pasaremos a explicar para el contexto del trabajo. “Reserva” es un almacén, un depósito de algo. “Activos” o “Ventajas” son cosas tangibles o intangibles que general valor al dueño. Por ejemplo, en el caso del capital humano, la reserva de activos o ventajas podría ser el know-how industrial, los procedimientos de selección de personal, los programas de beneficios al personal, los empleados, el prestigio de los puestos jerárquicos, entre otros. Si el material, intangible en este caso, crece en calidad y cantidad, la empresa contará con una mejor reserva. Finalmente, el término “útil” refiere a que los activos y ventajas resulten beneficiosos para la empresa. De poco sirve contar con activos que no generen valor o que por el contrario, perjudiquen.

1.2. Definición de Confianza.

Este concepto tiene muchas definiciones y matices, según el ámbito donde se aplique. En el sentido usado aquí, de *trust*, la confianza individual es una actitud [4] (no una emoción) basada en la expectativa del comportamiento de la otra persona que participa en una relación, y en el afecto que existe entre ambos. La confianza tiene un soporte cultural en el principio de reciprocidad, y un soporte emocional en el afecto que se siente hacia personas que se muestran confiables y manifiestan confianza en nosotros. Se expresa en conductas reiteradas y reforzadas de expresiones que comunican esa confianza en discursos y en acciones de entrega del control sobre bienes.

La confianza definida desde las ciencias sociales [5] tiene una doble naturaleza: puede ser entendida como cosa, como propiedad de los sujetos; o como acción, como propiedad de la relación, como actividad. La confianza y desconfianza son formas de caracterizar a relaciones que implican algún tipo de riesgo. Si las relaciones entre dos actores implican algún grado de inseguridad o incertidumbre, podrían definirse como confiables o no.

Si bien las definiciones utilizadas por la CEPAL y por Hevia de la Jara se refieren a la confianza de una persona, podemos inferir que el sujeto puede ser la empresa, cliente, proveedor, empleados, u otra entidad del mercado; y la relación se puede dar entre empleado y empresa, entre empresas, entre proveedor y empresa, etcétera. Es decir, la definición aplica al ámbito empresarial.

2. Capital Humano y Confianza

“El capital más valioso de todos es el que se invierte en los seres humanos.”
Alfred Marshall [6]

El objeto de este capítulo es el de relacionar capital humano de una empresa con la confianza, en su sentido mas amplio, para luego vincular a esta relación con otros capitales corporativos, como el económico, el financiero y el político.

Para relacionar los conceptos de capital humano y confianza precisamos de algo que vincule a ambos conceptos. A nivel empresarial, la herramienta que indirectamente mide la confianza del empleado para con el empleador es la encuesta de clima laboral. Mediante un estudio de esta herramienta podremos inferir que tan importante es la confianza como pieza clave del capital humano de una organización. Otra referencia útil que utilizaremos para el estudio son los rankings de compañías preferidas para trabajar, los cuales son elaborados por consultoras en base a las encuestas de clima laboral.

El término “capital” estuvo en sus inicios asociado al dinero, a la riqueza de una empresa, a sus activos físicos. El primero en reunir los términos “capital” con “humano” fue Adam Smith [7] en su obra *La Riqueza de las Naciones*, donde explicó el por qué de la riqueza de países como Inglaterra y Holanda a fines del siglo XXVIII, contemporánea a su obra. El capital humano pasó entonces a ser definido como un factor de producción que incide directamente en la eficiencia de la producción, es decir, que la calidad de las personas, el grado de formación y su productividad son factores cualitativos que mejoran notablemente el proceso productivo.

Yolanda Ramirez (8) en su investigación para el journal *Intangible Capital*, profundiza la necesidad de invertir en el capital humano en forma constante a través de la actualización de los conocimientos, definiendo al capital humano como “El conjunto de conocimientos explícitos y tácitos del personal de Universidades (profesores, investigadores y asistentes) adquiridos a través de la educación formal e informal y los procesos de actualización incorporados en sus actividades”.

Marta Gil-Lacruz y Ana Isabel Gil-Lacruz [9], en su trabajo para la Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración –de España- señalan: “El cumplimiento del requisito formativo de unos recursos humanos flexibles y adaptados a esta evolución permanente, depende en gran medida de la motivación (intereses, expectativas, sistema de recompensas, etc.) del capital humano en la consecución de este fin. Medidas destinadas a potenciar la productividad de los individuos mejorando su nivel educativo o estado de salud, deben ser complementadas con medidas que generen un clima de confianza entre sujetos, tal que se coordinen de manera efectiva en la consecución de los objetivos personales y profesionales. Por tanto, estos objetivos no son exclusivamente empresariales, sino de toda unidad de decisión: individuo, familia, empresa o comunidad.”

En la definición planteada vemos que la persona está involucrada en el ámbito laboral no solo con su fuerza y conocimiento, sino también a nivel personal, emocional, familiar, y asoma el concepto de confianza entre pares.

Sabiendo que capital humano, confianza y persona conviven en el ámbito laboral, buscaremos la forma de relacionarlos. La herramienta que encontramos más adecuada es la encuesta de clima laboral, la cual consiste en una serie de preguntas, generalmente cerradas, para evaluar cuantitativamente aspectos relacionados con la comunicación, satisfacción, desarrollo profesional, beneficios, relación con la autoridad, etcétera. Respecto al uso de este tipo de encuestas Gache [10] señala: “Un buen indicador del nivel de confianza dentro de la firma puede ser la encuesta de Clima Laboral, que las consultoras y los Departamentos de RR.HH. utilizan para conocer el nivel de compromiso que los miembros de la empresa tienen respecto de los objetivos fijados por sus directivos. De igual forma sirve para poner en evidencia el grado de motivación y la interrelación que existe entre los diferentes miembros de los grupos de trabajadores. Cabe destacar que con este tipo de encuesta se puede conocer y por tanto trabajar, la confianza y la calidad de las redes internas de la PyME.”

Great Place to Work Institute [11] (GPTW) y Compañía de Talentos [12] (Cia de Talentos) son dos organizaciones especializadas en consultoría de recursos humanos. Por su parte, el GPTW realiza desde 1981 una encuesta anual a las empresas que se hayan postulado a obtener la distinción de “gran lugar para trabajar”, en consonancia con el nombre del instituto que promueve la distinción. GPTW trabaja como consultora para las empresas que la contratan, realizando una encuesta anónima a la totalidad del personal con una antigüedad mayor a tres meses. Cia de Talentos por otra parte, se define como “una empresa de consultoría especializada en reclutamiento y selección de directivos y altos ejecutivos”. Periódicamente, realiza entre los registrados en su portal web una encuesta donde procura detectar los requerimientos de los postulantes. Es decir, GPTW se encuentra “del lado de la empresa” encuestando a los empleados, mientras que Cia de Talentos está parada “del lado del (potencial) empleado”, buscando saber que pretende de un empleador.

La empresa brasileña Intertechne [13] participó en el año 2012 del ranking GPTW para Panamá, e informó en su página web lo siguiente: “La encuesta con los colaboradores, denominada Trust Index, se compone de cerca de 80 preguntas, que evalúan la credibilidad, la

imparcialidad, el respeto, el orgullo y la camaradería; las cinco dimensiones adoptadas por el modelo GPTW, basadas en el feedback anónimo y confidencial del funcionario.”. Lo mismo refleja DHL-Deutsche Post [14] mediante un gráfico en su informe relativo a la encuesta, en su participación en el edición 2007 de la República Oriental del Uruguay:



Figura 1 - DHL-Deutsche Post

En la columna derecha se ve el ítem “Entrenamiento & Desarrollo”. Y como pilar de la columna izquierda de Dimensiones, la confianza.

Sin entrar en detalles de la encuesta realizada por Cia de Talentos, la propia descripción de su encuesta indica: “¿Por qué conocer lo que piensan y esperan los jóvenes en relación a las empresas, los gestores y su carrera? Para los gestores que piensan estratégicamente y desean posicionar bien sus organizaciones hacia el futuro, resulta clave conocer la visión de los jóvenes al momento de trazar planes de acción en atracción, selección, integración, entrenamiento, desarrollo y retención de talentos. Para las instituciones educativas que actúan en la formación de los jóvenes, la información proporcionada por la encuesta Empresa de los Sueños de los Jóvenes, pueden colaborar con una reflexión sobre los planes de estudio, su línea pedagógica y hasta su papel en la sociedad actual y futura.”.

De ambos tipos de encuestas –para empleados y para potenciales empleados- se desprenden los términos entrenamiento y desarrollo, que tienen una vinculación directa con el futuro. Quien se desarrolle, crezca, se entrene y capacite será sin duda la persona que trabaja o trabajaría en una empresa. El futuro de cada persona individual actuando organizadamente en un grupo –cualquiera sea su etiqueta: empresa, ONG, PYME, corporación, Gobierno, etc.- está directamente ligado al futuro y supervivencia de la empresa. A tal aseveración llegan, por otro camino, Mayo y Lank [15] en su libro Las Organizaciones Que Aprenden.

Podemos ver como Elgoibar, Munduate, Medina y Euwema[16] refuerzan este concepto en el journal Revista Internacional de Organizaciones, sobre la confianza en función de los directivos y sindicatos, “La gente confía en los otros, se sienten más potentes y eficaces, y creen que sus esfuerzos conjuntos dará sus frutos. Por lo tanto, con la intención de aumentar la confianza y la igualdad de poder dentro de las organizaciones, directivos y sindicatos deben hacer un esfuerzo para difundir un conflicto efectivo modelo que contribuye a las relaciones laborales más cooperativas”.

3. Capital Económico y Confianza.

*“No es la gente no digna de crédito.
Los bancos no son dignos de la gente”.*
Muhammad Yunus

Según Pierre Bourdieu [17], el capital económico es inmediatamente y directamente convertible en dinero y puede ser institucionalizado en forma de derechos de propiedad. En otras palabras, es uno de los factores de la producción y está presentado por el conjunto de bienes necesarios para producir riqueza.

Para relacionar el capital económico con el concepto de confianza precisamos de algo que los vincule y explique su unión. Para ellos recurriremos a estudios de percepción del valor de una marca y la capitalización de mercado de una empresa, o en otras palabras, en que posición coloca por un lado el consumidor a la empresa en base a atributos percibidos como la marca, el servicio, el prestigio, etc.; y por otro lado el mercado en cuanto al know-how, al portfolio de patentes, a la capitalización bursátil, entre otros. Además, buscaremos mostrar que el capital

económico y la confianza se encuentran en una de las instituciones más representativas de los sistemas económicos actuales: los bancos.

3.1. Valor de una marca y confianza.

La obra principal de Fritz Machlup [18] menciona por primera vez la sociedad de la información. Él, Peter Drucker [19] y otros autores seguirán desarrollando esta idea las décadas siguientes bajo el nombre de "era de la información y el conocimiento". El desarrollo del concepto iniciado en la década de 1960 indica que en el futuro la economía giraría en torno a la información y el conocimiento. Casi cincuenta años después de esa primera aproximación, la década de 1990 dio inicio a esta era, y se potenció notablemente en los últimos 20 años con la masivización de internet y la telefonía celular.

En el trabajo "El valor de marca: perspectivas de análisis y criterios de estimación" [20], los autores señalan:

"Los expertos en temas de dirección de empresas argumentan que la importancia de la marca es mayor que la de los activos tangibles, ya que si bien el consumidor reacciona cuando identifica dicha marca es muy probable que no le interesen cuáles son las máquinas, las instalaciones y los elementos materiales que la empresa posee (Tauber, 1988; Blackett, 1989; Lusch y Harvey, 1994). Una razón adicional se encuentra en el hecho de que, mientras los activos tangibles se deprecian con el uso, la utilización de la marca en el lanzamiento de nuevos productos o para introducirse en nuevos mercados puede aumentar el valor de la misma (Itami y Roehl, 1987; Barwise et al., 1990).

La conclusión del trabajo mencionado indica que "A lo largo de la última década, las marcas han ido adquiriendo una gran relevancia en la estrategia empresarial, hasta el punto que se puede decir que constituye uno de los activos más valiosos de la empresa."

El valor de la marca en términos porcentuales respecto al valor económico total de una empresa representaba el 30% en la década de 1950 [21]. Actualmente, ese valor ronda el 62%. Gerzema y Lebar indican que se creó una burbuja en torno al valor de una marca, aduciendo que muchas empresas no están creando productos de diseño o buenos servicios como para justificar semejante capitalización de mercado, o que lo hacen pero no lo suficiente. Es decir, la mayoría de las marcas crecieron en valor para los accionistas pero no para los consumidores. La confianza de los consumidores en las marcas cayó enormemente en las últimas décadas, en parte por la incapacidad de las empresas en innovar y en parte por el mercado especulativo en torno al valor bursátil de las compañías. El consumidor ya no es tan fiel a una marca, es distraído y desleal [22]: el prestigio, la historia y viejos productos exitosos no son suficientes para cautivar a un cliente en el futuro.

Con base en los trabajos de Dawar [23] y Chernatony [24], Subirá Lobera [25] resume: la marca aporta la confianza y seguridad que las personas necesitan para elegir, y es responsable de una gran parte del patrimonio total de una empresa.

3.2. Microcréditos y confianza.

El segundo punto de conexión entre el capital económico y la confianza la explicaremos a través de, quizás, uno de los símbolos más representativos de la economía: los bancos. Los bancos desempeñan un papel estratégico al permitir el flujo de los recursos financieros en todo el país al distribuir billetes y monedas, al pagar los cheques que se emiten, al ofrecer el pago de servicios con tarjetas, concentrar y distribuir fondos a través de créditos, entre otros.; además de influir en el sistema de gobierno corporativo, el cual afecta la productividad de los recursos de la economía [26]. El Banco Central de la República Argentina tiene una publicación educativa [27] orientada a la formación básica en economía y finanzas, donde se explica en sencillas palabras: "...uno de los elementos esenciales para que el negocio bancario funcione es la confianza. Si se rompe la confianza, los bancos dejan de recibir depósitos y la economía se queda sin crédito. Se dice que la confianza es el principal activo de los bancos".

Gabriela Bukstein, en la publicación "Economías locales y Redes Asociativas" [28], da una simple definición de microcrédito:

"...consiste en ser pequeños montos de dinero destinados exclusivamente al desarrollo de microempresas, a la promoción de actividades productivas y/o de servicios, destinados a la mejora de las condiciones de vida de las personas de bajos recursos, que no pueden acceder a oportunidades y servicios financieros formales".

Desde que el fundador del Banco Grameen, el bengalí Muhammad Yunus, ganó el Premio Nobel de la Paz en el año 2006, cobró gran visibilidad pública el tema de los microcréditos en el desarrollo de comunidades carenciadas. Grameen fue el primero de tantos otros bancos de microcrédito que existe en el mundo: Unibanka de Letonia, Prodem en Bolivia, NMB en Tanzania, SICREDI en Brasil, EBS en Kenia, el Grameen de la Frontera en México, entre otros. Todas estas entidades están relacionadas entre sí por un rasgo distintivo de las microfinanzas: la confianza basada en la ausencia de garantías materiales o monetarias. La garantía de repago del crédito es únicamente la palabra del tomador.

Para poder comprobar la condición que la confianza tiene más importancia que una garantía material, hicimos una pequeña pesquisa en la web de Grameen Bank: en el cuadro de búsqueda introdujimos el término “confianza” (“trust” o “confidence” en inglés). Luego hicimos la misma búsqueda pero para el término “garantía” (“guarantee” o “warranty” en inglés). El resultado fue el siguiente.

- 28 resultados arroja “guarantee/ warranty”.

- 55 resultados arroja “trust/confidence”.

http://www.grameen.com/index.php?searchword=&option=com_search&Itemid=

Búsqueda realizada el 28 de enero de 2013.

El hecho de plantear un modelo justo de crédito, basarse en la confianza y presentarse transparente no garantiza un correcto funcionamiento de la institución. Pues bien, en hechos concretos, el Banco logró un crecimiento de más del 700% en los préstamos concedidos y más de 1200% en los depósitos.

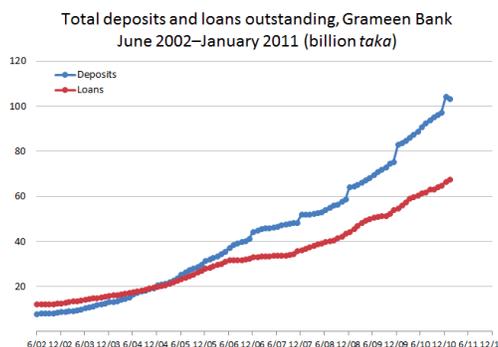


Figura 2 - Total de depósitos y créditos circulantes, Banco Grameen.

Junio 2002 - Enero 2011 (millones de Taka)

Fuente: *Due Diligence: An Impertinent Inquiry into Microfinance*, David Roodman (2011).

Más allá de la cantidad de créditos y depósitos, el impacto del Grameen Bank sobre la economía de Bangladesh queda en evidencia en una contundente frase que incluyen E. Mainsah, S. Heuer, A. Kalra y Q. Zhang [29] en su investigación sobre el tema:

“La contribución al PBI de Bangladesh [del Banco Grameen] es de alrededor del 1,3 por ciento, aproximadamente igual al impacto que generan General Electric o Walmart sobre la economía de Estados Unidos”.

3.3. Conclusiones del estudio entre capital económico y confianza.

Podemos inferir que pese a que la relación confianza-marca no vive sus mejores días, es inevitable considerar ambos conceptos como independientes. Por otro lado, y más allá de la burbuja que mencionan Gerzema y Lebar o lo dificultoso de la fidelización que menciona la publicación de Harvard Business School, la confianza a través de la marca es sumamente importante para valorar el capital económico de una compañía. En el estudio de microcréditos y confianza, podemos decir con confianza existe el crédito -en términos monetarios y personales- y que el crédito genera un beneficio en la vida de las personas y las sociedades, mejorando su entorno y futuro. A su vez la confianza no puede ser excluida del capital económico de una sociedad o empresa, teniendo en cuenta que básicamente, las relaciones cliente-empresa, banco-cliente o estado-ciudadano son relaciones entre personas o grupos de personas generadoras y receptoras de confianza y crédito.

4. Capital Financiero y Confianza

En el presente trabajo trataremos de exponer al capital financiero versus la confianza, teniendo en cuenta los parámetros de riesgo y rendimiento en un negocio.

Podemos definir al rendimiento de capital como beneficio neto que se espera obtener a lo largo de la vida del capital. En tanto que podemos definir al riesgo como la posibilidad de un perjuicio. En la banca los riesgos más comunes son los referidos a las operaciones de crédito.

Comenzaremos definiendo al capital financiero, tomando en cuenta la definición que nos plantea Hilferding [30]:

“La dependencia de la industria con respecto a los bancos es, pues, la consecuencia de las relaciones de propiedad. Una parte cada vez mayor del capital de la industria no pertenece a los industriales que lo emplean. No pueden disponer de él más que a través del Banco, que frente a ellos representa el propietario. Por otro lado el banco tiene que fijar en la industria una parte cada vez mayor de sus capitales. Así, se convierte en capitalista industrial en proporciones cada vez mayores. Llamo capital financiero al capital bancario, esto es, capital en forma de dinero, que de este modo se transforma realmente en capital industrial”.

De acuerdo a la definición planteada por Hilferding podemos observar como el capital financiero está íntimamente relacionado a como se maximiza la utilización del capital bancario (dinero) para su aprovechamiento en la inversión de capital físico.

Si lleváramos el análisis a nivel macroeconómico, podremos observar su relación en la definición que nos plantean Mochón y Beker [31] sobre Riesgo-País como:

“Una forma de medir el grado de confianza en la capacidad de un país para hacer frente a los pagos de su deuda es computar el diferencial de tasa de interés existente entre los bonos de ese país y un título respecto del que no existen dudas en cuanto a que va a ser pagado. Cuando cae el valor de un título, aumenta la tasa de interés que este arroja para quien lo adquiere. Por lo tanto, cuanto menor es el precio de un bono, mayor es la tasa de interés efectiva que este rinde”.

Tomando la definición de Riesgo-País planteada por Mochón y Beker y llevándola a nivel empresa (microeconómico) podemos definir que a mayor variabilidad en los rendimientos, más riesgosa es la inversión.

En la búsqueda de poder aportar información a la hipótesis planteada podemos observar la definición que nos plantea Guillermo O'Donnell [32], basándose en hechos de la historia política Argentina: “el Estado tiene que tener sus cuentas más o menos equilibradas de manera que, aunque no logre superávit, el capital financiero tenga suficiente “confianza” en la capacidad de pago del Estado como para ir renovando (y por lo tanto aumentando) la deuda y, gracias a ello, continuar recibiendo acrecidos intereses. Impulsado por esta lógica, el capital financiero gobierna cada vez más completa y directamente. Si los “mercados” pierden “confianza”, mediante su fuga amenazan con la cesación internacional de pagos del país, al que ya no le comprarían los pesos que hacen falta para seguir pagando en divisas los intereses de la deuda”.

La definición que nos aporta O'Donnell nos permite visualizar la importancia del factor confianza en la capacidad de respaldo del estado a las operaciones financieras y en los riesgos que se asumen si los mercados de capitales pierden esta confianza sobre el respaldo del estado a sus operaciones.

A continuación sumaremos al análisis planteado por Gegen Standpunkt sobre el capital financiero [33]:

“La relación entre la demanda por títulos estatales y el volumen de la oferta define el primero y decisivo factor para el tipo de interés que tienen que prometer estos investments (inversiones) en el momento de su emisión, y también para la permanente tasación de valor en la especulación: esta tasación es tanto peor, y el interés reclamado, tanto más alto, cuanto más modestas son las perspectivas de una futura acumulación capitalista a nivel nacional, y cuanto mayor en relación, el aumento de las deudas estatales. De esta manera, mediante la cuantificación de su confianza, calculada con precisión hasta el segundo decimal, el capital financiero confronta al Estado con la exigencia de que su toma de crédito se justifique económicamente por el continuo acrecentamiento de la riqueza productiva de su sociedad. La libertad para su política presupuestaria dedicada a incentivar el crecimiento la adquiere el Estado en los mercados financieros. La confianza de éstos le permite abrir nuevos sectores comerciales mediante la privatización de propiedad pública y tareas públicas; la demanda por sus títulos financieros, que los bancos organizan, le dota de los recursos para su consumo y subvenciones más allá de los límites de las sumas que Hacienda les quita a los ciudadanos.”

A través de la última definición planteada podemos definir nuevamente la importancia de la participación del estado y su respaldo en cómo evoluciona la tasa de interés, y de cómo la confianza compite con la especulación en las perspectivas de rendimientos futuros a la hora de tomar definiciones de inversión y crédito dentro de una empresa.

Finalmente agregaremos un concepto de Vicens Navarro que plantea en su publicación en el Observatorio de la crisis sobre cómo medir la confianza de los mercados [34]:

“El indicador más frecuentemente utilizado para medir tal confianza de los mercados son los intereses que el Estado debe pagar para poder vender su deuda pública. A mayor desconfianza, mayores los intereses, y viceversa. A mayor confianza, menores intereses. Pero, ¿quién define los intereses? La respuesta conforme a la ortodoxia neoliberal es que son los “mercados”. Pero, como toda ortodoxia, ésta se basa en fe más que en evidencia. Ésta muestra que, en general, son las agencias de valoración de bonos las que, con sus evaluaciones, guían el comportamiento de tales mercados financieros. En realidad, uno de los instrumentos más valiosos que tienen las instituciones financieras (tales como los bancos, las compañías de seguros y los fondos de alto riesgo) que intervienen en el supuesto mercado, son las agencias de evaluación de los productos financieros (en inglés Credit Rating Agencies) que, en teoría, valoran tales productos –como los bonos públicos de los Estados- y dicen a las instituciones financieras si vale la pena invertir en ellos o no. Cuando una de tales agencias valora negativamente los bonos públicos de un Estado, éste tiene que aumentar los intereses de tales bonos a fin de hacerlos más atractivos para las instituciones financieras. Es lo que se llama “recuperar la confianza de los mercados”.

Luego del análisis planteado y de los conceptos analizados podríamos llegar a la conclusión de que el análisis del capital financiero versus la confianza está relacionado en forma directa y tienen una relación que evoluciona de acuerdo a los movimientos del mercado con las variables Rendimiento/Riesgos.

Podríamos definir que el mayor capital financiero (el capital bancario) se concentrará en un segmento de inversiones en los cuales el límite inferior será aquel en el cual el rendimiento será tal que alcance las expectativas de mínima del mayor segmento de inversionistas y su límite superior será aquel en el cual el riesgo de tomarla sea superior al máximo que esté dispuesto a asumir el mayor volumen de inversionistas. Dicho riesgo estará relacionado en forma directa al nivel de confianza que haya en el mercado en particular y al entorno macroeconómico general (fundamentalmente basado en el comportamiento del estado).

De esta forma, podemos decir que el capital financiero evolucionará como una curva de Gauss si los expusiéramos solamente a las variables de Rendimiento y Riesgos, en donde volcamos el rendimiento en el eje vertical y el riesgo en el eje horizontal. En el primer segmento al incrementar el Rendimiento y el Riesgo, el crecimiento se comporta casi sin modificaciones en el eje vertical. Al momento de alcanzar el límite inferior definido anteriormente, en función del Rendimiento mínimo que están dispuestos a obtener los inversionistas, se alcanza el segundo segmento, en el cual la pendiente comenzara a aumentar considerablemente, hasta alcanzar el punto en donde la relación Rendimiento/Riesgos vuela a equilibrarse (Punto de inflexión: $\mu \bullet \bullet$) y comienza a decrecer en su pendiente (tercer segmento), hasta alcanzar el punto máximo de capital de trabajo en función de un rendimiento expresado en la media μ . Luego de alcanzar el punto máximo (cuarto segmento) la curva se comporta en forma decreciente hasta el segundo punto de inflexión ($\mu + \bullet$). En el quinto segmento, la pendiente negativa tendera a ser máxima, hasta alcanzar el punto ($\mu + 2\bullet$).

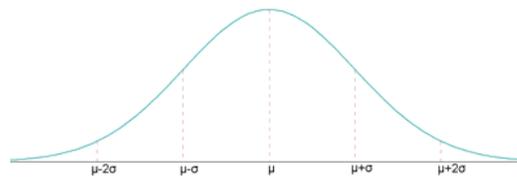


Figura 3 – Curva de Gauss

Podríamos definir que la 4ta variable del análisis (confianza) determinará la densidad de la función, en donde en un mercado y entorno donde el nivel de confianza es alto, las pendientes de la curva serán más bajas y la media μ tenderá a una curva sin picos pronunciados.

Por otra parte, cuando la variable Confianza es baja, la curva se pronunciará con pendientes elevadas y picos elevados en su media μ , decreciendo en forma abrupta al alcanzar un nivel de riesgos que el mercado no está en condiciones de mantener.

5. Capital Político y Confianza.

Para relacionar al capital político con la confianza, tendremos en cuenta distintos parámetros que iremos resaltando a lo largo del desarrollo del análisis, y que resumiremos buscando observar cómo evolucionan entre sí.

5.1. Definiciones preliminares

Vamos a iniciar el presente análisis exponiendo una definición de capital político que nos plantea Solarte [35]:

“El capital político debe entenderse como la capacidad de un territorio para orientar sus procesos sociales, económicos, culturales y ambientales de forma acertada y con la suficiente legitimidad para otorgarles sostenibilidad. Se trata de todos aquellos mecanismos que facilitan, promueven y garantizan derechos, deberes y procesos que fortalecen la democracia. El capital político no es la participación, sino los mecanismos que garantizan dicha participación; tampoco es el nivel de participación, sino las normas o entidades que la promueven. El capital político debe entenderse como el conjunto de instituciones que conforman el escenario jurídico, legal y organizativo de una nación, que garantiza sus derechos y que sostiene la democracia como proyecto político compartido por la sociedad.”

En esta definición de Solarte, podemos ver como el capital político está directamente relacionado con la confianza hacia las instituciones que conforman el escenario organizativo de una nación y que permiten desarrollar actividades económicas, en un ambiente de libertad, en donde el “mercado” regula las actividades que se desarrollan en la nación, pero el estado interviene donde las inversiones fundamentales para el crecimiento nacional en su conjunto son demasiado arriesgadas para los privados., tal como señala la publicación de Gegen Standpunkt [36].

5.2. Dimensiones del capital político.

Continuaremos el análisis sobre el capital político en relación a la confianza, planteando una perspectiva que nos plantean Palma-Alfie sobre las dimensiones políticas [37]: la representación y la participación.

A través de las dos variables que nos muestra esta perspectiva, permite visualizar por un lado la importancia del factor representación, enlazado con la importancia de las instituciones, las cuales son los medios a través de la cual se debe llevar a cabo esa representación del conjunto de la sociedad y de los involucrados en un determinado ambiente. Por otra parte, nos plantea a la participación como una clave fundamental para obtener y retener capital político, profundizando el concepto de que la forma en que se involucra el individuo y el nivel de incertidumbre reinante estarán relacionados en forma inversamente proporcional al nivel de confianza existente.

5.3. Transparencia y Confianza.

En este capítulo trataremos de entender la importancia del concepto de transparencia en el ámbito del capital político y su estrecha relación con el concepto de confianza. •Para iniciar el análisis, comenzaremos definiendo la confianza interpersonal, recurriendo a la definición que nos plantea Cerda [38]:

“La confianza interpersonal es un requisito previo para el desarrollo de una •participación política efectiva, y también es necesario un sentimiento de confianza para el funcionamiento de las reglas del juego democrático. Una sociedad que no confía en sus pares, difícilmente podrá confiar en sus líderes y en las instituciones a las que estos representan”.

A través de este concepto, podemos ver nuevamente como se relacionan el concepto de representación y la importancia de las instituciones con la confianza. •

Ampliando el concepto de transparencia, recurriremos a la definición planteada por la OCDE/CEPAL [39]:

“La transparencia consiste en abrir la información gubernamental al público, para el escrutinio de toda la sociedad. En consecuencia, constituye una práctica democrática colocar la información gubernamental en la vitrina pública, para que las personas puedan revisarla, analizarla y, si lo desean, emplearla como mecanismo de sanción. Promueve la rendición de

cuentas, proporcionando al público información acerca de que es lo que está haciendo el gobierno. Una condición necesaria para asegurar la transparencia de la acción gubernamental es que los distintos actores conozcan el destino de los recursos públicos y los resultados que obtuvo su gestión.”

De acuerdo a lo planteado en el estudio de la CEPAL, podemos ver como es fundamental el manejo de la información gubernamental y publica dentro de la democracia, para que todos los involucrados puedan conocer el destino y uso de los fondos, concepto que está íntimamente relacionado con la confianza y la representación de las instituciones que describimos previamente.

Estudiando el concepto de corrupción, podemos analizar lo que nos plantea la CEPAL, respecto a riesgos asociados y medidas correctivas para controlar la corrupción:

“Se precisan enfoques multidisciplinarios que faciliten el acceso a la información y a la transparencia, fomenten la divulgación de la información, y racionalicen las regulaciones internas, eliminando parcelas de poder y espacios donde puede fructificar la discrecionalidad. Es clave contar con un nivel de transparencia satisfactorio durante todo el ciclo de contratación pública, a fin de minimizar los riesgos de fraude y gestión indebida de fondos públicos.”

Podemos ver que el estudio trata de mostrarnos como se deben aplicar múltiples instrumentos para poder controlar la corrupción, y por ende convivir en un espacio público de transparencia, que nos permita tener confianza, y de esta forma maximizar el capital político.

Finalmente trataremos de cerrar este capítulo con las conclusiones a las que llega el estudio realizado por Cerda, correlacionando las variables de transparencia moral y confianza interpersonal en Europa y América Latina:

“Se correlacionaron las variables transparencia moral y confianza interpersonal de la Unión Europea, Europa del Sur, América Latina, América del Sur y Argentina. El resultado confirma la hipótesis planteada en esta investigación, pues $r=0,93$ (N. del A.: r =coeficiente de correlación), lo cual indica la existencia de una muy fuerte correlación o grado de asociación entre la confianza interpersonal y la transparencia moral existente en la administración pública y el gobierno. Donde existe mayor transparencia moral hay mayor confianza interpersonal.”

La conclusión a la que llega Cerda en su estudio al analizar los resultados que se dan en las distintas regiones, es sumamente importante, ya que demuestra con datos estadísticos como en ámbitos políticos y culturas distintas se mantiene una constante fundamental para el presente estudio, indistintamente se mantiene una tendencia comprobada de que a mayor nivel de transparencia moral, aumenta la confianza interpersonal entre la administración pública y el gobierno. Esta conclusión se podría extender a otras variables que hemos venido mencionando en el presente trabajo, al considerar la corrupción como un parámetro opuesto a la transparencia, podríamos concluir que la corrupción actuara de forma inversamente proporcional a la confianza interpersonal. Por otra parte nos permite justificar una hipótesis que venimos planteando en relación a que el capital político será mayor en función de que la transparencia reinante en el ámbito político sea óptima, y en consecuencia a mayor confianza interpersonal, mayor será el capital político que se perciba.

5.4. Conclusiones.

A través del presente estudio hemos podido analizar como intervienen distintas variables en el análisis de la confianza y su impacto en el capital político.

La primera de las conclusiones a las que podemos arribar, es que la confianza se visualiza en la percepción de los integrantes de la sociedad hacia las instituciones que representan al estado y como estas últimas representan al conjunto de la ciudadanía. Esta percepción intangible se puede observar como un crédito que le otorga la sociedad a sus representantes y este activo intangible lo podremos denominar capital político.

La segunda conclusión está relacionada a la forma en que se construye y mantiene ese capital político y sus dimensiones: representación y participación. Para poder evaluar que el capital político que tiene la conducción de una sociedad es elevado, se debe estar ante una sociedad que se sienta representada por sus líderes. Para poder mantener dicho capital político en el tiempo, es fundamental contar con la participación de un elevado número de los integrantes de la sociedad que se conduce.

Como tercera conclusión, podemos decir que de acuerdo a la transparencia existente en el ámbito político y la forma de gestionar la información pública, el capital político será mayor en función de que la transparencia reinante en el ámbito político sea óptima, y en consecuencia a mayor confianza interpersonal, mayor será el capital político que se perciba.

6. Conclusiones Generales.

El objetivo final luego de describir la relación entre cada capital empresarial y la confianza es el de trazar una "orden de prioridad" o secuencia de los capitales, donde identifiquemos cuál debería proceder a cuál para lograr la supervivencia y eficacia de la compañía. Para ellos acudimos a dos herramientas: el nivel de complejidad del análisis y la cantidad agregada de personas que involucra.

El primer desarrollo es del capital humano porque los conceptos de relación humana, satisfacción, educación, comunicación, etcétera son conocidos fácilmente por cualquier persona, y porque además son características de cada individuo. Luego, lo desarrollado en capital humano y confianza está incluido de alguna u otra manera dentro de los demás capitales. Así podemos ver como el capital político menciona participación y representación, dos características particulares de cada individuo -capital humano-. Pero pese a tratarse de conceptos relacionados con el ser humano, la complejidad de ellos es diferente. Según la clasificación que hizo Maslow [40], la jerarquía de la participación y la representación -jerarquía de nivel estima- es mayor a la satisfacción laboral, la comunicación y otros -jerarquía de nivel pertenencia-. Con esto inferimos el capital humano está presente en el capital político, y de manera profunda, compleja. En el camino intermedio están el capital económico, que estará por debajo del capital financiero por tratar temas más sencillos: "¿qué comprar?", "¿cómo vender?" en lugar de "¿cuál es el valor de mi dinero?", "¿cómo financio esta compra?", preguntas inherentes al capital financiero. Es decir, en términos de complejidad, el orden es: capital humano, capital económico, capital financiero y capital político.

Otra idea es la cantidad de personas que cada capital abarca, el nivel agregado de personas. El capital humano implica el estudio de las características de las personas. Luego, el capital económico refleja cómo se organiza un grupo de personas -una familia, una ciudad, un país-. El capital financiero por su parte, contempla aspectos que escapan al ámbito de una familia, una ciudad o incluso un país: el valor y el flujo del dinero. Finalmente, el capital político llega a un nivel mayor de agregación de personas: el análisis del capital político incluye a todos los actores de una sociedad y los aspectos analizados en los demás capitales empresariales. Con este criterio el orden resulta el siguiente: capital humano, capital económico, capital financiero y capital político. Paralelamente, nuestra conclusión y orden de los capitales corresponde con el cuadro "Tipos de actores y nivel de influencia", de Etesse, Gregorio [41], donde se enumeran actores de una sociedad en orden de complejidad y cantidad de personas, sin intención por parte del autor de hacer una clasificación como la aquí presentada.

En ambos casos el resultado es el mismo. Esto se debe a que la relación complejidad- cantidad de personas es directamente proporcional.

Concluimos que una empresa debería primero focalizar su atención en el desarrollo de su capital humano, luego el económico, luego el financiero y finalmente el político para lograr una eficiente supervivencia en el largo plazo.

7. Referencias

- [1] PUTNAM, Robert, (2001), Social Capital Measurement and Consequences, EEUU.
- [2] COVEY, Stephen; (2006), The Speed of Trust. EEUU.
- [3] <http://www.merriam-webster.com/>
- [4] ATRIA, Raúl; SILES, Marcelo; ARRAIGADA, Irma; ROBISON, Lindon; WHITEFORD, Scott; (2003). Capital Social y Reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Chile.
- [5] HEVIA DE LA JARA, Felipe. (2003). ¿Cómo construir confianza? Hacia una definición de la confianza social. UNAM. México.
- [6] MARSHALL, Alfred; (1890). Principles of Economy. EEUU.
- [7] SMITH, Adam. (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. EEUU.
- [8] Ramirez Corcoles, Yolanda. (2012). Intellectual capital management and reporting in European higher education institutions. Intangible capital journal.
- [9] GIL-LACRUZ, Marta; GIL-LACRUZ, Ana Isabel. (2006). Capital humano y capital social, implicaciones en el crecimiento económico. Ministry of Work and Immigration Magazine, España, Núm. 61.

- [10] GACHE, Fernando; (2012). Señales Económicas y Confianza en los Negocios en las PYMES. Universidad Nacional de Misiones. Argentina.
- [11] <http://www.greatplacetowork.net>
- [12] <http://www.ciadetalentos.jobs>
- [13] http://www.intertechne.com.br/esp/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=207
- [14] http://resources.greatplacetowork.com/news/pdf/presentaci_in_dhl.pdf
- [15] MAYO, Andrew y LANK, Elizabeth. (2000). The Power of Learning. Gestion. EEUU
- [16] Patricia Elgoibar --- Lourdes Munduate --- Francisco J. Medina --- Martin C. Euwema. (2012). Why are Industrial Relations in Spain Competitive? Trust in Management, Union Support and Conflict Behaviour in Worker Representatives, Revista Internacional de Organizaciones.
- [17] BORDIEU, Pierre. (1968). The Forms of Capital. EEUU.
- [18] MACHLUP Fritz. (1962). The Production and Distribution of Knowledge in the United States. EEUU.
- [19] DRUCKER, Peter. (1974). The Post Modern Society. EEUU.
- [20] DEL RIO LANZA, Ana Belén, VÁZQUEZ CASIELLES, Rodolfo, IGLESIAS ARGÜELLES, Víctor. (2002). El valor de marca: perspectivas de análisis y criterios de estimación. Universidad de Oviedo. España.
- [21] GERZEMA, John; LEBAR, Edward. (2008). The Brand Bubble. EEUU.
- [22] SPENNER, Patrick; FREEMAN, Karen. (2012). To Keep Your Customers, Keep It Simple, Harvard Business Review. EEUU.
- [23] DAWAR, Niraj. (1999). Brands as Mental Real Estate. Ivey Business Journal 64.1. EEUU.
- [24] CHERNATONY, Leslie. (2002). The Mental World of Brands: Mind, Memory and Brand Success. International Journal of Market Research 44.4. EEUU.
- [25] SUBIRÁ LOBERA, María Esther. (2010). La importancia de la marca. Marcas de fabricante y marcas "blancas". Universidad de Barcelona. España.
- [26] GUERRA JUÁREZ, Lucía. (2007). Importancia de la banca en la economía de un país, The University of Chicago Law School. EEUU.
- [27] Banco Central de la República Argentina. (2012). Los bancos comerciales: ahorro, crédito y crecimiento. Argentina.
- [28] BUKSTEIN, Gabriela. (2006). Economías locales y Redes Asociativas. Universitat de les Illes Balears. España.
- [29] MAINSAH, E., HEUER, S., KALRA, A. Y ZHANG, Q. (2004). Grameen Bank: Taking Capitalism to the Poor. EEUU.
- [30] HILFERDING, Rudolf. (1973). El capital financiero. Ediciones el Caballito. México.
- [31] MOCHÓN, Francisco; BEKER, Victor. (1997). Economía: Principios y Aplicaciones. Editorial Mc Graw-Hill. España.
- [32] O'DONELL, Guillermo. (2001). El capital financiero y el futuro de la Argentina. Argentina.
- [33] El Capital Financiero (2008), Gegen Standpunkt, Alemania.
- [34] NAVARRO, Vicenç. (2012). ¿Quién define la confianza de los mercados financieros?. Observatorio Mundial de la Crisis. España.
- [35] SOLARTE, Guillermo. (2006). Redes Institucionales y Cooperación Local. Costa Rica.
- [36] The Financial Capital, The 'systemic' relevance of financial business' and the government, Gegen Standpunkt, Alemania.
- [37] PALMA, Esperanza, ALFIE, Miriam. (2006). El problema de la confianza en los partidos en las democracias latinoamericanas. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
- [38] CERDA, Carlos. (2003). Confianza y Transparencia. Argentina.
- [39] OCDE/CEPAL. (2011). Perspectivas Económicas de América Latina 2012.
- [40] MASLOW, Abraham. (1943). A Theory of Human Motivation. EEUU.
- [41] ETESSE, Gregorio. (2005). Cultivemos la confianza. Nicaragua.