

El propósito corporativo como palanca para potenciar una cultura del cuidado y el “florecimiento” humano en las organizaciones.

Teresa García de Santos

Aunque el propósito y el florecimiento humano hunden sus raíces en la teología y filosofía clásica, su introducción en la investigación es sumamente reciente: la mayoría de los artículos de uno y otro comienzan de modo más significativo alrededor de 2015. El interés creciente por ambos conceptos se debe fundamentalmente a la necesidad de dar sentido a uno de los principales ámbitos de las personas, de recuperar la confianza en las empresas y de invertir los alarmantes datos de *burnout* e insatisfacción laboral.

La profundización en los conceptos ha permitido comprender sus distintas aproximaciones -fundamentalmente dos: una más injertada en la filosofía clásica y otra más vinculada a la psicología y *management* contemporáneos-, y la revisión de la literatura ha ofrecido cinco claves desde las que aproximarse al vínculo entre el propósito corporativo y el florecimiento humano: la más novedosa ligada a la centralidad del propósito en las organizaciones; la segunda enfocada en contribuir a los múltiples stakeholders; la tercera enraizada en el liderazgo como palanca; la cuarta y más desarrollada, encuadrada en las teorías sobre identidad e identificación corporativa; y la quinta y más longeva vinculada a la ética de la virtud en las organizaciones.

Finalmente, la revisión de la literatura irá complementada con una profundización teórica en la quinta tradición y especialmente, se ahondará en los escritos del filósofo Alasdair MacIntyre para fundamentar la hipótesis central: la capacidad del propósito para generar y fortalecer relaciones y su correspondiente impacto positivo en el florecimiento de las personas. Asimismo, se procederá a un análisis empírico que valide la hipótesis.