

Poder y valor del compromiso en la arquitectura de la ética organizacional

María Venegas Montané

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda.

E-mail: ailemavenegas@hotmail.com

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo realizar una revisión y reflexión teórica sobre el significado del compromiso establecido entre los miembros de una organización y su representación de poder, desde donde emerge como valor. Los argumentos se plantean a la luz de las teorías sobre la organización como unidad comunicativa y el compromiso como acto de naturaleza psicológica, social y verbal deóntico. Se concluye que el compromiso se genera en la vida relacional de los individuos en las organizaciones, lugar de legitimación de sus acciones y comportamientos; que el lenguaje es el instrumento operativo para significar esos compromisos y que los valores generados en las prácticas sociales representarán el capital ético de las mismas, lo que les permitirá avanzar y preservarse en el tiempo.

Palabras clave: Compromiso, poder, valor, ética organizacional.

Power and Worth of Compromise in the Ethical Organization Architecture

Abstract

The aim of the article is to develop the meaning of the established compromise among the members of an organization, from their representation of power from where it emerges as value. The arguments planned appear under the theory of the organization as communicative units, the compromise as act a psychological, social and deontic verbal nature. As a conclusion, the compromise generates in the relationship, among individuals, in organization where their behaviour and actions are legitimized; that the language is an operative instrument of these compromise establishment and the values that generate in the social experience of the organization will represent their ethical capital, so it will allow them to advance and last in time.

Key words: Compromise, power, worth, ethical organization.

Introducción

Las organizaciones son espacios de articulaciones social y económica sometidas a condiciones tanto internas como externas, las cuales determinan los planteamientos estratégicos, tácticos y operativos que utilizarán para definir sus metas y elegir los medios más idóneos para alcanzarlas. Ivancevich (1997) las considera como sistemas abiertos que enfatizan en la relación íntima entre la estructura social y el medio que las apoya y, con propiedades peculiares que las distinguen de algunos grupos temporales y de otras clases de instituciones. Las personas que ahí laboran trabajan juntas aportando sus capacidades, comportamientos, energía y tiempo, con miras a lograr un objetivo común; elementos básicos que crean la fortaleza humana garante de su funcionamiento y eficiencia.

Según Naím (1999) el sistema de relaciones que constituyen las organizaciones, implica unión entre sus trabajadores por medio del desempeño de roles, así como por la existencia de normas y valores que luego conformarán su identidad y cultura organizacional, única forma efectiva para lograr ventajas competitivas dentro del mundo complejo, incierto y conflictivo que se vive en la actualidad. Mientras que Katz y Kahn (1992) señalan que el vínculo entre ellas y los individuos deriva de la capacidad y voluntad de ambos para proporcionarse beneficios mutuos su-

poniendo provecho recíproco, sin que ninguna de las partes logre mayor prosperidad a costa de la otra. Lo que buscan es alcanzar su equilibrio mediante el liderazgo y el compromiso.

Por otro lado, Echeverría (1998) plantea que las organizaciones deben verse como unidades comunicativas, donde el lenguaje se convierte en herramienta que expande la capacidad de acción de sus miembros, en razón de que él mismo es acción, de que el ser humano vive en el lenguaje, por el lenguaje y deviene constantemente en ese mundo del lenguaje; principio que demuestra claramente el poder que éste le confiere. A partir de los vínculos emocionales, intelectuales, verbales que ligan al trabajador con la organización, Porter (2006) afirma que surge el compromiso, bajo el significado de una misión y visión compartidas, de cumplimiento de deberes y obligaciones con apego a unas normas, de deseo de afiliación y estabilidad; percibido como medio favorecedor de su desarrollo.

La experiencia ética según Guédez (2006), es vista como el esfuerzo del ser humano para seleccionar, jerarquizar y armonizar los valores. Una organización socialmente ética es aquella que inspira todo su desempeño y vocación hacia la idea del bien, por lo tanto, el capital ético organizacional puede considerarse como el resultado de la gestión de los valores que en su conjunto constituirán un modelo de cultura y favorecerán en su práctica, la interac-

ción, la convivencia y la legitimación de reglas institucionales. En consecuencia, se forman los equipos de trabajo para realizar las tareas, se crean los mecanismos de asignación y adjudicación de roles en un ámbito de interdependencia, confianza y responsabilidades compartidas.

En este artículo se desarrolla la concepción del compromiso como un fenómeno complejo de naturaleza psicológica, relacional y verbal, producto de la unión entre voluntad, acción, conocimiento, involucramiento al trabajo, competencia, lealtad y capacidad dialógica de las personas, que revelan una intensa asociación positiva con la motivación individual; puntos focales de la inversión de capital humano. Por ello, Vásquez (2001) la enfoca como ejercicio del poder interpersonal y elemento de ajuste alrededor del cual pueden estar girando todas las condiciones para el rendimiento eficaz de las unidades organizativas.

1. Las Organizaciones: contextos sistémicos de interrelaciones

Una organización no se corresponde con la concepción de un grupo cualquiera, son algunos factores determinados y de diversos órdenes los que establecen su distinción, como: a) su finalidad es conocida por todos los miembros del grupo, b) desarrollan actividades y responsabilidades diferenciadas, c) existe jerarquía de autoridad, d) mantienen relativa permanencia, e) cuentan con un sistema de comunicación y coordinación; mostrando que las personas se reúnen para formar esos colectivos articulados y estables.

Esto, responde según Castell (1997) la concepción de que las sociedades se organizan en torno a procesos humanos estructurados por relaciones de producción, experiencia y poder. La producción, dada por la acción de la humanidad sobre la naturaleza con el fin de apropiársela y transformarla en su beneficio; la experiencia como acción de los sujetos sobre sí mismos, determinada por la interacción de sus identidades biológicas y culturales con su contexto social y natural; y el poder deja ver la relación entre los sujetos que basándose en la producción y la experiencia, impone el deseo de algunos sobre los otros mediante el uso potencial o real de la violencia física o simbólica.

Desde el enfoque sistémico, las organizaciones son consideradas como un entramado interdependiente de estructuras, estrategias, cultura y comportamientos, agrupados en tres dominios: el de las relaciones entre sus integrantes, el de los propósitos que orientan las acciones de las personas, individual o conjuntamente y el de las capacidades existentes, incluyendo sus recursos. Aunque cada

uno de ellos posee su propia lógica de interacción entre elementos y funcionamiento, todos están regidos por procesos generales de la organización. Así, el análisis de las relaciones pueden orientarse hacia tres vías: la individual, por dedicarse a estudiar la contribución que prestan los individuos y el esfuerzo que desarrollan; la interpersonal, para saber cómo interactúan y cómo se distribuye el poder entre las unidades; y la cultural, donde cobra mayor importancia la cultura, las estrategias y los valores.

De Faría (1997) opina que sin que el tamaño sea lo más importante, toda organización tiene una estructura que determina la forma de agrupamiento de las personas y de desarrollo de sus procesos, las relaciones con su entorno, los comportamientos y vínculos apropiados que define su cultura y la imagen que exhibe externamente. También, se encuentra alineada con sus expectativas de competitividad, adoptando diversas herramientas, recursos y capacidades en la realización de las tareas, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes, generar oportunidades de aprendizaje y satisfacción de expectativas del trabajador, ya que, el mismo rinde utilidad cuando hay oportunidad de crecimiento para todos en un juego organizacional de ganar-ganar que conllevará a una inserción más clara de la persona y de la organización en la sociedad.

Para Sánchez (2006) estas expectativas exigen a las organizaciones una cultura de mejoramiento continuo, sistemático, saludable, agregando valor y administrando de manera productiva la energía que ahí se transforma; en concordancia con la puesta en práctica de una gerencia dinámica y situacional que la conduzca a conseguir éxito en el trabajo, ampliar las opciones y percepciones de sus empleados, lograr intercambios de información significativos, con base en una visión común.

Y si se trata del campo gerencial, tal como lo expreso Francés (2006), no debe quedar al margen la incorporación de unas estrategias o acciones para transformar cualitativa y cuantitativamente las situaciones, optando por la formulación de estrategias de carácter amplio o restringido, pero que resulten adecuadas, viables, que faciliten la canalización de los recursos, que puedan anticiparse a los cambios en el entorno, a los posibles movimientos de mercado y a las acciones de sus competidores (Francés, 2006).

2. El aprendizaje social en el ámbito organizacional

Cada persona es una particularidad, unas a otras difieren en cuanto a sus ideas, talentos, actitudes, perceptio-

nes, sin embargo, al ponerse en contacto con nuevas entidades, sus particularidades se entrecruzan en un conjunto de interacciones comunes, generándose un mundo de intersubjetividades, vía fundamental para aprender acerca de los otros, tal como lo afirma Estrada (1995). Su misma naturaleza relacional es un estado emergente de acción, por consiguiente, lo social no es algo sobreañadido ni confrontativo para ella, porque es una dimensión constitutiva de cada una de sus conductas; por lo tanto, el aprendizaje social se da mediante la creación de un conjunto cada vez más amplio de relaciones personales.

A partir de lo expresado, es posible considerar que cualquier ser humano puede ser visto como resultante de un conjunto de determinantes que marcan los márgenes y posibilidades de relación: los que provienen de los individuos según su particular versión y diferenciación de lo social; los que provienen de la realidad material en su doble carácter de conjunto de condiciones y conjunto de herramientas y, los que derivan de los modelos o significados que operan sobre individuos y la realidad material. Se explica de ese modo que cuando las personas interactúan surgen nuevas ideas y nuevos fenómenos, esto según Calonge y Casado (1999).

Cada espacio de socialización se convierte en un espectro de mediación entre la capacidad del individuo para revelar su existir-coexistir, de acuerdo con el dinamismo de los diferentes contextos y de los contenidos de la realidad inherentes a cada sistema. Los individuos que se incorporan a las organizaciones se convierten en actores interactivos de dicho escenario, asumen roles, trabajan junto a otros en torno a un fin común, desarrollan empatías y solidaridades; adquieren las condiciones necesarias para asegurar su participación, por su parte, las organizaciones crean estructuras para dirigirlos y motivarlos. A cada rol le subyace un status o posición que lleva consigo una serie de normas o reglas prescriptivas del comportamiento, no obstante, ambos facilitan sus relaciones poniendo en práctica algunas ideas para regular los comportamientos.

En este complejo ámbito surgen tres grandes categorías de procesos: cognitivos, afectivos, y conductuales (Kozlowski y Bell, 2004 en Sánchez, 2006) que implican la integración de facultades intelectuales y socioemocionales para orientar los tipos de aprendizajes y de compromisos, la atracción hacia el cumplimiento de las tareas y su potencialidad como grupo. Todo lo cual, conduce a afirmar que

la eficacia de cualquier organización depende en gran medida del comportamiento humano.

3. El compromiso desde su dinámica de poder

El poder involucra dos variables fundamentales: decisión y acción (voluntad y capacidad). La primera depende del tipo de poder que se ejerza o se pretenda ejercer y la segunda, de los recursos y formas de utilización. Se localiza en función de dichas variables y tiene dos objetivos básicos: reducir la resistencia y promover la cooperación. Corredor (2007) enfatiza que la resistencia puede ser modificada mediante métodos pasivos o violentos y, la cooperación se gana a través de la negociación.

Según Sánchez (2006) con las fuentes que lo generan, el poder se manifiesta de varias formas, puede ser: a) interpersonal cuando guarda relación con la cantidad de poder social que adquieren los individuos; b) estructural, dependiente de la centralización y el enfrentamiento a la incertidumbre; c) cultural, cuya fuente está en los valores, creencias y suposiciones básicas compartidas en torno a lo que hacen las personas y d) externo, como fuerza que permite diferenciar entre el poder de los miembros y los no miembros de la organización.

La condición necesaria para la existencia de las organizaciones es la interacción de las personas y su estructura indica la forma cómo se agruparán sus integrantes. En ese ambiente, el compromiso se visualiza como **poder**, relacionado con la asociación de individuos en la posibilidad de asegurar su continuación, compartiendo códigos de comportamientos comunes, trabajando en colaboración en función de los objetivos.

4. Naturaleza psicológica del compromiso

La complejidad del compromiso emplaza a analizarlo desde su naturaleza psicológica como mediadora del comportamiento humano. Los fenómenos que surgen cuando las personas interactúan se convierten en construcciones sociales y en la medida en que éstas son compartidas, pasan a ser una especie de trasfondo sociocultural, razón por la cual, el compromiso surge de un vínculo afectivo o intelectual que liga al individuo con la organización en sobreentendida conjunción de “aceptación de los objetivos y orientación de la entidad, intenso deseo de afiliación y acuerdo tácito para rechazar otras vías de inversión” (Davenport, 2006: 45).

Dicho compromiso nace de diferentes formas y cada una con distintas implicaciones para la relación individuo-empresa y en consecuencia para el rendimiento laboral. Según el grado de identificación con la organización, el compromiso puede concretarse en tres modalidades: 1) de actitud, revela una intensa relación positiva con la motivación individual y negativa con el deseo de abandonar la empresa, los trabajadores aportan formas valiosas de desempeño, se concentran de lleno en las actividades, disfrutan pertenecer y trabajar en beneficio de ella. Su significado encierra la connotación: **deseo pertenecer**; 2) programático, deja ver escasa identificación con la organización. El trabajador permanece en ella no en razón de su apego emocional, sino porque generalmente supone altos costes, de optar por otro camino; como colofón, su rendimiento no es el más óptimo. Significa: **me costará si no pertenezco**; 3) por lealtad, el individuo hace lo que considera oportuno y se siente obligado con la organización, estableciéndose una correlación negativa con el rendimiento. Su significado se traduce en: **debo pertenecer** (Davenport, 2006).

Por derivación, cualquier empleado puede experimentar alguno de los tipos de compromiso o todos a la vez; puede querer a la empresa, sentir una obligación con su grupo de trabajo y quedarse porque tiene un sueldo seguro. Desde ese punto de vista, parece obvio que de la forma cómo las personas se involucran con el trabajo, surge cierta relación con el rendimiento. La dedicación y el esfuerzo son los indicadores perfectos para analizar dicha relación e inferir que los trabajadores con una gran dedicación se orientarán hacia la tarea y se concentrarán en desempeñar aquellos aspectos de su trabajo que más les agrada, trabajarán en cualquier área, se preocuparán por obtener buenos resultados y considerarán que todo ello es parte de su propia forma de ser.

En esa estima, los trabajadores de una organización se convierten en capital humano (resultante de la suma de su capacidad, comportamiento, esfuerzo, autorrealización) listo para ser invertido y, el rendimiento aportado por su inversión constituye beneficio para la empresa. Las formas de compromiso tienen implicaciones diferentes para las pautas de inversión y en consecuencia, para el rendimiento.

El compromiso tiene como insumo a las expectativas intercambiadas entre una organización y sus miembros, igualmente a las estrategias para cumplirlas. Cuando una empresa se compromete a atender las necesidades y expectativas de sus miembros, éstos se comprometen en el servicio a la organización en términos de sus objetivos y valores, en otras palabras, las expectativas operan en ambos sentidos.

Factores tales como el sueldo, la mejora del puesto de trabajo y el peso sobre la política empresarial influyen en las percepciones por parte de los individuos del grado en que sus compañías les aprecian y respaldan, pero los incentivos no caen como regalo del cielo pues los empleados portan desde el principio sus expectativas de recompensa.

Las actitudes laborales positivas respecto al empleo como a la empresa son consecuencia del cumplimiento de las expectativas. Las propias experiencias positivas y negativas ejercen un efecto en la actitud del empleado; el trabajador comprometido trabaja en aras de la empresa, recibe una recompensa y luego prosigue actuando en interés de ella. El rendimiento de la inversión aportado por la empresa sería el sueldo entregado y todos los incentivos requeridos para suscitar un incremento de la inversión del trabajador, o evitar su disminución. Un rendimiento intenso aporta la recompensa que a su vez aumenta la satisfacción y la conservación de los vínculos organizacionales, esto según (Lawlwe y Porter, 2004 en Davenport, 2006).

5. Naturaleza lingüística y construcción verbal del compromiso

El lenguaje es una capacidad inherente al ser humano, nace de la interacción, en consecuencia, es un fenómeno social. Es la facultad humana para comunicar, desarrollar el pensamiento, categorizar el mundo, trabajar los sentimientos propios y ajenos, además de coordinar comportamientos. Como instrumento de mediación semiótica, implica un diálogo permanente con la palabra de otros así como influencia mutua, ya que el asunto de la construcción del significado no es cuestión de uno solo sino de dos o más sujetos socialmente organizados. Para Vigotsky (1977) el lenguaje se constituye en un medio de poder, en el sentido de que así como reproduce actitudes y conductas, igualmente puede modificarlas; por tal motivo, los seres humanos son seres lingüísticos.

Según Searle (1994) toda la complejidad del lenguaje puede resumirse en tres actos básicos: 1) las afirmaciones o proposiciones acerca de las observaciones que realiza el hombre (la palabra se adecua al mundo); 2) las declaraciones, no están relacionadas con la capacidad de observación sino con la de poder que puede provenir de la fuerza o de la autoridad (la palabra modifica al mundo, generando uno nuevo) y, 3) las promesas, que implican primero peticiones y después aceptación, permitiendo la coordinación de acciones con otros.

Las organizaciones son unidades comunicativas en cuyo interior se van desarrollando hábitos de comunicación construidos a partir de conversaciones específicas, apoyadas en las capacidades de los seres humanos para efectuar compromisos mutuos mediante acciones lingüísticas. Por ello, según Echeverría (2005) cualquier problema en una empresa puede ser examinado observando su estructura conversacional. Si se observan los límites de las organizaciones, se tiene que:

- Cada unidad está especificada por límites trazados por el lenguaje, a través del poder de alguien para hacer una declaración.
- La estructura organizacional está construida como una red de promesas mutuas; cada persona está ligada a la organización por compromisos específicos y es responsable de cumplirlos.
- Los miembros de una organización desempeñan sus acciones sobre la base de un futuro compartido de inquietudes y metas comunes; generándose de ese modo, condiciones sinérgicas constituidas por un permanente hilado de conversaciones y acuerdos.

Admitiéndose que una de las funciones básicas del lenguaje es apelar al otro para establecer una relación social, se explica cómo se crean los compromisos con el interlocutor mediante el lenguaje (utilización de los signos que denotan un compromiso) ya que, el establecimiento de normas y prescripciones no está restringido al ejercicio del derecho o del poder, sino que encuentra su origen en todo acto comunicativo (acto de habla) orientado al entendimiento, referido por Habermas (2002).

Para Vázquez (2001). Todo acto de habla implica un acto de compromiso y un acto de libertad. Cada vez que se entabla un contacto lingüístico con otros, surge la disyuntiva de continuar o detenerse a deliberar con el otro ya sea para resolver un conflicto o potenciar la acción. Al deliberar se suele valorar las propias acciones y las de los demás, construyéndose discursivamente la legitimidad de las prescripciones establecidas y darle un nuevo rumbo a la acción. El núcleo organizador de la relación entre hablante y oyente es precisamente la validez del acto de habla (sede de la racionalidad, relacionada con la subjetividad).

Los enunciados que prescriben y que valoran algo como correcto o incorrecto son expresiones de **deber ser**, definidos como actos verbales **deónticos**, cuyo significado es: **ligarse o comprometerse**, apelan a la conciencia del deber de cada persona. Consisten en el establecimiento de un permiso o una obligación por parte de una autoridad a

un destinatario y puede ser utilizado en dos vertientes: 1) prescriptiva, para enunciar reglas de acción (ejemplo: tiene permiso para ir a la reunión) y 2) descriptiva, para hablar acerca de las normas (ejemplo: de acuerdo al artículo x de la Constitución, queda prohibido...)

Según Vázquez (2001) los verbos **deber** y **poder** resaltan la relación entre destinatario y la situación prescrita, ejemplo: Jorge **debe** llegar más temprano (la autoridad y la obligación quedan explícitas). Los verbos **obligar** y **permitir** resaltan el punto de vista de la autoridad; ambos dejan ver el grado de involucramiento del hablante y del oyente con respecto a la autoridad y el destinatario. Suelen formar parte de argumentaciones que construyen o reconstruyen la legitimidad de determinadas acciones. Si el interlocutor acepta el compromiso expresado por el hablante, lo hará no por una amenaza o posible sanción, sino por convicción propia, porque conoce las razones y valores que dan legitimidad al establecimiento del compromiso. Pero en caso de no estar de acuerdo, el interlocutor tendrá la posibilidad de establecer la prescripción y de entablar con él una discusión argumental en busca de entendimiento.

Duplá (2008), opina que el compromiso sólo puede entenderse como un acto enteramente personal que no admiten medida ni standarización. Los actos deónticos plantean la demarcación de responsabilidad, competencia, deberes y obligaciones, iniciativa, dedicación; como elementos de cohesión y status del colectivo en contextos corporativos que se suscriben necesariamente a la comunicación como condición indispensable para la convivencia.

6. Ética y valores en las organizaciones

Guédez (2006) plantea que el ser humano es la conjugación de individuo, sujeto y persona. Físicamente es un individuo que responde a necesidades, social y culturalmente es un sujeto que actúa con expectativas y espiritualmente es una persona que tiene capacidad de decidir estableciendo prioridades. Mientras los valores se asocian con sus necesidades, deseos y aspiraciones; los principios se inscriben en la idea de enunciados y convicciones más permanentes que orientan la selección, jerarquización y armonización de los valores.

Bernardo (1993) asume que los valores son importantes para el estudio del comportamiento organizacional porque ayudan a comprender las actitudes; expresión de ellos. Son vistos como cualidades que determinan las reglas o normas de conductas en distintas situaciones, en ese sentido, las personas que ingresan a una organización con

las ideas preconcebidas de **lo que debe o no**, implican valores e interpretaciones de lo bueno y lo malo y también de dependencia moral.

La ética va más allá de las necesidades, expectativas y capacidades porque asoma la responsabilidad de fusionar todas estas posibilidades en el marco de las decisiones y las acciones que se plantean en la realidad. Se relaciona más con los principios que exigen deliberación y decisión, por eso, es ético todo esfuerzo que se haga para convertir estos principios en realidad.

Guédez (2003) afirma que la expresión **deber ser** ofrece una pauta fundamental para la ética de los compromisos, aunque éstos se ubiquen en diferentes niveles: a) de sumisión (impuesto por normas externas), b) de interés (asociado a negocios o ganancias), c) de acuerdo suscrito, d) voluntario. Todos tienen su propia legitimidad y su particular grado de significado ético; el aceptar las normas y reglas sociales, el cumplir un compromiso acordado, el atender el interés de un determinado negocio y el aceptar voluntariamente una disposición a cambio de nada, representan grados y tipos distintos de atender un **deber ser**. Los compromisos se orientan hacia la misión, visión, valores de las organizaciones; los valores son las orientaciones esenciales de los compromisos.

Para Habermas (2002) la ética también convoca al compromiso de la participación, la comunicación y la cooperación ya que, existe una serie de normas y principios éticos que solo pueden realizarse, perfeccionarse y actualizarse en la práctica de la convivencia. Para que la ética se convierta en un valor, el individuo debe aprender a concertar en grupos, consensuar y disentir razonadamente, compartiendo responsabilidades y practicando el respeto mutuo que no solo es precondition del propio lenguaje sino de toda la interrelación; lo que reviste de particular importancia el valor de la comunicación y su funcionalidad en la vida a través de la cual el hombre ha de encontrar su fundamentación moral y ética.

Hoyos (2007) refiere que la persona es intrínsecamente relación, el hombre viviendo en soledad no alcanza a vivir plenamente o lo hace con mayor esfuerzo; de aquí la ética como necesidad para que las personas puedan realizar plenamente su proyecto relacional a través de la liberación como imperativo ético (Moreno, 2005). El diálogo en el corazón del actuar comunicacional es especialmente relevante en el campo de lo social, en el que se va atribuyendo sentido cognitivo, no sólo valorativo y motivacional a la razón práctica para ir afinando la ética y sus criterios de objetividad como proyecto y como tarea intersubjetiva.

Por otro lado, Hortal (2007) expresa que el espacio social en que se desenvuelven las organizaciones con necesidad de compatibilizar o jerarquizar demandas plurales, es necesario que sea introducido el principio de justicia (ética cívica) para arbitrar el ejercicio profesional, la distribución racional y justa de recursos y beneficios, de acuerdo a las necesidades de todos.

La declaración de que los valores son cualidades reales “porque permiten acondicionar el mundo para vivir plenamente en él como personas” (Cortina, 2005: 30) direccionan el discurso hacia el concepto de **añadir y afianzar valor**, que explicita el engarzamiento de creencias y principios de naturaleza ética. Este alcance compartido y múltiple del concepto de valor es esencial para atender las demandas inciertas y complejas de la contemporaneidad, de ahí la importancia que tiene la ética de las relaciones organizadas fundamentada en valores individuales y colectivos que impone una elevada dosis de conciencia social. Para Ferrer (2006) la viabilidad de los valores y la ética en las organizaciones depende de que los individuos aprendan a percibirse a sí mismos y a percibir a los otros (alter) en el marco de las relaciones.

Kliksberg (2001) asume que cuando se habla de capital generalmente se piensa en activos tangibles o contables, pero el propio término remite a otras dimensiones que superan esa restricción, es decir, hablar del caudal que promueve el mejoramiento de los procesos para reportar ganancias. En ese orden, es pertinente destacar el concepto de capital social constituido por los valores de la confianza, la asociatividad, la responsabilidad, la conciencia cívica y los valores éticos como parte fundamental de los activos productivos de una sociedad, que le dan sentido al aprendizaje de la ética en las organizaciones.

7. Consideraciones finales

La organización, su estructura, funciones y diferenciación constituye un complejo mundo sociocultural compartido donde destacan las interrelaciones entre los actores, como producto de la conjunción de su voluntad para decidir, la capacidad para poner en acción esas decisiones y la mediación por actos lingüísticos; lo que queda expresado en el compromiso que establecen unos con otros y con la organización; el mismo que se traduce en apego, amor y responsabilidad en lo que hacen dentro de ella.

La compleja naturaleza del compromiso lo muestra como un fenómeno interesante que nace a la luz de las necesidades y expectativas que tienen los miembros de una

organización, por tanto, se requiere de una dinámica gerencial efectiva con la formulación adecuada de estrategias que garanticen el nacimiento, crecimiento y conservación de esa fuerza interna de un grupo comprometido, lo que a su vez asegurará el desarrollo, productividad y competitividad de la empresa.

Los cimientos permiten que un edificio esté bien sentado y no se caiga. Desde ese planteamiento, la ética como pilar organizacional se construye desde los valores individuales hasta los colectivos, establece los criterios de valoración moral, de libertad y responsabilidad individual ocupándose del deber ser de la acción humana. Con base a ella, los integrantes de la organización toman decisiones que la expresan en la asunción de responsabilidad social, en la satisfacción de necesidades de los miembros, en la continua motivación e incentivación al trabajo con el propósito de fortalecer el capital social que representan.

Es preciso entroncar la ética de la buena intención individual con la ética social corporativa, ya que en definitiva, las acciones humanas se mueven en el ámbito de la acción colectiva. Lo que podría ser el centro de solución de muchos problemas personales, sociales y organizacionales.

Referencias

- BERNARDO, J. (1993). **Ética de los negocios**. Buenos Aires: Macchi
- CALONGE, S. y CASADO, E. (1999). **El enfoque psicosocial de la interacción social comunicativa en educación**. Pedagogía. Caracas: UCV Vol. XX-No 57.
- CASTELLS, M. (1997). **La era de la Información. Economía, sociedad y cultura**. Madrid: Alianza Editorial.
- CORTINA, A. (2005). **El mundo de los valores. Ética mínima y educación**. Bogotá: El Búho.
- CORREDOR, Julio (2007). **La planificación estratégica**. Venezuela: Melvin C.A.
- DAVENPORT, T. (2006). **Capital humano. Creando ventajas competitivas a través de las personas**. Barcelona: Deusto.
- DE FARÍA, F. (1997). **Desarrollo organizacional. Enfoque integral**. México: Limusa.
- DUPLÁ, J. (2008). **Ética y Educación**. En *La Ética y sus contextos*. Caracas: UCAB.
- ECHEVERRÍA, R. (2005). **Ontología del lenguaje**. Buenos Aires: Granica.
- ESTRADA, M. (1995). **Participación política y actores colectivos**. México: Plaza y V.
- FERRER, J. (2006). **Ética y competitividad**. Telos. Revista de Estudios interdisciplinarios. Universidad Dr. Rafael Bellosso Chapín Vol. 1 No 1. Maracaibo.
- FRANCÉS, A. (2006). **Estrategias y planes para la empresa**. México: Prentice Hall.
- GUÉDEZ, V. (1995). **Gerencia, culturas y educación**. Venezuela: Tropykos.
- GUÉDEZ, V. (2003). **Aprender a emprender**. Venezuela: Planeta.
- GUÉDEZ, V. (2006). **Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial**. Venezuela: Artes C.A
- HABERMAS, J. (2002) **Teoría de la acción comunicativa I**. México: Taurus.
- HORTAL, A. (2007). **Ética profesional y Universidad**. Caracas: UCAB.
- HOYOS, G. (2007). **El diálogo: ética discursiva y política deliberativa** en El análisis del diálogo. Caracas: UCV.
- IVANCEVICH, G. (1997). **Organizaciones**. Bogotá: MacGraw Hill.
- KATZ, D. y KAHN, R. (1992). **Psicología social de las organizaciones**. México: Trillas.
- KLIKSBERG, B. (2001). **El Capital Social**. Caracas: Panapo.
- MORENO, A. (2005). **El Aro y la Trama**. Valencia: Universidad de Carabobo.
- NAIM, M. (1999). **Las empresas venezolanas: su gerencia**. Caracas: IESA.
- PORTER, M. (2006). **Estrategia y ventaja competitiva**. Barcelona: Deusto.
- SÁNCHEZ, J. (2006). **Fundamentos de trabajo en equipo para equipos de trabajo**. Madrid: McGrawHill.
- SEARLE, J. (1994). **Actos de habla**. Madrid: Cátedra.
- VÁZQUEZ, M. (2001). **La arquitectura lingüística del compromiso**. México: El Colegio de México.
- VIGOTSKY, L. (1977). **Pensamiento y lenguaje**. Teoría del desarrollo cultural de las funciones psíquicas. Buenos Aires: La Pléyade.