

**RELACIÓN ENTRE CAPITAL PSICOLÓGICO Y CAPITAL ÉTICO
APLICADO A LOS VALORES CORPORATIVOS DE LA
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA**

CARLOS ARTURO OSPINA HERNÁNDEZ

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA
Bogotá, septiembre 2019**

**RELACIÓN ENTRE CAPITAL PSICOLÓGICO Y CAPITAL ÉTICO
APLICADO A LOS VALORES CORPORATIVOS DE LA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE COLOMBIA**

TESIS DE MAESTRÍA

CARLOS ARTURO OSPINA HERNÁNDEZ

Código 460196

LEONOR EMILIA DELGADO ABELLA

Directora

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA
LÍNEA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL Y DEL TRABAJO
Bogotá D.C., septiembre 2019**



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Sin Obras Derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia
Vigilada Mineducación

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROGRAMA MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA

ACTA DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO

En Bogotá a los tres (3) días del mes de septiembre del año 2019, se reunieron los suscritos miembros del Comité de Maestría en Psicología, para evaluar y otorgar la calificación final al trabajo de grado presentado por el estudiante **CARLOS ARTURO OSPINA HERNÁNDEZ** titulado: **"RELACIÓN ENTRE CAPITAL PSICOLÓGICO Y CAPITAL ÉTICO APLICADO A LOS VALORES CORPORATIVOS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA"**.

Una vez revisada el acta del examen de sustentación y de conformidad con los criterios establecidos por la dirección del programa, se ratificó la calificación de los jurados dada en la sustentación pública:

APROBADA CON RECONOCIMIENTO


Dra. IDALY BARRETO GALEANO
Decana


MARÍA MARGARITA ROZA SÁNCHEZ
Coordinadora Maestría en Psicología

“Las opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad de los autores; la Facultad de Psicología de la Universidad Católica de Colombia ha verificado el cumplimiento de las condiciones mínimas de rigor científico y de manejo ético.”

(Artículo 65 Reglamento Interno)

Agradecimientos

A todos los profesores de la Maestría en Psicología de las Organizaciones por sus grandes aportes y compromiso ético y profesional. Igualmente a los asesores y docentes de la Facultad por su cercanía y generoso apoyo.

Dedicatoria

In memoriam Dr. Carlos Vargas Ordoñez, alma y nervio de la comunidad académica de la Universidad Católica de Colombia y de su Facultad de Psicología. Gran educador e intachable amigo.

Tabla de contenido

Resumen 12

Abstract , 14

Antecedentes Teóricos y Empíricos, 15

 Psicología positiva 15

 Psicología organizacional positiva, 22

 Capital Psicológico Positivo, 33

 El enfoque antropológico organizacional es afín con la Universidad Católica de Colombia 75

 El plan de desarrollo 2012-2019 se identifica con los principios institucionales 80

 Valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia 82

Justificación y Problema 98

Objetivos 103

Método 105

 Diseño 105

 Variables 105

 Hipótesis 109

 Participantes 109

 Instrumentos 112

 Procedimiento 115

 Criterios éticos, 117

Resultados 118

Discusión 137

Referencias, 143

Lista de Tablas

Tabla 1. Componentes de la misión de la Universidad Católica de Colombia, *80*

Tabla 2. Clasificación de las virtudes y fortalezas del carácter según Peterson & Seligman, *97*

Tabla 3. Cargos de las familias de cargos, *110*

Tabla 4 Familias de cargo *119*

Tabla 5. Medidas de confiabilidad por escala, *122*

Tabla 6. Criterios de bondad de ajuste al modelo y otros estadígrafos por ítem para la prueba de capital ético, *123*

Tabla 7. Criterios de bondad de ajuste al modelo y otros estadígrafos por ítem de la prueba Engagement, *129*

Tabla 8. Estadísticos de fiabilidad Engagement, *130*

Tabla 9. Matriz de componentes para Engagement *131*

Tabla 10. Estadísticos de fiabilidad capital ético, *131*

Tabla 11. Matriz de componentes para el Capital Ético, *132*

Tabla 12. Matriz de coeficientes de confiabilidad de puntuaciones en los componentes *132*

Tabla 13. Ecuaciones estructurales Variables Latentes y Predictoras, *133*

Tabla 14. Medidas de bondad de ajuste del modelo estructural, *134*

Lista de figuras

Figura 1. Modelo de ecuaciones estructurales propuesto 105

Figura 2. Familia de *cargos* 119

Figura 3. Género administrativos 120

Figura 4. Histograma de edad de los administrativos 120

Figura 5. Histograma antigüedad de los administrativos 121

Figura 6. Modelo de ecuaciones estructurales 134

Lista de Apéndices

- Apéndice A. Instrumento para medir capital psicológico en las organizaciones
Colombianas *160*
- Apéndice B. Plan de Prueba Instrumento Utrecht Work Engagement (WES) *161*
- Apéndice C. Instrumento Utrecht Work Engagement (WES) traducido al español *165*
- Apéndice D. Autorización aplicación WES *166*
- Apéndice E. Plan de prueba instrumento valores corporativos *167*
- Apéndice E. Instrumentos aplicados *200*
- Apéndice F. Guía para calificación de ítems para validar instrumentos *200*

**Relación entre capital psicológico y capital ético aplicado a los valores corporativos
de la Universidad Católica de Colombia**

Universidad Católica de Colombia

Resumen

Se tuvo como objetivo general en la presente investigación, explicar la relación entre el constructo capital psicológico y cada uno de sus componentes con el constructo capital ético, aplicado a los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia enfocados en su plan de desarrollo 2012-2019. Con ese fin se adaptó el cuestionario Cuestionario Utrecht Work Engagement (WES) con un Alpha de 0.902 para evaluar el Engagement; se construyó una escala para medir los valores corporativos cuyo coeficiente Alpha de Cronbach, según el modelo de Rasch fue de 0.969; y se aplicó el Instrumento para medir el Capital Psicológico con un alfa de Cronbach de 0.824, para medir el capital Psicológico. Los tres instrumentos de acuerdo con los índices de confiabilidad evidencian un alto grado de precisión en las medidas. Desde el punto de vista teórico se abordaron cuatro componentes: la psicología positiva, la psicología organizacional positiva, el capital psicológico en cuanto constructo perteneciente a la psicología organizacional positiva, y los valores corporativos o capital ético organizacional, inspirados en la misión de la Universidad Católica de Colombia. Los datos se analizaron descriptivamente y mediante un modelo de ecuaciones estructurales, en una muestra estratificada por variables sociodemográficas de 147 empleados administrativos pertenecientes a cuatro familias de cargos de la Universidad Católica. Los resultados muestran correlaciones positivas significativas entre las variables del

estudio. Además, se encontró que el constructo capital psicológico tiene mayor potencial de explicación que sus cuatro componentes por separado. Se evidenció que el capital psicológico explicaba el 75.3% de la varianza total del Capital Ético Organizacional y 13.32% del *Engagement*. Quedó corroborada la hipótesis de que a mayor capital psicológico correspondía un mayor capital ético. Se evidenció también el constructo capital ético organizacional como nueva variable para la psicología positiva organizacional. Se abre así un nuevo horizonte con relación al aporte que las investigaciones sobre el capital ético organizacional y su relación con el capital psicológico pueden brindar a la psicología organizacional positiva.

Palabras Clave: capital psicológico, capital ético organizacional, engagement, valores corporativos.

Abstract

The general objective of this research was to explain the relationship between the construct of Psychological Capital and each of its components with the construct of Ethical Capital, applied to the corporate values of the Catholic University of Colombia focused on its 2012-2019 development plan. To this purpose, the questionnaire Utrecht Work Engagement Questionnaire (WES) was adapted with an Alpha of 0.902 to evaluate the Engagement. A scale constructed to measure the corporate values whose Cronbach's Alpha coefficient, according to the Rasch model, was 0.969; and the Instrument applied to measure the Psychological Capital with a Cronbach's alpha of 0.824, to measure the Psychological capital. These three, instruments according to the reliability indices, show a high degree of precision in the measurements. From the theoretical point of view, four components, positive psychology, positive organizational psychology, psychological capital, was addressed like a construct belonging to positive organizational psychology, and corporate values or organizational ethical capital, inspired by the mission of the Catholic University of Colombia. The data was descriptively analyzed, and through a model of structural equations, in a sample stratified by sociodemographic variables of 147 administrative employees belonging to four families of positions of the Catholic University. The results showed significant positive correlations between the study variables. In addition, it found that the psychological capital construct has greater potential to explain the behavior of knowledge sharing than its four components separately. The discussion presents numerous research opportunities on this topic for the future. It evidenced that psychological capital explained 75.3% of the total variance of organizational ethical capital and 13.3% of engagement. The hypothesis about a greater psychological capital corresponded to greater ethical capital, was corroborated. The organizational ethical capital construct, also evidenced as a new variable for positive organizational psychology. This opens a new horizon in relation to the contribution that research on organizational ethical capital and its relationship with psychological capital can provide to positive organizational psychology.

Keywords: Psychological capital, ethical organizational capital, engagement, corporate values.

Antecedentes teóricos y empíricos

Este trabajo se ubica en cuatro marcos teóricos: la psicología positiva, la psicología organizacional positiva, el capital psicológico en cuanto constructo perteneciente a la psicología organizacional positiva, y los valores corporativos o capital ético organizacional, conceptos que a su vez están inspirados en la misión de la Universidad Católica de Colombia y destacados en el plan de desarrollo 2012-2019.

Psicología Positiva

Los principales impulsores de este enfoque son Martin Seligman y Mihail Csikszentmihalyi, editores del número especial sobre Psicología Positiva de la Revista *American Psychologist*, 2000 (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000), quienes señalan que el objetivo de la Psicología Positiva es abordar la psicología más desde las cualidades positivas que desde las patologías.

Martín E.P. Seligman es un psicólogo y escritor norteamericano conocido por sus experimentos sobre la indefensión aprendida y su relación con la depresión. Seligman fue director del Departamento de Psicología de la Universidad de Pensilvania, desde 2005, previamente ocupó el cargo de presidente de la American Psychological Association desde 1996. También fue el primer jefe de redacción de *Prevention and Treatment Magazine*, boletín electrónico de la APA. Es autor de varios best-sellers sobre psicología positiva: *The Optimistic Child*, *Learned Optimism*, *Authentic Happiness* y *What You Can Change and What You Can't* (Authentic happiness, 2010).

Según Seligman (2002) existen dos tendencias dentro de la comunidad psicológica. Una, es el modelo terapéutico que consiste en arreglar las cosas rotas, es decir las cosas que psicológicamente están mal en la persona, y la segunda abordar lo que está bien, lo positivo y sus efectos en el bienestar humano. Seligman (2002) cuenta

como diez años atrás, estando de viaje, cuando se presentó a su compañero de vuelo, le dijo que era un psicólogo y se sintió rechazado por él. Pensó que en realidad tenía razón: el trabajo de un psicólogo es indagar lo que realmente no va bien en las personas. Sin embargo, hoy por hoy, percibe que la gente se siente atraída cuando les dice que trabaja en la psicología. Lo atribuye a que el trabajo del psicólogo positivo es conocer lo que realmente está bien en las personas. Esta segunda dimensión de la psicología no la tienen muy clara sus colegas y trata de evidenciarla para que la tengan en cuenta lo más posible.

Seligman (2002) se declara reacio a utilizar la palabra cambio de paradigma, y se resiste a usar las de escuela o movimiento, pero narra su propia experiencia académica de tránsito de la psicología de las patologías a la psicología positiva. Al trazar el crecimiento de este enfoque, destaca que siete años atrás no había cursos en los Estados Unidos de psicología positiva y ahora hay cientos en muchas universidades importantes. Ha logrado en los últimos años una importante inversión para la infraestructura científica de la psicología positiva. Para este momento empezó a enseñar la psicología positiva en el nivel introductorio.

Esos hechos más que anecdóticos indican tres dimensiones importantes en el desarrollo de la psicología positiva: se trata de un enfoque, ha tenido amplia acogida en los círculos académicos, facilita la obtención de recursos para sus campos de investigación.

Vásquez (2006) reitera en la presentación de una de las ediciones de la revista Papeles del Psicólogo, dedicada a la Psicología Positiva, que esa edición es una buena prueba del interés que la Psicología Positiva ha suscitado en medios académicos y profesionales. Recuerda que reconocidas revistas como la American Psychologist,

Journal of Social and Clinical Psychology, Psychological Inquiry, American Behavioral Scientist, School Psychology Quarterly, Ricerche di Psicologia, Review of General Psychology, entre otras, también han dedicado números especiales a este tema.

Sin entrar en discusiones nominalistas sobre la naturaleza de la palabra o sobre un rótulo fundacional, este enfoque propende por poner en evidencia los aspectos positivos y no los negativos del funcionamiento humano. Reconoce y agradece los aportes de la Psicología con métodos de intervención eficaces y eficientes que han dado alivio y solución a muchos problemas psicológicos; pero pareciera no preocuparse por (re)establecer la felicidad en que los padecen y en profundizar sobre su bienestar. Esto se explica, en parte, porque el estudio de lo positivo, en términos generales, ha ocupado menos tiempo que el estudio de lo negativo. Un metanálisis de las publicaciones psicológicas desde 1872, recogidas en PsycINFO, constata que la proporción entre temas negativos y positivos es de 2 a 1 (Rand & Snyder, 2003).

Esa mayor incidencia de lo negativo es uno de los aportes para el giro hacia el enfoque positivo, para superar esa tendencia. Así la Psicología ha comenzado a ocuparse del estudio del bienestar subjetivo y a comprometerse con programas académicos para darle línea a las fortalezas humanas y a los factores que contribuyen a la felicidad de los seres humanos.

El comienzo formal de lo que se denomina Psicología Positiva es comúnmente referido a la conferencia inaugural de Martin Seligman para su periodo presidencial de la American Psychological Association (Seligman, 1999). Allí se la define como el estudio científico de las fortalezas y virtudes humanas, las cuales permiten adoptar una perspectiva más abierta respecto al potencial humano, sus motivaciones y capacidades (Seligman. & Csikszentmihalyi 2000 como se citó en Seligman, 2002).

La psicología positiva no reclama haber inventado las nociones de felicidad y bienestar. Reconoce que unas centurias atrás fueron temas de interés de figuras religiosas y teológicas como Jesús, San Agustín y Tomas de Aquino, entre otros, quienes plantearon profundas preguntas acerca del significado de la vida buena.

Hoy la psicología positiva también enfatiza en una vida con significado y afirma que esto puede ser encontrado en ambos propósitos: espiritual y secular. De este modo, la psicología positiva pone a la psicología de la religión en un lugar central raramente ocupado en la historia de la disciplina (Emons & Paloutzian, 2003).

Dentro de la historia de la psicología reconoce el humanismo con Rogers (1951) y Maslow (1970), las visiones utópicas en educación como las de Neill (1975); programas de prevención primaria basadas en bienestar y programas de promoción, como los pioneros desarrollados por Albee (1982) y Cowen (1994); trabajos por Bandura (1997) y otros sobre agencia y eficacia humana; estudios de superdotados desarrollados por Gardner (1983) y Sternberg (1985), entre otros.

Aunque ese enfoque podría asociarse con el humanismo, o ser etiquetado como un neohumanismo, Seligman y Csikszentmihalyi (2000) se han esforzado por distanciarse de este, basándose en dos argumentos. Primero, que la psicología positiva reconoce lo bueno y lo malo de las personas, como algo genuino; mientras que la mayoría de los humanistas consideran que la persona es inherentemente buena. En segundo lugar, la psicología positiva está íntimamente comprometida con el método científico, mientras que los humanistas, a menudo, son escépticos con la ciencia y su habilidad para estudiar al ser humano.

Acerca del compromiso científico de la Psicología Positiva, Poseck (2006) destaca como los mayores progresos en prevención provienen de la atención que se ha dado a la

construcción sistemática de competencias (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Y como se ha reconocido que existen fortalezas humanas capaces de contrapesar el trastorno mental, contando con suficiente evidencia empírica para afirmar que determinadas características positivas y fortalezas humanas, como el optimismo, la esperanza, la perseverancia o el valor, entre otras, actúan como barreras contra dichos trastornos.

Sin el reconocimiento de las características positivas y fortalezas del ser humano existe un modo reduccionista de concebir a la Psicología como una "ciencia de la victimología" (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Históricamente la psicología se ha fijado en el ser humano como un sujeto pasivo determinado por los estímulos del ambiente. Se ha focalizado en la cura del sufrimiento de los individuos, investigando los trastornos mentales y los efectos negativos de estímulos estresores. Los pacientes son tratados dentro de un marco patogénico donde es crucial la reparación del daño. Pero la psicología no debe mirarse como una ciencia de la salud centrada en la enfermedad-salud mental. En los últimos años se han retomado las inquietudes de la psicología humanista que reclama el estudio de la "parte positiva" de la existencia humana y se ha logrado un sólido soporte empírico y científico a favor de la misma.

En vista de lo anterior la denominación "psicología positiva" de Seligman (2002) ha logrado redireccionar el rumbo de esta disciplina hacía un reconocimiento más edificante de la especie humana.

Según Seligman (2002) el concepto de psicología positiva no es nuevo en la psicología, pues antes de la Segunda Guerra Mundial los objetivos principales de la psicología eran tres: curar los trastornos mentales, hacer las vidas de las personas más productivas y plenas e identificar y desarrollar el talento y la inteligencia de las

personas. Sin embargo, tras la guerra, diferentes eventos y circunstancias llevaron a la psicología a olvidar dos de esos objetivos y a centrarse exclusivamente en el trastorno mental y el sufrimiento humano (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000).

Vale aclarar que en su reconocimiento por lo mejor del ser humano, de su condición perfectible, la psicología positiva adopta el método de la psicología científica, enriqueciendo sus alcances y contenidos sin dejarse contaminar por el pseudoespiritualismo de las tendencias *new age*, lo aclara Poseck (2006).

Seligman (2000) dice que la psicología positiva busca superar la resistente barrera del 65% de éxito que todas las psicoterapias han sido incapaces de superar hasta hoy. Las propuestas de la investigación en psicología positiva vienen a apoyar y complementar las ya existentes. Su investigación teórica genera nuevas posibilidades a la intervención. La relación de variables como el optimismo, el humor o las emociones positivas en los estados físicos de salud son clave en la investigación en psicología positiva. A corto plazo se derivarán resultados empíricos que den forma a una nueva teoría de la psicología.

Poseck (2006) recalca que la psicología positiva no es un movimiento filosófico ni espiritual que pretenda promover el crecimiento espiritual y humano mediante métodos de dudosa procedencia. Ni menos un ejercicio de autoayuda o un método mágico para alcanzar la felicidad. No pretende ser un abrigo para arropar creencias y dogmas de fe, ni siquiera un camino a seguir por nadie. La psicología positiva no debe ser confundida en ningún caso con una corriente dogmática que pretende atraer adeptos ni seguidores, y en ningún caso debe ser entendida fuera de un riguroso contexto profesional.

A modo de conclusión puede afirmarse que la psicología positiva es una rama de la psicología que se ocupa, mediante la investigación científica, de la comprensión de los

procesos que subyacen en las cualidades y emociones positivas del ser humano, largo tiempo ignoradas por la psicología.

Su objeto es aportar nuevos conocimientos acerca de la psique humana no enfocados exclusivamente a resolver problemas de salud mental, sino, ante todo, para alcanzar mejor calidad de vida y bienestar, observando la más rigurosa metodología científica como corresponde a toda ciencia de la salud.

A propósito de la metodología científica de la psicología positiva se dio un debate en Materia, una página web de ciencia, medio ambiente, salud y tecnología, que está online desde julio de 2012 (Materia, 2014), debido a un artículo basado en los estudios de Nick Brown (2014), quien pretendía refutar el valor científico de la psicología positiva criticando un guarismo de la profesora Barbara Fredrickson y las relaciones que hace entre la felicidad y la salud.

Ese artículo fue respondido en la misma red por la profesora Marisa Salanova Soria (2014) presidente de la Asociación Española de Psicología Positiva, quien se ocupó de recordar lo que realmente es dicho enfoque y su verdadero alcance científico. Esta misma autora ante la crítica a la Psicología Positiva en la que se afirmaba como “un aficionado ha desmontado la ciencia de la felicidad” en función de un artículo de la profesora Barbara Fredrickson, los miembros de la Junta Directiva y la presidente de la Sociedad Española de Psicología Positiva (SEPP), respondieron que la “ciencia de la felicidad” mejor llamada Psicología Positiva no se desmonta porque se critiquen uno o dos artículos. La Psicología Positiva posee abundantes líneas de investigación y artículos publicados en las mejores revistas científicas firmados por psicólogos académicos tan rigurosos y respetados, como Ed Diener, Alice Isen o Mihaly Csikszentmihalyi. El fundador Martin Seligman, es uno de los 15 psicólogos más citados en libros de texto de

psicología, fue presidente de la American Psychology Association y desarrolló una de las principales teorías sobre la depresión, además de importantes paradigmas experimentales. Los pilares de la psicología positiva no se “tambalean”, ni mucho menos.

Los dos artículos de la profesora Fredrickson (Salanova, 2014) fueron cuestionados por la aplicación incorrecta de determinadas técnicas de estadística avanzada. No por un fraude o un engaño, sino por un error no intencionado de cálculo o de estrategia matemáticas. Y los errores, en la ciencia, suceden como en cualquier otro ámbito de actuación humana. De hecho, si un error en un artículo “desmontara” un campo científico entero, no quedaría ningún campo científico en pie.

La propuesta de Fredrickson sobre el papel de las emociones positivas en la adaptación y el desarrollo óptimo del ser humano es corroborada en numerosos artículos científicos. Si dos de esos artículos presentan problemas, el hecho no afecta la solidez del planteamiento de fondo acerca de la importancia de las emociones positivas en el funcionamiento humano (Salanova, 2014).

Psicología Organizacional Positiva

Según Salanova, Martínez & Llorens (2005) y Palaci Decals (2004), desde la Psicología Positiva se pueden comprender las bases científicas de la Psicología Organizacional Positiva, su objeto de estudio y sus perspectivas, clasificar las principales características de las personas 'positivas' como miembros de la organización y comprender qué son las organizaciones positivas, entendidas como organizaciones saludables y que aprenden. En este aparte se cita en extenso a estas autoras por la importancia del contenido de sus aportes específicos para esta nomenclatura.

La Psicología del Trabajo y de las Organizaciones también se ha centrado en aspectos patológicos de la organización como el conflicto, el ausentismo, el estrés laboral; sin desconocer estos problemas, la propuesta desde la Psicología organizacional positiva es centrarse en los recursos laborales y su potencial motivador.

Salanova & Schaufeli (2009) señalan como en este mundo cambiante las organizaciones requieren de empleados motivados y psicológicamente 'sanos', proactivos, con iniciativa personal, colaboradores, responsables con el desarrollo de carrera, y comprometidos con la excelencia. Para lograrlo debe superarse el estilo tradicional: empleados satisfechos, cero estreses laborales, y con bajos índices de absentismo. La Psicología Organizacional Positiva (POP) puede responder a ese cometido.

No se trata de sustituir la Psicología convencional con la Positiva, sino más bien de enriquecerla con un nuevo enfoque, un nuevo paradigma viable y necesario hoy día (Snyder & Lopez, 2002). La propuesta de la Psicología Organizacional Positiva se orienta a conocer lo que caracteriza la vida positiva y como cultivarla en el trabajo, en el orden social y de las organizaciones.

En el ámbito de la Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, Salanova & Schaufeli (2009) consideran que contribuye a dar una respuesta a los cambios de estos tiempos que se dan aceleradamente tanto en la sociedad como en las organizaciones. En el ámbito organizacional esos cambios afectan el puesto de trabajo y repercuten en los frentes de seguridad, salud y bienestar de las personas. Una respuesta inadecuada a los mismos genera organizaciones 'enfermas' con trabajadores con problemas de salud psicológica, que son carentes de efectividad y adaptación.

La Psicología Organizacional Positiva descubre nuevos horizontes en las organizaciones: gestión de emociones positivas (la felicidad, el disfrute intrínseco, el placer), formas efectivas de afrontamiento, resiliencia, autenticidad en las relaciones sociales en el trabajo, flow (experiencias extremadamente disfrutadas), esperanza, autoeficacia y autodeterminación, conducta cívica en las organizaciones, y engagement (Salanova & Schaufeli, 2009).

Lo anterior demanda una clasificación de las principales fortalezas y virtudes cívicas de las personas (Snyder & Lopez, 2002). Medir las fortalezas humanas implica comprenderlas y potenciarlas. El ejercicio de clasificación tiene importancia científica para la comprensión (investigación) y la aplicación (ejercicio profesional). Snyder y Lopez (2002) aseveran que el *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders DSM; American Psychiatric Association* (2000) es un sistema de clasificación de los trastornos mentales y no tiene en cuenta las fortalezas y las virtudes, es decir, los horizontes sanos de la mente.

Con anterioridad Gillham & Seligman (1999) para responder a la pregunta: ¿qué es la 'buena' vida? organizaron grupos de expertos que han elaborado taxonomías de la Psicología Positiva. Se destacan 17 características de la vida positiva: amor e intimidad, auto-regulación de la conducta, ayuda a otros/altruismo, bienestar subjetivo, conocimiento y comprensión de áreas de la vida 'fuera' de uno mismo, coraje, creatividad / originalidad, espiritualidad, gusto estético, individualidad, integridad / ética, juego, liderazgo, mentalidad de futuro, sabiduría, ser un buen ciudadano, y trabajo satisfactorio.

Luthans (2002a, 2002b) recomienda la investigación en el campo que él mismo denominó *Positive Organizational Behavior* (POB) (2003) referente al estudio y

aplicación de recursos y competencias humanas, que pueden ser medidas, desarrolladas y gestionadas con el objetivo de mejorar el desempeño en las organizaciones.

Salanova (2014) va más allá y define la Psicología Organizacional Positiva como el estudio científico del funcionamiento óptimo de las personas y de los grupos en las organizaciones, así como su gestión efectiva. El objetivo de la POP es pues describir, explicar y predecir el funcionamiento óptimo en estos contextos, así como optimizar y potenciar la calidad de vida laboral y organizacional. El punto de mira de la POP está en descubrir las características de la «buena vida organizacional» o mejor dicho la vida organizacional positiva (Salanova & Schaufeli, 2009).

Con el fin de lograrlo la POP debe prestar atención a los niveles individual, interindividual, grupal, organizacional y social, para detectar sus condiciones positivas. La POP debe aplicarse a la motivación intrínseca y la 'vinculación' organizacional o engagement, el papel de las creencias positivas en las competencias, la buena relación entre el binomio trabajo-familia, el fundamento del desarrollo de la satisfacción y la felicidad en el trabajo, cómo las organizaciones contribuyen al crecimiento y el bienestar psicológico de las personas y sus grupos de trabajo, entre otros objetivos. La vida organizacional positiva demanda respuesta a dos preguntas clave: ¿Qué caracteriza a los empleados 'positivos'? y ¿Cómo son las organizaciones 'positivas'? (Salanova & Schaufeli, 2009).

Un aporte a esas respuestas es hacer un perfil de personas y grupos de trabajo, 'positivos', que se refiera a las personas con un funcionamiento individual y colectivo óptimo en las organizaciones. La misma definición de trabajos y organizaciones positivas se vincula a lo que caracteriza los buenos trabajos y las mejores organizaciones para hacerlos (Salanova & Schaufeli, 2009).

Las personas positivas se conocen mediante las fortalezas, virtudes y aspectos positivos que generan su desempeño óptimo. Ser positivo no significa ser una «súper persona». Es procurar experimentar satisfacción, bienestar y gozo en el ejercicio de las labores, sentir placer con lo cotidiano.

Cabe preguntarse cuáles son las características, capacidades o fortalezas de las personas positivas y si son adquiribles o si es posible llegar a serlo. Más que pensar en rasgos de personalidad, estados menos estables y transitorios, predisposiciones, estilos de conducta, habilidades o aprendizajes, conviene examinar los conceptos que la investigación considera positivos en la persona y que repercuten en el mundo del trabajo y las organizaciones.

Para ese efecto se describirán más adelante las capacidades inherentes al capital psicológico que son estables y permanentes sin dejar de ser susceptibles de adquirirse y aprenderse como la investigación lo ha demostrado.

Los recursos laborales juegan un papel central en la psicología organizacional positiva. Comprenden elementos físicos, psicológicos, sociales y organizacionales de los mismos. Esos recursos son funcionales porque permiten alcanzar cometidos laborales, darle una mayor eficacia al puesto, garantizar la salud física y mental, facilitan el crecimiento del talento humano a nivel personal, de aprendizaje y desarrollo, según el modelo demandas-recursos.(Demerouti, Bakker, Nachreiner & Schaufeli, 2001). Los puestos de trabajo son saludables cuando disponen de los recursos laborales adecuados y son la raíz de las organizaciones positivas.

Los recursos laborales cuentan con una gran fuerza motivadora (Bakker, Demerouti, & Schaufeli, 2003). La Teoría de la Conservación de Recursos (COR) de (Hobfoll & Shirom, 2000) así lo evidencia, pues deja claro como generan creación,

mantenimiento y acumulación. Las personas retienen, protegen y construyen recursos y tienen temor de perderlos.

Se han definido los recursos laborales como objetos, características personales, condiciones o energías valoradas por los individuos o que sirven para conseguir dichos objetos, características personales o energías que el trabajador valora. La presencia de recursos origina espirales positivas o espirales de ganancias de recursos (Hobfoll & Shirom, 2000) como lo corroboran otros estudios (Llorens, Bakker, Schaufeli, & Salanova, 2006; Salanova, Bresó, & Schaufeli, 2004 como se citó en Salanova & Schaufeli, 2009). La ganancia de recursos facilita la creación de otros, la conservación de los que se estiman, la mayor motivación para crearlos, y bienestar de los trabajadores (Hobfoll & Shirom, 2000). Las personas que obtienen recursos tienden a incrementarlos y generan espirales positivas.

En la generación de organizaciones positivas sobresalen los siguientes recursos: autonomía en el puesto, oportunidad para el uso de habilidades, demandas laborales realistas, claridad de las tareas y del rol laboral, las oportunidades que ofrece el trabajo para el contacto social, la variedad de las tareas, la existencia de información y feedback sobre el trabajo, un salario percibido como 'justo', la seguridad física en el trabajo, que el trabajo sea valorado socialmente, y el apoyo del supervisor (Salanova & Schaufeli, 2009).

De acuerdo con el modelo de bienestar psicológico de Warr (1996) esos recursos son las vitaminas. El modelo hace una analogía entre la relación que existe entre las vitaminas y la salud física y los recursos y la salud mental.

Autonomía en el puesto, oportunidad para el uso de habilidades, variedad de tareas, demandas laborales realistas, claridad y oportunidad de contacto interpersonal

son análogas al efecto de las vitaminas A y D. Su exceso o su defecto afectan por igual la salud.

Un salario justo, seguridad laboral y posición social valorada son análogas a las vitaminas C y E en la salud, pues la conservan sin que un eventual exceso la ponga en riesgo.

Una organización saludable contará en consecuencia con las siguientes condiciones:

Autonomía o control en el puesto

La autonomía o control en el puesto de trabajo es un recurso clave referido en la mayoría de los modelos de estrés (Hackman & Oldham, 1980; Karasek, 1979 y Warr, 1996 citados por Salanova & Schaufeli, 2009).). De ese recurso se derivan: autonomía, discreción, influencia, poder, participación en la toma de decisiones y margen de decisión (Peiró & Schaufeli, 2002; Warr, 1996). Investigaciones más recientes distinguen: control de tiempos y control de métodos. El primero se relaciona con la decisión de cuándo realizar determinada tarea. La segunda trata de la capacidad de decidir el método para la tarea, cómo hacerlo (Jackson, Wall, Martín & Davis, 1993 citados por Salanova & Schaufeli, 2009).) Altas demandas laborales y altos niveles de control en el puesto generan puestos activos que facilitan el aprendizaje y la motivación (Karasek, 1979 citado por Salanova & Schaufeli, 2009).

Oportunidad para el uso de habilidades.

La oportunidad del puesto para la utilización y el desarrollo de las propias habilidades, la utilización de habilidades valoradas y habilidades requeridas. Las habilidades son la capacidad cognitiva indispensable para el desempeño laboral y altos niveles de autoestima, junto con mejores indicadores de bienestar psicosocial (Peiró & Schaufeli, 2002).

Variedad.

Se refiere a la novedad y al cambio en un determinado entorno o ambiente. Se distinguen dos tipos: intrínseca y extrínseca. La variedad intrínseca cuando requiere diferentes actividades para ejecutar el trabajo demandando diferentes habilidades (Hackman & Oldham, 1980 y Warr, 1996). La variedad extrínseca se refiere a aspectos del entorno como la música ambiental, cambios en la iluminación, oportunidad de mirar al exterior (Peiró & Schaufeli, 2002).

Demandas laborales realistas.

Son recursos positivos y necesarios que dan origen a puestos activos y motivadores del desarrollo humano (Karasek, 1979 citado por Salanova & Schaufeli, 2009). Las demandas de trabajo en las tareas, atencionales, cuantitativas y cualitativas, responsabilidad de rol, son positivas si se cuenta con los recursos para realizarlas (Warr, 1996). En contraposición su ausencia puede generar estrés y ser perjudicial para la organización (Peiró & Schaufeli, 2002).

Claridad de tareas y rol laboral.

Claridad de rol de desempeño y tareas, de información y expectativas (Peiró & Schaufeli, 2002). Implica información sobre las consecuencias de la conducta y retroalimentación de la tarea, cero ambigüedades sobre el futuro del trabajo, nada de inseguridad en el trabajo, información sobre la conducta requerida y clara definición de rol.

Oportunidades para el contacto social.

El apoyo social es probablemente uno de los recursos más estudiados en la investigación (Kahn & Byosiere, 1992). Se define como una relación interpersonal positiva con personas que se consideran importantes o significativas en el trabajo, como

por ejemplo el supervisor o los propios compañeros. Se manifiesta como apoyo emocional, por ejemplo, empatía, estima, confianza, o instrumental como cuando surge un problema (Jones & Fletcher, 1996 como se citó en Salanova & Schaufeli, 2009).

Retroalimentación sobre el trabajo realizado.

Es un recurso organizacional clave Hackman & Oldham (1980) y Demerouti, et al (2001) que genera consecuencias positivas como incremento en las creencias de eficacia, bienestar psicológico, satisfacción y mejoras en la productividad (Schaufeli & Enzmann, 1998 como se citó en Salanova & Schaufeli, 2009). La retroalimentación proporciona información clara y directa sobre la eficacia en el desempeño (Hackman & Oldham, 1980) de trabajo.

Saludables y abiertas al aprendizaje.

Las organizaciones pueden convertirse en inteligentes, innovadoras, vivas, imaginativas y adaptativas a los cambios futuros. En este sentido, las organizaciones sanas dependen de cuatro dimensiones: factores ambientales, salud física, salud mental y salud social (Cooper & Cartwright, 1994; Stephen, 1994). Bennet, Cook & Pelletier (2002 como se citó en Salanova & Schaufeli, 2009) han descrito las han descrito teniendo en cuenta las diversas dimensiones del bienestar psicológico de sus empleados (bienestar físico, social, emocional, etc.); los diversos niveles de salud individual, grupal y de la organización; hacen seguimiento continuo de la salud (*Health monitoring*); realizan programas y políticas que mejoren el bienestar de sus empleados; velan por la congruencia entre la organización y su ambiente externo, y entre los componentes internos de la organización (por ejemplo, comunicación interna); y tienen conciencia de las implicaciones de gozar de niveles óptimos de salud (por ejemplo, servicio al cliente).

Las organizaciones sanas satisfacen necesidades de los empleados en sus dimensiones más humanas como el afecto, el reconocimiento, la estima, la pertenencia. Se pueden definir como aquellas que ven con claridad su fin primordial y logran entender y encausar las emociones que la desvían incrementando como veremos en adelante su capital psicológico positivo y sus valores corporativos que le van a permitir ordenarse a ese fin (Salanova, Martínez, et al, 2005).

Teniendo en cuenta otro factor las organizaciones que aprenden (*Learning organizations*), van adquiriendo sus propias competencias, aprendiendo de sus propias experiencias (Mintzberg, Ahlstrand & Lampel, 1998 como se citan en Salanova & Schaufeli, 2009). Van creando su propio estilo de aprendizaje difícil de copiar por la competencia y garante de su supervivencia en el mercado.

Las organizaciones sanas y que aprenden crean las condiciones para que quienes están vinculados a ellas den lo mejor de sí (Geus, 1997 como se citó en Salanova & Schaufeli, 2009) saben gestionar a largo plazo el conocimiento y el desarrollo humano, están preparadas para los cambios y la creatividad frente a los mismos (Argyris, 1993 & Senge, 1990 como se cita en Salanova & Schaufeli, 2009). Así lo corrobora Esperra (1999 como se citó en Salanova, Martínez, et al., 2005):

Las empresas inteligentes están pensadas y organizadas de forma que no dejan escapar los conocimientos ni las experiencias, todo se aprovecha. Las empresas inteligentes son las que saben reír, soñar, expresar conocimientos, apasionarse, comprometerse en el trabajo cotidiano y gestionar bien su capital intelectual. Y no olvidar que cada persona es un potencial de conocimiento y aprendizaje. (p.368).

Desde el punto de vista empírico, el *Great Place to Work Institute* (2018) es un instituto europeo que ofrece servicios y herramientas para las organizaciones, con una

experiencia de más de 27 años definen las características de las mejores empresas. Consideran que un buen lugar para trabajar es aquel en el que los empleados «confían en la gente con la que trabajan, confían en lo que hacen y disfrutan de las personas que trabajan con ellos». Las características serían buenas relaciones entre empleados y dirección, entre empleados y sus puestos/compañía, y entre empleados y otros compañeros.

El Instituto presenta cada año una lista de las mejores empresas para trabajar en 24 países del mundo. Allí figuran empresas en las que mejor se trabaja, reconocidas por generar un ambiente de trabajo saludable y de alta-calidad. Entre las empresas que ofrecen los mejores entornos de trabajo en Colombia se destacan entre otras: ACH Colombia S.A., Equión Energía Limited, Mercado Libre, Horus Seguridad, Uber Colombia SAS, SAP Colombia, Fondo Nacional de Garantías, entre otras (Great Place to Work Institute, 2018).

Precisamente sobre el trabajo saludable y de alta calidad en Colombia Alejandro Sanín Posada y Marisa Salanova Soria (2014) publicaron el estudio Satisfacción laboral: el camino entre el crecimiento psicológico y el desempeño laboral en empresas colombianas industriales. y de servicios.

Allí se analiza cómo la satisfacción laboral media las relaciones entre el crecimiento psicológico (apertura al cambio, manejo del fracaso y flexibilidad) y el desempeño laboral (extrarrol, intrarrol y cumplimiento de normas), evaluado este último por los jefes. Participaron 731 empleados y sus correspondientes jefes de cinco empresas colombianas de los sectores: industrial y de servicios. Los resultados obtenidos mediante Ecuaciones Estructurales según Sanín y Salanova (2014) muestran que la satisfacción laboral medía parcialmente la relación entre apertura al cambio y desempeño extra-rol.

Se encontró además que la flexibilidad y la apertura al cambio se asocian positiva y directamente con la satisfacción laboral general y que esta, a su vez, predice el desempeño extra-rol y el cumplimiento de normas, evaluados por el jefe.

Capital Psicológico Positivo

De la Psicología Organizacional Positiva se deriva el constructo *Capital Psicológico*, referente al desarrollo psicológico positivo del ser humano por la vía de la autoeficacia, del optimismo, de la esperanza, y de la resiliencia (Youssef & Luthans, 2007).

Desde la perspectiva de Luthans, Youssef, & Avolio (2007b), es un estado de desarrollo psicológico positivo que consiste en un constructo de segundo orden compuesto por auto-eficacia, esperanza, optimismo y resiliencia. Para los efectos de este trabajo se postula y evalúa el *engagement* como nuevo elemento del constructo.

El término capital psicológico es una reciente ampliación de la noción económica de capital, que se refiere tanto a los bienes duraderos que sirven como factores de producción, como, por ejemplo, la tierra o la mano de obra, como a los bienes no tangibles, como la gestión o la organización del trabajo (Luthans & Youssef, 2004). Como señalan Luthans y Youssef (2004), la idea de un capital no tangible llevó a variaciones del término como el capital humano y capital social. Estos autores engloban dentro del capital humano los conocimientos, habilidades y competencias derivadas de la educación y de la experiencia, e incluyen dentro del capital social las relaciones interpersonales, inter-grupales e inter-organizacionales (Azanza, 2014).

El capital psicológico es un constructo originado en la investigación empírica dentro del POP, identificado como un factor nuclear (*core factor*) de segundo orden (Avey, Patera & West, 2006). Sus elementos teóricos provienen de la psicología clínica y fueron

transpuestos a la POP por (Luthans, Youssef & Avolio, 2007), entre otros; Luthans, Avolio, Walumbwa & Li, 2005 y Luthans & Avolio, 2003 como se citan en Delgado-Abella, (2011).

Los cuatro componentes del constructo, y el constructo mismo, son capacidades psicológicas *tipo estado*, susceptibles de desarrollo y entrenamiento, diferentes a las situacionales de corta duración como emociones y estados de ánimo (Avey, et al., 2006).

Existen investigaciones que han estudiado diferentes poblaciones sobre las relaciones entre capital psicológico con variables de resultado organizacional, tales como impacto financiero y retorno de la inversión (Luthans, Avolio, Avey, Norman & Combs, 2006). Este estudio consistió en cuatro muestras heterogéneas. Estas muestras incluyeron dos muestras separadas de estudiantes de administración (N = 167, N = 404), así como de los empleados de tiempo completo de organizaciones de fabricación de alta tecnología de fabricación (N = 115) y servicios (N = 144). Los participantes completaron un formulario o una copia en línea de una encuesta de evaluación diseñada para determinar las relaciones entre capital psicológico (PsyCap) y otras variables de estudio. Procedimientos y controles estadísticos se llevaron a cabo para ayudar a apoyar y validar los resultados. Los procedimientos utilizados en este estudio fueron destinados a apoyar la fiabilidad y la validez de la propuesta PsyCap de medir y evaluar la relación entre PsyCap y el rendimiento y la satisfacción laboral.

Los resultados indicaron que PsyCap puede ser medido de forma fiable y válida, facilita el desarrollo del uso relativamente corto de dos horas de micro-intervenciones; y que tuvieron un impacto positivo sobre el rendimiento y la satisfacción. El análisis de la utilidad de estos resultados indica un retorno sustancial sobre el desarrollo (ROD) que se puede obtener de la inversión y al desarrollo de PsyCap.

El uso de fórmulas de utilidad del análisis que contienen los resultados de los gerentes de ingeniería y los costos de su intervención PsyCap en la formación, el retorno de la inversión en este ejemplo, se calculó en 270 por ciento (Luthans, Avolio, Avey, Norman, et al, 2006).

Otro estudio que apoya la relación entre el capital psicológico positivo y otras variables psicosociales es el de Rego, et al. (2012) (como se cita en Azanza, 2014), que utilizó una muestra de 201 empleados de 33 organizaciones de Portugal para investigar la relación entre el capital psicológico positivo de los empleados y su creatividad, así como el liderazgo auténtico de sus supervisores, hallando que el liderazgo auténtico predecía la creatividad de los empleados directamente y a través de la mediación del capital psicológico positivo de los mismos (Azanza, 2014).

Siguiendo adelante con el constructo capital psicológico, cada uno de sus cuatro componentes cuentan con la teoría y la investigación necesarias para contribuir al desarrollo de una base teórica de un capital psicológico integrado. Por ejemplo, Snyder, Irving & Anderson (1991) definen la esperanza como "motivación positiva que se basa en una forma interactiva cuyos derivados son: una sensación de éxito, una agencia dirigida a metas de energía y vías (planificación para alcanzar los objetivos)" (p. 287). De esta manera, como constructo psicológico, la esperanza consta de tres fundamentos conceptuales principales: agencia, caminos y metas (Youssef & Luthans, 2007). ~~Este trabajo se citará en extenso por su importancia en este aparte.~~

El componente de la agencia de la esperanza puede ser considerado como tener la voluntad para llevar a cabo la intención o el efecto deseado (Snyder & López, 2002; Snyder, Sympson, Ybasco, Borders & Babyak. 1996).

Por lo tanto, la esperanza consiste en la agencia o la motivación de la energía para lograr un objetivo, que, como la eficacia, es un estado. Además, la esperanza también involucra las vías que incluyen no sólo la identificación de objetivos y sub-objetivos, pero también formas alternativas para alcanzar esas metas. Aquellos altos en la esperanza de utilizar la planificación de contingencia, ya que pronostica los obstáculos en la consecución de los objetivos o subjetivos y proactivamente identifica múltiples vías para alcanzar el objetivo específico (Snyder, 2000 como se cita en Youssef & Luthans, 2007). En otras palabras, la esperanza constituye la voluntad de triunfar y la capacidad de identificar, aclarar y proseguir el camino hacia el éxito.

La determinación de la validez de constructo de la esperanza es fundamental para su aplicación en combinación con otras dimensiones del capital psicológico positivo, conceptualmente convergentes, como también diferentes Snyder & López (2002) para un análisis detallado y ha sido empíricamente demostrada su validez discriminante en relación con la construcción de similares positivos (Bryant & Veroff, 2006; Cariño & Rhodes, 2002; Magaletta & Oliver, 1999 como se cita en Youssef & Luthans, 2007)

Aunque la esperanza cuenta con reconocimiento aparentemente considerable y un atractivo intuitivo, se ha investigado su relación con actividades académicas, deportivas, y los resultados de salud Snyder & López (2002); pero hasta la fecha muy pocos estudios han explorado su impacto en el lugar de trabajo. Por ejemplo, Adams et al. (2002) como se citan en Youssef & Luthans (2007), en una encuesta revelaron que las organizaciones con quienes informaron niveles más altos de esperanza tendían a ser más exitosos que aquellos con niveles más bajos.

Peterson & Luthans (2003) encontraron a nivel de gerentes de las tiendas de comida rápida la relación entre la esperanza y el desempeño financiero de su unidad,

retención de empleados y satisfacción en el trabajo. Luthans, et. al. (2005) encontró que el nivel de esperanza de los trabajadores de las fábricas chinas está relacionado con el control de su actuación y los méritos en aumento de sueldos.

Además de estas conclusiones iniciales sobre las relaciones con el rendimiento, también hay algunas pruebas de que la esperanza puede estar relacionada con actitudes de trabajo deseable. Larson & Luthans (2006) como se citan en Youssef & Luthans (2007) han encontrado que los niveles de esperanza de los trabajadores de producción en una fábrica pequeña del medio oeste fueron relacionados con su satisfacción en el trabajo y su compromiso organizacional. En una amplia representación de la muestra de empleados de la sección, la esperanza se relacionó de manera convincente con la organización compromiso, el trabajo y la felicidad (Youssef & Luthans, 2007).

En la psicología positiva, la resiliencia se caracteriza por el afrontamiento y adaptación frente a la adversidad o riesgo significativo (Masten, 2001; Masten & Reed, 2002 como se cita en Youssef & Luthans, 2007). Aplicado a los lugares de trabajo, la capacidad de recuperación se define como la capacidad psicológica para recuperarse de la adversidad, la inseguridad, los conflictos, el fracaso, o incluso un cambio positivo, el progreso y el aumento de estudios de responsabilidad (Luthans, 2002a).

La teoría indica que los individuos resilientes pueden "recuperarse" de las experiencias estresantes de forma rápida y eficaz. Pocos estudios, sin embargo, han proporcionado evidencia empírica de esta teoría. La ampliación y construcción de la teoría de las emociones positivas (Fredrickson, 1998, 2001) se utiliza como un marco para la comprensión de la capacidad de recuperación psicológica. Tugade & Fredrickson (2004) utilizaron un enfoque multimétodo en 3 estudios que predicen la resistencia de la

gente que usa las emociones positivas para recuperarse de los encuentros estresantes y encontrar un sentido positivo.

De acuerdo con Tugade & Fredrickson (2004), el análisis de medición reveló que la experiencia de emociones positivas ha contribuido, en parte, a las habilidades de los participantes para lograr la regulación emocional eficaz, demostrada por la aceleración cardiovascular y la recuperación de la excitación emocional negativa (Estudios 1 y 2) y mediante la búsqueda de significado positivo en circunstancias negativas (Estudio 3). Hay personas que parecen "rebotar" de eventos negativos con bastante eficacia, mientras que otros están atrapados en una rutina y al parecer no pueden salir de sus rachas negativas.

Ser capaz de seguir adelante a pesar de los factores de estrés negativo no demuestra suerte por parte de las personas de éxito, pero se observa un concepto que se conoce como resiliencia. La resiliencia a ciertos eventos se ha comparado a la elasticidad en los metales (Lazarus, 1993). Por ejemplo, el hierro fundido es duro, frágil y se rompe fácilmente (no resiliente), mientras que el hierro forjado es suave, maleable, y se dobla sin romperse (resiliente). Esta metáfora puede ser trasladada a la resiliencia psicológica, lo que supone una resiliencia similar a la tensión psicológica asociada con experiencias negativas. Esas investigaciones examinan la capacidad de recuperación psicológica, centrándose en cualidades subjetivas, cognitivas y fisiológicas.

Psicólogos clínicos señalan también que la resiliencia puede aumentar y crecer aun cuando la persona vuelve a niveles por encima del homeostasis después de un evento adverso (Richardson, 2002). En pocas palabras, los individuos pueden en realidad ser más resilientes ante una situación adversa cada vez que efectivamente consiguen recuperarse de un revés anterior. Este tipo de reacciones positivas se han encontrado en

los estudios de las emociones que genera efectos al alza en espiral (Fredrickson & Joiner, 2002). Cuando se trata de la interacción y las sinergias con la esperanza, el optimismo y la autoeficacia se genera una capacidad de recuperación más allá del homeostasis (Richardson, 2002). Por ejemplo, al discutir el impacto positivo de la eficacia, Bandura (1998) señala: "El éxito por lo general viene a través del esfuerzo renovado después de intentos fallidos. Es la resistencia de la eficacia personal que cuenta" (p. 62).

Aunque hasta la fecha ha habido poca evidencia de investigación sobre la resiliencia en el lugar de trabajo, Luthans, et al (2005) encontraron una relación significativa entre la resiliencia de los trabajadores chinos que fueron sometidos a importantes cambio y transformación en sus prestaciones nominales. Por otra parte, Maddi (1987) como se cita en Youssef & Luthans (2007) encontró que empleados resilientes sometidos en una empresa a una reducción masiva han mantenido su salud, felicidad, y rendimiento. A su vez Larson & Luthans (2006) como se cita en Youssef & Luthans (2007) encontró relación de la resiliencia de los trabajadores de una fábrica en relación con su satisfacción en el trabajo. Youssef y Luthans encontraron que existe relación entre el nivel de resiliencia de los empleados con la satisfacción, compromiso y felicidad.

El optimismo, en la psicología positiva tiene un significado muy específico, de acuerdo al modo como la teoría y la investigación han examinado esa construcción positiva. A partir de teoría de la atribución, Seligman (1998) como se cita en Youssef & Luthans (2007) define a los optimistas como los que hacen atribuciones internas, estables y globales respecto a los eventos positivos (por ejemplo, realización de tareas) y los que atribuyen motivos externos, inestables y específicos para los acontecimientos

negativos (Por ejemplo, un vencimiento del plazo). Por lo tanto, el optimismo como una faceta de la psicología positiva está asociado con una perspectiva de resultado positivo a la atribución de los acontecimientos, que incluye las emociones positivas y la motivación y la advertencia han de ser realistas (Luthans, 2002a). Tal como se utiliza aquí, el optimismo no es un proceso sin control y sin una evaluación realista. Schneider (2001) incluye un optimismo realista en la evaluación de lo que uno puede y no puede lograr en una situación particular y por tanto se añade a la propia eficacia y a la esperanza. Como Peterson (2000) como se cita en Youssef & Luthans (2007) señala, el optimismo realista es muy dinámico y cambiante y es considerado como estado.

En relación con la autoeficacia, Bandura (1998) reporta que "la evidencia muestra que los logros humanos y el bienestar positivo requieren un sentido optimista de la eficacia personal para reemplazar los numerosos impedimentos para el éxito. En evaluar las similitudes y diferencias entre la esperanza y el optimismo" (p. 56). Snyder (2002) Youssef & Luthans (2007) señala que, de forma similar a la esperanza, "el optimismo es una meta-base de un proceso cognitivo que opera cada vez que un resultado es percibido como valor importante" (p. 257). Seligman (1998) como se cita en Youssef & Luthans (2007) ha encontrado que el optimismo, en el contacto directo con el lugar de trabajo, tiene una relación significativa y positiva con el rendimiento de los agentes de ventas de seguros; y, en el estudio de los trabajadores de las fábricas chinas, se encontró una asociación significativa entre su optimismo y su puntuación de rendimiento (Luthans et al., 2005). Youssef & Luthans reportó que el optimismo de los trabajadores está relacionado con la evaluación de su rendimiento, su satisfacción y felicidad con el trabajo.

La autoeficacia es otro elemento del capital psicológico (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007b). La autoeficacia representa una creencia positiva (No la capacidad, ni la expectativa de resultados) y se definió en el lugar de trabajo, por Stajkovic & Luthans (1998b), como "la convicción del empleado o confianza en sus capacidades para movilizar la motivación, los recursos cognitivos o líneas de acción necesarias para ejecutar con éxito una tarea específica dentro de un contexto dado" (p. 66). En los resultados de un meta-análisis integral, se observó la autoeficacia con una fuerte relación positiva en el rendimiento del trabajo (Stajkovic & Luthans, 1998a; Bandura, 2000; Bandura & Locke, 2003).

Se puede usar el término auto eficacia más allá de una simple tarea para controlar el trabajo. Los empleados pueden ser más o menos eficaces en el control de un trabajo más allá de las tareas específicas de un grupo. Como Bandura (1998) concluyó: "Los estudios comparativos muestran que las medidas de percepción de dominio-vinculado a la eficacia son buenos predictores de la motivación y la acción" (p. 53). Aunque esto amplíe la conceptualización de la eficacia de tareas muy específicas, no se extiende a través de todos los dominios de la vida tal como es interpretado por la auto-eficacia generalizada (Por ejemplo, ver Sheier et al., 1992). Bandura (1998) tiene la posición de que "La eficacia como sistema de creencias no es un rasgo general" (p. 53).

El capital psicológico en la perspectiva de la eliminación de la pobreza.

En una tesis doctoral presentada en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología de la San José de Costa Rica, Carlos Alberto Guido Masis (2009), quien es además Magíster en Psicología, explica como las soluciones que se proponen son estructurales y del entorno sin tener en cuenta que la persona en su condición de pobre sea la autora de su propio desarrollo.

Afirma que el primer Objetivo del Milenio apunta a la erradicación de la pobreza extrema y el hambre mediante un plan de acción mundial. El punto de mira de este primer objetivo continúa siendo el ingreso y la cooperación internacional en infraestructura fundamentalmente. Así se busca solucionar el problema en función de los componentes estructurales y no en la pobreza misma. La persona pobre continúa ajena al proceso de su propio desarrollo, todo se invierte en las condiciones estructurales de su entorno (Masis, 2009).

La Psicología económica, dedicada al estudio del comportamiento humano relacionado con los fenómenos económicos, se ocupa del concepto del Capital Psicológico, como atributos significativos de la persona para regirse frente a la situación económica en el ámbito psíquico y conductual. (Luthans, Luthans & Luthans, 2004; Luthans & Youssef, 2004; Luthans, Youssef & Avolio, 2007; Luthans, Avey, Avolio, Norman & Combs, 2006; Luthans, Avolio, Walumbwa & Li, 2005, como se citó en Masis, 2009).

Le confiere a la persona el poder para enfrentar la vida cotidiana, interpretarla y actuar. Los cuatro componentes del Capital psicológico: autoeficacia, optimismo, esperanza y resiliencia, son claves para el trabajo con la población en condiciones de pobreza. Configuran parámetros de medición confiable y válida para determinar niveles de logro en el comportamiento económico del individuo en condición de pobreza. Puesto que el individuo genera la riqueza o la pobreza. El Capital psicológico ofrece herramientas propias de valoración y diagnóstico que posibilitan una perspectiva creadora de la riqueza más importante de todo ser humano: su propio capital psicológico (Masis, 2009).

El engagement

Este trabajo indaga sobre la relación entre el capital psicológico y la motivación positiva vista desde el *engagement*, por esta razón a continuación se desarrolla este tema. El comportamiento humano está directamente vinculado a la motivación en cuanto proceso psicológico relacionado con el impulso, dirección y persistencia de la conducta. En el ámbito de la Psicología Organizacional Positiva la motivación en el trabajo origina satisfacción y bienestar personal y organizacional (Salanova & Schaufeli, 2009).

El *engagement* y el *flow* son dos constructos ampliamente estudiados. La complejidad de los estados a los que se refieren no permite traducirlos satisfactoriamente al idioma español. Su origen viene de las teorías acerca de la motivación que se remontan a los años 50 y 60 y particularmente de Maslow.

El *engagement* es un estado, relativamente persistente, caracterizado por el «vigor», la «dedicación» y la «absorción» o concentración en el trabajo (Schaufeli, Salanova, González-Romá & Baker, 2002a).

El vigor corresponde a la energía y activación mental en el trabajo, la voluntad e inclinación al esfuerzo y perseverancia aún en medio de dificultades (Schaufeli, et al., 2002a).

La dedicación es afín al entusiasmo y se manifiesta con orgullo e inspiración en las labores. Un sentimiento de importancia y desafío la caracterizan (Schaufeli, et al., 2002a).

La absorción genera un estado de concentración, la sensación de que el tiempo no alcanza y dificultades para desligarse del trabajo (Schaufeli, et al., 2002a). Para estos autores, los componentes del *engagement* corresponden a un constructo evidentemente motivacional dados sus contenidos de activación, energía, esfuerzo, persistencia y estar

ordenado al logro de objetivos. Las personas que experimentan *engagement* son enérgicas, desempeñan con eficacia sus actividades laborales y son capaces de responder a las demandas de su puesto de trabajo. Enfrentan el día a día de trabajo con interés en aplicar sus conocimientos y desarrollar sus capacidades. Ejecutan sus tareas con empeño y satisfacción, disfrutándolas con gran felicidad de situación. Experiencia positiva vinculada a la satisfacción y al estado de bienestar.

Existen demostraciones empíricas del modo como *engagement* media en los efectos de la gestión humana con relación al desempeño, el bienestar y la calidad de vida en general (Salanova & Schaufeli, 2009) convirtiéndose en un estado facilitador positivo. Diversos estudios encontraron que el *engagement* está positivamente relacionado con los resultados organizacionales como el compromiso organizacional (Salanova et al., 2000; Schaufeli & Bakker, 2004), con la conducta extra-rol (Bakker, Demerouti & Verbeke, 2004), con la iniciativa personal (Salanova y Schaufeli, 2008) y con el rendimiento y la calidad del servicio (Salanova, Agut & Peiró, 2005).

El *engagement* genera buen desempeño y compromiso organizacional en oposición al ausentismo, la rotación y el abandono. Es además un proceso psicosocial emergente que desencadena la «potencia grupal» o la «eficacia colectiva».

A título de esclarecimiento es conveniente referirse al *flow* como un proceso que es compañero de ruta del *engagement*. Se diferencia del *engagement* en que éste es un estado relativamente estable y duradero, experimentado con relación al trabajo en general, el *flow* se refiere a tareas o momentos en concreto siendo de corta duración.

Csikszentmihalyi (1990) lo considera una experiencia que genera un óptimo disfrute cuando se da el caso de una persona motivada y capacitada para desarrollar una

tarea-reto. La satisfacción hace que la persona pierda incluso la noción del tiempo, no repara en esforzarse, no pierde de vista las metas, ni el control personal y situacional.

Chen, Wigand y Nilan (1999) como se citó en Salanova & Schaufeli (2009) señalan que la experimentación del *flow* reporta a tres dimensiones o estados principales. Una serie de «antecedentes» orientados a metas y retos claros siempre realimentados y un sentido de oportunidad con conciencia de las capacidades y habilidades ordenados al buen actuar. La “experiencia” que evidencia sincronización entre conocimiento y acción, concentración y alto sentido de control. Y, los «efectos» que generan olvido de sí mismo y pérdida de la noción del tiempo. Así la experiencia de *flow* es la resultante de un dinamismo equilibrado entre la acción y la percepción de las habilidades para hacerlo.

Aunque la investigación inicial sobre el *flow* se centró en jugadores de ajedrez, escaladores, bailarines, artistas y otras personas que realizan actividades en las que se enfatiza el disfrute o divertimento como la principal razón para practicarlas, actualmente está siendo analizado en otras situaciones Salanova, Cifre, Martínez & Schaufeli (2003) ha estudiado dicha experiencia en diversas profesiones, mostrando evidencia empírica sobre las tres dimensiones de este concepto: eficacia percibida, satisfacción y absorción.

En concreto en el ambiente de trabajo las personas podrían experimentar *flow*, cuando la actividad en sí misma es intrínsecamente recompensante. No es únicamente la consecución de objetivos la que recompensa, sino la actividad en sí misma. Los objetivos o metas están claros y se obtiene retroalimentación inmediata de la medida en la que la conducta se dirige a la consecución de las metas. La atención está centrada en la tarea presente, olvidando cualquier otro aspecto adicional. Se experimenta sensación de control, no se siente la posibilidad del error. La percepción temporal sufre transformaciones: el tiempo pasa deprisa y se pierde la noción temporal.

En un principio, se puede pensar en relación al *engagement* y *el flow* que muchas ocupaciones como la de los médicos, arquitectos, cocineros, periodistas, investigadores, etc., ofrecen más oportunidades de realización personal y más autotelia que otros. Es decir, permiten que la atención se centre en el propio desarrollo y no sólo en los resultados proporcionando más situaciones intrínsecamente gratificantes que otros trabajos que se presentan como más rutinarios y menos creativos. Sin embargo, cualquier ocupación ofrece posibilidades de experimentar estas experiencias positivas. Se trataría de favorecer las oportunidades de que estas experiencias aparezcan fomentando el disfrute por el trabajo hecho a gusto y a conciencia. Se ha de intentar restituir a las personas comunes la posibilidad de obtener satisfacción en el día a día no solamente a través de acontecimientos excepcionales, inesperados y raros. La falta de experiencias positivas aparece cuando las personas se obsesionan tanto en lo que quieren conseguir que ya no se obtiene placer de la propia actividad presente, y cuando esto sucede, pierden la oportunidad de ser felices (Salanova & Schaufeli, 2009).

Diferencias entre los componentes del capital psicológico.

Delgado-Abella (2009, 2011) establece las siguientes diferencias: la esperanza, estado motivacional; el optimismo, estilo atribucional; la resiliencia, capacidad; y la auto-eficacia, creencia.

El optimismo más relacionado con la resiliencia que con la esperanza es reconocido como expectativa generalizada de buenos resultados en las experiencias de la vida, y genera persistencia (Scheier & Carver, 1985; Luthans, Vogelgesang & Lester, 2006, como se cita en Delgado-Abella, 2009). Como factor del capital psicológico es una atribución positiva en relación con los sucesos presentes y futuros (Luthans, et al 2007b). La esperanza incide en el proceso motivacional y emocional dirigido a alcanzar

los objetivos, la obtención de resultados positivos es su consecuencia (Helland & Winston, 2005 como se cita en Delgado-Abella, 2009). La esperanza y el optimismo no requieren de la aparición de una situación adversa para activarse como la resiliencia (Masten, 2001—como se cita en Luthans, Vogelgesang, et al., 2006). Las personas resilientes enfrentan la adversidad mejor que las optimistas porque ellas se inclinan a subvalorar y hasta ignorar la adversidad. Los resilientes pueden enfrentar la adversidad de modo estratégico y pragmático, así como recuperar los niveles normales de ejecución (Luthans, Vogelgesang, et al, 2006).

La auto-eficacia como capital psicológico consiste en tener la confianza para esforzarse y realizar exitosamente una tarea retadora (Luthans, et al., 2007b). Quien la posee tiende a actuar con resiliencia frente a contrariedades y fracasos (Luthans, Vogelgesang & Lester, 2006), no obstante la resiliencia apunta a recuperarse de eventos adversos y restaurar la auto-eficacia aún contra aparentes evidencias (Luthans, et al, 2007b).

Según Seligman (2002) son emociones positivas del futuro el optimismo, la esperanza, la fe y la confianza. De aquí se puede inferir que el capital psicológico en sus componentes optimismo, esperanza, resiliencia y autoeficacia apunta al futuro y en cierto sentido a la permanencia. Este autor se refiere a las emociones positivas desde una temporalidad que implica el pasado, en el presente y en el futuro. Son ejemplo de emociones positivas del pasado la satisfacción, la complacencia, la realización personal, el orgullo. Las emociones del presente son, entre otras, la alegría, el éxtasis, la tranquilidad, el entusiasmo, la euforia, el placer, la elevación y la fluidez.

En ese orden de ideas se puede pensar que el *engagement* y el *flow*, de naturaleza eminentemente motivacional, pertenecen al presente y son soportadas y dinamizadas por el optimismo, la esperanza, la resiliencia y la autoeficacia.

Optimismo y esperanza se diferencian además en que los mecanismos atribucionales optimistas para eventos negativos no se limitan a la esfera del sujeto (como ocurre en la esperanza) sino que incluyen causas externas como otras personas o factores situacionales (Seligman, 1999). Así un optimismo realista y flexible protege a los individuos más esperanzados en su lucha por alcanzar objetivos no realistas; e igualmente alivia el sentimiento de culpa auto-impuesto y la responsabilidad personal cuando haya que capitular ante objetivos inalcanzables (Youssef & Luthans, 2007). Uno de los principios básicos de la psicología positiva es que la felicidad duradera, o el *engagement*, en cuanto felicidad laboral, no está impulsada por la perspectiva hedónica (placer, alegría) sino por la eudaimónica (buen espíritu). Rya & Deci (2001) aportan la revisión general de muchos estudios que corroboran que la psicología positiva entiende que vivir una vida auténtica consiste en la realización de las fortalezas, talentos y potencialidades de uno mismo, y aquí está el secreto de la felicidad.

En el mundo organizacional conviene indagar si el capital psicológico intrínsecamente contiene el *engagement* por la posible sinergia con las fortalezas, talentos y potencialidades. Si bien Luthans y Avolio (2003) no lo incluyeron en su constructo con los estudios aportados por Salanova & Shaufelli (2009) se facilita la comprensión del *engagement* y la conveniencia de constatar si puede ser parte de ese constructo. Uno de los resultados a que apunta esta investigación.

En este contexto el *engagement* juega un papel tan decisivo que vale la pena preguntarse cómo se relaciona con el capital psicológico, pues aparece como un

componente que lo reforzaría con vigor, dedicación y absorción y que por otra parte no se comprende sin la interacción con los otros.

No sobra recordar que las personas positivas se conocen mediante las fortalezas, virtudes y emociones que generan su desempeño óptimo, sin ser «súper personas», procuran experimentar satisfacción, bienestar y gozo en el ejercicio de las labores, sienten placer con lo cotidiano.

El vigor está muy relacionado con la resiliencia, pues corresponde a la energía y activación mental en el trabajo, la voluntad e inclinación al esfuerzo y perseverancia aún en medio de dificultades (Schaufeli, et al., 2002a).

La dedicación está muy relacionada con el optimismo, pues es afín al entusiasmo y se manifiesta con orgullo e inspiración en las labores. Un sentimiento de importancia y desafío la caracterizan (Schaufeli, et al., 2002a).

La absorción está muy relacionada con la esperanza, pues genera un estado de concentración, la sensación de que el tiempo no alcanza y dificultades para desligarse del trabajo (Schaufeli, et al., 2002a).

De acuerdo con estos autores, los componentes del *engagement* corresponden a un constructo evidentemente motivacional, pero sus contenidos se relacionan e interactúan con los diversos componentes del capital psicológico, así: la activación con la autoeficacia, la energía con el optimismo, el esfuerzo con la esperanza, la persistencia con la resiliencia y estar ordenado al logro de objetivos con la esperanza. Las personas que experimentan *engagement* son enérgicas, desempeñan con eficacia sus actividades laborales y son capaces de responder a las demandas de su puesto de trabajo, es decir, son autoeficaces. Enfrentan el día a día de trabajo con interés en aplicar sus conocimientos y desarrollar sus capacidades, es decir, son optimistas. Ejecutan sus

tareas con empeño y satisfacción, disfrutándolas con gran felicidad de situación, es decir: cuentan con la esperanza. De acuerdo con lo que ha venido argumentando el *engagement* es una experiencia positiva vinculada a la satisfacción y al estado de bienestar que tendrían posibilidades de formar parte del capital psicológico.

Valores corporativos o capital ético organizacional.

Csikszentmihalyi (1990) expone que los mejores momentos se experimentan cuando una persona se entrega voluntariamente en cuerpo y mente a esforzarse por conseguir algo que vale la pena. De esta manera, la percepción de valor que cada uno da a las cosas es fundamental. Las cosas no son valiosas objetivamente, ni son importantes en sentido absoluto, sino que las personas les atribuyen valor. Es fundamental que se perciban como importantes.

Aquí no se trata desde luego de una posición eminentemente subjetivista frente a los valores, sino más bien de la necesidad de encarnarlos, inteligirlos y expresarlos para que no sean letra muerta. Es necesario un ejercicio de apropiación de los mismos.

En adelante se reflexionará sobre como el trabajo y la organización laboral además de ser fuentes de capital psicológico deben serlo de capital ético y como estos dos constructos se relacionan.

El constructo capital ético que postula esta investigación se define como la apropiación de los valores corporativos en los modos de pensar, sentir y actuar de las personas vinculadas a las organizaciones y que contribuyen a un estado de desarrollo psicológico positivo, para el caso de esta investigación son los que se derivan de la misión y el PEI que corresponden al plan desarrollo de la Universidad Católica de Colombia, y son: Libertad, Responsabilidad, Unidad, Integridad, Equidad, Autonomía, Solidaridad y Estudiosidad.

Existen diversos enfoques e investigaciones que vale la pena mencionar para evidenciar la novedad de la propuesta que desarrolla el trabajo de investigación en curso.

Según Argandoña (2003) los valores en las organizaciones se han examinado desde la teoría de la acción teniendo en cuenta tres tipos de motivo: la consecución de la satisfacción anticipada o esperada (motivo extrínseco), el desarrollo de aprendizaje dentro del agente (motivo intrínseco), y generar ciertos efectos en los demás (motivos trascendentes). Estos tres tipos de motivos se correlacionan con tres tipos de valores relacionados con la acción: los valores extrínsecos (cuando el agente tiene en consideración los efectos extrínsecos de su acción), los valores intrínsecos (cuando la valoración se refiere a los efectos intrínsecos de la decisión sobre el propio agente), y los valores trascendentes (cuando el agente tiene en cuenta los efectos de su acción sobre otras personas).

Cualquier proceso de valoración de una acción será incompleto a menos que las tres categorías de valores sean tenidas en cuenta y cualquier decisión tomada sobre la base de uno o dos de estos valores, pero no en los tres, probablemente sea equivocada. Un gerente - o cualquier otro agente - que toma decisiones sin valorar todos los resultados de su acción se puede equivocar, porque omitirá ciertos aspectos de la realidad que son importantes.

Debido a la existencia de diferentes tipos de aprendizaje dentro de la acción, también hay que distinguir entre dos facetas que forman parte de cualquier valor: la racionalidad y virtud. Desde el punto de vista de la racionalidad, los valores son ideales o paradigmas de la conducta, lo que indica un proceso racional, cada individuo debe decidir qué valores debería adoptar y por qué. Ese proceso requiere información sobre cuál es el valor y en qué consiste; educación, por qué es necesaria la adopción de ese

valor o qué resultados se derivan de las acciones que a él mismo se ordenen; y desde el punto de vista de la virtud, los valores como virtudes, el agente necesita un proceso de capacitación con el fin de ser capaz de vivir de acuerdo con los valores que profesa (Argandoña, 2003).

Los valores organizacionales forman la cultura de la organización, dando personalidad a una empresa, Son el motor que impulsa todas las prioridades de la empresa, así como los procesos de entrada y abandono de sus miembros (Natale y Sora 2003, p. 10). Son un elemento crítico de la cultura de la organización y el liderazgo, impactan en el rendimiento individual y organizacional (Posner, 2010; Schein, 2010). Se han realizado numerosos estudios sobre valores organizacionales y su impacto en diferentes indicadores de éxito empresarial (Malbasic, Rey & Potocan, 2015). Este autor llega a la conclusión de que las organizaciones comprometidas radicalmente con el negocio basado en valores, tienen más éxito que las organizaciones que no prestan atención a la importancia de los mismos. Este hallazgo es la razón por la que hoy en día muchos hablan del fenómeno de los valores organizacionales, y por qué se presentan como un área vital de la investigación.

Las prácticas éticas pueden ser una herramienta poderosa para mejorar la organización, sobre todo cuando se utilizan diferentes enfoques para crear una cultura de trabajo ético para los empleados. De hecho, los códigos de conducta, la formación ética, la influencia de gestión entre pares, y el aumento de la comunicación pueden fortalecer el compromiso individual y organizacional en las prácticas comerciales éticas. Cuando dicho compromiso se vuelve muy evidente, se crea un ambiente de trabajo que anima a los empleados, mediante procesos sociales y normas para razonar y comportarse de forma ética (Valentine & Greller, 2006; Valentine, Godkin, Fleischman, Kidwell, 2011).

Mientras que el aumento de la ética de los empleados es una de las metas principales para el desarrollo de un contexto en ese sentido, las empresas a menudo experimentan beneficios adicionales basados en las interacciones positivas con los empleados.

Las variables contextuales tales como los valores éticos y la creatividad podrían proporcionar a las organizaciones dos medios complementarios para mejorar el trabajo de los empleados con respuestas críticas favorables al éxito de la organización. Los valores éticos y la creatividad se consideran prácticas corporativas beneficiosas que se utilizan comúnmente para lograr un cambio positivo y mejores resultados en las organizaciones. Los empleados están cada vez más preocupados por el trabajo con sentido que promueve el desarrollo personal (Jaramillo et al, 2009).

Existe una investigación derivada de muestras utilizadas para evaluar las relaciones propuestas. Se compilaron las preguntas de auto-informe de una amplia muestra de personas vinculadas a la asistencia sanitaria y empleados administrativos que trabajan en una organización de ese tipo basada en la educación multi-campus. También se recogió información adicional de una muestra comparativa de ventas y de marketing de empleados que trabajan para una variedad de organizaciones. La evaluación de la ética en la asistencia sanitaria y los entornos de ventas es importante porque los empleados sanitarios enfrentan rutinariamente muchos obstáculos éticos, al igual que las personas que trabajan en la profesión de ventas.

El enfoque multi-estudio utilizó un par de objetivos comparativos para proporcionar una comprensión más completa de la relación entre el contexto de trabajo y la respuesta de trabajo, con el objetivo final de desarrollar conclusiones más críticas (Valentine et al. 2011).

Otro trabajo exploró los valores éticos corporativos y el compromiso de la organización en la comercialización. Se ocupó de los valores éticos corporativos como un componente de la cultura corporativa, revisó la literatura sobre el compromiso organizacional, planteó la hipótesis de una relación positiva entre los valores éticos corporativos y el compromiso organizacional, y empíricamente probó la relación con los datos de más de 1200 vendedores profesionales, que representaban sub-muestras de los directores de marketing, investigadores de marketing y gestores de los organismos. Los resultados del estudio proporcionaron una fuerte evidencia de una asociación positiva entre los valores éticos corporativos y el compromiso con la organización. La investigación demostró una fuerte centralidad de los valores en la cultura organizacional y una poderosa influencia para diferenciar una empresa de otra (Alchian y Demsetz 1972; Chamberlin 1933 como se cita en Hunt et al. 1989). Los valores únicos compartidos por los miembros de la organización pudieron explicar el superior y sostenido desempeño de la corporación (Bamey 1986; Bonoma 1984; Deal y Kennedy, 1982; Leontiade 1983-como se cita en Hunt et al. 1989). Parafraseando a Schein (1985 como se cita en Hunt et al. 1989), presentaron los valores corporativos como la mayor dimensión de la cultura corporativa, y definieron las normas que guían la adaptación externa e integración interna de las organizaciones. Los valores corporativos influyeron de esa manera en el producto y servicio de calidad, contenido del anuncio, políticas de precios, tratamiento del empleado, y la relación con los clientes, los proveedores, comunidades, y el medio ambiente (Hunt et al. 1989).

Ruiz-Palomino y Ruiz-Amaya (2011 como se cita en Ruiz Palomino et al. 2012) presentan un modelo enriquecido con la incorporación al mismo de la variable “ventaja competitiva sostenible”, como consecuencia de la percepción por parte del individuo de

aspectos organizacionales que conforman una cultura organizacional ética. En el desarrollo del modelo han sido consideradas las aportaciones tanto teóricas como empíricas realizadas sobre el valor que se genera en la empresa a partir de los recursos humanos y la ética organizacional (Rego et al., 2010), con un énfasis especial en clarificar y mejorar la comprensión de dicha asociación.

El modelo centra su atención en exponer cómo se genera valor en la empresa a través de la ética organizacional, para lo que toma como base los enfoques teóricos de la empresa basada en recursos (Peteraf, 1993) y de capacidades dinámicas (Teece et al., 1997, Teece, 2007) y analiza el valor que se genera y sostiene en la empresa desde una perspectiva interna, a partir de los empleados y la respuesta laboral efectuada por ellos cuando perciben una cultura de valores de naturaleza moralmente buena. Partiendo de un enfoque en el que se establece cómo una cultura organizacional ética se genera con un liderazgo ético de la alta dirección y el superior inmediato, la buena moralidad del resto de compañeros, y la existencia de una política formal sobre ética (Ruiz-Palomino y Ruiz- Amaya, 2011), agregó que la percepción por parte del empleado de dicho contexto organizacional originaba una mayor satisfacción del mismo en torno a necesidades básicas y expectativas generadas en torno a su relación contractual en la empresa, lo que repercutía positivamente en su respuesta laboral.

En efecto, el compromiso mutuo que el empleado espera por parte de la empresa para lograr objetivos e intereses comunes es más fácil que se cumpla (Barnett & Schubert, 2002) y, por tanto, el empleado está en mejor disposición para desarrollar acciones que generen y sostengan valor ante entornos dinámicos. Por un lado, una cultura organizacional ética incrementará las probabilidades de mejorar la satisfacción laboral, el compromiso organizacional (Schwepker, 2001) y la intención de permanencia

(Shafer, 2002), además del rendimiento cívico o extra-rol (Podsakoff et al., 2000). Por otro lado, al percibir el individuo que se le provee, de lo que necesita y requiere, es más fácil que perciba cierta compatibilidad entre los valores de la empresa y el mismo (Kristof, 1996), y con ello, que contribuya positivamente -y aunque de manera indirecta- también a desarrollar las actitudes y comportamientos laborales antedichos, todos los cuales, bajo la perspectiva teórica de la empresa basada en recursos (Barney, 1991) y de las capacidades dinámicas (Teece et al., 1997; Teece, 2007), se encuentran vinculados con el desarrollo de habilidades y capacidades individuales y colectivas con las que hacer a la empresa más eficiente en la consecución de sus objetivos.

Al tratar de añadir valor sobre propuestas anteriores, el marco teórico de comprensión diseñado en el trabajo trata de contribuir a fomentar el interés de los directivos por implementar estrategias que generen una mayor calidad moral en las organizaciones. Para ello, el modelo, tomando como base las teorías de la empresa basada en recursos (Barney, 1991) y de las capacidades dinámicas (Teece et al., 1997, Teece, 2007), establece las relaciones que existen entre la ética organizacional y la obtención de ventaja competitiva sostenible a través de los recursos humanos.

Con este trabajo se profundiza sobre cómo se genera valor en la empresa con la ética organizacional. Los argumentos planteados para justificar las diferentes relaciones que permiten mejorar la comprensión en estos términos permiten establecer una serie de proposiciones teóricas relevantes. Basados en la tesis de que el empleado constituye un recurso estratégico en la generación de ventaja competitiva sostenible, y ante la escasez de investigación que aporte luz a la cuestión de si la ética organizacional facilita la obtención de ventaja competitiva, trata de dilucidar el verdadero papel que tiene una

cultura organizacional ética sobre el individuo, concretamente, sobre su respuesta laboral hacia la organización empresarial.

Tras el análisis exhaustivo realizado sobre los planteamientos teóricos, el trabajo expresa como independientemente de cuál sea el grado en que el empleado percibe que sus valores coinciden con los de la organización empresarial, la percepción de una cultura organizacional ética influye de manera significativa sobre el comportamiento y actitud laboral del empleado como generador de valor empresarial. Existe argumentación teórica suficiente para subrayar que dicho grado de ajuste de valores “empresa-empleado” será más alto en caso de percibir elementos organizacionales integradores y favorecedores de una buena moralidad. Por tanto, se hace necesario -y de interés- generar una cultura organizacional ética, y para ello, ocuparse de determinados elementos contextuales para que éstos no sólo integren una buena moralidad, sino que favorezcan la misma en el ámbito de la empresa, todo lo cual se espera, como ha sido descrito en este trabajo, que genere una respuesta laboral de valor sostenible para la empresa.

Una importante limitación del trabajo es el carácter teórico del mismo y su naturaleza parcial, ya que se centra, exclusivamente, en el valor que se genera en la empresa desde una perspectiva interna a ella, esto es, a través de la fuente de valor estratégico que constituyen para la organización el conjunto de sus recursos humanos. No obstante, y en cualquier caso, establece un marco teórico útil para comprender el proceso de generación de valor sostenible en la empresa desde una perspectiva diferente, como es la dimensión moral y, además, necesario para avanzar en la investigación sobre esta misma problemática (Ruiz Palomino, Ruiz Amaya, Martínez Cañas, 2012).

El examen de los documentos corporativos de soporte y contexto ético sirvió de base para una evaluación de las relaciones entre los valores éticos corporativos, apoyo organizacional percibido, satisfacción en el trabajo, y la intención de volumen de negocios. Se propuso específicamente que el apoyo organizacional percibido podría mediar en las relaciones entre un contexto ético y las actitudes de trabajo, y el análisis de regresión utilizando datos de 460 profesionales de la contabilidad y las finanzas para probarlas. Los resultados identificados por las relaciones mediadas parcialmente entre las variables de estudio indican que los efectos de los valores éticos corporativos sobre las actitudes individuales de trabajo operan en parte, mediante el apoyo organizacional percibido. Este estudio hace una contribución mostrando que las empresas pueden gestionar mejor respuesta de trabajo de los empleados con programas que construyen apoyo a los empleados en su desarrollo ético (Valentine, Greller, & Richtermeyer, 2006).

Acerca de los valores y la justicia, mediante el estudio de la relación entre estas construcciones a nivel de organización, se plantea la hipótesis de que las percepciones colectivas de los valores morales en la configuración de la organización influyen en las percepciones colectivas de la justicia. Los resultados de la encuesta de 619 personas en 108 departamentos apoyan firmemente la hipótesis de que los valores colectivos influyen en las percepciones de la justicia y el clima organizacional (Schminke, Arnaud, & Taylor, 2015).

A pesar de la cantidad de investigaciones sobre el ajuste persona-organización (PO), pocas investigaciones empíricas han utilizado las teorías de valores aplicadas a los niveles individuales y organizacionales. Un estudio incorpora la literatura de ajuste PO, las teorías de valores de Schwartz y de bienestar laboral de Warr para evaluar el efecto

del ajuste de valores PO sobre la felicidad laboral. Con una muestra de 145 cuestionarios recogidos en una organización militar, se hicieron regresiones cuadráticas jerárquicas y análisis de superficie de regresiones polinomiales en nivel individual. Los valores organizacionales revelaron relación curvilínea con felicidad, y los valores individuales moderan esa relación ($R^2 = 0,25$; $p < 0,01$). Adicionalmente, la concordancia entre niveles más altos de valores que han promovido mayor felicidad laboral ($0,07 \geq R^2 \leq 0,18$; $p < 0,05$). La conclusión es que el ajuste PO de valores afecta a la felicidad laboral, apoyando la analogía de las vitaminas de Warr (Moraes de Sousa & Barreiros Porto, 2015).

En relación con las interacciones de valor personal y organizacional, hay una falta de modelos compatibles para comprender la estructura de valores. La pertinencia de un modelo bien estructurado de valores también es digno de mención, ya que, aunque la literatura axiológica ha mostrado estructuras diferentes para el individuo, por ejemplo: valores de trabajo personal o valores de la organización; hay una falta de investigación empírica en la literatura sobre ajuste PO usando teorías axiológicas aplicables a la estructura propia de cada nivel de los valores. La mayoría de los estudios de ajuste PO se basaban en medidas de preferencia por los valores organizacionales (Kristof-Brown et al., 2005; Moraes de Sousa, y Barreiros Porto, 2015) o, como más recientemente, en el uso de las dimensiones individuales de los valores de las variables organizativas (Edwards & Cable, 2009 como se cita en Moraes de Sousa y Barreiros Porto, 2015).

Teniendo en cuenta estas limitaciones, un estudio evaluó el efecto del ajuste entre los valores de la organización (VO) - definido como la guía de principios de la de la compañía - y los valores individuales de trabajo (WVS) - principios que guían la vida del individuo en el trabajo- con la felicidad en el trabajo, definido desde una perspectiva

positiva del funcionamiento humano, usando un modelo axiológico aplicable a las estructuras individuales y organizacionales (Moraes de Sousa, y Barreiros Porto, 2015).

Los resultados de otro estudio incluyen la satisfacción laboral (Valentine, 2010), compromiso con la organización, y el espíritu de equipo como las variables que se consideran medidas críticas para la evaluación de la eficacia de la política de recursos humanos y gestión (HR).

Utilizando una encuesta autoinforme con las medidas de las variables focales y diversos elementos demográficos, la información procede de una muestra de profesionales de la gestión de los recursos humanos empleados en firmas listadas en la Bolsa de Valores de Tailandia, y dos oleadas de cuestionarios que por correo dieron una adecuada tasa de respuesta de casi el 32%. Los hallazgos indican que el proceso de ética organizacional se relaciona con aumento de satisfacción en el trabajo, compromiso con la organización, y espíritu de equipo. Varios marcos de regresión se especificaron para determinar si la calidad de la vida laboral media las relaciones positivas identificadas entre la ética organizacional y los resultados del trabajo, y los resultados muestran que la ética organizacional y las funciones median la calidad de la vida laboral para impactar positivamente el trabajo. Estos resultados proporcionan apoyo estadístico adecuado para la mayoría de las hipótesis del estudio que especifica una relación positiva entre las variables focales (Valentine, 2010).

En los cada vez más globalizados, complejos, caóticos y rápidos cambios del mundo, los líderes de hoy - y, por extensión, de las organizaciones – tienen como papel principal el desarrollo de una cultura organizacional basada en valores compartidos. Se propuso un modelo de valores quadraaxial: económico-pragmático, ético -social, emocional-desarrollante y espiritual, previa consideración de que el liderazgo será

efectivo si los líderes están dispuestos y son capaces de obtener resultados en la proyección de esos cuatro valores como ejes organizacionales. El modelo quadraaxial, por lo tanto, postula el liderazgo como una función de intermediación complementaria en la trayectoria de los valores humanos fundamentales (Dolan & Altman, 2012).

Los valores otrora considerados como un medio "demasiado suave" para la gestión eficaz, ahora son aceptados como el núcleo de la organización, la identidad de la misma y un principio central de su estrategia. La idea de la dirección por valores se está convirtiendo rápidamente en el principal motor para la reingeniería de una cultura de la competencia y el bienestar (Dolan et al., 2006; Dolan 2010, 2011). Al mismo tiempo, la espiritualidad trascendente se ha adoptado como una característica importante de un liderazgo efectivo, no sólo por los defensores del liderazgo espiritual (Fry, 2003), sino también del liderazgo "pragmático" como Ken Blanchard (Blanchard & Hodges, 2001).

Los líderes necesitan desarrollar y consagrar una cultura organizacional basada en valores compartidos emanados de los cimientos de la humanidad y destilados milenariamente por la experiencia de la civilización humana. El modelo de valores quadraaxial plantea una tarea inherente al liderazgo: modelar y facilitar los cuatro conjuntos de valores con la cultura organizacional. Se argumenta, además, que la adopción de un papel asesor de los líderes con el fin de habilitar la gestión por valores es el mejor camino a seguir no sólo para facilitar la excelencia en el rendimiento, sino para garantizar la viabilidad e incluso la supervivencia del negocio (Dolan & Altman, 2012).

Se ha examinado el modo como cuatro valores abrigados por organizaciones que persiguen la excelencia, dos que denotan control como racionalización y calidad, y otras dos flexibilidades como humanismo e innovación, influyen en la relación positiva entre el burnout y el absentismo. Los datos obtenidos mediante un instrumento aplicado a 358

trabajadores de un centro de servicios sociales y de salud general en el sector público, evidencian que los valores organizacionales que denotan flexibilidad como humanismo e innovación, exacerbaban la relación positiva entre el burnout y el absentismo. El estudio evidencia que es más probable que alienten a los empleados a tomar un permiso de ausencia cuando se experimentan síntomas de agotamiento.

Sin embargo, aparecer en el trabajo en lugar de quedarse en casa es un comportamiento, papel de enfermo, a menudo elegido por los trabajadores en el sector de la salud, donde el desgaste es conocido por ser frecuente y se hace más énfasis en los valores de racionalización y calidad. Este estudio examina el papel de factores potenciales que podrían moderar la fuerza de la relación positiva entre el burnout y absentismo.

En todo el mundo, varios centros de asistencia sanitaria se han embarcado en una búsqueda de la excelencia. Popularizada por Peters y Waterman, en busca de la excelencia (1982), el concepto de la excelencia se refiere al estado de ser el mejor (Aubert y De Gaulejac, 2007 como se cita en Jourdain, & Chênevert, 2015). Mientras que las organizaciones que se esfuerzan por alcanzar la excelencia pueden ser aplaudidos por su ambición, han sido criticados por hacer que el logro de esta meta el único resultado que importa con acciones comprometedoras para la salud de los empleados (Aubert y De Gaulejac 2007; Godard y Delaney 2000 como se citan en Jourdain & Chênevert, 2015). En lo que respecta al comportamiento papel de enfermo, se plantea la cuestión de si estos factores ejercen algún tipo de presión sobre los empleados para que se presenten a trabajar a toda costa, incluso cuando están enfermos y que deberían haber quedado en casa. Uno de los problemas de salud en particular que es visto por algunos como una enfermedad de las sociedades modernas (Weber y Jaekel-Reinhard 2000 como

se cita en Jourdain & Chênevert, 2015) y por otros cómo una búsqueda de la enfermedad relacionada con la excelencia (Aubert y De Gaulejac 2007 como se cita en Jourdain & Chênevert, 2015) es el agotamiento. En el sector sanitario, este problema de salud crónico afecta comúnmente a los trabajadores (Halbesleben 2008 como se cita en Jourdain & Chênevert, 2015). El estudio trata sobre cómo las organizaciones que se esfuerzan por alcanzar la excelencia pueden comprometer la salud de los empleados, disminuyendo su propensión a no tomar una baja por enfermedad para aliviar sus síntomas de agotamiento.

El estudio muestra que aparecer en el trabajo en lugar de quedarse en casa es un comportamiento papel de enfermo a menudo elegido por los trabajadores en el sector de la salud (Aronsson et al., 2000 como se cita en Jourdain, G. & Chênevert, 2015). Sin embargo, este comportamiento podría tener graves consecuencias para la calidad de la atención y seguridad del paciente, ya que algunos estudios sobre burnout lo han demostrado (Argentero et al 2008; Halbesleben et al., 2008 como se cita en Jourdain & Chênevert, 2015). Por otra parte, para los empleados, si trabajan, aunque enfermos, no sólo conlleva el riesgo de poner su trabajo y carrera en peligro, sino también el riesgo de agravar su salud. De hecho, trabajando mientras esté enfermo se ha demostrado que aumenta la incidencia de eventos coronarios graves (Kivimäki et al., 2005) y la tasa de absentismo laboral por enfermedad a largo plazo (Grinyer y Singleton 2000 como se cita en Jourdain, G. & Chênevert, 2015).

Las investigaciones muestran que el desgaste aumenta la tasa de ausentismo (Ahola et al 2008; Bakker et al 2003; Schaufeli y otros, 2009; Ybema et al 2010 como se citan en Jourdain & Chênevert, 2015). Para nuestro conocimiento, sólo un estudio (Erickson et al., 2000) ha tratado de examinar el papel de los moderadores potenciales

de la relación ausentismo-burnout, y demostró que las exigencias familiares aumentan la fuerza de esta relación. Con el estudio sobre las personas que trabajan para establecimientos de atención en la salud que se esfuerzan por alcanzar la excelencia, se examina cómo los valores de las organizaciones que persiguen la excelencia influyen en la relación positiva entre el burnout y absentismo por enfermedad.

Los cuatro valores asociados a cada uno de los cuatro modelos de eficacia de la organización representada por el Marco Competing Values (CVF) (Quinn y Rohrbaugh 1983 como se cit en Jourdain & Chênevert, 2015): la racionalización, la calidad, el humanismo y la innovación requieren de un buen desempeño organizacional en sus cometidos. Además del hecho de que encajan con el CVF, estos valores fueron elegidos porque están entre los adoptados por la organización para el estudio, según lo declara en su sitio web, que es una parte del sector de los servicios sociales y de salud pública y sabe que toma parte en la búsqueda de la excelencia (Baird 2008; negro 2008; Goonan 2009; Griffith y White 2010 como se cita en Jourdain & Chênevert, 2015). Un tipo de cultura en la que se coloca un gran énfasis en el control, es decir, la racionalización y la calidad, genera inhibición en la relación ausentismo-burnout-enfermedad, mientras que un tipo de cultura en la que se coloca un gran énfasis en la flexibilidad, es decir, humanismo e innovación, permite exteriorizarlos. De aquí se infiere que los valores organizacionales pueden hacer que los empleados enfermos se abstengan de ausentarse o aumenten su motivación para tomar una incapacidad para hacerlo (Jourdain & Chênevert, 2015).

La literatura reconoce que la profesión de ventas es una ocupación inherentemente competitiva e interesada que puede ser afectada negativamente por conductas poco éticas. La naturaleza y la autonomía de dicho trabajo permiten que a menudo haya poca

supervisión de la gestión del comportamiento de los profesionales de ventas. Sin embargo, la evidencia sugiere que el desarrollo de los valores éticos corporativos (CEV) puede mitigar las preocupaciones sobre la conducta no ética, lo que sugiere que estos principios pueden ser utilizados para reducir el acoso laboral y mejorar la satisfacción en el trabajo. Mediante el uso de un cuestionario de auto-informe, se recogió información de muestras nacionales y regionales de profesionales de ventas que trabajan en diferentes organizaciones ubicadas en los EE.UU. (N = 356). Los resultados indicaron que el aumento de la comunicación de un código de ética se asoció con las percepciones más fuertes de la CEV, mientras que los valores éticos se relacionaron negativamente con la percepción de acoso laboral y estaban positivamente relacionados con la satisfacción en el trabajo. El acoso laboral también se relacionó negativamente con la satisfacción laboral. Los hallazgos sugieren que un ambiente de trabajo ético debe ser instituido en organizaciones de ventas para reducir la mala conducta y mejorar las actitudes en el trabajo (Valentin, et. al., 2015).

La alineación de los valores personales y organizacionales puede influir positivamente en el desempeño del trabajo. Teniendo en cuenta el aspecto motivador de estos valores, las organizaciones y los trabajadores buscan la satisfacción de sus necesidades y objetivos en el trabajo. En este sentido, el estudio de los valores personales y organizacionales de los profesores puede contribuir a la producción de la ciencia, la tecnología y la innovación en los profesionales que trabajan en esta área estratégica. Un estudio tuvo el objetivo de evaluar los valores relativos al trabajo y su relación con los valores de la organización. Los participantes fueron 68 profesores de una institución de educación superior centrada en la innovación. Los resultados mostraron que la Realización en el Trabajo obtuvo promedios más elevados. Relaciones

Sociales presentó correlación con los valores organizacionales de Autonomía ($p = 0,018$), Realización ($p = 0,001$), Dominio ($p = 0,048$), Prestigio ($p = 0,001$), Cumplimiento ($p = 0,016$) y la Responsabilidad Social ($p = 0,014$). Estos resultados sugieren la importancia de los valores para la satisfacción en el trabajo y el desarrollo de estrategias organizacionales (Cámara, et al. 2015).

Los valores corporativos van ganando cada vez más importancia que la de su simple formulación. Cuando fluyen en las organizaciones con los comportamientos y políticas estratégicas, el valor mismo del trabajo y la capacidad organizacional se capitalizan.

Existen dos trabajos de data reciente sobre responsabilidad empresarial y capital ético que ayudan a comprender el horizonte empresarial del siglo XXI (Malagon, 2010; Yarce, 2010).

De hecho, Lizarralde (2009) en el prólogo a la obra de Malagon (2010), afirma que los gobiernos y las empresas donde las personas obran bajo el imperio de la ética son exitosas como lo demuestran las estadísticas de Transparencia Internacional, el Banco Mundial, Naciones Unidas y el Consejo Nacional de Productividad.

Sin embargo, las empresas y las organizaciones son el personal que se encuentra vinculado a ellas. Actuar en términos de responsabilidad social exige a esas personas y particularmente a los dirigentes, ejercer un modelo de liderazgo entendido como servicio y con predominante dimensión ética (Urselay, 2010 como se cita en Malagon, 2010).

Las organizaciones procuran hacer realidad su misión y su visión en el marco de la ética y la responsabilidad social, por eso han incorporado a su quehacer conceptos como objetivos estratégicos, comunidad de aprendizaje, liderazgo democrático, capital psicológico y justicia organizacional, entre otros. Pero el verdadero reto es construir una

cultura organizacional basada en principios y valores capaces de dinamizar eficazmente sus grupos humanos y el ámbito social donde se desempeñen (Yarce, 2010).

Adela Cortina catedrática de Ética y Filosofía Política de la Universidad de Valencia y directora de la Fundación ÉTNOR, se refería al capital ético indicando la conveniencia de repasar todo lo que pudiera officiar de capital (Cortina, 2006).

Recordaba que el capital es un activo producido, productivo y duradero, que no se agota con un solo uso y en el ámbito económico es indispensable para la prosperidad de las empresas y las naciones. Concordaba con Amartya Sen en que la economía va más allá del beneficio monetario: el objetivo que le da sentido es el de crear una buena sociedad. Una sociedad justa, es aquella cuyos miembros pueden llevar adelante sus proyectos de vida feliz. Afirmaba que eran necesarios capital físico, financiero, humano y social, y añadía capital ético.

Con relación a los valores y su incorporación en el día a día evocaba la tradición intelectual de Ortega, Zubiri, D'Ors, Aranguren, Laín, Marías que coinciden en que los valores no fueron inventados, existen y son cualidades de las personas, las acciones, las instituciones o las cosas, que atraen cuando son positivos. Mal se viviría en un mundo sin solidaridad o sin belleza, como se malvive en un edificio sin ventanas, con mugre y mal olor. Los "valores éticos" serían aquellos que elevan la condición humana. Wittgenstein en una Conferencia sobre Ética afirmaba que saber jugar tenis no obligaba, en cambio quien dice una mentira escandalosa, no puede responder a quien lo critique que no quiere corregirse, so pena de que le repliquen: pues debería hacerlo (Cortina, 2006).

Incorporar los valores a la realidad cotidiana exige formar un carácter dispuesto a hacerlo, no basta con memorizar textos, debe aprenderse a degustarlos como los buenos vinos (Cortina, 2006).

Una conferencia-coloquio, organizada por ESADE ALUMNI, del profesor Ángel Castiñeira, Departamento de Ciencias Sociales de ESADE, fue titulada La Riqueza Ética de las Naciones como el libro La Riqueza de las Naciones, que Adam Smith publicó en 1776, que pasó a ser una de las obras de cabecera del liberalismo económico, donde explicaba cómo la riqueza de las naciones se estructuraba sobre tres tipos de capital: el físico (recursos naturales), el económico (recursos financieros) y el laboral (población activa). El capital físico depende de la naturaleza, el económico y el laboral de la decisión, el esfuerzo y la visión de cada nación (Sánchez, 2009).

El profesor Castiñeira referencia dos libros que aportan nuevas visiones y nuevas propuestas al universo de A. Smith. Se trata de las obras Making Democracy Work – Civic Traditions in Modern Italy de Robert D. Putnam y The Rise of the Creative Class de Richard Florida. Ambas consideran que la densidad asociativa de las sociedades redundan en un mayor Capital Ético, generando un cuarto pilar a los tres ya mencionados por Smith, que es garante de un mayor rendimiento económico, político y democrático. (Sánchez, 2009).

El valor central y básico para el desarrollo de una economía libre de mercado es la confianza. Castiñeira la define como la expectativa que surge en una comunidad con un comportamiento ordenado y cooperativo, basándose en normas y valores compartidos por todos sus miembros, como la lealtad, la honradez y la fiabilidad, entre otras. Destaca este capital ético, forjado mediante la capacidad de asociarse, de organizarse y de movilizarse de la sociedad civil, como la mayor fuente del valor de la confianza. La

fuerza de la “marca país” depende de la confianza que inspira. Un país generador de confianza tiene capital ético (Sánchez, 2009).

Pérez López (1994) y Rodríguez Aguilera (2005) plantean el enfoque antropológico organizacional, cimentado en los valores, las virtudes y las fortalezas, analizando la empresa como una organización humana centrada en tres paradigmas que explican el funcionamiento de las organizaciones: mecanicista que la explica como un gran sistema técnico, organicista que la explica como organismo vivo en interacción con el entorno sin centrarse en lo estrictamente técnico, y el antropológico que concibe la organización como una institución de personas.

El enfoque mecanicista trata el trabajo desde el punto de vista objetivo como factor de producción y esto es válido, sin embargo, tiene muy poco en cuenta el valor subjetivo del trabajo, ignorándolo casi completamente. Así la fuente de dignidad que no es la producción sino la persona queda hecha de lado y el trabajo como valor no tiene en cuenta su fundamento real que es el hombre mismo. Aquí no hay visión compartida, los motivos personales no cuentan, la libertad y la participación se tornan sombrías. Este enfoque se alimenta básicamente de la racionalidad instrumental, todo se valida como medio en función de los resultados.

Las motivaciones de la persona consisten en recompensas externas (aumento salarial, comisión, estatus) que Pérez López (1994) denomina necesidades extrínsecas. El *management* científico y la planeación estratégica en sus comienzos se inspiraban en ese modelo. Una ética utilitarista Colomer (1991) ordenada al beneficio, o pragmática vuelta a los resultados, corresponden al enfoque ético de este modelo que coincide con la ética individualista a la cual se refiere Weber (1995) con relación al modelo capitalista. Aquí el individuo se limita a cumplir con sus tareas, obedece ciegamente, tiene actitud

reactiva frente al trabajo, no puede asumir riesgos ni tomar decisiones, busca seguridad a costa de la capacidad creativa y es así lesionada en su libertad, el sujeto queda desmoralizado al convertirse en funcionario y el trabajo se vuelve para él una carga insoportable. Así se genera un hombre egoísta y la formulación ética es tremendamente limitada, carente de fundamento y poco rigurosa. De este modo la organización puede afectar su viabilidad y proyección.

Los enfoques psico-sociológicos parten del comportamiento humano, se aproximan a la dimensión subjetiva del trabajo, pero no la formulan. Aun cuando insisten en el supuesto de la maximización relación-producción ya miran al hombre que trabaja. Por esta vía se destacan las relaciones humanas (Mayo, 1946). Una actitud proactiva ante el entorno y el carácter funcional Weber (1947), las organizaciones solicitan especialistas. Un giro hacia la descentralización Macgregor, (1960); Likert (1961) y Hax & Majluf (1984) para optimizar recursos. Se introducen los conceptos de cooperación, participación para armonizar descentralización y productividad, se delegan las decisiones a todo nivel March & Simon (1958); Simon, (1979) y Cyert & March (1963) la participación se vuelve un propósito organizacional desde los años setenta y la motivación se vuelve prioritaria Hobfoll & Shirom (2000); Maslow (1954); Herzberg (1966); Herzberg, Mausner, & Snyderman (1959); Macgregor (1960) y Macgregor (1966).

Aquí se reconoce no solo el carácter extrínseco de la motivación sino también el intrínseco originado en el mismo sujeto que labora dada su satisfacción con sus propias actuaciones y comienzan a tenerse en cuenta el aprendizaje y la realización personal del trabajador.

De ese modo, surge una concepción de la empresa entendida como organismo social donde se tienen en cuenta las variables psico-sociológicas y la dimensión económica pierde exclusividad. La persona deja de ser una mera pieza del engranaje productivo, sus motivaciones van más allá de recompensas o castigos, su racionalidad no es exclusivamente instrumental y se convierte en una racionalidad expresiva que reconoce la libertad y la voluntad personales. Los valores se tienen en cuenta en las decisiones empresariales, las normas se interpretan en términos conductuales y son permeadas por elementos culturales y sociales. Adquiere fuerza la responsabilidad social como respuesta de la organización a su entorno (Lawrence & Lorsch, 1967; Lorsch & Allen, 1973; Galbraith, 1973 y Chandler, 1962 como se cita en Rodríguez & Aguilera, 2005). Este nuevo componente hace que la ética no pueda ser ajena a la organización y a la elección de sus directivos.

Los enfoques antropológicos integran los modelos mecánico y orgánico, pero subordinándolos a la persona como fin. La empresa debe ordenarse a la persona como fin y no simplemente a la satisfacción de sus necesidades. Se hace hincapié en la dimensión subjetiva del trabajo sin dejar de lado la objetiva (Rodríguez & Aguilera, 2005).

Así el enfoque técnico se destaca por responder al qué, el orgánico al cómo y el antropológico al para qué del trabajo. Al preocuparse por dar sentido a las acciones que coordina apunta a que lo característico de la organización sean sus valores, principios y fines. Ocupa así un lugar central la acción humana, su sentido, y el carácter objetivo de los valores (Rodríguez & Aguilera, 2005).

De ese modo, si los objetivos de la empresa corresponden a sus valores y principios, estos se identifican el fin de la misma y el de las personas que la conforman.

Se llega así a una integración donde la ética está presente de modo natural en el encuentro de los fines organizacionales y personales (Rodríguez & Aguilera, 2005).

Los conceptos de racionalidad instrumental y expresiva, que ignoran las repercusiones que conllevan las decisiones, se remiten con el enfoque antropológico a su dimensión ética, dada la responsabilidad personal de toda decisión libre. En cuanto a las motivaciones, la cooperación y el servicio desinteresado también deben tenerse en cuenta y no se limitan a la mera satisfacción de necesidades (Rodríguez & Aguilera, 2005).

El modelo antropológico integra realidades espirituales y materiales y reivindica la superioridad de las primeras en el ser humano. De modo que en el trabajo el hombre no procede movido por el inmediatez de las facultades inferiores sino por los fines de las facultades superiores (Rodríguez & Aguilera, 2005).

Las motivaciones del modelo psico-sociológico se centran en satisfacción de necesidades materiales. Maslow (1970) considera que las necesidades superiores se satisfacen si previamente lo han sido las inferiores. El modelo antropológico reivindica la supremacía de lo superior sobre lo inferior y presta más atención al dominio de las necesidades que a su satisfacción, de tal modo que la persona puede optar por sacrificar las necesidades inferiores en función de las superiores, dado que reconoce al hombre como ser capaz en su actuar de virtud y dotado de inteligencia y voluntad, no solamente de intereses.

Los valores tampoco se ordenan a satisfacciones, sino ante todo al desarrollo personal y la apertura a los demás. Se supera la visión del mero deseo de tener por el deseo de servir y este contrapeso al egoísmo potencia incalculablemente las organizaciones. La norma no es un límite a la actuación, sino que se fundamentan en

principios que rigen y orientan el obrar afirmando la libertad del ser humano. La felicidad se alcanza en el obrar bien y no en la mera posesión (Rodríguez & Aguilera, 2005).

Se puede concluir que el enfoque antropológico o humanista enriquece los otros modelos con una visión más completa de la persona y concibe la organización como institución que procura conseguir la unidad e identificación de las personas con ella y sus objetivos. De este modo los valores se proyectan en ella en su dimensión práctica y operativa. El cumplimiento de las metas no es lo más importante sino el cómo y para qué se logran en plena coherencia con sus valores, así sus colaboradores asumen el trabajo como misión compartida y no como mero reto individual. La persona forma parte de un equipo y de su comportamiento dependen los resultados de la organización. Se torna la cooperación una competencia porque no basta con que el individuo haga lo suyo, sino que siempre debe tener en cuenta a los otros.

El enfoque antropológico parte de una visión unitaria y comprensiva de la realidad. La postura antiética en la empresa se supera con este enfoque. Gracias a éste el trabajo, al reconocerse en su doble dimensión objetiva y subjetiva, se dignifica siendo medio de perfección para quien lo lleva a cabo.

Lo expuesto en todo este apartado sobre el capital ético derivado los valores corporativos permite reflexionar sobre una dimensión organizacional que contribuye eficazmente a un estado psicológico positivo.

Se ha explicado como los valores organizacionales forman la cultura de la organización e inciden en indicadores de éxito empresarial y pertenecen a un área vital en el campo de la investigación. Con este objeto se abordaron aspectos conceptuales y experiencias investigativas en el campo educativo, las ventas, el marketing y el área de

la salud que demuestran como los valores corporativos generan productos y servicios de calidad, anuncios con buen contenido, buenos precios, buen clima organizacional y una excelente atención.

Se examinaron modelos como el de la ventaja competitiva sostenible que brinda a los empleados la percepción de una cultura organizacional ética que va más allá de los enfoques de la empresa basada en recursos y capacidades dinámicas, y que es fuente de satisfacción laboral. También se hace referencia a mediciones de la relación existente entre el contexto ético y los comportamientos laborales en consonancia con el apoyo laboral percibido. De igual manera a mediciones que relacionan la incidencia de los valores en la percepción de la justicia organizacional y en la felicidad laboral. Además de correlaciones entre valores individuales y organizacionales que revelan satisfacción, compromiso, espíritu de equipo y un modelo quadraaxial que postula el liderazgo como intermediación necesaria en la trayectoria de los valores humanos fundamentales.

Se hizo referencia a trabajos empíricos que comparan la relación entre un modelo flexible que apunta al humanismo y la innovación y uno de excelencia centrado en la racionalización y la calidad con la trilogía ausentismo-burnout-enfermedad. El flexible permite que el empleado exteriorice esas patologías, mientras que el de excelencia lo inhibe para manifestarlas.

Fue abordado un estudio con vendedores que demuestra que los valores éticos corporativos influyen en comportamientos éticos, en la reducción del acoso laboral y la satisfacción en el trabajo.

Se referenció un estudio adelantado con profesores que demostró como la alineación entre valores personales y valores corporativos incidió en una mayor producción científica, tecnológica e innovadora.

Todo lo anterior va al encuentro de una constatación hecha por Transparencia Internacional, el Banco Mundial, las Naciones Unidas y el Consejo Nacional de Productividad, en el sentido de que los gobiernos y las empresas que obran con ética son exitosas. A esto se suma el parecer de varios pensadores contemporáneos que evidencian la importancia del capital ético.

Finalmente se explicó el alcance y pertinencia del enfoque antropológico organizacional, en el contexto de los valores que proyectan a las organizaciones en sus dimensiones prácticas y operativas, al lograr que la persona se identifique con la organización y sus objetivos, al cultivar el trabajo en su doble dimensión subjetiva y objetiva.

Más adelante se evidenciará como el capital ético se relaciona con el capital psicológico y con el engagement en el ámbito de la Universidad Católica de Colombia. Por ahora es conveniente observar como se ha evidenciado la influencia del capital ético en las organizaciones.

El enfoque antropológico organizacional y la Universidad Católica de Colombia

Sandoval (2008) sostiene como el enfoque antropológico es el que mejor permite comprender la realidad de las organizaciones educativas, el que más se adecua y resulta más idóneo para explicarlas dado que su punto de partida y finalidad es la persona, su propio objeto de conocimiento es la persona, la ética está presente en la naturaleza y finalidad de la educación, en la propuesta de los principios de actuación y en la toma de decisiones.

La Universidad Católica de Colombia en su Proyecto Educativo Institucional (Acuerdo No. 1, Asamblea General, 28 de diciembre de 1999 – Actualizado Acuerdo No.01 del 19 de abril 2016)) y otros documentos conceptuales y de política, contempla

la fundamentación sobre la persona y la formación e personas, y desde allí ha elaborado el Plan de Desarrollo 2012-2019.

El Proyecto Educativo Institucional se fundamenta en los siguientes soportes: a) Soporte antropológico; b) Soporte epistemológico, c) Soporte en la universalidad, d) Soporte en administración y gestión, e) Políticas (Universidad Católica de Colombia, 1999, 2016).

El proyecto educativo institucional es un compromiso con la persona.

La Universidad allí formula el proyecto que genera su propio acto educativo, destaca la naturaleza moral de dicho acto, lo dirige a acciones inteligentes y libres y lo presenta al mundo como una opción de trascendencia. Para consolidarlo lo estructura sobre cinco soportes: antropológico, epistemológico, universalidad, doctrina católica y social de la Iglesia, administración y gestión (Universidad Católica de Colombia, 1999, 2016).

El soporte antropológico se ordena a la persona como imagen y semejanza de Dios: la reivindica como centro de su acción formadora para actuar mediante ella en la sociedad, propone una cultura fundada en la espiritualidad del hombre, decide examinar los factores determinantes en las sociedades y en las culturas, crea condiciones curriculares para fomentar la responsabilidad, la realización personal en libertad que permita desarrollar el proyecto de vida como manifestación autónoma del ser personal, propende por la integridad en la formación de sus alumnos (Universidad Católica de Colombia, 1999, 2016).

El soporte epistemológico se funda en la naturaleza humana y procura: recuperar el sentido del conocimiento más allá del hacer y el usar, rescatar la dignidad humana y generar una auténtica comunidad donde se exprese la riqueza de la realidad y de la

naturaleza iluminada por la verdad, trabajar rigurosa y desinteresadamente por la búsqueda y desarrollo del conocimiento, sin subordinación o condicionamientos a intereses particulares o de otro género, propiciar el diálogo entre pensamiento cristiano y ciencias humanas, y el examen de los métodos de cada disciplina para contribuir al saber humano (Universidad Católica de Colombia, 1999, 2016).

El soporte en doctrina católica y social de la Iglesia procura: estructurar y desarrollar el currículo institucional desde la auténtica antropología cristiana; diálogo Evangelio-sociedad, cultura, ciencia y tecnología ordenado a exaltar la vida y la persona humana; responsabilidad y apertura a la trascendencia; despertar la conciencia, responsabilidad y sensibilidad social de los estudiantes; una auténtica vida humana que integre fe, ciencia, cultura, competencia profesional y sabiduría cristiana; y recuperar la forma estructural de la familia como fundamento de toda realidad social (Universidad Católica de Colombia, 1999, 2016).

El soporte de la universalidad se propone la unidad de las diversas interpretaciones de la realidad armonizándolas con la verdad y el bien, procura: ejercicio de la libertad intelectual y desarrollar la capacidad que tiene la persona para intelegirse e intelegir el mundo; desarrollo humanístico y cultural que anime a la búsqueda de la verdad; diálogos interdisciplinarios que enriquezcan el sentido de la vida; disponer del acervo científico y tecnológico con responsabilidad moral, servicio a la humanidad y bien del hombre; y cultura de la responsabilidad y armonía con el medio ambiente (Universidad Católica de Colombia, 1999, 2016).

El soporte en administración y gestión procura: una responsable y creciente voluntad de servicio, acertada toma de decisiones, cultura del trabajo y su realización en equipo, conciencia de la responsabilidad moral, y tecnología al servicio de la

comunidad. En lo referente a las políticas sobre las personas se propicia el desarrollo humano (Universidad Católica de Colombia, 1999,2016).

Los estatutos de la Universidad Católica de Colombia (1993) también contienen los siguientes elementos:

Declaración de Principios: La Universidad se declara fundada en los principios de la doctrina de Cristo sustancia de toda verdad y piedra angular de la Historia y tendrá como maestra y cabal intérprete de su doctrina a la Iglesia Católica en la enseñanza de la verdad y de las ciencias al servicio del hombre y de los intereses de la comunidad. Su vocación es trascender la realidad del hombre en el estudio y en la comprensión de sus profundos y complejos problemas, es hacer de cada uno de los que allí se forman una personalidad integrada en todos los aspectos de la vida social, de tal manera que responda conscientemente a las exigencias que plantea la problemática de la vida comunitaria (Universidad Católica de Colombia, 1993).

Normas: Sus programas se adelantarán con marcado sentido del respeto a la dignidad de la persona humana, la libertad responsable, los valores espirituales y los principios de la Religión Católica (Título I. De la Universidad, Definición. Art. I) (Universidad Católica de Colombia, 1993).

Tiene como misión la transmisión y acrecentamiento del conocimiento y sus aplicaciones en beneficio del desarrollo integral del hombre y de la sociedad, dentro de un ambiente de plena libertad académica (Título II. De los fines de la Universidad. Art. 3) (Universidad Católica de Colombia, 1993).

Los lineamientos conceptuales del Currículo Institucional consideran la persona como centro de su acción formadora y transformadora para actuar a través de ella ante la sociedad. La afirmación de que el individuo fuera persona, y esta fuera única, irrepetible

y de igual dignidad para todos los individuos de la especie empieza con el cristianismo: “La vivencia del Evangelio le permitió al hombre darse cuenta de que la persona es algo sagrado, libre, con derechos y deberes inalienables, definida como absoluta interioridad, pero también como relación” (Herrera, 2005. p.1). De la intimidad se deriva la creatividad de un hombre dueño de sí mismo, con apertura interior, y principio de sus propios actos. El hombre que tiene una vocación original al amor alcanza la plenitud dándose, es decir cuando se abre a su dimensión relacional (Universidad Católica de Colombia, 2005).

Es importante destacar que además de los documentos de la Universidad antes relacionados, la doctrina social católica apunta a una interacción ética entre la conciencia y el intelecto de la que puede resultar un desarrollo realmente humano, incluso anota como no se logra apenas con recursos técnicos ni meras relaciones de convivencia, sino con la fuerza del amor que vence al mal con el bien y abre la conciencia del ser humano a relaciones recíprocas de libertad y responsabilidad. Afirma que la fidelidad al hombre exige la fidelidad a la verdad, que es la única garantía de libertad y de la posibilidad de un desarrollo humano integral (Benedicto XVI, 2009).

La creación de instituciones no basta para garantizar el desarrollo porque el desarrollo humano integral es ante todo una vocación y requiere asumir libre y solidariamente responsabilidades por parte de todos, exige una visión trascendente, necesita a Dios, so pena de deshumanizarse, pues permite no ver en el prójimo solamente al otro sino la imagen de Dios y despertar el amor hacia él que se manifiesta en preocuparse y ocuparse del otro (Benedicto XVI, 2009).

El plan de desarrollo 2012-2019 y los principios institucionales

Los lineamientos estratégicos del Plan de Desarrollo 2012-2019 parten de la formulación de la misión:

La Universidad Católica de Colombia, conforme con su fundamento y sus principios centra su misión en la persona, para lo cual: a) La Universidad, desde su naturaleza intelectual y su riqueza doctrinal, genera su propio acto educativo; b) Concibe la educación como acto de la inteligencia y la libertad de la persona y por lo tanto de naturaleza moral; c) Desarrolla en su comunidad la virtud de la “studiositas”, para que se aprenda a pensar y se fomente así la potencia creativa e innovadora, además de adquirir conocimientos, destrezas y habilidades; d) Se presenta ante el mundo como origen de acciones intelectuales y libres (Universidad Católica de Colombia, 1999,2016).

De acuerdo con los Estatutos de la Universidad, al documento del PEI, al documento Currículo Institucional, las características de la misión son las siguientes:

Tabla 1.

Componentes de la misión de la Universidad Católica de Colombia

COMPONENTES DE UNA MISIÓN	MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA	
1- NATURALEZA ¿Qué es la Universidad Católica de Colombia en correspondencia con la legislación colombiana y el ideal histórico de su tiempo?	Institución de educación superior colombiana, fundada en los principios de la doctrina de Cristo, abierta a todos los carismas. La Universidad genera su propio acto educativo. Su centro es la persona, por lo tanto, es a ella a quien se debe la institución y las ciencias están en función de su desarrollo.	
	¿QUÉ?	¿CÓMO?
2- IDENTIDAD ¿Qué le compete hacer a la Universidad Católica de Colombia? ¿Cómo lo debe hacer que sea diferente a las otras Universidades?	FORMACIÓN DE LA PERSONA (DOCENCIA)	Desarrollando la virtud de la studiositas Concibiendo la educación como un acto de la inteligencia y de la persona Desarrollando las potencialidades de la persona Construyendo proyectos de vida Colaborando en la enseñanza de la verdad y de las ciencias

COMPONENTES DE UNA MISIÓN	MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
	<p>BÚSQUEDA, DESCUBRIMIENTO Y COMUNICACIÓN DE LA VERDAD (INVESTIGACIÓN)</p> <p>BÚSQUEDA DE UNIDAD DE LAS INTERPRETACIONES DE LA REALIDAD (PROYECCIÓN SOCIAL)</p> <p>DIFUSIÓN E INCULTURACIÓN DE LA DOCTRINA CATÓLICA Y LAS ENSEÑANZAS DEL MAGISTERIO</p>
	<p>Reflexionando</p> <p>Buscando el sentido del conocimiento</p> <p>Poniendo a dialogar el pensamiento cristiano, conocimiento humanístico y las ciencias naturales</p> <p>Examinando los métodos</p> <p>Ejerciendo la libertad</p> <p>Buscando diálogos interdisciplinarios</p> <p>Fomentando la cultura de la responsabilidad</p> <p>Fundamentando el currículo desde la antropología cristiana</p> <p>Dialogando con el evangelio</p> <p>Con actitud de servicio</p> <p>Integrando fe- ciencia- cultura</p> <p>Fomentando el valor de la familia</p>
3- FINALIDAD ¿Para qué hace la Universidad lo que le corresponde hacer?	<p>Fomentar en cada persona la responsabilidad y la realización personal, de tal manera que le permita escribir y desarrollar su proyecto de vida.</p> <p>Proponer soluciones eficaces para los problemas de la realidad colombiana.</p> <p>Mejorar la calidad de vida, la productividad y la competitividad del país.</p> <p>Servir al hombre y a los intereses de la comunidad.</p>
4- COMUNIDAD ¿Quién debe hacer lo que se ha comprometido a hacer la Universidad?	<p>La comunidad educativa, bajo el direccionamiento de las autoridades colegiadas, con el apoyo y en articulación de los diferentes subsistemas institucionales (directivo, de planeación, académico, administrativo, de servicios institucionales y de bienestar universitario).</p>
5- VALORES	<p>Libertad</p> <p>Unidad</p> <p>Estudiosidad</p> <p>Autonomía</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Solidaridad Equidad Integridad (adicionados Plan 2012-2019)</p>

Fuente: Plan de Desarrollo 2011-2015 Universidad Católica de Colombia

Para el Plan de Desarrollo 2012-2019, formula su visión, inicialmente, así: al año 2019 la Universidad Católica de Colombia será reconocida por formar desde su identidad a sus estudiantes con excelencia y pertinencia, por su eficacia y productividad en la investigación, por la coherencia de su proyección social y por la innovación en su gestión (Universidad Católica de Colombia, 2012). Posteriormente la Asamblea General mediante Acuerdo No.01 del 19 de abril de 2016, la formuló en los siguientes términos: “Ser reconocida como una institución que forma a sus estudiantes con una alta consciencia de responsabilidad consigo mismo y con la sociedad, al incorporar en su

formación la dimensión espiritual humana e interactuar con la sociedad por medio de sus estudiantes, docentes y resultados académicos.

La Universidad formula periódicamente sus planes de desarrollo, con los cuales se aproxima hacia la visión institucional, en cumplimiento de su proyecto educativo” (Universidad Católica de Colombia, 2016).

Valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia.

Los valores corporativos que la universidad cultivará de acuerdo con su misión, su PEI, su currículo y el Plan de Desarrollo 2012-2019, serán: Libertad, Responsabilidad, Unidad, Integridad, Equidad, Autonomía, Solidaridad y Estudiosidad.

Esos valores están inspirados en la naturaleza humana, la misión y el PEI de la Universidad que tienen como centro a la persona.

Conviene recordar que el modelo antropológico organizacional reivindica la supremacía de lo superior sobre lo inferior, presta más atención al dominio de las necesidades que a su satisfacción y reconoce al hombre como ser capaz en su actuar de virtud y dotado de inteligencia y voluntad, no solamente de intereses.

Según ese modelo los valores se ordenan al desarrollo personal y la apertura a los demás, más que a meras satisfacciones. El deseo de tener es superado por el deseo de servir. La norma se ordena al bien obrar y es garante de la libertad del ser humano. La felicidad es resultado del bien obrar.

Vale la pena considerar que la psicología positiva reconoce como un principio básico que la felicidad duradera está impulsada por la perspectiva hedónica (placer, alegría) sino por la eudaimónica (buen espíritu). La revisión de Ryan y Deci (2001) aporta muchos estudios que corroboran como la psicología positiva entiende que vivir una vida auténtica consiste en la realización de las fortalezas, talentos y potencialidades

de uno mismo, y aquí está el secreto de la felicidad. Aquí existe un claro encuentro entre la psicología positiva y el sentido que el modelo antropológico organizacional confiere a los valores.

Ese modelo también concibe la organización como institución que procura conseguir la unidad e identificación de las personas con ella y sus objetivos. De este modo los valores se proyectan en ella en su dimensión práctica y operativa. Las metas no son lo más importante sino el cómo y para qué se procuran en plena coherencia con los valores, así las personas asumen el trabajo como misión compartida y no como mero reto individual. Forman parte de un equipo y de su comportamiento dependen los resultados de la organización. La cooperación se reconoce como una competencia que obliga a sus integrantes a tener siempre en cuenta a los demás y no conformarse con lograr apenas lo que les corresponde.

El trabajo, reconocido en su doble dimensión objetiva y subjetiva, se proyecta como medio de perfección para quien lo lleva a cabo.

Dadas las anteriores premisas se define cada uno de los valores corporativos seleccionados para el plan de desarrollo 2012-2019 (Universidad Católica de Colombia, 2012).

1. Libertad

Dimensión humana que fundada en la verdad de las cosas, posibilita la realización de la persona. En este sentido el ejercicio de la libertad implica el despliegue de la inteligencia, de la voluntad y de la sensibilidad en la búsqueda de la verdad y el bien obrar. Por tanto, permite el desarrollo de la cultura humana a través del encaminamiento del hombre al encuentro con la realidad y estimula el respeto por la observancia de las

normas y los procedimientos institucionales como vehículos convenientes para la convivencia, el bienestar y la felicidad.

Componentes

1. Conocimiento: Saber acerca de la realidad que permite tomar decisiones conscientemente asumidas.

2. Conducta: Expresión de la intimidad humana que confirma o niega la autenticidad del ser personal. Por tanto, conlleva un compromiso de sinceridad consigo mismo y de riesgo al asumir las consecuencias de su actuar.

Comportamientos derivados de la libertad frente a la misión y sus compromisos

1. Identificación con los valores Corporativos
2. Respeto y reconocimiento de los demás y de la institución
3. Observancia de las normas y políticas institucionales
4. Orientación y facilitación del trabajo de los demás
5. Responsabilidad respecto de los riesgos asumidos
6. Conciencia de responsabilidad compartida
7. Actuar con sentido y tener un propósito claro, definido y coherente con el trabajo y la institución
8. Asumir un estilo de trabajo ni permisivo, ni rigorista, ni incómodo
9. Obrar con justicia
10. Evitar actitudes justificatorias, evasivas o dilatorias frente a las responsabilidades y el resultado de las acciones

2. Responsabilidad

Es la manera como la persona actúa ante sí misma, ante otras personas y ante la realidad. Respecto de la misión y las características de la responsabilidad en la

Universidad Católica de Colombia, la responsabilidad implica obrar con creciente voluntad de servicio, prudencia en la toma de decisiones, respeto por la dignidad del trabajo, asumir como propio el resultado de las acciones en los campos morales, institucionales y políticos, propiciar el desarrollo humano, disponer de los medios y recursos científicos y tecnológicos con responsabilidad social, cuidado y armonía con la naturaleza y el medio ambiente.

Componentes

1. Voluntad de servicio: obrar con dimensión humanitaria y altruista, no condicionado por los factores del medio.
2. Prudencia en la toma de decisiones: sabiduría de decidir teniendo en cuenta las consecuencias de las decisiones que se toman.
3. Desarrollo Humano: cultura del trabajo con sentido trascendente procurando producción, eficacia y crecimiento ético y moral.
4. Sentido íntegro de la responsabilidad social: lealtad con el bien común, la prevalencia del interés social sobre el particular y la observancia de políticas ambientales.

Comportamientos derivados de la responsabilidad frente a la misión y sus compromisos

1. No dejarse llevar por irreflexiones, ligerezas, imprudencias, temperamento y por circunstancias.
2. Obrar teniendo en cuenta en cada acto a la institución con compromiso personal y la realización de la misión.
3. Comprensión de los demás sin descalificaciones ni rumores.
4. Obrar con rectitud moral y buscar el mayor bien posible en todas las actuaciones.

5. Velar por el bien de los demás.
6. Nunca excederse con los demás con comentarios desobligantes y conductas ofensivas.
7. Reconocer la existencia de un orden superior en el campo ético y moral.
8. Elegir y buscar los medios adecuados, eficaces y eficientes.
9. Velar por el cumplimiento de los deberes teniendo en cuenta que la educación es el mayor compromiso social.

3. Unidad

Proporciona la integración de los objetos propios de la inteligencia y la voluntad - esto es, la verdad y el bien-, por lo cual, posibilita el dar sentido a las diversas interpretaciones de la realidad. De este modo, armoniza las dimensiones objetiva y subjetiva del trabajo humano en orden a la realización del ser persona; rescata la dignidad humana y forja una auténtica comunidad donde se expresa la riqueza de la realidad y la naturaleza iluminadas por la verdad; genera sensibilidad social, la recuperación de la unidad familiar como principio del orden social y una auténtica vida humana al integrar las dimensiones de las personas humanas: fe, ciencia, cultura, competencia profesional, sabiduría cristiana y apertura a la trascendencia.

Componentes

1. Concepto de sentido que resulta de integrar lo correctamente entendido (verdad reconocida por la inteligencia) y por lo tanto querido por la voluntad.
2. Principio de integración de elementos diversos.
3. La familia como unidad y criterio de orden social.

Comportamientos derivados de la Unidad frente a la misión y sus compromisos

1. Concebir la realidad laboral como parte integrante del trabajo de todos.

2. Reconocer y aceptar conscientemente que la forma ideal de realización personal está en ver en los demás algo distinto a mí y que los demás me vean distinto a ellos.

3. Dar la importancia que tiene la familia como principio del orden social.

4. Respeto por el hombre y la mujer como expresiones de la unidad familiar, y del trabajo como su principio de sostenibilidad.

4. Integridad

Es un derivado de la categoría de la Unidad constituido por la autenticidad en el conocimiento, en la conducta y en el lenguaje. Significa una unidad ontológica y moral.

Componentes

1. Unidad ontológica y moral de las personas.

2. El valor perfectivo del trabajo al interior de la persona y al exterior como aporte a los demás.

Comportamientos derivados de la integridad frente a la Misión y el PEI

1. Desarrollo de las inteligencias emocional, social y relacional.

2. Aprender a descubrir lo bello del orden en la organización.

3. Compromiso con el logro de los propósitos Institucionales.

4. Vivir las virtudes, desarrollar los talentos y aumentar las fortalezas.

5. Equidad

Forma armónica de la justicia. Implica el conocimiento de lo que le corresponde a cada uno y reconocerlo de manera efectiva. Hace parte del radical orden en su acepción de armonía.

Componentes

1. Intelectivo: Reconocer con criterio el orden y lugar que le corresponde a las cosas.

2. Volitivo: Disposición del ánimo para ubicar las cosas en su lugar.

Comportamientos derivados de la equidad frente a la misión y el PEI

1. Garantizar que cada uno ocupe su lugar y esté contento en su puesto.
2. No quedarse para sí con nada de lo que le corresponde a los demás.
3. Obrar con prudencia en lo que se refiere al conocimiento claro del principio ordenador, las circunstancias en que se debe aplicar y a las cosas que le correspondan.
4. Observancia de los procesos regulatorios, de avance y medición, comunes a la justicia organizacional.

6. Solidaridad

Máximum de la responsabilidad en tanto que implica asumir en equipo como una sola persona las consecuencias y los resultados positivos o negativos de las actuaciones de sus integrantes.

Componentes

1. Alteridad: que implica el reconocimiento del otro como persona.
2. Responsabilidad social: que permite construir con el otro una suerte común.

Comportamientos derivados de la unidad frente a la Misión y al PEI

1. Ceder a las propias opiniones.
2. Favorecer la opinión más plausible.
3. Previsión de resultados.
4. Preferir el bien general al bien particular.

7. Autonomía

Capacidad de definir y asumir la propia identidad a partir de la manera de concebir los elementos estructurales que la constituyen. La autonomía de la Universidad es la

mirada del saber, y el saber sólo es reconocido por el que sabe, no por los que están nombrados por el poder para definir como se concibe la educación.

Componentes

1. Reconocer que el saber es fundamental para la autonomía.
2. Entender la educación como un acto moral susceptible de valoración.
3. Orientación curricular propia de la universidad

Comportamientos derivados de la unidad frente a la Misión y al PEI

1. Proceso de enseñanza-aprendizaje coherente con el enfoque institucional.
2. Observar la misión y el PEI, sus políticas y orientaciones.

8. *Estudiosidad*

Aplicación de la mente sobre un objeto reflexionando de tal manera que puedan deducirse principios generales de validez. La educación no puede reducirse a lo técnico, tecnológico o utilitario, sino a la valoración del impacto o del alcance de los datos científicos que modelan la vida humana, o la sociedad o la historia y hacen posible el futuro.

Componentes

1. Afectio
2. Disciplina
3. Atención
4. Orden

Comportamientos derivados de la estudiosidad frente a la Misión y el PEI

1. Afecto por el estudio.
2. Valorar, aprender y compartir conocimiento.
3. Disciplina en el aprendizaje.

4. Investigación orientada al futuro.
5. Apertura al diálogo entre pensamiento cristiano y ciencias humanas

Capital ético de la Universidad Católica de Colombia

Los valores antes definidos vienen a constituir el capital ético de la Universidad Católica de Colombia.

El constructo capital ético que postula esta investigación se define como la apropiación de los valores corporativos en los modos de pensar, sentir y actuar de las personas vinculadas a las organizaciones y que contribuyen a un estado de desarrollo psicológico positivo, para el caso de esta investigación son los que se derivan de la misión y el PEI que corresponden al plan desarrollo de la Universidad Católica de Colombia, y son: Libertad, Responsabilidad, Unidad, Integridad, Equidad, Autonomía, Solidaridad y Estudiosidad.

Los valores corporativos en el contexto organizacional.

Esa apropiación de los valores contribuye a generar personas positivas con fortalezas y virtudes de carácter conducentes a un desempeño óptimo, que experimentan satisfacción, bienestar, gozo en el ejercicio de las labores, y placer con lo cotidiano.

Se puede hacer una aproximación de esos valores corporativos con la psicología gracias a las líneas de trabajo que ha aportado la psicología positiva, la psicología organizacional positiva y el constructo capital psicológico como se ha visto anteriormente.

Hasta el momento se han hecho mediciones de los constructos capital psicológico y engagement y hasta de valores a título individual, pero no en el contexto corporativo, y la relación de esos constructos con el de capital ético que se propone facilita la obtención de un modelo explicativo que facilite las intervenciones en el campo organizacional.

Para relacionarlos con la Psicología Positiva y facilitar esa medición los valores corporativos (capital ético) de la Universidad Católica de Colombia se catalogarán teniendo en cuenta los constructos de las virtudes y fortalezas del carácter (Peterson & Seligman, 2004).

En 1999, un grupo de investigadores entre los que destacan Mihaly Csikszentmihalyi, Ed Diener, Martin Seligman, y principalmente, Christopher Peterson, iniciaron el trabajo de crear una lista de fortalezas humanas que permitiera profundizar en el desarrollo de una psicología centrada en los rasgos positivos (Giménez, Vázquez, & Hervás, 2010). Peterson & Seligman (2004) continuaron este trabajo, proponiendo una taxonomía final formada por veinticuatro fortalezas humanas

A partir de la revisión de diferentes escritos y manifestaciones filosóficas, teológicas y culturales, descubrieron que en la mayoría de los documentos revisados se valoraban seis virtudes:

1. La sabiduría y el conocimiento: engloba las fortalezas cognitivas relacionadas con la adquisición y el uso del conocimiento.
2. El valor: fortalezas emocionales relacionadas con actuaciones conscientes dirigidas a objetivos encomiables, realizados ante fuertes adversidades y ante la incertidumbre de si podrán ser conseguidos o no.
3. El amor y la humanidad: fortalezas interpersonales que incluyen acercamiento y amistad con otros.
4. La justicia: fortalezas cívicas que persiguen una vida en comunidad saludable.
5. La templanza: fortalezas que protegen contra el exceso y facilitan la expresión apropiada y moderada de los apetitos y necesidades.

6. La espiritualidad y la trascendencia: fortalezas que conectan con el universo más amplio y proporcionan un significado a la vida (Giménez, M., Vázquez, C., Hervás, G. 2010).

Los autores consideran el concepto de virtud como algo demasiado amplio y abstracto y empiezan a utilizar el concepto de fortaleza para referirse a la manifestación psicológica de la virtud. En otras palabras, las fortalezas humanas serían los ingredientes (procesos o mecanismos) psicológicos que definen las virtudes (Peterson & Seligman, 2004). En un segundo momento, identificaron una serie de criterios específicos que determinarían si una fortaleza podría incluirse o no en la clasificación definitiva: a) Es necesario que la fortaleza sea ampliamente reconocida y celebrada por las diferentes culturas; b) Una fortaleza debe contribuir al desarrollo de una vida plena, satisfactoria y feliz; c) Aunque las fortalezas pueden conllevar y conllevan consecuencias positivas, cada fortaleza es valorada moralmente en sí misma, aun cuando no es seguida de consecuencias beneficiosas; d) El desarrollo de una fortaleza en una persona no se opone al desarrollo en otras personas. Es decir, nunca será excluyente. Pueden coexistir varios sabios, valientes, etc., e) Es necesario que no exista un opuesto a la fortaleza en términos positivos. Así por ejemplo la necedad que se opone a la sabiduría considerarla positiva en algún sentido; f) Una fortaleza debe manifestarse en la conducta de un individuo; g) La fortaleza se distingue de otros rasgos positivos en su clasificación y no puede ser descompuesta en otras; h) Es necesario que existan diferentes manifestaciones culturales de esa fortaleza, mediante historias, canciones, poemas; i) Es posible encontrar las fortalezas en su forma pura o extrema, es decir, ejemplos de personas virtuosas en alguna fortaleza; j) Cabe esperar la existencia de prodigios con respecto a las fortalezas; k) Puede haber gente que no muestre, selectivamente, alguna fortaleza; l) La mayoría

de las sociedades ha provisto de instituciones y/o rituales con el objetivo de cultivar fortalezas y virtudes para favorecer su práctica.

A partir de la revisión de los diferentes escritos y después de definir los diferentes criterios, describen 24 fortalezas clasificadas en seis subgrupos (Gimenez et al., 2010).

Los autores ya dejaron claro en su texto inicial (Peterson & Seligman, 2004), que la clasificación es tan sólo una propuesta inmersa en un proceso de construcción abierto y flexible y que, como otros modelos de clasificación (como el del DSM), necesita de tiempo, investigación y estudio para su desarrollo y consolidación.

Paralelamente al desarrollo de la clasificación teórica de las fortalezas humanas, Peterson & Seligman (2004), en colaboración con otros autores, han ido diseñando instrumentos de medida que permiten recoger datos en poblaciones muy diversas y conocer no sólo si existen o no esas fortalezas, sino los diferentes grados que pueden presentar (Giménez et al., 2010).

La relación entre cada uno de los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia y las virtudes y fortalezas catalogadas por Peterson & Seligman (2004) es la siguiente:

1. El valor corporativo de la libertad se relaciona con la virtud de la valentía por su capacidad de asumir riesgos. Con la justicia desde su naturaleza cívica que implica justicia, liderazgo, ciudadanía, trabajo en equipo. Con humanidad en cuanto hace más de lo que es justo obrando con altruismo o comportamiento prosocial. Con la templanza en cuanto que hace al hombre capaz de controlar el exceso. Con la trascendencia por cuanto eleva a encontrar motivos superiores a uno mismo. Y con la sabiduría pues ayuda a vivir a través de las dificultades pasando por encima de determinismos y fatalidades.

También con las fortalezas del carácter como la creatividad por ser capaz de independencia, inconformismo, apertura a nuevas experiencias, flexibilidad cognitiva y de comportamiento, capacidad de asumir riesgos. Con la curiosidad por su búsqueda de lo nuevo y su apertura a la experiencia. Con la mentalidad abierta por generar capacidad de juicio y pensamiento crítico. Con amor al aprendizaje implica apertura a nueva información y nuevas habilidades. Con la sabiduría por permitir la capacidad de tomar decisiones a partir del sentimiento y la racionalidad y comprender los límites de lo que puedo saber y hacer. Con la valentía por generar la capacidad de dominar el miedo. Con la persistencia por demandar un control eficaz sobre los resultados de su comportamiento. Con la integridad por la generar la capacidad de sinceridad consigo mismo y asumir las consecuencias. Con la vitalidad por expresar sentido y propósito. Con el amor porque genera la capacidad de querer. Con amabilidad por su orientación hacia el otro y a la liberalidad. Con la inteligencia por permitirle todos los espacios posibles para su desarrollo. Con la ciudadanía por abrirse a horizontes de solidaridad. Con la justicia por su inclinación a la conciencia del bien y del mal. Con el liderazgo por ser capaz de dirigir. Con el perdón y la misericordia en cuanto fuerzas liberadoras por excelencia. Con la humildad y modestia por su sentido de las limitaciones y realidades. Con la prudencia por abrir espacios para la recta realización de las metas. Con la autorregulación por el dominio sobre las propias respuestas y reconocimiento de la norma. Con la apreciación de la belleza y la excelencia por ser abierta al asombro, lo maravilloso y la elevación. Con la esperanza por su orientación hacia el futuro. Con el humor por ser causa de alegría. Con la espiritualidad por su vuelo trascendente.

2. El valor corporativo de la unidad se relaciona con la virtud de la sabiduría por incidir en la conciencia de patrones de significado o de relaciones de un modo sistémico.

También con las siguientes fortalezas: integridad por la unidad de personalidad que irradia autenticidad y honestidad. Con la vitalidad por la integración del yo en los niveles interpersonal e intrapersonal. Con el amor que inclina a ser con los demás. Con la amabilidad que comunica un sentimiento de humanidad compartida. Con la inteligencia por captarla en todas sus dimensiones personal, social y emocional. Con el liderazgo que articula. Con la apreciación de la belleza y la excelencia que asumen. Con la esperanza por consolidar los propósitos. Con la espiritualidad por su aspiración de plenitud.

3. El valor corporativo de la estudiosidad se relaciona con la virtud de la sabiduría como forma de inteligencia noble. Igualmente, con las siguientes fortalezas de carácter: amor al aprendizaje para tomar contacto con nueva información y nuevas habilidades y por la implicación cognitiva en el trabajo; con la sabiduría por procurar contribuir a las necesidades de los demás y la sociedad; con la prudencia como orientación cognitiva hacia el futuro personal; y con la esperanza por su orientación hacia el futuro.

4. El valor corporativo de la autonomía se relaciona con la virtud de la valentía de la cual se constituye como prerrequisito y expresión; y con la templanza porque genera autoeficacia y autorregulación. También con las siguientes fortalezas: con la curiosidad por la apertura a la experiencia; con la valentía como capacidad de dominio del miedo; con la justicia por la capacidad de compromiso; con el liderazgo porque lo favorece; con la prudencia por la capacidad de autocontrol; con la autorregulación por ejercer control sobre sus propias respuestas y acatar normas.

5. El valor corporativo de la responsabilidad se relaciona con la virtud de la valentía por su disposición a enfrentar; con la justicia por su compromiso con la equidad; con la

humanidad por su dimensión altruista; con la templanza por controlar el exceso; con la trascendencia por reconocer motivos superiores.

Se relaciona con las siguientes fortalezas de carácter: mentalidad abierta por obrar con juicio y pensamiento crítico; con la sabiduría por las decisiones racionales y acordes con el sentimiento; con la valentía por aceptar las consecuencias de la acción; con la persistencia por su compromiso con los fines; con el amor por su disposición cognitiva a los demás; ciudadanía por la responsabilidad social y lealtad; con la justicia por ordenarse a lo moralmente recto; con el liderazgo por su interés en los otros; con la prudencia por la recta disposición de los medios; con la autorregulación por perseguir metas y vivir de acuerdo con normas; con la apreciación de la belleza y excelencia por sentir placer por la existencia de la bondad en los mundos físico y social; con la esperanza por su previsión y orientación al futuro.

6. El valor corporativo de la solidaridad se relaciona con las siguientes virtudes y fortalezas de carácter: con la sabiduría por la perspectiva. Con el amor por la intimidad, amabilidad e inteligencia social. Con la justicia por el sentido de ciudadanía y liderazgo. Con la templanza por la capacidad de perdonar y la humildad. Con la trascendencia por la gratitud, el optimismo, la esperanza y el humor.

7. El valor corporativo de la equidad se relaciona con las siguientes virtudes y fortalezas: con la sabiduría por la creatividad, la apertura a la experiencia y la perspectiva. Con el valor por la valentía y la integridad. Con el amor por la intimidad y la inteligencia social. Con la justicia por ser forma armónica de la misma. Con la templanza por la capacidad de perdonar, la prudencia, la humildad y la autorregulación. Con la trascendencia por la gratitud y la espiritualidad.

8. El valor corporativo de la integridad se relaciona con las siguientes virtudes y fortalezas de carácter: con la sabiduría por el interés por el mundo, el deseo de aprender, la apertura a la experiencia, por la capacidad de perspectiva. Con el valor por la valentía, la perseverancia y la vitalidad. Con el amor por la capacidad de intimidad. Con la justicia por tratar a todos por igual. Con la templanza por la autorregulación. Con la trascendencia por la espiritualidad.

Establecidas esas relaciones se cuenta con una amplia posibilidad de contextos para medir los valores corporativos (capital ético) de la Universidad Católica de Colombia, gracias a los aportes de la psicología positiva con el inventario de virtudes y fortalezas que permiten un mayor discernimiento del constructo capital ético, desde la apropiación de los valores corporativos en los modos de pensar, sentir y actuar de las personas a ella vinculadas.

También se podrá constatar como esa apropiación de los valores contribuye a generar personas positivas con fortalezas y virtudes de carácter conducentes a un desempeño óptimo, que experimentan satisfacción, bienestar, gozo en el ejercicio de las labores, y placer con lo cotidiano.

Tabla 2.

Clasificación de las virtudes y fortalezas del carácter según Peterson & Seligman

Clasificación de las virtudes y fortalezas del carácter según Peterson y Seligman.		Universidad Católica de Colombia
Virtud	Fortaleza	Valores Corporativos
Coraje	Valentía, persistencia, integridad, vitalidad	Unidad
Humanidad	Amor, bondad, inteligencia social	Libertad
Justicia	Ciudadanía, imparcialidad, liderazgo.	Estudiosidad
Sabiduría y conocimiento	Creatividad, curiosidad, apertura mental	Autonomía

Clasificación de las virtudes y fortalezas del carácter según Peterson y Seligman.		Universidad Católica de Colombia
	Amor por el saber, perspectiva	Responsabilidad
Templanza	Clemencia y misericordia, humildad/modestia Prudencia, autorregulación	Solidaridad Equidad
Trascendencia	Apreciación de la belleza y la excelencia, Gratitud, esperanza, humor, espiritualidad	Integridad

Fuente: Peterson & Seligman (2004). *Character strengths and virtues*. Oxford, UK. Oxford University Press

Justificación y planteamiento del problema

Es muy frecuente la opinión de que los valores corporativos no pasan de los enunciados. Sin embargo, la Psicología Organizacional Positiva abre una puerta desde el constructo capital psicológico y la clasificación de virtudes y fortalezas para generar un aporte científico que le permita a las organizaciones medir los valores corporativos en las personas que las pueblan e indagar sobre la relación entre capital psicológico y valores corporativos, que se integran en el constructo capital ético, aportando una investigación empírica que puede servir de modelo a las demás organizaciones constatando cómo se da esa relación en la Universidad Católica de Colombia

Esta investigación aspira a contribuir al propósito de que la misión y el PEI de la Universidad Católica de Colombia, a la luz de esa relación entre el capital psicológico y los valores corporativos, ponga en evidencia si los valores coinciden con los comportamientos de las personas en el mundo organizacional y si su capital psicológico incide en la observancia de los mismos.

Esa medición permitirá diversos análisis que pueden dar origen a intervenciones organizacionales más acertadas para los valores corporativos no se queden apenas

formulados, sino que se logren identificar en los comportamientos de cada una de las personas vinculadas a la organización.

También desde esa medición empírica deducida de las investigaciones, constructos y aportes de la psicología organizacional positiva se puede contribuir a gestionar el enfoque antropológico organizacional en cuanto modelo afín con la misión, el PEI y el plan de desarrollo de la Universidad Católica de Colombia.

Esta investigación también puede contribuir con los debidos procesos de capacitación, liderazgo y desarrollo humano que se requieran, una vez analizados sus resultados.

La relación entre el capital psicológico y el capital ético, cuyos constructos se ponen a prueba con esta investigación en función de los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia, es novedosa para la psicología organizacional positiva, que podrá abrir campo para investigaciones de más amplio espectro en el mundo de las relaciones entre el capital psicológico, los valores corporativos y el modelo antropológico organizacional en el horizonte de la psicología organizacional positiva, que sin duda enriquecerá los enfoques organizacionales, aportará nuevas aplicaciones de medición y potenciará las ya existentes para esos fines.

El constructo capital ético igualmente entrará a dinamizar y a encauzar con una mayor fuerza humanística el capital psicológico y a apoyarse en su continuo cultivo desde las virtudes y las fortalezas de quienes forman parte del mundo organizacional.

De ese modo se ahonda en “el estudio y aplicación de las capacidades psicológicas y las fortalezas que pueden ser medidas, desarrolladas y gestionadas eficazmente para mejorar el rendimiento”, propias de la Psicología Organizacional Positiva (Nelson & Cooper, 2007).

También se tienen en cuenta los criterios que debe cumplir cada constructo para ser incluido en la Psicología Organizacional Positiva: estar basado en la teoría y la investigación; ser medido a través de instrumentos válidos y confiables; ser relativamente único en el campo del comportamiento organizacional; tener un impacto positivo sobre la satisfacción y el nivel individual de rendimiento laboral, y sobre todo, más que rasgos fijos, ser un estado susceptible de cambio y desarrollo (Luthans, Youssef et al, 2007).

Hasta hoy los constructos que cumplen con los criterios de inclusión en la Psicología Organizacional Positiva (Omar, 2010) son: a) Identificación con la empresa, b) Justicia organizacional; c) Comportamiento de ciudadanía organizacional, d) Confianza en la empresa; e) Compromiso organizacional; f) Satisfacción laboral y g) Capital psicológico.

El capital psicológico es el constructo más reciente de la psicología positiva y en esta investigación se pretende complementarlo con el *engagement*. Tal como se analizó anteriormente se puede apreciar como el Psycap intrínsecamente contiene el *engagement* por su sinérgica propulsión de las fortalezas, talentos y potencialidades. Los estudios aportados por Salanova & Shaufelli (2009) facilitan su comprensión y la posibilidad de incorporarlo al psycap.

Se pretende integrar el elemento *engagement* al constructo capital psicológico, que se manifiesta sinérgicamente relacionado con los cuatro elementos que hasta ahora lo componen, ayudando a mejorar los conocimientos conducentes al logro de organizaciones saludables y que aprenden con una mayor potencia y eficacia

Si las personas positivas se conocen mediante las fortalezas, virtudes y aspectos positivos que generan su desempeño óptimo, sin ser «súper personas», procuran

experimentar satisfacción, bienestar y gozo en el ejercicio de las labores, sienten placer con lo cotidiano, el *engagement* juega un papel tan decisivo que demanda su incorporación al psycap, pues aparece como un componente que los confirma con vigor, dedicación y absorción y que por otra parte no se comprende sin la interacción con los otros.

El vigor en cuanto componente del *Engagement* interactúa con la resiliencia por ser energía y activación mental en el trabajo, voluntad e inclinación al esfuerzo y perseverancia aún en medio de dificultades (Schaufeli, et al, 2002)

La dedicación con el optimismo, por ser a fin al entusiasmo y manifestarse con orgullo e inspiración en las labores, caracteriza por un sentimiento de importancia y desafío (Schaufeli, et al, 2002a).

La absorción con la esperanza, por generar un estado de concentración, la sensación de que el tiempo no alcanza y dificultades para desligarse del trabajo (Schaufeli, et al., 2002a).

Es importante recordar que los componentes del *engagement* corresponden a un constructo evidentemente motivacional, pero sus contenidos se relacionan e interactúan con los diversos componentes del psycap, así: la activación con la autoeficacia, la energía con el optimismo, el esfuerzo con la esperanza, la persistencia con la resiliencia y estar ordenado al logro de objetivos con la esperanza. Las personas que experimentan *engagement* son enérgicas, desempeñan con eficacia sus actividades laborales y son capaces de responder a las demandas de su puesto de trabajo, es decir, son autoeficaces. Enfrentan el día a día de trabajo con interés en aplicar sus conocimientos y desarrollar sus capacidades, es decir, son optimistas. Ejecutan sus tareas con empeño y satisfacción,

disfrutándolas con gran felicidad de situación, es decir cuentan con la esperanza. El *engagement* es una experiencia positiva vinculada a la satisfacción y al estado de bienestar, por lo tanto, factor de capital psicológico.

Por otra parte, se pretende incorporar el nuevo constructo de capital ético en función de la apropiación de los valores corporativos iniciando con la experiencia de medirlos en una muestra del personal administrativo de la Universidad Católica de Colombia y relacionarlos con el constructo ya existente del capital psicológico.

Como ya se indicó el constructo capital ético que postula esta investigación se define como la apropiación de los valores corporativos en los modos de pensar, sentir y actuar de las personas vinculadas a las organizaciones y que contribuyen a un estado de desarrollo psicológico positivo, para el caso de esta investigación son los que se derivan de la misión y el PEI que corresponden al plan desarrollo de la Universidad Católica de Colombia, y son: Libertad, Unidad, Estudiosidad, Autonomía, Responsabilidad, Solidaridad, Equidad e Integridad.

Esa apropiación de los valores contribuye a generar personas positivas con fortalezas y virtudes de carácter conducentes a un desempeño óptimo, que experimentan satisfacción, bienestar, gozo en el ejercicio de las labores, y placer con lo cotidiano.

Se puede hacer una aproximación de esos valores corporativos con la psicología gracias a las líneas de trabajo que ha aportado la psicología positiva, la psicología organizacional positiva y el constructo capital psicológico como se ha visto anteriormente.

Hasta el momento se han hecho mediciones de los constructos capital psicológico y *engagement* y hasta de valores a título individual, pero no en el contexto corporativo, y la relación de esos constructos con el de capital ético que se propone facilita la obtención

de un modelo explicativo que facilite las intervenciones en el campo organizacional.

Para relacionarlos con la Psicología Positiva y facilitar esa medición los valores corporativos (capital ético) de la Universidad Católica de Colombia se han catalogado teniendo en cuenta los constructos de las virtudes y fortalezas del carácter de (Peterson & Seligman, 2004).

Formulación del problema

Con base en los considerandos anteriores esta investigación formula la siguiente pregunta: ¿Qué relación existe entre el constructo capital psicológico y cada uno de sus componentes, incluido el *engagement* con el constructo capital ético, aplicado a los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia enfocados en su plan de desarrollo 2012-2019?

Objetivo

Objetivo General.

Explicar la relación existente entre el constructo capital psicológico y cada uno de sus componentes con el constructo capital ético, aplicado a los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia enfocados en su plan de desarrollo 2012-2019.

Objetivos específicos

Postular y poner a prueba el constructo capital ético.

Diseñar y validar un instrumento para evaluar el capital ético en el personal administrativo de la Universidad Católica de Colombia.

Realizar la traducción al español, la adaptación cultural y lingüística y el análisis psicométrico del UWES desarrollado por Schaufeli y Bakker (2003)

Postular y poner a prueba la variable *Engagement* como componente adicional del constructo capital psicológico.

Evaluar el *engagement* del personal administrativo de la Universidad Colombia.

Evaluar el capital psicológico en el personal administrativo de la Universidad Católica de Colombia.

Aportar todo lo anterior al plan de desarrollo de la Universidad Colombia.

Método

Diseño de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó un diseño correlacional-causal (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), con el propósito de poner a prueba el modelo de ecuaciones estructurales proyectado en la siguiente figura:

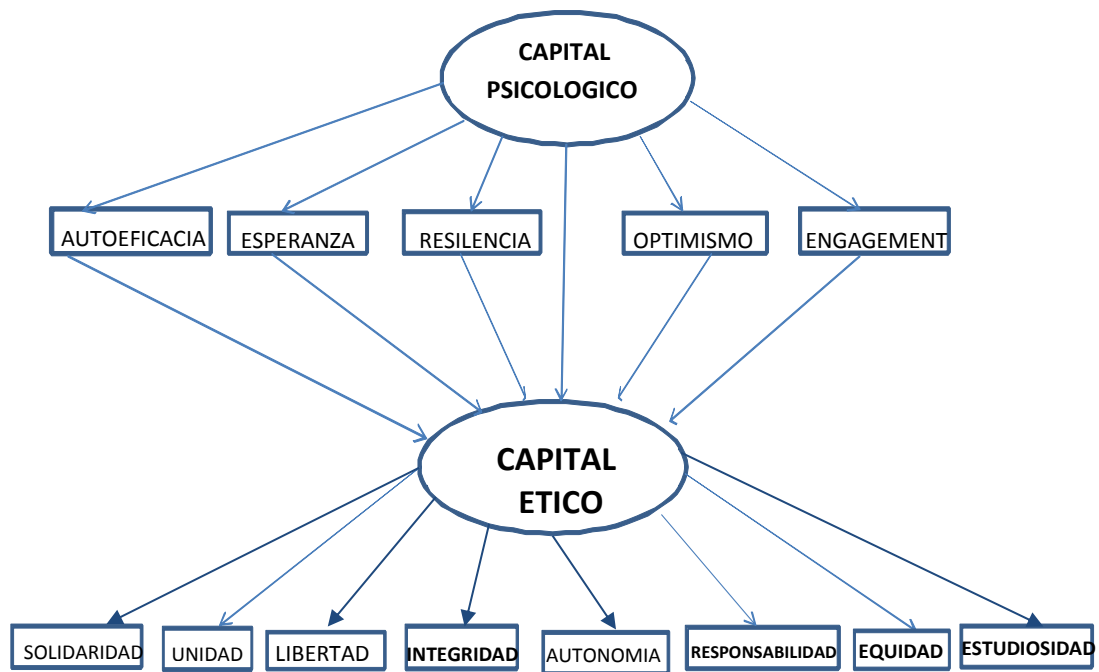


Figura 1. Modelo de ecuaciones estructurales propuesto. Fuente: Autor de la investigación.

Variables

En esta investigación se trabajó con una variable independiente que es el capital psicológico y una dependiente que es el capital ético.

Capital psicológico

Desde la perspectiva de Luthans, Youssef, & Avolio (2007b), es un estado de desarrollo psicológico positivo que consiste en un constructo de segundo orden compuesto por auto-eficacia, esperanza, optimismo y resiliencia. Para los efectos de este

trabajo se postula y evalúa el *engagement* como nuevo elemento del constructo.

Auto-eficacia

Creencia en la capacidad propia para realizar los esfuerzos que sean necesarios con el fin de alcanzar el éxito en tareas retadoras (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007b).

Optimismo

Es el estilo atribucional caracterizado por esperar lo mejor acerca de lo que está sucediendo ahora y lo que sucederá en el futuro (Luthans, Youssef, et al., 2007b).

Esperanza

Estado motivacional caracterizado por perseverar en el logro de los objetivos y cuando sea necesario redireccionar los caminos para alcanzarlos de manera exitosa (Luthans, Youssef, et al., 2007b).

Resiliencia

Capacidad para mantenerse en pie al enfrentar los problemas y la adversidad, volver a comenzar cuando sea necesario e ir más allá para lograr el éxito (Luthans, Youssef, et al., 2007b).

Engagement

El *engagement* es un estado, relativamente persistente, caracterizado por el «vigor», la «dedicación» y la «absorción» o concentración en el trabajo (Schaufeli, et al, 2002 citados por Salanova & Schaufeli, 2009).

Capital Ético

El constructo capital ético que postula esta investigación se define como la apropiación de los valores corporativos en los modos de pensar, sentir y actuar de las personas vinculadas a las organizaciones y que contribuyen a un estado de desarrollo psicológico positivo, para el caso de esta investigación son los que se derivan de la

misión y el **PEI** que corresponden al plan desarrollo de la Universidad Católica de Colombia, y son: Libertad, Responsabilidad, Unidad, Integridad, Equidad, Autonomía, Solidaridad y Estudiosidad.

Libertad

Dimensión humana que, fundada en la verdad de las cosas, posibilita la realización de la persona. En este sentido el ejercicio de la libertad implica el despliegue de la inteligencia, de la voluntad y de la sensibilidad en la búsqueda de la verdad y el bien obrar. Por tanto, permite el desarrollo de la cultura humana a través del encaminamiento del hombre al encuentro con la realidad y estimula el respeto por la observancia de las normas y los procedimientos institucionales como vehículos convenientes para la convivencia, el bienestar y la felicidad.

Responsabilidad

Es la manera como la persona actúa ante sí misma, ante otras personas y ante la realidad. Respecto de la misión y las características de la responsabilidad en la Universidad Católica de Colombia, la responsabilidad implica obrar con creciente voluntad de servicio, prudencia en la toma de decisiones, respeto por la dignidad del trabajo, asumir como propio el resultado de las acciones en los campos morales, institucionales y políticos, propiciar el desarrollo humano, disponer de los medios y recursos científicos y tecnológicos con responsabilidad social, cuidado y armonía con la naturaleza y el medio ambiente.

Unidad

Proporciona la integración de los objetos propios de la inteligencia y la voluntad - esto es, la verdad y el bien-, por lo cual, posibilita el dar sentido a las diversas interpretaciones de la realidad. De este modo, armoniza las dimensiones objetiva y

subjetiva del trabajo humano en orden a la realización del ser persona; rescata la dignidad humana y forja una auténtica comunidad donde se expresa la riqueza de la realidad y la naturaleza iluminadas por la verdad; genera sensibilidad social, la recuperación de la unidad familiar como principio del orden social y una auténtica vida humana al integrar las dimensiones de las personas humanas: fe, ciencia, cultura, competencia profesional, sabiduría cristiana y apertura a la trascendencia.

Integridad

Es un derivado de la categoría de la Unidad constituido por la autenticidad en el conocimiento, en la conducta y en el lenguaje. Significa una unidad ontológica y moral.

Equidad

Forma armónica de la justicia. Implica el conocimiento de lo que le corresponde a cada uno y reconocerlo de manera efectiva. Hace parte del radical orden en su acepción de armonía.

Solidaridad

Máximo de la responsabilidad en tanto que implica asumir en equipo como una sola persona las consecuencias y los resultados positivos o negativos de las actuaciones de sus integrantes.

Autonomía

Capacidad de definir y asumir la propia identidad a partir de la manera de concebir los elementos estructurales que la constituyen. La autonomía de la Universidad es la mirada del saber, y el saber sólo es reconocido por el que sabe, no por los que están nombrados por el poder para definir como se concibe la educación.

Estudiosidad

Aplicación de la mente sobre un objeto reflexionando de tal manera que puedan deducirse principios generales de validez. La educación no puede reducirse a lo técnico, tecnológico o utilitario, sino a la valoración del impacto o del alcance de los datos científicos que modelan la vida humana, o la sociedad o la historia y hacen posible el futuro.

Hipótesis

En esta investigación se explicaron las relaciones entre el constructo denominado capital psicológico y cada uno de sus componentes con el capital ético, aplicado a los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia, mediante un modelo de ecuaciones estructurales, en el cual se pusieron a prueba la siguiente hipótesis:

H1: A mayor capital psicológico mayor capital ético.

H2: Al incluir la variable *engagement* en el constructo capital psicológico, éste explica el constructo capital ético de forma mayor que el conjunto de sus cuatro componentes originales.

H3: El constructo capital ético tiene mayor poder explicativo que el conjunto de sus cinco valores de forma independiente.

Participantes

Para el presente estudio se ejecutó una muestra de 147 empleados administrativos pertenecientes a cuatro de las seis familias de cargos de la Universidad Católica de Colombia con sede en Bogotá D.C. A continuación, se presentan las familias de cargos a 2012.

1. Generalidades de las Familias de cargos:

a. Familia: Alta Dirección. Encargados de trazar, formular, estudiar y definir políticas, estrategias y planes de direccionamiento del proyecto educativo institucional.

b. Familia. Dirección Ejecutiva. Encargados de formular, planear, organizar y orientar el desarrollo de proyectos y programas específicos enmarcados en el PEI. o de conceptualizar, proponer, organizar, emitir diagnósticos en aras del desarrollo de proyectos.

c. Familia. Profesionales. Especializados; encargados de organizar, verificar, y controlar la ejecución de planes y proyectos establecidos en la Dirección Ejecutiva de la universidad. No especializados: encargados de ejecutar actividades de apoyo académico o administrativo complementarias para el desarrollo de planes y proyectos propuestos y ejecutados por el jefe inmediato.

d. Familia. Personal Técnico. Encargados de ejecutar actividades de apoyo académico o administrativo complementarias para el desarrollo de planes y proyectos propuestos y ejecutados por sus superiores.

e. Familia. Personal Operativo. Encargados de realizar tareas específicas asignadas por sus superiores.

Tabla 3.

Cargos de las familias de cargos

Familia Dirección.	Alta	Familia Dirección Ejecutiva	Familia Profesional	Familia. Personal Técnico	Familia Personal Operativo
Presidente		Decanos de Facultad	Asesores	Técnicos	Secretarias
			Secretarios Académicos	Almacenista	Mensajeros
Vicepresidente		Directores de Departamento	Coordinadores Especialistas	Cajero	Auxiliar de control de acceso
Rector		Secretario General	Profesionales	Analistas	Auxiliar de Higiene

Familia Dirección.	Alta	Familia Dirección Ejecutiva	Familia Profesional	Familia. Personal Técnico	Familia Personal Operativo
Vicerrector Director Administrativo		Directores de Dirección	Tesorero	Asistentes administrativos	Auxiliar de servicio al cliente
Director de Planeación Académica		Directores de Centro	Entrenadores	Laboratoristas	Auxiliar de Biblioteca
Decano Académico		Directores de División Vicedecanos	Fisioterapeuta Médicos	Supervisores Enfermeras	Auxiliar de Call Center
		Directores de Institutos	Abogado	Operador de recursos tics	
		Directores de Oficina	Bibliotecólogo Administradores		

3. Requisitos y competencias mínimas exigidas para el ejercicio de los cargos en cada una de las familias

a. Familia Alta Dirección.

Mínimo: título Profesional, doctorado y/o maestría y experiencia comprobada de seis años en la gestión, formulación y definición de políticas y planes de direccionamiento de procesos de gestión administrativa y académica para la institución.

b. Familia. Dirección Ejecutiva

Mínimo: título profesional, maestría y/o especialización y experiencia comprobada de cinco años en la planeación, dirección, programación y verificación de planes y proyectos relacionados con procesos educativos.

c. Familia Profesional

Especializado: Mínimo título profesional y de posgrado, experiencia comprobada de cuatro años en la organización, programación, control y ejecución de planes y proyectos establecidos por los niveles directivos de la institución.

No especializado: Título profesional y experiencia comprobada de tres años en la ejecución de actividades de apoyo administrativo o académico.

d. Familia. Personal Técnico

Mínimo: título tecnológico o técnico, con experiencia comprobada de dos años en la ejecución de actividades de apoyo administrativo.

e. Familia Personal Operativo

Mínimo: título de bachiller y experiencia comprobada de un año en la realización de funciones y tareas específicas.

Instrumentos

Para la recolección de los datos se emplearon los siguientes instrumentos:

1. Para evaluar Capital Psicológico se utilizó el IPSICAP un instrumento diseñado para evaluarlo en las Organizaciones Colombianas; se aplicó con sus respectivos componentes: optimismo, esperanza, resiliencia y auto-eficacia. El instrumento fue diseñado con 36 ítems y validado por Delgado-Abella, Devia & Martínez (2011). El IPSICAP se aplicó una muestra de 117 trabajadores colombianos. Se utilizó el Método de Angoff de acuerdo con las orientaciones de la experta en medición y evaluación, Alba Lucía Meneses y la participación de expertos en educación superior y evaluación, para evaluar cada uno de los ítems considerando en términos de probabilidad, si un participante podría contestarlo de manera correcta o no. El promedio de los puntajes de corte emitido por los expertos fue el puntaje de corte final para la prueba. Este

procedimiento a su vez, contribuyó para establecer la validez de contenido del instrumento. Los datos fueron procesados a través del Modelo de Rasch, con el cual se realizó el análisis psicométrico de los reactivos y la conversión de los datos de escala ordinal a intervalar, Los resultados muestran que los ítems de las cuatro escalas del IPSICAP presentan un grado óptimo de ajuste al modelo.

2. Para evaluar el *Engagement* se adaptó el cuestionario Utrecht Work Engagement (WES) El cuestionario Utrecht Work Engagement (WES) de Schaufeli y Bakker (2003) a través del siguiente procedimiento: 1) A través del Instituto de Idiomas de la Universidad Católica de Colombia, se hizo la traducción y la adaptación lingüística del instrumento 3), traducido al español y adaptado psicométrica y culturalmente (Apéndice C) siguiendo las indicaciones de Medellín (2008), La experta en medición y evaluación Alba Lucía Meneses y los parámetros especificados por la International Test Comisión (2002) como se citan en Delgado-Abella (2009). 2) Se aplicó el método Angoff para hacer los ajustes idiomáticos finales y se estableció la intensidad de los diversos componentes mediante una escala Likert de 0 a 6 en la que se responde cuántas veces se ha sentido en el trabajo en relación con cada uno de los ítems expresando si nunca (ninguna), casi nunca (pocas veces al año), algunas veces (una vez al mes o menos), regularmente (pocas veces al mes), bastantes veces (una vez por semana), casi siempre (pocas veces por semana), siempre (todos los días). 3) Se incluyeron las tres dimensiones del constructo: vigor, dedicación y absorción (Salanova, Schaufeli, Llorens, Peiró & Grau, 2000; Schaufeli et al., 2002a). 4) Originalmente el UWES incluía 24 ítems, pero después de un cuidadoso análisis de calidad psicométrica de los ítems en dos muestras españolas (una muestra de

empleados y otra muestra de control con estudiantes universitarios), se eliminaron siete ítems que no funcionaron bien de acuerdo con los resultados de los análisis. 3) El cuestionario final consta de 17 ítems que se trabaja con las siguientes Escalas (Apéndice B):

a. *Vigor* se evalúa con seis ítems que hacen referencia a altos niveles de energía y resistencia mental mientras se trabaja, el deseo de invertir más esfuerzo en el trabajo, no sentirse fatigado fácilmente y persistir en la actividad, aunque aparezcan dificultades y complicaciones. Aquellos empleados que puntúan alto en vigor son empleados que invierten mucha energía en su trabajo, mientras que aquellos que puntúan bajo en esta dimensión invierten poca energía en el trabajo y sus tareas.

b- *La Dedicación* se evalúa con cinco ítems que se refieren al nivel de significado que tiene el trabajo para la persona, el entusiasmo por el trabajo que se hace y el sentirse orgulloso por el mismo, el alto reto percibido por el trabajo y la inspiración psicológica que proviene de la actividad laboral. Los empleados que puntúan alto en esta dimensión se identifican fuertemente con su trabajo ya que éste se experimenta como significativo, inspirador y retador. Además, se sienten normalmente orgullosos y entusiasmados del trabajo que hacen. Aquellos empleados que puntúan bajo en esta dimensión no se identifican con el trabajo que hacen, ya que experimentan el trabajo como falta de sentido y significado, poco inspirador y retador; además de sentirse poco entusiasmados y orgullosos del trabajo que realizan.

c. Finalmente, *la Absorción* se mide con seis ítems que se refieren a sentimientos de felicidad cuando se está concentrado en el trabajo, tener dificultades en dejar el trabajo estando en esta situación placentera y así el tiempo parece que pasa 'volando' y uno/a se 'deja llevar' por el trabajo olvidando lo que pasa alrededor. Aquellos empleados

que puntúan alto en esta dimensión disfrutaban de lo que hacen y experimentan estas emociones y sentimientos tales como distorsión del tiempo ('pasa volando'), y de dejarse llevar por la situación ya que es intrínsecamente motivadora y se está totalmente concentrado e inmerso en lo que se está haciendo. Por el contrario, los empleados que puntúan bajo en esta dimensión no se sienten inmersos en el trabajo y no tienen dificultad en dejar de trabajar en cualquier momento, estando más pendientes de lo que ocurre alrededor que del propio trabajo.

3. Para la evaluación del capital ético se diseñó un cuestionario conforme al plan de prueba anexo (Adjunto E) que articula los valores corporativos con los comportamientos catalogados por Peterson & Seligman (2004) para evaluar seis virtudes y veintisiete fortalezas. Este instrumento mide la apropiación de los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia, a través de 64 ítems distribuidos en ocho escalas, así: libertad (16 ítems, $\alpha = 0.89$), unidad (5 ítems, $\alpha = 0.71$), estudiositas (4 ítems, $\alpha = 0.41$), autonomía (4 ítems, $\alpha = 0.71$), responsabilidad (12 ítems, $\alpha = 0.82$), integridad (9 ítems, $\alpha = 0.81$), equidad (8 ítems, $\alpha = 0.79$) y solidaridad (6 ítems, $\alpha = 0.78$). Para el constructo capital ético organizacional, se encontró un coeficiente Alpha de Cronbach de 0.969. En cuanto a la unidimensionalidad del constructo capital ético organizacional, el análisis factorial de componentes principales permite evidenciar la existencia de un único factor que explica el 82.256 % de la varianza total.

Procedimiento

Para el desarrollo de la investigación se llevaron a cabo las siguientes fases:

Fase I

Búsqueda de literatura científica para documentar el estudio del capital psicológico y los valores corporativos.

Fase II

Gestión para la consecución de los instrumentos de evaluación con los respectivos autores.

Fase III

Elaboración del proyecto de investigación.

Fase IV

Presentación del proyecto a la Unidad de Investigaciones.

Fase V

Elaboración Instrumento de Evaluación Valores Corporativos y adaptación cuestionario Utrecht Work Engagement (WES) versión española.

Fase VI

Desarrollo de sesiones con la metodología Angof para validar instrumentos Capital Ético y Engagement diseñados y adaptados con equipo de expertos mediante (Apéndice F).

Fase VII

Pilotaje de las pruebas para determinar y garantizar la confiabilidad y validez de los contenidos de los constructos a evaluar.

Fase VIII

Una vez ajustados los instrumentos de acuerdo con la evaluación de expertos y el pilotaje, se diseñó el formato final y se hizo la aplicación definitiva.

Fase IX

Análisis de los datos para la obtención de los resultados y elaboración de la discusión.

Criterios Éticos

Teniendo en cuenta los lineamientos de la Resolución No 008430 de 1993 del Ministerio de Salud y Protección Social por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud, la presente investigación se tuvieron en cuenta aspectos como los mencionados el artículo 6 del capítulo II, respecto al consentimiento informado para el cual se contará con la autorización de la empresa para llevar a cabo la investigación, y con la aprobación del proyecto por parte de la institución investigadora que para el caso es la Universidad Católica de Colombia.

Conforme a la resolución anterior y lo estipula la Ley 1090 de 2006 se protegerá la identidad de los participantes en la investigación y se garantiza que no existen riesgos físicos o psicológicos.

Con respecto al anonimato mencionado en el artículo 8 del capítulo II de la Resolución, para la investigación, se protegerá la privacidad de los participantes. Se ha considerado según el artículo 11 del capítulo II, que el presente estudio es una *investigación sin riesgo* debido a que no se realiza ninguna intervención o modificación intencionada de las variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participan en el estudio.

Resultados

Para el análisis de los datos obtenidos se llevaron a cabo tres procedimientos: los análisis psicométricos de los instrumentos, el análisis descriptivo para la caracterización de los participantes, y el tercero, a través del modelo de Ecuaciones Estructurales.

En primer lugar, se analizaron las consistencias internas (Alpha de Cronbach) de las escalas de medición y se examinó la unidimensionalidad bajo análisis factorial de componentes principales de los constructos objeto de estudio: capital ético organizacional, capital psicológico y *engagement*. Los datos de estos análisis se muestran en la descripción de cada una de las pruebas en la sección de instrumentos.

Para la puesta a prueba del modelo teórico propuesto (Figura 1) se trabajó un sistema de ecuaciones estructurales, el cual evidencia la manera como puede una variable latente como Capital Psicológico, capital ético y *engagement* expresarse en términos de relación con otras variables, las cuales aportan al constructo de sus correspondientes modelos. Es un modelo que aporta un método directo que permite trabajar con varios tipos de relación entre variables a la vez y permite una transición desde el análisis exploratorio al confirmatorio. Comprende una familia de modelos conocidos como el análisis de la estructura de la covarianza, análisis de variables latentes y análisis confirmatorio. Es posible la estimación de relaciones de dependencia múltiple y cruzada como la representación de conceptos no observados en estas relaciones y apreciar el error de medida en el proceso de estimación (Hair, Anderson, Tatham & Black 1999, citado por Delgado-Abella, 2009).

Análisis descriptivo

Para el desarrollo de la investigación, se contó con una muestra 147 administrativos de la Universidad Católica de Colombia de cuatro de las cinco familias

de cargos (No se incluyó la Alta Dirección), con edades comprendidas entre 18 y 79 años de edad; en cuanto a género 61.22 % mujeres, 38.78 % hombres.

Tabla 4.

Familias de cargo

Familia de cargo	Número de empleados
Alta Dirección	8
Dirección Ejecutiva	30
Profesional	154
Técnico	133
Operativo	136
Total	461

Fuente: División de Talento Humano – Universidad Católica de Colombia

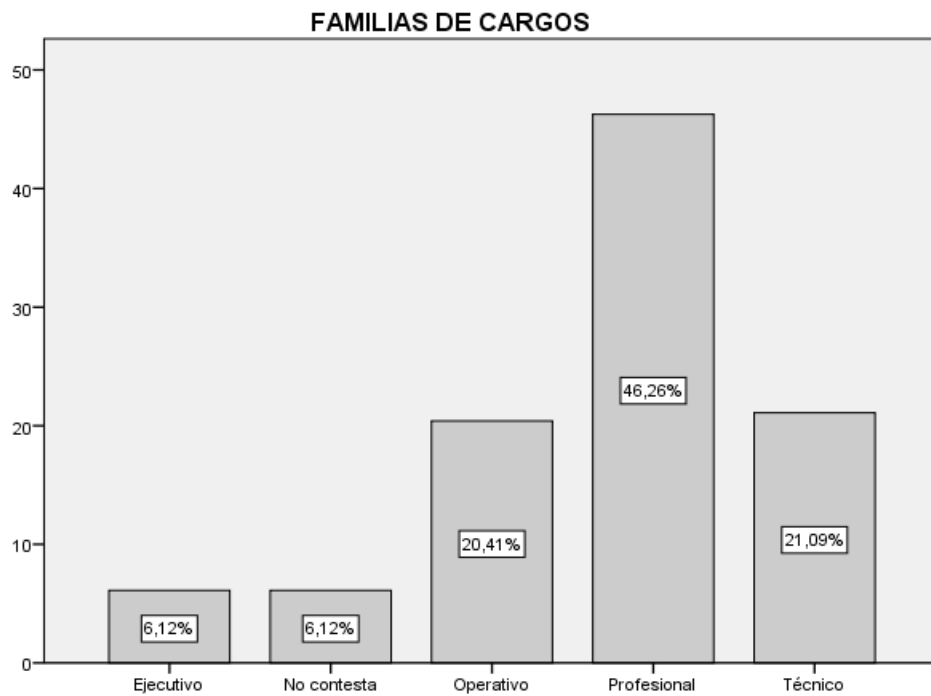


Figura 2. Familia de cargos

Se puede observar figura 2, que un 46,2% de los administrativos de la muestra de 147 son profesionales, un 20,41% son operativos, el 21,09% son técnicos y solo un 6,12% es ejecutivo.

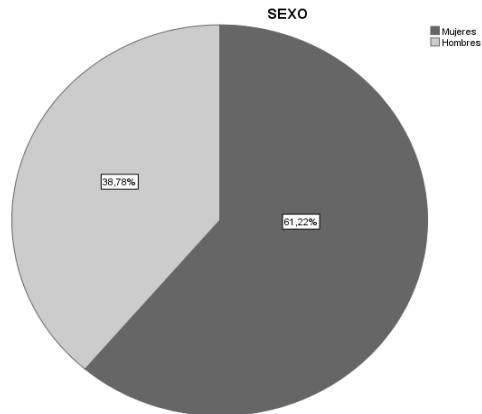


Figura 3. Género administrativos

De acuerdo con la figura 3, 61,2% de los administrativos son mujeres y el 38.78% restantes, son hombres.

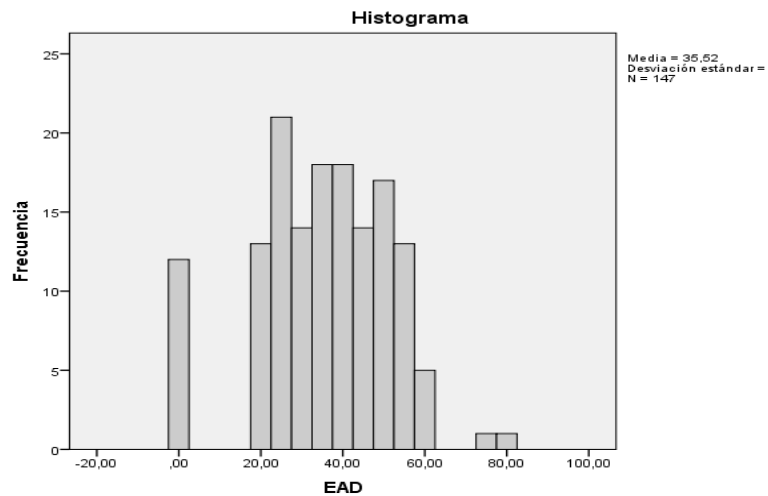


Figura 4. Edad de los administrativos

Según lo muestra la figura 4, el promedio de edad de los encuestados es de 35 años, un 25% tienen una edad por debajo de los 26 años, un 50% tiene una edad por debajo de los 37 años, y un 75.5% tiene una edad por debajo de los 48 años.

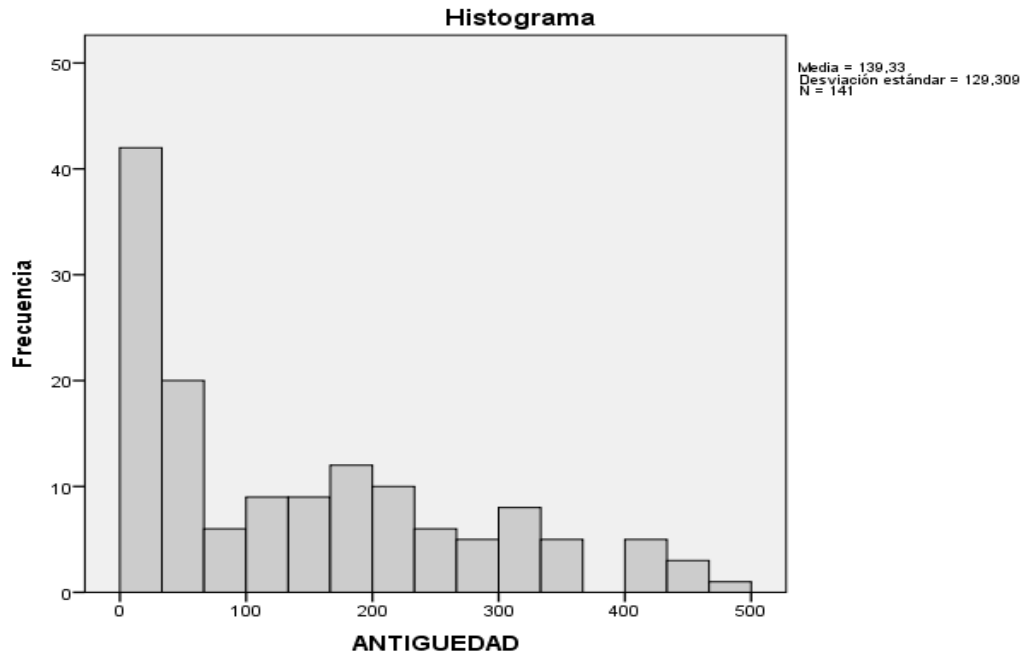


Figura 5. Histograma antigüedad de los administrativos

La variable antigüedad es un factor importante que puede influir en cada uno de los componentes a estudiar, se observa en la figura 5, que el promedio de antigüedad medida en meses es de 139 meses, que un 25% de los empleados tienen menos de 24 meses, un 50% menos de 108 meses y un 75% tienen menos de 216 meses, solo un 25% supera los 216 meses.

Análisis psicométrico de los resultados del pilotaje de los instrumentos para Capital Ético y Engagement

Medidas de confiabilidad y bondad de ajuste de los instrumentos

En esta sección se presentan los análisis psicométricos del estudio piloto de las escalas de medición utilizadas en este estudio, que se aplicaron a 52 empleados, administrativos y docentes, de la Universidad Católica de Colombia los siguientes instrumentos de evaluación:

1. Prueba de Capital Ético-diseñada para evaluar la apropiación de los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia.

Los resultados psicométricos se presentan en dos partes: la primera, desde el Modelo de Rasch, que muestra algunas medidas de confiabilidad para analizar las consistencias internas (Alpha de Cronbach) de las escalas de medición y se examinó la unidimensionalidad bajo análisis factorial de componentes principales de los constructos objeto de estudio: capital ético organizacional y engagement; y los estadígrafos de posición y dispersión, por escala; y la segunda, evidencia criterios de bondad de ajuste al modelo y otras medidas estadísticas, por ítem, en cada una de las pruebas objeto de estudio.

Tabla 5.

Medidas de confiabilidad por escala

PRUEBA	N	MEDIA	DESVIACION ESTANDAR	CONFIABILIDAD DE RASCH	SEPARACION	ERROR
Capital Ético	49	1.0992	.6981	.93	3.73	.1419
Engagement	49	1.2948	.8100	.67	1.43	.3441

Estos resultados indican que, desde el punto de vista de la separación, las pruebas de capital ético (3.73) y de engagement (1.43) presentan un buen grado de confiabilidad. No obstante, es posible que la prueba de capital ético contenga varias dimensiones que ameritan ser exploradas en análisis posteriores.

Con respecto a la Confiabilidad de Rasch se observa una consistencia interna media para la prueba de capital ético (0.67) y muy por encima (0.93) para prueba de engagement.

Tabla 6.

Criterios de bondad de ajuste al modelo y otros estadígrafos por ítem para la prueba de capital ético

No. De	MEASURE	ERROR	INFIT	OUTFIT	CORRELACION	DISCRIMINACION
Ítem						
1.	0,4093	0,1702	1,3455	1,7227	0,2837	0,7169
2.	0,0826	0,33	1,0358	1,1674	0,1996	0,8719
3.	-0,1401	0,1902	1,0008	0,9382	0,494	1,0917
4.	-0,2017	0,2514	0,9261	0,9168	0,4479	1,1276
5.	0,3841	0,247	0,7948	0,8003	0,6021	1,3223
6.	-0,0207	0,2079	0,9296	1,076	0,5135	1,1475
7.	0,5094	0,1983	1,1674	1,2496	0,271	0,7693
8.	-0,3328	0,2054	1,1852	1,3255	0,3145	1,0153
9.	0,2613	0,1541	1,2902	1,6004	0,3775	0,7724
10.	-0,2005	0,183	0,9379	1,0562	0,4577	1,1372
11.	-0,3107	0,2023	1,1593	1,4588	0,3255	1,014
12.	-0,215	0,1738	1,2621	0,9991	0,4054	1,0271
13.	0,0339	0,2424	0,8814	0,8711	0,4922	1,1919
14.	0,774	0,3039	0,8393	0,8023	0,5391	1,7663
15.	-0,3197	0,2312	0,7817	0,7553	0,6163	1,2814
16.	0,0634	0,2436	0,9308	1,0166	0,4495	1,1229
17.	1,5072	0,3066	0,8271	0,7825	0,5632	1,7188
18.	-0,4393	0,265	0,7132	0,6573	0,6837	1,4531
19.	0,1959	0,1532	1,0877	1,7133	0,4356	0,9214
20.	-0,1477	0,1908	0,8019	0,7131	0,5576	1,3237
21.	-0,0491	0,2107	1,0607	1,3659	0,3502	0,9487
22.	-0,7132	0,2811	0,8136	0,7847	0,5771	1,3505

No. De	MEASURE	ERROR	INFIT	OUTFIT	CORRELACION	DISCRIMINACION
Ítem						
23.	0,8659	0,3026	0,8095	0,776	0,5801	1,9552
24.	0,3932	0,3146	0,7757	0,7306	0,608	1,7016
25.	-0,2675	0,2138	0,9937	1,5754	0,3626	0,9959
26.	-0,2676	0,3552	0,7599	0,6101	0,6144	1,3865
27.	0,2928	0,3189	0,7982	0,7264	0,5816	1,5796
28.	-0,655	0,2823	0,8222	0,7968	0,5676	1,328
29.	-0,1543	0,1728	0,9388	1,1691	0,4693	1,0149
30.	0,0826	0,33	0,8411	0,7736	0,5077	1,3554
31.	-0,3978	0,3669	0,7899	0,635	0,5651	1,3039
32.	0,681	0,3057	0,7663	0,7223	0,6352	2,0134
33.	0,2777	0,2396	0,8092	0,7881	0,5954	1,3561
34.	0,3046	0,145	1,9072	2,7762	0,0356	0,103
35.	-0,2694	0,2681	0,8559	0,8412	0,5303	1,2451
36.	-0,2356	0,2029	1,2512	1,4216	0,1911	0,6211
37.	-0,1067	0,2462	0,8664	0,9463	0,53	1,1446
38.	-0,3164	0,2515	0,9523	1,1339	0,4225	1,1369
39.	-0,5855	0,2733	0,7278	0,5904	0,6226	1,2917
40.	-0,8702	0,2864	0,8599	0,7911	0,5017	1,2198
41.	-0,7411	0,281	0,7044	0,6756	0,7118	1,543
42.	-0,1777	0,1863	1,0699	2,1464	0,3977	1,0207
43.	1,6143	0,1251	2,1657	2,5685	0,094	-0,6261
44.	-0,2694	0,2681	0,7405	0,7264	0,6688	1,4306
45.	-0,2694	0,2681	0,7725	0,7535	0,632	1,3813
46.	-0,9179	0,2915	1,0633	1,4299	0,1897	0,8697
47.	-1,0727	0,3304	0,8318	0,6963	0,452	1,117
48.	-0,3978	0,3669	0,8796	0,774	0,4321	1,1755

No. De	MEASURE	ERROR	INFIT	OUTFIT	CORRELACION	DISCRIMINACION
Ítem						
49.	1,7179	0,1296	1,6779	1,9604	0,2859	0,1236
50.	0,1537	0,2334	0,7438	0,7507	0,6413	1,4542
51.	0,0399	0,2613	0,7449	0,7398	0,6639	1,3916
52.	-0,1686	0,1951	1,1894	2,3641	0,2935	0,7687
53.	-0,4696	0,2321	0,8867	0,7693	0,5141	1,1445
54.	-0,9639	0,2987	0,8276	0,6976	0,5222	1,205
55.	1,2176	0,117	2,1156	2,3057	0,2156	-0,5847
56.	-1,0084	0,3086	0,8095	0,6331	0,5475	1,206
57.	-0,2051	0,2717	0,725	0,7224	0,6905	1,4291
58.	-0,228	0,2514	0,9231	0,9376	0,4348	1,1075
59.	-0,0737	0,1906	1,2893	1,5039	0,2066	0,5631
60.	0,4138	0,1597	1,0529	1,1564	0,4842	0,9396
61.	0,3255	0,128	1,3631	1,6766	0,4433	0,7011
62.	-0,5623	0,271	0,8039	0,8469	0,5318	1,212
63.	-0,9863	0,3033	0,7659	0,683	0,5615	1,229
64.	-0,1995	0,2102	0,8618	0,8709	0,5601	1,2158
65.	-0,228	0,2514	0,9597	0,9326	0,3911	1,0467
66.	0,1253	0,2466	0,7634	0,7348	0,6405	1,4137
67.	-0,9411	0,2948	0,7636	0,6517	0,6034	1,2961
68.	-0,5147	0,2676	0,8614	0,8455	0,4965	1,1883
69.	1,4462	0,1162	2,1589	3,2173	0,1958	-0,1528
70.	-0,1521	0,2136	1,2092	1,4436	0,2014	0,7026
71.	0,1297	0,142	1,5961	2,0405	0,253	0,4722
72.	-0,4393	0,265	0,8335	0,764	0,5532	1,2794
73.	-0,0531	0,1538	1,6834	3,0566	0,0879	0,4088
74.	-0,2025	0,2582	0,8935	1,0195	0,5027	1,2405

No. De	MEASURE	ERROR	INFIT	OUTFIT	CORRELACION	DISCRIMINACION
Ítem						
75.	0,1895	0,324	0,8297	0,8933	0,4974	1,3731
76.	-0,9179	0,2915	0,8441	0,7582	0,5067	1,2086
77.	0,1175	0,1909	1,1351	1,763	0,3732	0,9621
78.	0,3493	0,1557	1,3674	1,4918	0,3741	0,7768
79.	-0,1352	0,2208	0,8759	0,918	0,5506	1,1855
80.	0,0443	0,2307	0,816	0,7396	0,5726	1,2977
81.	-0,0224	0,2408	0,6591	0,6118	0,7307	1,5643
82.	-0,0653	0,2156	0,956	0,9973	0,4787	1,0898
83.	-1,0727	0,3304	0,7868	0,6641	0,491	1,1416
84.	-0,1435	0,2267	0,6933	0,6576	0,7134	1,3633
85.	0,0151	0,2137	0,8059	0,8138	0,6244	1,2727
86.	-0,3965	0,2586	0,8502	0,6775	0,5095	1,1625
87.	-0,6082	0,276	0,909	0,9351	0,431	1,1016
88.	-0,4901	0,2664	0,8219	0,7369	0,5474	1,2571
89.	2,8797	0,2866	1,5691	2,9458	-0,403	0,4048
90.	-0,3738	0,2567	0,9407	1,0141	0,397	1,0564
91.	-0,1746	0,2517	0,7563	0,7131	0,6257	1,3889
92.	0,0059	0,2591	0,7951	0,8094	0,6025	1,3266
93.	0,1537	0,2334	0,9041	0,9485	0,4883	1,1833
94.	-1,1142	0,352	0,8867	0,6527	0,4144	1,0906
95.	0,3932	0,3146	0,7527	0,6807	0,649	1,7943
96.	-0,7411	0,281	0,7251	0,6975	0,6853	1,5051
97.	-0,0453	0,1526	1,2567	2,8076	0,2752	0,7021
98.	-0,8702	0,2864	0,7541	0,6837	0,6288	1,3731
99.	-0,2889	0,192	0,76	0,5386	0,5883	1,202
100.	1,897	0,1267	3,7697	5,7474	-0,1055	-0,5455

No. De Ítem	MEASURE	ERROR	INFIT	OUTFIT	CORRELACION	DISCRIMINACION
101.	-0,0597	0,1991	0,9323	1,0089	0,5077	1,1079
102.	-0,8702	0,2864	0,7758	0,7086	0,615	1,3566
103.	1,8437	0,1367	2,8918	3,1959	-0,2261	-0,7165
104.	-0,3859	0,2648	0,747	0,6969	0,6544	1,4277
105.	-0,4613	0,2419	0,8245	0,7419	0,5521	1,2036
106.	1,8957	0,1864	1,8481	2,399	-0,1704	-0,0805
107.	-0,0986	0,28	0,809	0,7922	0,5885	1,2626
108.	0,3985	0,1809	1,1714	1,485	0,3359	0,8735
109.	-0,1812	0,1977	0,8302	0,772	0,5828	1,2711
110.	0,7108	0,1265	1,6918	1,906	0,3148	0,3861
111.	0,4437	0,1514	0,9645	0,9217	0,6157	1,1614
112.	0,0115	0,189	0,7209	0,689	0,6604	1,2906
113.	-0,2379	0,2697	0,685	0,6746	0,74	1,5099
114.	0,3841	0,247	0,7462	0,7368	0,6667	1,4135
115.	1,6019	0,3091	0,7484	0,7022	0,6652	1,9234
116.	0,75	0,1361	1,6139	2,1163	0,2194	0,394
117.	-0,1746	0,2517	0,8147	0,7747	0,5659	1,3014

A partir de los resultados que muestra la tabla 5, en general se observa que 86 de los 117 ítems de las pruebas de Capital Ético presentan un grado óptimo de ajuste al modelo, con excepción de los ítems 1, 2, 7, 9, 19, 21, 25, 34, 36, 42, 43, 46, 49, 55, 59, 60, 61, 69, 70, 71, 73, 77, 78, 89, 97, 100, 103, 106, 108, 110 y 116 que fueron excluidos del instrumento.

Entre los ítems arriba mencionados hay 11 que presentan medidas de ajuste interno y externo superiores a 1.5, Además, algunos de ellos presentan un coeficiente de discriminación muy por debajo del criterio esperado. Estos ítems son los siguientes:

- 34. Acepto las normas y políticas Institucionales para mantener mi empleo.
- 49. Me agrada trabajar en un ambiente organizado.
- 55. Comprendo que todas las personas somos diferentes.
- 69. Me agradan los valores institucionales.
- 71. Me gusta asistir a las capacitaciones propuestas por la Universidad.
- 73. Creo que es importante aprender del trabajo de los demás.
- 100. Acepto con respeto las ideas de los demás.
- 103. Pienso que se debe evaluar mi desempeño.
- 106. Me agrada colaborar con el trabajo de mis compañeros.
- 110. Considero que las investigaciones valen la pena, si sus resultados se prolongan en el tiempo.
- 116. Procuró que mis actos obedezcan siempre a la reflexión.

No obstante, haber encontrado valores de *measure* entre los criterios aceptables, considerando el contexto de su aplicación, es factible pensar que muchas de las respuestas dadas a esta prueba estén sesgadas por la deseabilidad social de los funcionarios de la Institución.

El coeficiente de correlación punto-medida (biserial puntual modificado) oscila entre medio y bajo, lo cual indica que estos reactivos pueden tener algún problema en cuanto a identificarse plenamente con la dimensión medida, en cada caso. Como se mencioné anteriormente, es altamente probable que esta prueba contenga más de una dimensión.

Tabla 7.

Criterios de bondad de ajuste al modelo y otros estadígrafos por ítem de la prueba Engagement

No. De Ítem	MEASURE	ERROR	INFIT	OUTFIT	CORRELACION	DISCRIMINACION
1.	0,0683	0,1859	1,0288	1,0215	0,506	1,0301
2.	-0,3574	0,2169	0,6005	0,6341	0,4842	1,2036
3.	-0,491	0,2564	0,7257	0,5825	0,5662	1,1786
4.	0,0625	0,2187	0,6417	0,6872	0,6815	1,3317
5.	-0,2897	0,2373	0,6389	0,6137	0,7013	1,371
6.	1,0574	0,107	2,1758	2,8148	0,4168	0,2095
7.	-0,0425	0,1647	1,0063	0,9351	0,5806	1,1288
8.	-0,3743	0,2383	0,6904	0,6421	0,624	1,2494
9.	-0,5305	0,2618	0,694	0,8697	0,4768	1,0899
10.	-0,5083	0,2711	0,6747	0,5567	0,5944	1,3074
11.	-0,1735	0,1875	0,5386	0,4232	0,7036	1,4373
12.	0,13	0,1707	0,8186	0,8264	0,5413	1,0183
13.	-0,0407	0,1621	1,385	1,3021	0,4773	0,9052
14.	0,1374	0,1335	1,058	0,7582	0,648	1,1086
15.	-0,0232	0,1537	2,1494	1,862	0,4422	0,751
16.	1,2602	0,1059	2,0405	2,4588	0,5127	0,2849
17.	0,1155	0,2471	0,9067	0,8583	0,5084	1,1469

Los ítems de la prueba de engagement exhiben un alto nivel de ajuste al modelo como se observa en la tabla 6, con clara excepción de los siguientes reactivos:

6. Cuando trabajo me desconecto del mundo

15. En mi trabajo no me dejo vencer por las dificultades y más bien saco provecho de ellas.

16. Es muy difícil desconectarme de mi trabajo.

Análisis factorial exploratorio

El cuestionario Utrecht Work Engagement (WES) de Schaufeli y Bakker (2003), traducido al español y adaptado psicométrica y culturalmente consta de 17 ítems que miden las tres variables del constructo engagement: vigor, con 6 ítems; dedicación con 5 ítems; y absorción con 6 ítems. La escala de respuesta de siete puntos va desde nunca hasta siempre.

Tabla 8.

Estadísticos de fiabilidad Engagement

Prueba	N	Alfa de Cronbach	Criterio de evaluación del Alfa de Alfa de Cronbach
Vigor	147	0,739249176466108	Aceptable
Dedicación	147	0,863027192938378	Bueno
Absorción	147	0,617935475435559	Cuestionable

Fuente: Autores

El análisis de consistencia interna, de acuerdo con los resultados de la tabla 7, arroja los siguientes coeficientes Alpha de Cronbach: vigor (0.739), dedicación (0.863) y absorción (0.618). Para el constructo engagement se encontró un Alpha de 0.902. La unidimensionalidad de este constructo se evidencia por medio del análisis factorial de componentes principales, en el que el primer factor explica el 83.644% de la varianza total, con los siguientes coeficientes de las puntuaciones factoriales: vigor (0.358), dedicación (0.362) y absorción (0.373).

Tabla 9.*Matriz de componentes para Engagement*

Componente	Matriz de coeficientes para el cálculo de las puntuaciones en las componentes		Alfa de Cronbach (N=3)
Vigor	0.898	0.358	
Dedicación	0.909	0.362	
Absorción	0.937	0.373	
Engagement			0.902

Se puede observar en la tabla 8 que la mayoría de las variables tienen una alta correlación, la más baja es la variable vigor con 0.358, por otra parte, también se logró evidenciar que el constructo Engagement presenta un alfa de Cronbach (0.902).

Tabla 10.*Estadísticos de fiabilidad capital ético*

Prueba	N	Alfa de Cronbach	Criterio de evaluación del Alfa de Cronbach
Libertad	147	0,91709006143505	Excelente
Unidad	147	0,806149124801091	Bueno
Autonomía	147	0,648688101409845	Cuestionable
Estudiosidad	147	0,54691490864825	Pobre
Responsabilidad	147	0,853205363496474	Bueno
Integridad	147	0,860614431982606	Bueno
Equidad	147	0,793675038993182	Aceptable
Solidaridad	147	0,839530196678018	Bueno

Fuente: Autores

El instrumento se aplicó a 147 funcionarios administrativos de la Universidad Católica de Colombia y la consistencia interna se midió con el coeficiente Alpha de Cronbach en donde cada una de las variables observadas presentan un grado de confiabilidad que oscila entre 0.54 y 0.91, como se observa en la tabla 9. La confiabilidad más baja la presenta la variable estudiosita y la más alta libertad, lo cual nos indica que entre más esté el Alpha de Cronbach cerca a uno, mayor es la consistencia interna de los ítems analizados, desde este concepto podemos inferir que los ítems más fiables para el constructo son aquellos que presentan un alfa superior a 0.7.

Se puede observar en la tabla 10 que la mayoría de las variables tienen una alta correlación, la más baja es la variable estudiosidad (0.546).

Tabla 11.

Matriz de componentes para el Capital Ético

	Componente	Matriz de coeficientes para el cálculo de las Puntuaciones en las componentes	Alfa de Cronbach (N=8)
Libertad	0.965	0.147	
Unidad	0.910	0.138	
Autonomía	0.793	0.120	
Estudiositas	0.842	0.128	
Responsabilidad	0.941	0.143	
Integridad	0.908	0.138	
Equidad	0.936	0.142	
Solidaridad	0.947	0.144	
Capital Ético			0.969

Tabla 12.

Matriz de coeficientes de confiabilidad de puntuaciones en los componentes

	Componente	Matriz de coeficientes para el cálculo de las puntuaciones en las componentes	Alfa de Cronbach (N=3)
Capital Ético	0.934	0.455	0.969
Engagement	0.614	0.299	0.754

Fuente: Autores

De acuerdo con los datos de la tabla 11, las variables más correlacionadas es el Capital ético, (0.934) y el Engagement es el más bajo (0.614).

Análisis del modelo teórico con el modelo de ecuaciones estructurales

Para la puesta a prueba del modelo teórico propuesto (Figura 6) se trabajó con el software R un sistema de ecuaciones estructurales y se obtuvo un hallazgo interesante que se ilustra a continuación.

Las ecuaciones estructurales obtenidas a partir de los análisis son las siguientes de acuerdo con los coeficientes beta estandarizados:

Tabla 13.

Ecuaciones estructurales Variables Latentes y Predictoras

Variable Latente	Variables predictoras o indicadores	Pesos Absolutos
Capital Ético Organizacional	Libertad	0.971
	Estudiosidad	0.815
	Responsabilidad	0.947
	Inteligencia	0.901
	Equidad	0.938
	Solidaridad	0.955
	Unidad	0.912
	Autonomía	0.768
Capital Psicológico	Esperanza	0.870
	Optimismo	0.880
	Resiliencia	0.904
	Autoestima	0.412
Engagement	Vigor	
	Dedicación	
	Absorción	
		Bs = 0.868

Es de observar que este modelo incluye ocho valores corporativos que inicialmente se postularon como componentes del constructo capital ético organizacional debido a que, como resultado de varios ejercicios de modelización, este modelo probó tener óptimas medidas de bondad de ajuste, como se muestra en la Tabla 12. El valor de χ^2 es superior a 0.05, el Comparative Fit Index (CFI) y el Tucker-Lewis Index (TLI) son mayores a 0.9, Root Mean Square Error of Approximation Standardized (RMSEA) y Root Mean Square Residual (SRMR) son inferiores a 0.05.

Tabla 14.

Medidas de bondad de ajuste del modelo estructural

N	Gl	Valor P de la prueba Chi Cuadrado	χ^2	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
147	53	0.096	66.827	0.991	0.988	0.05	0.028

Fuente: Autores

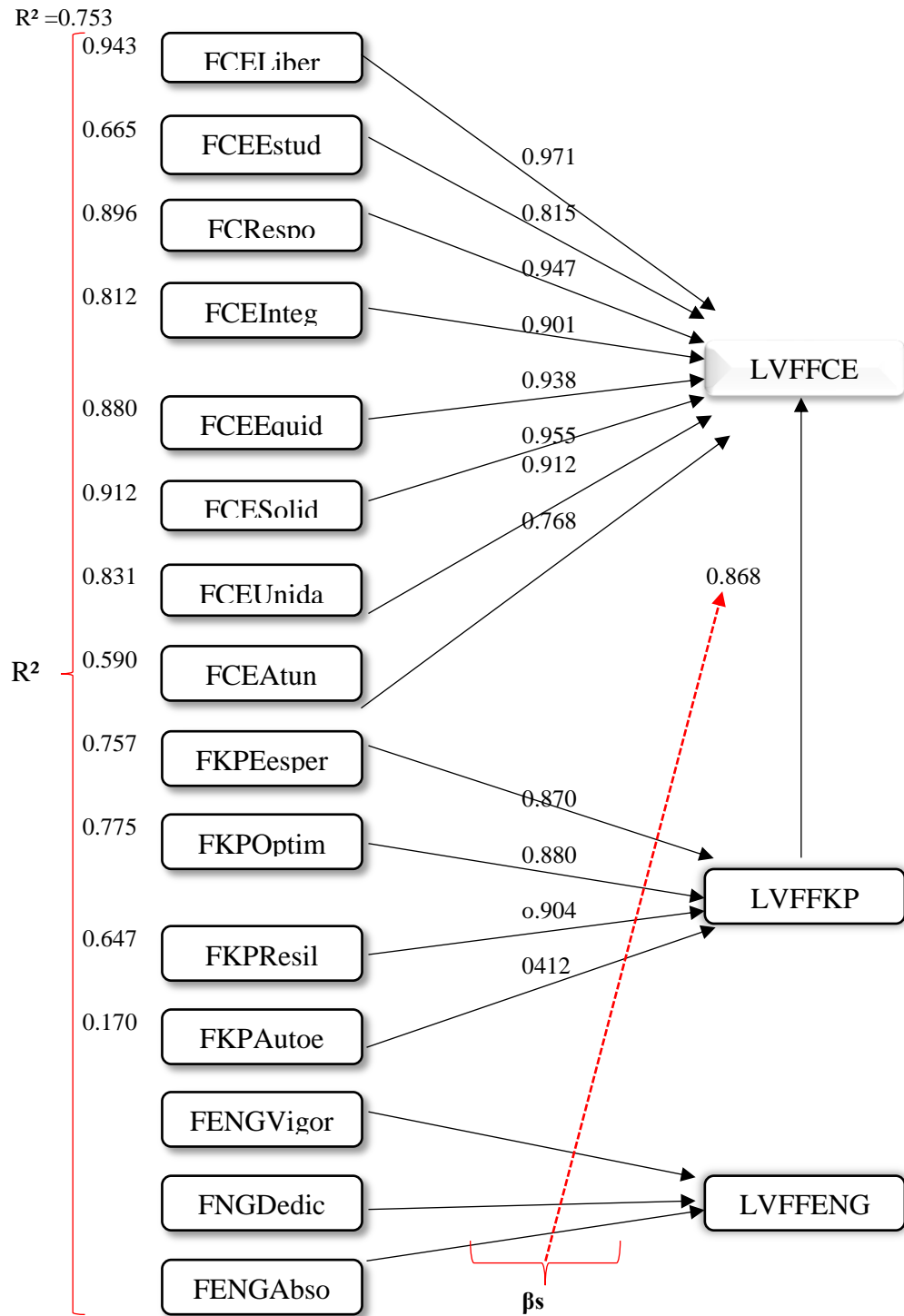


Figura 6: Modelo de Ecuaciones Estructurales de las variables latentes y las variables predictoras

Esta modelización estructural de acuerdo con la gráfica 6, muestra, en primer lugar, que el coeficiente de determinación (R^2) indica que el Capital Psicológico explica el 75,3% de la varianza total del Capital Ético organizacional y el 13,32% del engagement. Se aprecia también que el peso de regresión de capital psicológico sobre el capital ético organizacional es ($\beta_s=0.868$, $p=.000$) y sobre engagement es ($\beta_s=0.519$, $p=.000$). Estos datos confirman lo postulado en el modelo teórico en el sentido de la relación causal propuesta, es decir en esta muestra de administrativos, el capital psicológico podría incidir sobre la formación y consolidación de su capital ético organizacional y también sobre la medida en la cual trabajarían de forma comprometida y entusiasta.

En este orden de ideas se encontró que todos los pesos que tiene la variable latente Capital Ético Organizacional son significativos sobre libertad ($\lambda=0.971$), estudiosidad ($\lambda=0.815$), responsabilidad ($\lambda=0.947$), integridad ($\lambda=0.901$), equidad ($\lambda=0.938$), solidaridad ($\lambda=0.955$), unidad ($\lambda=0.912$) y autonomía ($\lambda=0.768$). Este constructo explica la varianza de cada uno de los ocho valores corporativos, así: libertad (53,428%), estudiosidad (44,069%), responsabilidad (52,06%), integridad (51,53%), equidad (42,86%), solidaridad (56,38%), unidad (57,14%) y autonomía (48,72%). De acuerdo con estas evidencias, los ocho indicadores en combinación son representativos del constructor Capital Ético.

De igual manera, los pesos de las variables que evidencian el constructo Capital Psicológico son significativos: esperanza ($\lambda=0.870$), optimismo ($\lambda=0.880$), resiliencia ($\lambda=0.904$) y auto-eficacia ($\lambda=-0.412$).

La variable que correlaciona más alto es la Resiliencia (0.904), seguido del Optimismo (0.880) y luego, la Esperanza (0.870). La correlación positiva más moderada se da entre la Autoestima (0.412) y el Capital Psicológico. El capital psicológico explica la varianza de sus componentes así: esperanza (54.67), optimismo (50.26%), resiliencia (45.04.) y auto-eficacia (46.389%). Como en el caso del Capital Ético, de acuerdo con estas evidencias, los cuatro indicadores en combinación son representativos del constructor Capital Ético.

Mientras que no se encontró una correlación significativa entre el Engagement con el Capital Psicológico y el Capital Ético, razón por la cual en la figura 6 no se representa el efecto total del Engagement.

Se puede observar en la tabla 14 que la mayoría de las variables tienen una correlación buena, la más baja es la variable autoeficacia (0.600), por otra parte, también se logró evidenciar que el constructo de Capital psicológico presenta un alfa de Cronbach (0.824).

Discusión

El objetivo de esta investigación fue explicar mediante un modelo de ecuaciones estructurales la relación entre capital psicológico (esperanza, optimismo, auto-eficacia y resiliencia), engagement (vigor, dedicación y absorción) y capital ético organizacional (apropiación de los valores corporativos de la Universidad Católica de Colombia: libertad, unidad, integridad, autonomía, equidad, estudiosidad, solidaridad y responsabilidad) en una muestra de administrativos que laboran en Universidad.

El análisis de los datos confirma los postulados del modelo teórico desde la relación causal propuesta, en términos de que el capital psicológico podría incidir sobre la formación y consolidación de su capital ético organizacional y de su compromiso laboral.

Si bien la correlación entre el *engagement* con el capital psicológico y el capital ético no fue significativa tampoco se puede afirmar que sea descartable y debe ser objeto de estudios posteriores dados los límites de esta investigación.

Para la presente investigación los valores institucionales son los que se derivan de la Misión y el PEI desde una visión de los trabajadores como personas humanas y que están articulados al plan desarrollo de la Universidad Católica de Colombia, a saber: Libertad, Unidad, Estudiosidad, Autonomía, Responsabilidad, Solidaridad, Equidad e Integridad. En coherencia con lo anterior, la existencia del Capital Ético explica en gran medida la apropiación que los administrativos hacen de los valores de la Universidad Católica de Colombia.

Otros aspectos relevantes del constructo son su factibilidad para ser investigado a través de procedimientos psicométricos rigurosos que garanticen la validez y confiabilidad y de esta manera obtener mediciones los más precisas posible. A su vez

sirve de *feedback* para las organizaciones en cuanto a la satisfacción, el desempeño laboral de los trabajadores, en caso positivo mantener la apropiación de los valores y del capital ético; en caso negativo diseñar programas orientados a fortalecer los valores organizacionales y el capital ético (Luthans, Youssef et al, 2007).

La Universidad Católica de Colombia como otras organizaciones procura hacer realidad su misión a través de su incorporación a la vida laboral de directivos, profesores y demás trabajadores y en la cotidianeidad académica de los estudiantes, en el marco de la ética y la responsabilidad social (Rodríguez & Aguilera, 2005), con el propósito de construir una cultura organizacional basada en principios y valores orientadores de la de su dinámica organizacional centrada en las personas (Yarce, 2010), lo cual es coherente con la perspectiva antropológica y organizacional de la Universidad.

En cuanto al enfoque antropológico organizacional se evidenció con la prueba sobre el capital ético y su alta correlación con el psicológico que lo más gratificante es que la persona sienta que está poniendo en acto sus virtudes y sus fortalezas en el mundo organizacional. En esta dirección que ese mundo le aporta más al ser que al tener y que la salud organizacional demanda no perder de vista la visión objetiva y subjetiva del trabajo.

No obstante, en el caso del capital ético organizacional, la relación matemática encontrada sólo se produce cuando la composición del constructo se limita a siete valores: libertad, estudiosidad, responsabilidad, integridad, solidaridad, unidad y equidad. Estos hallazgos tienen varias implicaciones, a saber:

En primer lugar, la relación causal encontrada del capital psicológico hacia el capital ético organizacional en las organizaciones enriquece el cuerpo teórico de la psicología organizacional positiva, pues a la fecha no existen reportes, en las principales bases de datos especializadas, de investigaciones que vinculen estas importantes

temáticas. Se puede pensar que el estado de desarrollo psicológico positivo del ser humano que representa el capital psicológico (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007) tiene una potencia tal que permite explicar la apropiación de los valores corporativos en las organizaciones. Igualmente, abre una puerta para el ingreso de un nuevo constructo a la psicología positiva: el capital ético organizacional.

Este hallazgo tiene implicaciones concretas en el mundo organizacional, pues es una vía a través de la cual podrían trabajarse temas tan difíciles como la inculcación de los valores corporativos en el talento humano. Lo anterior en virtud de la posibilidad de incrementar el capital psicológico de las personas a través de entrenamiento como lo demostraron Luthans, Avey, Avolio, Norman & Combs (2006).

Es importante tener en cuenta que el constructo capital psicológico junto con la categorización de virtudes y fortalezas ha cobrado un papel importante en la psicología organizacional positiva. Los hallazgos de investigaciones como esta, o la de Ryan & Deci (2001) en este campo aportan al desarrollo científico tanto de la psicología organizacional positiva como a las organizaciones de manera que puedan estudiar y analizar la apropiación de los valores corporativos, el desarrollo de las capacidades y fortalezas de las personas que las integran, especialmente los relacionados con el capital ético como lo muestran los resultados de la presente investigación.

Los aportes basados en evidencias empíricas pueden servir de ejemplo a otras organizaciones para analizar cómo se manifiesta la relación entre el capital ético y la apropiación de los valores corporativos, lo cual es relevante en el campo organizacional. De hecho, la apropiación de los valores institucionales contribuye a que los administrativos se perciban como personas positivas, con fortalezas y virtudes de carácter, que contribuyen significativamente en su desempeño profesional óptimo. La

mayoría experimenta satisfacción, bienestar, gozo en el ejercicio de las labores administrativas, y placer con las actividades cotidianas.

Con respecto a la relación causal encontrada del capital psicológico hacia el *engagement*, es un resultado que confirma lo encontrado por otros autores, quienes principalmente encontraron vínculos entre la auto-eficacia y *engagement*. El factor común en estas investigaciones es el papel mediador o precursor del *engagement* (Llorens, 2005; Salanova, Bresó & Schaufeli, 2005; García, Llorens, Cifre & Salanova, 2006 y Bartee, 2010), razón por la cual probablemente en la presente investigación no se encontró correlación entre capital ético organizacional y *engagement*.

Lo encontrado en esta investigación también respalda los hallazgos de otros investigadores en lo concerniente a la existencia y fortaleza de los constructos capital psicológico y *engagement*. Esto significa que logran tener una mayor potencia explicativa como constructos de segundo orden que la simple sumatoria de los efectos de sus componentes (Luthans, Avolio, Avey & Norman, 2007; Delgado-Abella y Castañeda, 2011).

En cuanto a la composición del constructo capital ético organizacional, en el modelo teórico planteado se incluyeron ocho valores corporativos (libertad, unidad, integridad, autonomía, equidad, estudiosidad, solidaridad y responsabilidad), pero los resultados mostraron que, pese a la unidimensionalidad del constructo capital ético organizacional evidenciada en el análisis factorial de componentes principales, la inclusión de la variable autonomía en el modelo explicativo no lo hacía viable, desde el punto de vista de las ecuaciones estructurales.

Definitivamente, el principal aporte de esta investigación concierne al llamado capital ético organizacional, definido como la apropiación de los valores corporativos de

una organización por parte de sus integrantes. En esta ocasión se probó con una muestra de administrativos universitarios, pero bien podría hacerse con docentes y estudiantes. Aquí no se trata desde luego de una posición eminentemente subjetivista frente a los valores, sino más bien de la necesidad de encarnarlos, inteligirlos y expresarlos para que no sean letra muerta. Es necesario un ejercicio de apropiación de los mismos. En adelante se reflexionará sobre como el trabajo y la organización laboral además de ser fuentes de capital psicológico deben serlo de capital ético organizacional y como estos dos constructos se relacionan.

Los valores corporativos van ganando cada vez más importancia que la de su simple formulación. Cuando fluyen en las organizaciones con los comportamientos y políticas estratégicas, el valor mismo del trabajo y la capacidad organizacional se capitalizan.

Conviene recordar que el modelo antropológico organizacional reivindica la supremacía de lo superior sobre lo inferior, presta más atención al dominio de las necesidades que a su satisfacción y reconoce al hombre como ser capaz en su actuar de virtud y dotado de inteligencia y voluntad, no solamente de intereses.

Según ese modelo los valores se ordenan al desarrollo personal y la apertura a los demás, más que a meras satisfacciones. El deseo de tener es superado por el deseo de servir. La norma se ordena al bien obrar y es garante de la libertad del ser humano. La felicidad es resultado del bien obrar.

Ese modelo también concibe la organización como institución que procura conseguir la unidad e identificación de las personas con ella y sus objetivos. De este modo los valores se proyectan en ella en su dimensión práctica y operativa. Las metas no son lo más importante sino el cómo y para qué se procuran en plena coherencia con

los valores, así las personas asumen el trabajo como misión compartida y no como mero reto individual. Forman parte de un equipo y de su comportamiento dependen los resultados de la organización. La cooperación se reconoce como una competencia que obliga a sus integrantes a tener siempre en cuenta a los demás y no conformarse con lograr apenas lo que les corresponde. Es decir que el trabajo, reconocido en su doble dimensión objetiva y subjetiva, se proyecta como medio de perfección para quien lo lleva a cabo.

Finalmente, con esta investigación se abre un nuevo horizonte con relación al aporte que las investigaciones sobre el capital ético organizacional y su relación con el capital psicológico pueden brindar a la psicología organizacional positiva, porque los resultados obtenidos en esta investigación, en contraste con otras investigaciones muestran que es un constructo relevante en la psicología para explicar los valores corporativos de una organización, en este caso de la Universidad Católica de Colombia. Por tanto, es importante desarrollar investigaciones en el marco de la psicología positiva, en las que se analice con mayor énfasis este constructo, pues se evidencia con un alto nivel de predicción el comportamiento organizacional, en particular cuando se cuenta con un capital psicológico positivo, lo cual redundará en beneficios para las personas y las organizaciones.

A lo anterior se suman los aportes logrados desde la psicometría al diseño de los instrumentos. Los resultados muestran que cuando los instrumentos son adecuadamente diseñados, se hace una rigurosa evaluación de expertos, un pilotaje metodológicamente diseñado y el tamizaje de los ítems, permiten tener pruebas con buena capacidad de discriminación y precisión en las medidas. Es necesario seguir aplicando estos instrumentos individual o simultáneamente en próximas investigaciones para verificar constantemente su consistencia. En particular se requiere revisar el instrumento de evaluación del *engagement* por los resultados obtenidos en esta investigación.

Referencias

- Albee, G. W. (1982). *The politics of nature and nurture*. American Journal of Community Psychology, 10, 1-36.
- Argandoña, A. (2003). Fostering Values in Organizations. *Journal of Business Ethics*, 45, 15-28
- Avey, J., Patera, J., & West, B. (2006). The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13, 42 – 60.
- Bakker, A.B., Demerouti, & Schaufeli (2003). Dual process at work in a call centre: An application of the Job Demands-Resources Model. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 12, 393-417.
- Bakker, Demerouti y Verbeke, (2004). Using Demands-Resources model to predict burnout and performance. *Human Resource Management*, 43, 83-104.
- Bandura, A (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A. (1998). *Exercise of agency in accenting the positive*. Invited address delivered at the meeting of the American Psychological Association, San Francisco.
- Bandura, A. (1998). Personal and collective efficacy in human adaptation and change. In J. G. Adair, D. Belanger, & K. L. Dion (Eds.), *Advances in psychological science. Personal, social and cultural aspect, 1*, 51-71. Hove, UK: Psychology Press
- Bandura, A. (2000). Self-efficacy. In A. E. Kazdin (Ed.). *Encyclopedia of Psychology*, 212-213. New York: Oxford University Press.
- Bandura, A., & Locke, E. (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of Applied Psychology*, 88, 87-99.

- Barnett, T. & Elizabeth Schubert (2002). *Perceptions of the Ethical Work Climate and Covenantal Relationships*. *Journal of Business Ethics*. March 2002, Volume 36, Issue 3, pp 279–290
- Benedicto XVI (2009). *Caritas in Veritate*. Ciudad del Vaticano: Editrice Vaticana
- Brown, N.J., MacDonal, D., Samanta, M.J., Friedman, H.L, & Coynef, J. (2014). A critical reanalysis of the relationship between genomics and well-being. *Affiliations Edited by Burton H. Singer*, University of Florida, Gainesville, FL, and approved June 26, 2014 (received for review April 21, 2014). Recuperado de <http://www.pnas.org/content/111/35/12705.abstract>
- Bryant, F.B. & Veroff, J. (2006). *Savoring: A new model of positive experience*. Nawah, NJ: Erlbaum.
- Câmara, J.R.S. & De Sousa Pereira-Guizzo, C. (2015). Valores relativos ao trabalho e valores organizacionais na perspectiva de professores universitários: um estudo correlacional. *Estudos de Psicologia*. (Campinas), 32, 259-268 no.2 Campinas April/June 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-166X2015000200010>.
- Campbell, D.T. & Stanley, J.C. (2001). *Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Chandler, A.D. (1962). *Strategy and structure: Changers in the history of the American industrial enterprise*. Cambridge: MIT Press.
- Colomer, J.M. (1991). *Bentham – Antología*. Barcelona: Ediciones Península.
- Cooper, C.L. & Cartwright, S. (1994). Healthy mind: healthy organization: A proactive approach to occupational stress. *Human Relations*, 47, 455-471.
- Cortina, A. (2006). Capital ético. Madrid: El País. http://elpais.com/diario/2006/04/28/opinion/1146175213_850215.html

- Cowen, E.L. (1994). The enhancement of psychological wellness: Challenges and opportunity. *American Journal of Community Psychology*. 22, 149-179.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow, the psychology of optimal experience*. Nueva York: Harper y Row.
- Csikszentmihalyi, M. (2000). *Positive psychology: your life*. Nueva York: Simón y Schuster.
- Cyert, R.M. & March, J.G. (1963). *A behavioral theory of firm*. Englewood Cliffs New Jersey: Prentice-Hall.
- Delgado-Abella, L. & Castañeda, D. I (2009). *Relación entre capital psicológico y la conducta de compartir conocimiento en el contexto del aprendizaje organizacional*. Trabajo de Grado, Maestría en Psicología- Línea Psicología del Trabajo y de las Organizaciones. Bogotá D.C.: Universidad Católica de Colombia.
- Delgado-Abella, L. & Castañeda D.I. (2011). Relación entre capital Psicológico y la conducta de compartir conocimiento en el contexto del aprendizaje organizacional. *Acta Colombiana de Psicología*. 14(1), 61-70.
- Delgado-Abella, Devia, L.F. & Martínez, C. (2011). Instrumento para evaluar capital psicológico en las organizaciones colombianas (IPSICAP). Bogotá D.C.: Universidad Católica de Colombia.
- Delgado-Abella, L., Devia, L. & Martínez, M. (2018). Diseño y validación mediante la teoría de respuesta al ítem del instrumento para evaluar capital psicológico en las organizaciones IPSICAP (capítulo 5). En Avendaño, B., Ayala, N., Camelo, S., Delgado-Abella, L., Moreno, J., Sánchez, V. & Vargas, N. Investigación en

psicología: Aplicaciones e Intervenciones. Bogotá: Editorial Universidad Católica de Colombia. ISBN 978-958-5456-42-6.

Demerouti, E., Bakker, A.B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W.B. (2001). The job demands – resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology* 86(3), 499-512.

Deshpande S, Basil MD, Basil DZ, Health Mark Q.(2009). Factors influencing healthy eating habits among college students: an application of the health belief model. Author information: (1)University of Lethbridge, Lethbridge, Alberta, Canada. Apr-Jun, 26(2):145-64 doi: 10.1080/07359680802619834.

Dolan, S. L. & Altman, Y. (2012). Managing bay values: The leadership spirituality connection. Human Resource Planning Society. Alexandria, VA, U.S.A.: *People & Strategy*, 35(4), 20-26,

Emmons & Paloutzian (2003). The psychology of religion. *Annual Review of Psychology*, 54, 377-402.

Fredrickson, B. L. (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology: Special Issue: New Directions in Research on Emotion*, 2(3), 300–319.

Fredrickson, B. L. (2000). Cultivating positive emotions to optimize health and well-being. *Target article in Prevention and Treatment*, 3. Available on the World Wide Web: <http://journals.apa.org/prevention>.

Fredrickson, B. L. (2001). *The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions*. *American Psychologist*, 56, (3),218-226.

- Fredrickson, B.L., & Joiner, T. (2002). Positive emotions trigger upward spirals toward emotional wellbeing. *Psychological Science*, 13,(2), 172-175.
- Gardner, H. (1983). *Frames of mind: The theory of multiple intelligence*. New York: Basic Books.
- Gillham, J.E. & Seligman, M.P. (1999). Footsteps on the road to a positive psychology. *Behavior Research and Therapy*, 37, 163-173.
- Giménez, M., Vázquez, C. & Hervás, G. (2010). El análisis de las fortalezas psicológicas en la adolescencia: Más Allá de los modelos de vulnerabilidad.
- Gonzalo Hervás. El análisis de las fortalezas psicológicas en la adolescencia: Más allá de los modelos de vulnerabilidad. *Psychology, Society, & Education*, 2 (2), 83-100. Great Place to Work Institute <http://www.gre-atplacetowork-europe.com>
- Hackman, J.R., & Oldham, G.R. (1980). *Work redesign*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hair, J. F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E. (2009). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. (7th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall, Print.
- Hax, A., & Majluf, N. (1984). *Strategic management: an integrative perspective*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice- Hall.
- Hernández S., Fernández C., & Baptista L (2010). *Metodología de la Investigación*. McGrau Hill Edición.
- Herrera, D. (2005). *Persona y el mundo de su experiencia*. Bogotá, Colombia: Universidad de San Buenaventura. Citado en Grimaldo H. El concepto de Persona en el proyecto educativo de la Universidad Católica de Colombia. p. 1.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. Cleveland : World Publication Co.

- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B.B. (1959). *The motivation to work*. New York: Wiley.
- Hobfoll, S.E., & Shirom, A. (2000). *Conservation of resources theory: Applications to stress and management in the workplace*. El Golembiewski, R.T (ed.), *Handbook of Organization Behavior* (2.º ed). Nueva York: Marcel Dekker. p.57-81
- Hunt, S.D.; Wood, V.R. & Chonko, L.B. (1989). *Corporate Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing*. *Journal of Marketing*, 53, 79-90.
- Jensen, S.M., & Luthans, F. (2006). Relationship between entrepreneurs' psychological capital and their authentic leadership. *Journal of Managerial Issues*, 18, 254-273.
- Jourdain, G. & Chênevert, D. (2015). *The Moderating Influence of Perceived Organizational Values on the Burnout-Absenteeism Relationship*. *J Bus Psychology*, 30 (1) 177–191. DOI 10.1007/s10869-014-9346-9.
- Kahn, R.L., & Byosiére, P. (1992). Stress in organizations. En M.D. Dunnette y L.M Hough (ed.). *Handbook of industrial and organizational psychology*, 571-651).
- Kristof, A..L. (1996). *Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications*. *Personnel Psychology*, 49(1), 1-49. College of Business and management, University of Maryland.
- Lawrence, P.R., & Lorsch, J.W. (1967). *Organization and environment*. Homewood: Richard D. Irwin Inc. (Existe una traducción al español: Organización y ambiente. Barcelona: Labor 1973).
- Lazarus, R. S. (1993). From psychological stress to the emotions: A history of changing outlooks. *Annual Review of Psychology*, 44, 1–21.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. New York: McGraw-Hill.

- Lizarralde (2009). Prólogo Malagon, V.H. (2010). *Ética y responsabilidad: El nuevo reto de generación de valor en las organizaciones*. Bogotá, D.C.: Unión gráfica Ltda.
- Llorens, S., Bakker, A., Schaufeli, W.B., & Salanova, M. (2006). Testing the robustness of the Job Demands- resources model. *International Journal of Stress Management*, 13 (3), 378-391.
- Luthans, F. (2002a). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-702.
- Luthans, F. (2002b). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16 (19), 57-72.
- Luthans, F., & Avolio, B.J. (2003). Authentic leadership: A positive developmental approach. En Cameron, K., Dutton, J. y Quinn, R. (Eds.), *Positive Organizational Scholarship*, 241- 61.
- Luthans F., Avolio, Avey, & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Luthans F., Avolio, B. J., Avey, J. B., Norman, S. M. & Combs (2006). Psychological capital development: toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behavior*. 27, 387-399.
- Luthans F. , Avolio, Walumbwa, & Li (2005). The Psychological Capital of Chinese Workers: Exploring the Relationship with Performance. *Management and Organization Review*, 1(2) 249-258.
- Luthans, F., Vogelgesang, R., y Lester, P. B. (2006). Developing the psychological capital of resiliency. *Human Resource Development Review*, 5(1) 25-44

- Luthans, F., Youssef, C.M. y Avolio, B.J. (2007). *Psychological capital*. Nueva York: Oxford University Press.
- Luthans, F., Youssef, C.M., & Avolio, B.J. (2007b). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Macgregor, D. (1960). *The human side of Enterprise*. New York: Mcgraw- Hill.
- Macgregor, D. (1966). *Leadership and motivation*. Cambridge: The MIT Press.
- Malagon, V.H. (2010). *Ética y responsabilidad: El nuevo reto de generación de valor en las organizaciones*. Bogotá, D.C.: Unión Gráfica Ltda.
- Malbasic, I., Rey, C., Potocan, V. (2015). *Balanced Organizational Values: From Theory to Practice*. J Bus Ethics, 130:437–446. DOI 10.1007/s10551-014-2238-0.
- March, J., & Simon, H.A. (1958). *Organizations*. New York: Wiley and Sons (Citado por la ed. de 1993. Cambridge: Blachwell).
- Maslow; A.H. (1954,1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row, Publishers, Inc.
- Masis G. (2009). *Desarrollo del Capital Psicológico* - Tesis Doctoral. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/cgm/psicologia.html>
www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/cgm/psicologia.html
- Materia (2014). *Un aficionado desmonta la millonaria industria de la 'ciencia de la felicidad'*. Recuperado de <http://esmateria.com/2014/08/26/un-aficionado-desmonta-la-millonaria-industria-de-la-ciencia-de-la-felicidad/>
- Mayo, E. (1946). *The human problems of an industrial civilization*. Cambridge: Harvard University Press.

- Moraes de Sousa, J.; Barreiros Porto; J. (2015). *Happiness at Work: Organizational Values and Person-Organization Fit Impact*. Paidéia, may-aug, 25(61), 211-220. doi:10.1590/1982-43272561201509.
- Neill, A.S. (1975):” *Corazones, no sólo cabezas en la escuela*”. México. Ed: Editores Mexicanos Unidos, S.A.
- Nelson, D. y Cooper, C.L. (Eds.) (2007). *Positive organizational behavior: Accentuating the positive at work*. Thousand Oaks (CA): Sage.
- Omar, A. (2010). *Las organizaciones positivas*. In *Fundamentos de Psicología Positiva*. Buenos Aires – Argentina. Ed: Paidós.
- Palaci Decals, F.J. (2004). *Psicología de la organización*. Madrid: Pearson Prentice – Hall.
- Pardo A., C. A. (2011). *Evaluación psicológica de Educación con base en el modelo Rash*. Libro: Pedagogía
- Parker, S. (1998). Enhancing role-breadth self-efficacy: The roles of job enrichment and other organizational interventions. *Journal of Applied Psychology*, 83(6) 835-852.
- Peiró, J.M., & Schaufeli, W.B. (2002). Self-efficacy and Burnout among information Technology Workers: An extension of the Job Demands- Control model, *European Journal on Work and organizational Psychology*, 11(1), 1-25.
- Pérez López, J.A. (1994). *Fundamentos de la Dirección de empresas*. Madrid: Rialp
- Peteraf, M.A. (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 14 (3),179-191.
- Peterson, S.J., & Luthans, F. (2003). The positive impact of development of hopeful leaders. *Leadership and Organization Development Journal*, 24 (1) 26-31.

- Peterson, S.J., & Seligman, M.E. (2004). *Character strengths and virtues*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Podsakoff, P.M.; MacKenzie, S.B.; Beth Paine, J.B.; Bachrach, D.G. (2000). Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research. *Journal of Management*, 26(3), 513-563.
- Poseck. Vera, B. (2006). Psicología positiva: una nueva forma de entender la psicología. *Papeles del Psicólogo*, 27(1), 3-8.
- Rand, K.L., & Snyder, C.R. (2003). A reply to Dr. Lazarus, the evocator emeritus. *Psychological Inquiry*, 14(2), 148-153.
- Rego, A; Leal, S; Cunha, M.P.; Faria, J.; Pinho, C. (2010). *How the Perceptions of Five Dimensions of Corporate Citizenship and Their Inter-Inconsistencies Predict Affective Commitment*. *Journal of Business Ethics*. Junio de 2010, 94(1), 107-127.
- Richardson, G.E. (2002). The metatheory of resilience and resiliency. *Journal of Clinical Psychology*, 58(3), 307-321.
- Roethlisberger, F. & Dickson, W. (1939). *Management and the worker*. Cambridge: Harvard University Press.
- Ruiz-Palomino, P.; Ruiz-Amaya, C.; Knörr, H. (2011). *Employee Organizational Citizenship Behaviour: The Direct and Indirect Impact of Ethical Leadership* *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28(3), 244-258.
- Ruiz Palomino, P., Ruiz Amaya, C. & Martínez Cañas, R. (2012). *Cultura organizacional ética generación de valor sostenible*. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1), 017-031, ISSN: 1135-2523. Universidad de Castilla-La Mancha.

- Ryan, R.M., & Deci, E.L. (2001). On Happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 141-166.
- Rodríguez, A., & Aguilera, C. (2005). *Persona, ética y organización: Hacia un nuevo paradigma Organizacional*. Navarra, España: Universidad de Navarra.
- Roethlisberger, F.J., & Dickson, W.J. (1939). *Management and the worker*. Cambridge: Harvard University Press.
- Rogers, Carl (1951). *Client-centered therapy: Its current practice, implications and theory*. London: Constable. ISBN 1-84119-840-4.
- Salanova, M.; Agut, S., & Peiró, J.M. (2005). Linking Organizational Resources and Work Engagement to Employee Performance and Customer Loyalty: The Mediation of Service Climate. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1217-1227.
- Salanova, M; Cifre, E.; Martínez, I, & Schaufeli, W. B. (2003). Perceived collective efficacy, subjective well-being and task performance among electronic work groups: An experimental study. *Small Groups Research*, 34, 43-73.
- Salanova, M. Martínez, I., & Llorens, S. (2005). *Psicología organizacional positiva*. En F. Palací. *Psicología de la Organización*. Madrid: Pearson Educación.
- Salanova, M.; Schaufeli, W.B.; Llorens, S.; Peiró, J.M.; & Grau, R. (2000). Desde el burnout al engagement: ¿una nueva perspectiva? *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 16, 117-134.
- Salanova, M. & Schaufeli, W.B. (2008). Upward spirals of efficacy beliefs: A longitudinal and multi-sample study. Manuscrito sometido para su publicación.
- Salanova, M., & Schaufeli, W. (2009). *El engagement en el trabajo: Cuando el trabajo se convierte en pasión*. Madrid: Alianza Editorial.

- Salanova, M. (2014) En defensa de la Psicología Positiva. Recuperado de <http://esmateria.com/2014/09/16/carta-la-directora-sobre-la-psicologia-positiva/>
- Sánchez, C. (2009). Capital y valores éticos. La riqueza ética de las naciones. Recuperado de <http://www.crisiseconomica2010.com/Inicio/tabid/36/articleType/ArticleView/articleId/79/Capital-y-valores-eticos-La-riqueza-etica-de-las-naciones.aspxes>.
- Sandoval, L.Y. (2008). *Institución educativa y empresa: dos organizaciones distintas*. Universidad de La Sabana. Bogotá: EUNSA.
- Sanín P., J.A. & Salanova M. (2014). Satisfacción laboral: el camino entre el crecimiento psicológico y el desempeño laboral en empresas colombianas industriales y de servicios. *Universitas Psychologica*. 13(1). 2014. Bogotá, Colombia. ISSN: 1657-9267 / EISSN: 2011-2777. doi: 10.11144/Javeriana.UPSY13-1.slcp
- Shaffer, D.R. (2002). *Developmental Psychology: Childhood and Adolescence*. Wadsworth: Thomson Learning.
- Schaufeli, W, B.; & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 293-315.
- Schaufeli, W.B.; Salanova, M.; González- Roma, V.; & Bakker, A.B. (2002^a). The measurement of Engagement and burnout: A confirmative analytic approach. *Journal of happiness Studies*, 3, 71-92.
- Scheier, M.F., & Carver, S.C. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4(3) 219-247.

- Scheier, M.F., & Carver, S.C. (1992). Effects of optimism of psychological and physical well-being: Theoretical overview and empirical update. *Cognitive Therapy and Research*, 16(2),201-228.
- Schneider, S.L. (2001). In search of realistic optimism. *American Psychologist*, 56(3), 250-263
- Schminke, M.; Arnaud, A.; Taylor, R. (2015). Ethics, Values, and Organizational Justice: Individuals, Organizations, and Beyond. *J Bus Ethics*, 130, 727–736. DOI 10.1007/s10551-014-2251-3.
- Schwepker, C.H. Jr. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of Business Research*, 54(1), 39-52.
- Seligman & Csikszentmihalyi (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55 (1), 5-14.
- Seligman M. E. (1999). The President's address. APA 1998 *Annual Report*. *American Psychologist*, 54(8), 559-562.
- Seligman M. (2002). *Authentic Happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York: Free Press/Simon and Schuster.
- Shifren, K., & Hooker, K. (1995). Stability and change in optimism. *Experimental Aging Research*, 21(1), 59-76.
- Simon, H.A. (1979). Rational decision making business organization. *American Economic Review*. 69(4), 493-513.
- Snyder CR, Irving L & Anderson J. (1991). Hope and health: Measuring the will and the ways. In Snyder CR, Forsyth DR (Eds.), *Handbook of social and clinical psychology*. Elmsford, New York: Pergamon, 285–305.

- Snyder, C.R. & Lopez, S. (2002). *Handbook of positive psychology*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Snyder, C.R., Sympson, S.C., Ybasco, F.C., Borders, T.F., Babyak, M.A., & Higgins R. (1996). Development and validation of the state hope scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 321-335.
- Stajkovic, A.D., & Luthans, F. (1998a). Self-self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240-261.
- Stajkovic, A.D., & Luthans, F. (1998b). Social cognitive theory and self-self-efficacy: Going beyond traditional motivational and behavioral approaches. *Organizational Dynamics*, 26(4), 62-74.
- Sternberg, R.J. (1985). *Beyond IQ*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Teece, D.J.; Pisano, G.; Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533 (Aug., 1997).
- Teece, D.J. (2007). Explicating Dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28, 1319–1350.
- Tugade, M.M. & Fredrickson, B.L. (2004) Resilient Individuals Use Positive Emotions to Bounce Back from Negative Emotional Experiences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(2), 320–333. University of Michigan Theory
- Universidad Católica de Colombia (1993). *Reforma Estatutaria*. Acta No. 2, *Asamblea General*, 24 de noviembre de 1993.
- Universidad Católica de Colombia (1999). *Misión y PEI*. Acuerdo No. 01, *Asamblea General* 28 de diciembre 1999.
- Universidad Católica de Colombia (2005). *Currículo Institucional*.

Universidad Católica de Colombia (2011). Plan de Desarrollo 2012-2019. En:
<https://www.ucatolica.edu.co/portal/nuestra-universidad/plan-de-desarrollo/>

Universidad Católica de Colombia (2016). *Proyecto Educativo Institucional. Actualización*. Acuerdo No. 01, Asamblea General 19 de abril 2016.

Universidad de Pensilvania (2010). Authentichappiness. *Boletín Virtual* en
<http://www.authentichappiness>

Urselay, J. (2010). *La contribución del modelo de Liderazgo a la Responsabilidad Social de la Empresa*. Ponencia desarrollada en la X Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección en <http://www.profesionales-etica.org>.

Valentine, S.; Godkin, L.; Fleischman, G.M.; Kidwell, R. (2011). *Corporate Ethical Values, Group Creativity, Job Satisfaction and Turnover Intention: The Impact of Work Context on Work Response*. *Journal of Business Ethics*, 98, 353–372. DOI 10.1007/s10551-010-0554-6

Valentine, S., Greller, M. M. & Richtmeyer, S. B. (2006). La respuesta del trabajo del empleado como una función del contexto ético y el apoyo organizacional percibido. *Journal of Business Research* 59, 582 – 588. Departamento de Gestión y Marketing de la Universidad de Wyoming, Estados Unidos.

Valentine, S. (2010). Human resource management, ethical context, and personnel consequences: A commentary essay. *Journal of Business Research*, 63, 908–910. Department of Management, University of North Dakota, United States.

Valentin, S.; Fleischman, G. & Godkin, L (2015). Rogues in the ranks of selling organizations: using corporate ethics to manage workplace bullying and job satisfaction. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 35(2), 143–163, <http://dx.doi.org/10.1080/08853134.2015.1010542>

- Vásquez, C. (2006). La Psicología positiva en perspectiva. *Papeles de Psicología*. 1, Universidad Complutense, Madrid
- Wagnild, G.M., & Young, H.M. (1993). Development and psychometric evaluation of the resiliency scale. *Journal of Nursing Management*, 1(2), 165-178.
- Warr, P.B. (1996). Employee well-being. En P.B. Warr (ed.). *Psychology at work* (4ª ed). p. 224-253).
- Weber, P.B. (1947). *The theory of social and economic organization*. Free Press.
- Weber M. (1995). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.
- Yarce, G.M. (2010). La empresa como un sistema humano. Bogotá, D.C. Universidad Católica de Colombia.
- Youssef, C.M., & Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of Management*, 33, 774 – 801.