

INFLUENCIA DEL REFRÁN “POR DINERO BAILA EL PERRO” EN LA GERENCIA Y EN LA SOCIEDAD EMPRESARIAL

Autora: Pérez Mariela
licmarielaperez@hotmail.com

PALABRAS CLAVE

Refrán “por dinero baila el perro”, gerencia y sociedad empresarial

RESUMEN

El refrán seleccionado para el desarrollo del ensayo, fue el indicado por Uribe (2004) “Por dinero baila el perro”, es un refrán donde habla del poder del dinero, que lo mueve todo (simbolizado por el perro). Adicionalmente, se justifica el ensayo, en la acción y consecuencias generadas de la influencia de un refrán conducido hacia el dinero, en el ámbito de la gerencia y la sociedad empresarial. En la que promete brindar al lector; evaluar conciencia, cultura y valores humanos, a través de la expresión de un sencillo y profundo dicho popular “Por dinero baila el perro”. A manera de reflexiones finales, muestra un llamado de atención y de cambio, invitando a lo siguiente: no permitas, en el tránsito de vida, ser esclavo del dinero y que él domine el rumbo de tus actuaciones. Concédete la bienvenida a la ética, a la moral y a los valores humanos en lo personal, profesional y en las actividades que ejecutes, tanto en la gerencia como en la sociedad empresarial. El refrán “Por dinero baila el perro” lo transformaría “Por la ética, la moral y valores humanos baila el perro”.

INFLUENCIA DEL REFRÁN “POR DINERO BAILA EL PERRO” EN LA GERENCIA Y EN LA SOCIEDAD EMPRESARIAL

Author: Pérez Mariela
licmarielaperez@hotmail.com

KEYWORDS

Saying "for money the dog dances", management and business partnership

ABSTRACT

The saying selected for the development of the trial, was the one indicated by Uribe (2004) "For money the dog dances", is a saying where he talks about the power of money, which moves everything (symbolized by the dog). Additionally, the trial is justified, in the action and consequences generated from the influence of a saying led to money, in the field of management and business society. In which promises to provide the reader; evaluate conscience, culture and human values, through the expression of a simple and profound popular saying "For money the dog dances". As a final reflection, it shows a call for attention and change, inviting the following: do not allow, in the transit of life, to be a slave of money and that he dominate the course of your actions. Welcome you to ethics, morals and human values in the personal, professional and in the activities you perform, both in management and in the business society. The saying "For money the dog dances" would transform it "For the ethics, morals and human values the dog dances".

INTRODUCCIÓN

La influencia de los refranes, pueden ocasionar posturas conductuales según la interpretación relacionada a una realidad presentada en la vida cotidiana de las personas. En este sentido, los dichos populares, invitan a internalizar y a decidir según la conciencia y valores de cada persona a ser conducidos para el bien o para el mal. Al respecto, Laclette (2014), “los refranes tiene una gran influencia en el desarrollo de las actividades diarias y prácticamente dirigen la vida de muchas personas en el mundo” (p.10). Por lo tanto, genera un universo de acciones dirigidas con el fin de mostrar ante la sociedad lo saludable o lo toxico que pueden ser.

En el caso del presente ensayo, y considerando los postulados antes señalados, se interpreta el refrán “Por dinero baila el perro” en cuanto a la influencia que ejerce este dicho popular en el ámbito de la gerencia y la sociedad

empresarial, siendo el enfoque el poder del dinero como un elemento influyente en la gerencia desde hace décadas y que en cierto modo ha contaminado el enfoque gerencial de las sociedades empresariales, descansando todos los sistemas “gerenciales”, única y exclusivamente, en lo cuantificable, es decir, en números o cifras económicas, esto para las mayorías, es la medición efectiva, sin importar a quién puedan perjudicar. ¿Debido a qué? a la pérdida de la ética y la moral, por eso se observa por doquier la corrupción, los ilícitos y el fraude.

El poder del dinero ha sido un reflector en el mecanismo de acción de las sociedades empresariales a través de las gerencias que la conforman. Es fundamental reflexionar que en el entorno de la vida de una organización no todo puede girar alrededor del dinero como elemento cardinal, porque ello aniquila la ética y la moral en el ámbito social empresarial, personal, profesional y el de las comunidades en general.

El poder del dinero en el pensamiento y la acción del gerente, quién se encarga de la gestión y dirección de una gerencia, puede ser tan tóxico para la empresa cuando va supeditado a la obtención de prestigio, honor, reconocimientos, amasar dinero, no importando como lo consiga.

El poder del dinero se convierte en el motor motivador para el gerente, porque el compromiso de respuesta de responsabilidad, de producción y del logro de los objetivos ante la sociedad empresarial, será la cantidad de dinero que le sea pagado. Esto invita a que la sensibilidad y el concepto de conciencia sean comprados por el dinero.

Por otra parte, el poder del dinero puede transformar la conducta del “Ser” cuando no tiene bases sólidas de ética y moral, y esto atropella el sentido del camino que decides seleccionar, Tal como lo expresa Hubric (2008), “se han sostenido y revestido las individualidades que conforman colectivos, convirtiéndose en

esclavos de sus propias creaciones, llegando a agruparse en clases o estratos sociales” (p. 48).

Según lo expuesto anteriormente, se justifica el ensayo en la acción y consecuencias generadas de la influencia de un refrán conducido hacia el dinero en el ámbito de la gerencia y la sociedad empresarial. En la que promete brindar al lector, evaluar conciencia, cultura y valores humanos, a través de la expresión de un sencillo y profundo dicho popular “Por dinero baila el perro”.

“Por dinero baila el perro”, refrán indicado por Uribe (2004), este dicho se refiere al poder que tiene el dinero para influir en la conducta y las acciones de las personas que persiguen un interés particular. Por lo que se reviste de ciertas aristas contaminantes generando infringir la ética y la moral, así como lo valores humanos.

Este refrán tiene como reseña el hecho de que los animales, principalmente entrenados, como los perros, sean aptos para demostrar destrezas únicas frente a

quien sea, a cambio de una recompensa, en este caso, se enfoca hacia el valor material, influencia motivadora para ejercer cualquier acción desmedida, con el fin de lograr el propósito llamado “dinero”, sin tomar en cuenta los valores éticos y morales.

Así pues, este decir popular gira también en torno a la idea, no solo del interés que despierta el dinero en las personas, sino en las voluntades que es capaz de remover. En el fondo, nos expresa que una recompensa económica es capaz de movilizar a los individuos a realizar hasta las cosas más insólitas, como hacer bailar un perro.

Al respecto, Kuppers y Schallenberg (2017) formulan lo siguiente:

¿Es el dinero malo en sí mismo?, no. El dinero no es bueno ni malo. Es un medio de intercambio, una medida de valor; una reserva para el futuro; un medio para proteger lo bueno y poder eliminar lo malo. Pero nunca puede ser un fin en sí mismo...El dinero puede convertirse en un ídolo y en una adicción. Quién lo

persigue con codicia se hace esclavo de su avaricia (p. 168).

El dinero nos permite adquirir cosas, bienes, pagar servicios, entre otros. En este sentido, nos provee de cierto poder frente a los demás. Pero también puede adormecer conciencias, prostituir la cultura y, para especular con el mismo, estos serían factores productos de la corrupción, sobre todo de la que carece de límites.

Según Kraus (2008):

la corrupción es una circunstancia innata a la condición humana, seguramente existe “desde siempre”, es “casi” un fenómeno universal, es parte del quehacer humano en la inmensa mayoría de las culturas, se ejerce sin límites en las naciones pobres y suele ser, en muchos sitios, un modus vivendi normal que se ha incorporado a la vida cotidiana (p. 1).

En este sentido, la ambición por el poder y el dinero se convierte

en una pasión irrefrenable por conseguir a cualquier precio, poder y riqueza. La corrupción y sus partícipes, mediante el poder del dinero como ambiciosos se mueven en el seno familiar, en las instituciones públicas y privadas, en los sectores políticos y educativos, fingen ser personas colaboradoras a las causas nobles, humanitarias y leales hasta montarse en sitios de expectativas, próximos a alcanzar el poder y riqueza. Son rufianes que habría que recordarles, que la grandeza en el ser humano no se compra con dinero, los que buscan el poder sin merecerlo se convierten en los seres más despreciables.

De allí que el refrán “Por dinero baila el perro” alude la fuerza del dinero, el perro amaestrado siempre estará listo para ser compensado por su Dueño. Es ahí, en la formación de valores, factor esencial en el comportamiento promovido del dueño ante el perro; es decir, el dueño representado por la gerencia y la sociedad empresarial, si él funda ética y moral al perro, representado en las personas que laboran en las

organizaciones, será compensado bajo el baile de valores humanos, caso inverso, será compensado bajo el baile de valores materiales como lo es, el dinero.

La gerencia cuando enfoca sus esfuerzos hacia el dinero con la intencionalidad primaria ante los valores del ser humano, trae como consecuencia acciones y conductas dirigidas hacia un baile de recompensas para alcanzar los objetivos propuestos en la que la ética y la moral pierden su esencia y se convierten en esclavas del dinero.

Es necesario que la gerencia esté orientada al ser humano como la columna vertebral de una organización, para lo cual los valores del ser sean excepcionales, es un enfoque transformacional en las organizaciones actuales, coadyuva en la construcción de un concepto, como el indicado por Díaz y Linares (2015) quienes establecen que “la gerencia humanista es una nueva ola en la administración de las empresas, cuyos pilares son el bienestar de las personas, el crecimiento personal, un ambiente

agradable de «trabajo» y el mejoramiento de las relaciones interpersonales” (párr.1). Es darle la prestancia al valor humano, con la finalidad de ir suavizando el interés hacia el poder del dinero.

Dentro de este orden de ideas, se hace virtuoso el poder generar en la gerencia que el valor humano sea considerado la base fundamental del éxito de la organización para el desarrollo potencial del resultado económico. En otras palabras, las nuevas realidades gerenciales dirigidas hacia el plano humanista están sujetas a las actitudes y aptitudes del recurso humano, acompañado de la ética y la moral junto a los valores humanos. Estos son aspectos vitales para el potencial desarrollo en las organizaciones.

De manera general, en el ámbito empresarial, el camino a seguir de la sociedad debe estar inclinado al bienestar y la prosperidad holística, en la que los objetivos y las metas estén dirigidos hacia los valores humanos por encima del “valor dinero”, esto es

parte de la sociedad. Sin embargo, este valor dinero, es influyente en el baile de una sociedad empresarial cuando no se canaliza el propósito de existencia, es ahí como se convierte en “valor poder”, generando a la sociedad un ambiente toxico. Según Hubric (2009), “Cuando esos valores mentales llamados poder y dinero sean secundarios, se puede decir que vamos por el camino del bienestar, pues habrá respeto” (p. 31).

En este sentido, se quiere llegar, a una gerencia y sociedad empresarial que tengan como punto cardinal la ética y la moral, así como los valores humanos, sin atropellos hacia el talento humano que lo acompaña. De este modo, las organizaciones se humanizan yendo más allá del beneficio económico de las mismas. No sólo se trata de alcanzar los objetivos sino de mejorar las condiciones y la vida de las personas. Esto hace posible un cambio de paradigma en la acción, visión y conducción de la gerencia y la sociedad empresarial.

A manera de reflexión, ante el refrán seleccionado “Por dinero baila el perro”, se hace un llamado de atención a la gerencia y a la sociedad empresarial, que mientras el interés económico sea encaminado hacia el poder del dinero como el resultado del éxito y el equilibrio financiero, el talento humano que conforma una organización, será violado en derechos sociales y humanos, y por consecuencia su ética y su moral.

Es por ello, que el dinero corrompe al poder y el poder corrompe a quienes tienen dinero, en la medida que sea vulnerado los valores humanos. Razón por la cual, la gerencia y la sociedad empresarial deben cultivar la ética y la moral, así como los valores humanos en las organizaciones existentes y en las futuras por establecer.

Es fundamental humanizar las organizaciones, de forma tal, que les permita mostrar el rostro de los valores humanos antes del valor económico, generando una transformación holística en cuanto a

la acción, visión y conducción de la gerencia y la sociedad empresarial.

Por lo tanto, se invita hacia una gerencia y una sociedad empresarial que tenga como eje principal los valores humanos, permitiendo así suavizar el poder del dinero, avivando la luz de la conciencia, trayendo responsabilidad, honestidad, justicia, paz, y armonía en las organizaciones.

Ante lo expuesto, no permitas, en el tránsito de vida, ser esclavo del dinero y que él domine el rumbo de tus actuaciones. Concédete la bienvenida a la ética, a la moral y a los valores humanos en lo personal, profesional y en las actividades que ejecutes, tanto en la gerencia como en la sociedad empresarial.

Finalmente, el refrán “Por dinero baila el perro” lo transformaría “Por la ética, la moral y valores humanos baila el perro”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Díaz, L. Y Linares, R. (2015). **Gerencia Humanística**. (Documento en línea). Disponible: <https://prezi.com/idnbms2wgrxd/>

[gerencia-humanista/](#) (Consulta:
2015, marzo, 28)

Dubric, H. (2008). **Ética y Moral Ejecutiva**. Editorial Ignaka. p. 64.

Dubric, H. (2009). **El Quinto Sistema y la Gerencia Efectiva**. Editorial Ignaka. p. 80.

Kraus, A. (2008). **Dinero y Poder**. (Documento en línea). Disponible: <http://www.jornada.com.mx/2008/07/09/index.php?section=politica&article=023a2pol> (Consulta: 2008, Julio, 09).

Kuppers, A. y Schallenberg, P. (2017). **¿Qué Hacer?** Editorial Verbo ivino. pp. 319.

Laclette, S. (2014). **Refranes de Mis Recuerdos**. Editorial Palibrio. p. 90.

Uribe, A. (2004). **Los Refranes: Herramientas de Sensibilización y Formación en Gerencia de Servicios y Mercadeo de la Información**. Biblos Septiembre 2004. Disponible en: <file:///D:/Downloads/Dialnet-Los Refranes-995276.pdf>