

PRAXIOLOGÍA DE LOS VALORES, LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

PRAXIOLOGY OF VALUES, ETHICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN ADMINISTRATIVE AND MANAGEMENT SCIENCES

Amaire Josefina Mora Guerrero¹ y Alberto José Cadevilla Soto²

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo fundamentar praxiológicamente la articulación de valores, ética y responsabilidad social empresarial en las ciencias administrativas y gerenciales, como factores clave para la sostenibilidad de la organización. Fue una investigación cualitativa, descriptiva, bajo los cánones de Kockelmans. La técnica la entrevista en profundidad. Las fuentes de información cinco gerentes de empresas agroindustriales de Barinas, Cojedes, Guárico, Lara, Portuguesa y Yaracuy, más tres expertos en los temas. La confiabilidad asociada a las categorías que emergieron del análisis. Cinco de las entrevistas a los gerentes: contexto interno empresarial, valores organizacionales, cultura organizacional, entorno externo empresarial, análisis situacional. Siete de las entrevistas a los expertos: sostenibilidad empresarial, complejidad empresarial, entorno externo, ética organizacional, contexto interno, cultura organizacional, gestión organizacional integral. La fundamentación praxiológica debe cimentarse en una cultura organizacional que propenda a la formación del trabajador, al desarrollo de sus competencias.

Palabras clave: valores, ética, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, complejidad organizacional.

ABSTRACT

This research aimed to praxiologically base the articulation of values, ethics and corporate social responsibility in administrative and managerial sciences, as key factors for the sustainability of the organization. It was a qualitative, descriptive investigation, under the canons of Kockelmans. The technique the in-depth interview. The information sources were five managers of related and related agro-industrial companies from Barinas, Cojedes, Guárico, Lara, Portuguesa and Yaracuy, plus three experts on the subject. The reliability associated with the categories that emerged from the analysis. Five of the interviews with managers: internal business context, organizational values, organizational culture, external business environment, situational analysis. Seven of the interviews with experts: business sustainability, business complexity, external environment, organizational ethics, internal context, organizational culture, comprehensive organizational management. The praxiological foundation must be based on an organizational culture that promotes the training of the worker, the development of their skills.

Keywords: values, ethics, corporate social responsibility, sustainability, organizational complexity.

JEL: M190, M140

Fecha de recepción: 23 de mayo de 2023

Fecha de aceptación: 16 de junio de 2023

¹ Profesora – Investigadora de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (UNELLEZ), adscrita al Programa de Ciencias Sociales y Económicas (PCSE) del Vicerrectorado de Producción Agrícola (VPA) Portuguesa – Venezuela. Investigadora del Centro de Investigación y Desarrollo de la Pequeña, la Mediana y la Microempresa del Estado Carabobo (CIDPyMESMicro) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FaCES) de la Universidad de Carabobo (UC), Carabobo – Venezuela. Adscrita a la Red de Investigadores Latinoamericanos en Administración y Gerencia (RILAyG). Dra. en Ciencias Administrativas y Gerenciales (UC). <https://orcid.org/0000-0003-1988-5892>. Correo Electrónico: amairemora@gmail.com / amaire@unellez.edu.ve.

² Profesor – Investigador de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (UNELLEZ), adscrito al Programa de Ciencias Sociales y Económicas (PCSE) del Vicerrectorado de Producción Agrícola (VPA), Portuguesa – Venezuela. Investigador del Centro de Investigación y Desarrollo de la Pequeña, la Mediana y la Microempresa del Estado Carabobo (CIDPyMESMicro) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FaCES) de la Universidad de Carabobo (UC), Carabobo – Venezuela. Adscrito a la Red de Investigadores Latinoamericanos en Administración y Gerencia (RILAyG). Dr. en Ciencias Administrativas y Gerenciales (UC). <https://orcid.org/0000-0002-5008-8245>. Correo Electrónico: albertocadevillasoto@gmail.com / cadevilla@unellez.edu.ve

INTRODUCCIÓN

El cambiante mundo de hoy ha hecho que las organizaciones reflexionen sobre su actuación, estructura, modelo de gestión para adaptarse y responder a las exigencias de la sociedad; todo en aras de un bien mayor, la productividad, rentabilidad y sostenibilidad espacio temporal, esto es aplicable a cualquier tipo de organización, empresa privada, institución gubernamental, organización gubernamental (OG) nacional o multinacional, u organización no gubernamental (ONG), entre otros tipos.

La praxiología es la manera de lograr esa adaptación organizacional, entendida por Ferrater (1975), como “la ciencia que estudia sistemáticamente las condiciones y normas de la acción o praxis humanas.” (p. 466) Para Aron (1962) se relaciona con el estudio de las normas que deben adoptarse con vistas a ciertos fines, y el examen de la relación entre estas normas y los valores a cuyo servicio se ponen. La praxiología ayuda a incorporar la ética y los valores al quehacer de la empresa, permite la dinamización operativa de la ética organizacional y fortalece la toma de decisiones empresarial.

Este proceso de elección se fundamenta en la ética y es la que permite a las personas, en particular, y a las organizaciones, en general, ser capaces de prever situaciones y adelantarse a las consecuencias a través de toma de decisiones informadas; tales decisiones van a estar regidas por valores, tanto internos como externos, coherentes (lo cual implica consonancia entre los principios organizacionales y la actuación organizacional), articuladas con la sociedad de la que forman parte y coadyuvando al mejoramiento de las condiciones de vida del entorno y del bien común.

De la Vara (2018) hace hincapié que las decisiones organizacionales amparadas en los valores promocionan el desarrollo y adopción “de códigos de valores y conducta tomando como base la integridad, la honradez, el honor y la cortesía de los servidores públicos [empleados] para robustecer las estructuras institucionales” (p. 76) y organizacionales. Los valores actúan como guías que direccionan las decisiones, lo acertado o desacertado, beneficioso o perjudicial de los planes de acción resultantes

de las decisiones tomadas. Sosa y Rey (2019), muestran que un proceso de toma de decisiones sustentado en valores promueve dentro de los miembros de la organización “la ética profesional, el sentido de pertenencia, la responsabilidad social administrativa, la ecuanimidad, la excelencia, el humanismo y la transparencia” (p. 91) en el ejercicio de sus funciones. Lo que trae aparejado el desarrollo y promoción del cuidado de los recursos, respeto del patrimonio, administrar y gestionar el bien común, velar por el cumplimiento de los procesos, procedimientos y proyectos.

Es el sentido ético de los modelos de gestión. Siendo la ética, aclara Martín (2000), una fuerza orientadora de la conducta, al representar un saber de convivencia (lo aceptado en sociedad) y, al mismo tiempo, es un saber de comunidad (esfuerzo en conjunto). Explica Briceño (2004), permite articular el trabajo en equipo, actuar con principios compartidos, ser más eficaces, con un norte claro, capaces de tomar decisiones; tornando a la empresa en una organización competitiva. Los beneficios de la dimensión ética en los modelos de la actuación organizacional son la confianza de la sociedad, la credibilidad de las personas, la transparencia de su gestión –abierta al escrutinio público–, la fidelización de los usuarios o clientes. En otras palabras, el compromiso e identificación de la sociedad con ese tipo de organizaciones.

Por eso la importancia de incorporar los valores, la ética y la responsabilidad social como ejes de las políticas, estrategias, líneas de actuación y acciones que las organizaciones desarrollen y establezcan para su vinculación con la sociedad.

La responsabilidad es un concepto que alude directamente a la capacidad del hombre de tomar una decisión, así como de asumir las consecuencias que de ella se generen. Al añadirle social se apunta al carácter gregario del hombre, la dimensión individual se transforma en colectiva y surge la corresponsabilidad. La responsabilidad social ha evolucionado desde la Grecia Antigua, donde el ciudadano tenía la responsabilidad de participar en los asuntos de la polis, pasando en la Edad Media por la responsabilidad de la persona individual por sus acciones ante Dios en el juicio divino al final de los tiempos, hasta la responsabilidad intergeneracional del hombre contemporáneo por sus actividades sociales, productivas, económicas, humanas, entre otras.

Agregando en el contexto organizacional los postulados y principios de la responsabilidad social empresarial (RSE), esta puede ser vista como modelo de gestión (Mora y Cadevilla, 2017), que debe ser entendido como el compromiso que asume la empresa con la sociedad como factor generador de riqueza y bienestar; parte de su política, estrategia, objetivos y metas. Este compromiso implica que la empresa entiende su papel como actor social y actúa en consecuencia, en la medida que busca contribuir a mejorar el estado de cosas no sólo en beneficio de los socios, accionistas y la propia empresa, sino en beneficio de sus trabajadores, de su contexto inmediato, de sus proveedores, de sus contratistas y subcontratistas, de sus clientes y consumidores (Mora, 2019, 2020). Es decir, de todo grupo que se sienta influenciado, directa o indirectamente, por la acción y el ejercicio de la actividad empresarial.

Así, la RSE debe ser ejercida en dos dimensiones: interna, con sus trabajadores y miembros, y externa, con el entorno en que desempeñan sus actividades productivas, con la comunidad donde se asientan, con las personas que mantienen relaciones productivas y las que no dependen directamente de la empresa. Todos estos grupos con los que la organización mantiene relaciones, directa o indirectamente, conforman los stakeholders o grupos de interés (Mora, 2019, 2020). Para su adecuada atención las empresas deben ser capaces de realizar un mapa de los mismos que permita configurar su agenda de actuación, conjugar esfuerzos, formar alianzas con los mismos y manejar eficientemente los recursos disponibles. De ahí que se hable de las tendencias actuales de la RSE en términos estratégicos e instrumentales (Cadevilla 2019, 2020).

La naturaleza de la RSE lleva a plantearse cómo pueden ser formuladas e implementadas prácticas de responsabilidad en diversos tipos de organizaciones; ello va a depender del objeto o razón de la organización, así como de la compatibilización de sus fines con principios éticos y morales en su actuación. En líneas generales, las organizaciones privadas y públicas, con fines de lucro o sin fines de lucro, deben encontrar la forma de armonizar el ejercicio de la responsabilidad con el logro del bien común; pues su consecución repercute positivamente en la organización y las

bondades que se encuentren y que, a su vez, se incrementen en el tiempo.

Ahora bien, la articulación de valores, ética y RSE en las ciencias administrativas y gerenciales busca establecer la esencialidad de tales elementos en el desarrollo y permanencia de las organizaciones. Lo significativo que administradores y gerentes orienten su actuación, sus decisiones, así como la actuación y decisiones de las organizaciones, bajo tales parámetros; ello redundaría en beneficio social en el corto, mediano y largo plazo, cimentaría la institucionalidad de la sociedad, favorecería el desarrollo del capital social y, al mismo tiempo, posibilitaría el desarrollo de una visión de mundo compartida por todos los miembros de la sociedad. Esto pasa por la alineación: hombre – organización – Estado – sociedad, con axiomas identificables y compartidos que, al mismo tiempo, generen identidad humana, individual, colectiva, social, nacional, mundial, global.

La pregunta de investigación planteada es ¿Cuál es la fundamentación praxiológica de la articulación de los valores, la ética y la responsabilidad social empresarial en las ciencias administrativas y gerenciales, como factores clave para la sostenibilidad de la organización? El objetivo sea fundamentar praxiológicamente la articulación de valores, ética y responsabilidad social empresarial en las ciencias administrativas y gerenciales, como factores clave para la sostenibilidad de la organización.

MATERIALES Y MÉTODOS

Es una investigación realizada desde el paradigma hermenéutico. Para Ortiz (2016) la hermenéutica “se refiere a la ciencia de la interpretación que lleva el sentido de lo expresado en un lenguaje ajeno al seno de nuestra comprensión lingüística” (p. 6). Es relevante desentrañar los axiomas y valores que orientan el comportamiento de la persona humana, de las organizaciones; a partir de ahí, generar fundamentos teóricos que permitan desentrañar la articulación de los valores, la ética y la RSE en las ciencias administrativas y gerenciales, como factores clave para la sostenibilidad de la organización. La hermenéutica es vista en la investigación como un método de interpretación. Siguiendo la hermenéutica dialéctica, bajo los cánones de Kockelmans (1975), persiguen blindar a “la validez intersubjetiva de una interpretación”. (p. 75).

La investigación se desarrolla desde el enfoque cualitativo. Para Taylor, Bogdan y DeVault (2016) el enfoque cualitativo es inductivo, holístico, considera el contexto y su influencia sobre las personas, de ahí la relevancia de la validez, como criterio metodológico para la descripción de los hechos. Se reconocen y describen los valores, la ética y la responsabilidad social empresarial en las ciencias administrativas y gerenciales; lo que ayuda a fundamentar praxiológicamente su articulación como factores clave para la sostenibilidad de la organización. El diseño de la investigación está guiado por la teoría fundamentada. De acuerdo con Glaser y Strauss (2006), se trata de la creación de teoría con los datos conseguidos en el desarrollo de la investigación. Facilita la generación de teoría que promueva la fundamentación de la articulación de los valores, la ética y la RSE en las ciencias administrativas y gerenciales, como factores clave para la sostenibilidad de la organización.

La forma más adecuada para recoger los datos fue la entrevista en profundidad. Dice Izcara (2014), “proceso comunicativo mediante el cual el investigador obtiene información del entrevistado. (...) toma la forma de un diálogo con un propósito” (p. 142); permitió detallar al objeto de estudio, reconocer los significados que los gerentes de empresas venezolanas dan a los valores, la ética y la RSE en su praxis gerencial. La guía de la entrevista en profundidad fue el instrumento, permitió tener presente los puntos sobre los cuáles giraba la entrevista y un recordatorio para ir insistir sobre los puntos que debían ser ampliados y profundizados. Las fuentes de información son de dos tipos: cinco gerentes de empresas agroindustriales de Barinas, Cojedes, Guárico, Lara, Portuguesa y Yaracuy y tres académicos y expertos en valores, ética, RSE. La información se presenta resumida en el Cuadro 1.

Cuadro 1 Fuentes de información

Fuentes de información			
Fuentes de información	Gerentes de empresas agrícolas, agroindustriales afines y conexas en los estados Barinas, Cojedes, Guárico, Lara, Portuguesa y Yaracuy	Informantes clave	5
	Académicos y experto	Actores clave	3
		Informantes clave	3
Total			8

Fuente: Elaboración propia (2023).

La confiabilidad de la guía de entrevista está asociada con la fiabilidad, credibilidad, seguridad y autenticidad del instrumento de recolección de información. La fiabilidad se asocia a que la información fidedigna, creíble y auténtica aportada por los gerentes en las entrevistas, son los llamados a tomar decisiones, sobre los que recae el proceso de toma de decisiones. La credibilidad está en estrecha relación con la espiral hermenéutica dialéctica que posibilitó develar los significados de los gerentes.

El desarrollo de la hermenéutica dialéctica, siguiendo los cánones de Kockelmans conllevó: primero, cada entrevista es diferente de otra dada por el mismo informante y distinta a las otras siete (7) entrevistas; marca la autonomía del objeto. Segundo, el entendimiento de cada entrevista permitió hacer del fenómeno estudiado un elemento de comprensión, facilitando su análisis y síntesis a objeto de ahondar en sus significados. Tercero, la adquisición de familiaridad con el objeto de estudio se logró con la formulación del marco teórico, del estado del arte, sobre los temas de interés, además, el desarrollo de las entrevistas permitió profundizar en los variados ángulos del hecho estudiado, en su singularidad. Cuarto, la interpretación hermenéutica trata de discernir la articulación de los valores, la ética, la RSE, como factores que pueden coadyuvar en la sostenibilidad y la necesidad de la sociedad moderna de darle trascendencia a la actividad gerencial. Quinto, la aplicación de los cánones fue un ir y venir en las anotaciones e interpretaciones nacidas de las lecturas y relecturas de las entrevistas, desarrollando los mapas conceptuales que permitieron una mejor comprensión de las categorías emergentes.

Para facilitar la codificación de las entrevistas se asignaron colores y códigos a las categorías que fueron emergiendo de las entrevistas a los gerentes, Cuadro 2, así como a las categorías que fueron naciendo de las entrevistas a los expertos, Cuadro 3. La hermenéutica dialéctica ayudó en la teorización a fin de fundamentar la articulación valores, ética y RSE en las ciencias administrativas y gerenciales, factores clave para la sostenibilidad de la organización.

Cuadro 2 Codificación abierta de las categorías emergentes de las entrevistas a los gerentes

Categoría	Código	Color
Contexto Interno Empresarial	CIE	Magenta
Valores Organizacionales	VO	Amarillo
Cultura Organizacional	CO	Verde
Entorno Externo Empresarial	EEE	Cian
Análisis Situacional	AS	Azul

Fuente: Elaboración propia (2023).

Cuadro 3 Codificación abierta de las categorías emergentes de las entrevistas a los expertos

Categoría	Código	Color
Sostenibilidad Empresarial	SE	Púrpura
Complejidad Empresarial	CE	Verde oscuro
Entorno Externo	EE	Cian
Ética Organizacional	EO	Rojo
Contexto Interno	EI	Azul oscuro
Cultura Organizacional	CO	Marrón
Gestión Organizacional Integral	GOI	Oliváceo

Fuente: Elaboración propia (2023).

RESULTADOS

El desglose de las entrevistas a los gerentes desveló el contenido de las categorías que fueron emergiendo. La categoría cultura organizacional para el gerente 1 (G1) remite al desarrollo humano, a la creación de capital humano dentro de las organizaciones, considera que estas deben capacitar a su personal, promover tanto el desarrollo profesional como el desarrollo humano. Es cultura organizacional en la medida que se hace parte de los parámetros, esquemas y formas que orientan el accionar de las empresas, con “lo que tiene que ver con desarrollo personal (...) con el desarrollo humano (...) al cumplimiento de las leyes, de las formas de la propia empresa”. Sobre estos parámetros se cimenta el desarrollo organizacional.

Esto lleva al G1 a señalar que el “direccionamiento, que desde la empresa, (...) [se da] a cada uno de esos trabajadores (...) es constante y (...) es continuo” en aras de solidificar las estructuras, los matices y la idiosincrasia de la organización, que van definiendo a los modos y maneras de la cultura de la organización. Esos argumentos permiten para el G1 desarrollar los conceptos de “organización ética”, que se asocian al cumplimiento de las normas tanto nacionales como las desarrolladas por la empresa, para el impulso de la gobernabilidad, para el ejercicio de los valores organizacionales,

el desarrollo de políticas empresariales, la promoción del capital humano y del capital social, además del cumplimiento de los compromisos empresariales.

El G2 dice “si no hay productividad no hay trabajo y si no hay trabajo no hay productividad”, se entiende que priva en la empresa la certeza de la eficacia, eficiencia y efectividad para el ejercicio de las acciones y actividades organizacionales; el trabajo productivo, enriquecedor debe definir a una empresa, su cultura debe estar afianzada en esquemas que promuevan el desarrollo de los talentos y que generen ganancias sostenibles en el tiempo y en el espacio. Por ello, la cultura organizacional debe fundarse en “una visión muy técnica” de la actividad económica que ejerza la empresa.

El G2 señala que la cultura organizacional está asociada a esquemas de calidad, a “garantizar entregar unos productos de alta calidad”, además ofrecer el servicio de postventa a los cliente. Esos elementos se unen a la imagen corporativa positiva y a la reputación empresarial, factores claves en toda organización para su sostenibilidad espacio-temporal, garantizando el afianzamiento de esquemas organizacionales, cimentados sobre las buenas prácticas, el cumplimiento de normas empresariales que aseguran calidad y eficiencia en los procesos productivos y en la atención al cliente, caso de la normas de la Organización Internacional de Normalización (ISO).

La cultura organizacional es apreciada por el gerente 3 (G3) a partir del desarrollo de “una red de confianza entre las personas”, que permita la confluencia de intereses individuales, colectivos y empresariales que procuran el logro de los objetivos empresariales, profesionales y mejora de la calidad de vida de la sociedad. Eso lleva al G3 a afirmar que el negocio de la empresa “es que todo el mundo gane”, obtenga servicios y beneficios que gratifiquen su labor dentro de la empresa, que apunten al cumplimiento de los objetivos organizacionales, al ejercicio de las políticas gerenciales.

Demuestra la cultura organizacional de la empresa y atestigua el cumplimiento de los objetivos empresariales, de los empleados, de los clientes, del sector y de la sociedad. La cultura organizacional está imbricada en la naturaleza de la empresa, por eso el G3 señala que sus actividades económicas y todas las que se realizan en beneficio de sus grupos de interés o stakeholders es parte de lo mismo, de su cultura empresarial,

reafirmando este “es nuestro trabajo, ese es nuestro negocio”.

El gerente 4 (G4) considera que un elemento esencial de la cultura organizacional es una política de puertas abiertas, donde las inquietudes, quejas, propuestas de todos los miembros de la empresa puedan ser escuchadas y atendidas, posibilidad de expresar libremente sus ideas; de hecho textualmente dice que “las puertas de los dueños, de los directivos y de los gerentes siempre están abiertas para escuchar, para atender a nuestros empleados, para permitirles comunicar sus ideas o, sencillamente, conversar.” Se entiende el valor de comunicación, además, se comprende que debe ser inicialmente bidireccional, pero sin obviar su carácter multidireccional, por las comunicaciones grupales, abiertas, focales, entre otras.

Para el G4 la cultura organizacional se debe cimentar en “una empresa abierta y democrática”, donde la libertad de pensamiento se precisa para la promoción de la creatividad y la innovación, como factores clave de éxito para la productividad y la sostenibilidad de las empresas. Es esa misma medida para el G4 todos los miembros de la empresa son importantes, son parte de la organización, son necesarios para que la empresa siga desarrollando su actividad productiva y pueda rendir beneficios a la sociedad por las actividades desempeñadas. Asevera el G4 en Venezuela es necesario que “se entienda que las empresas están para mejorar la vida de todos”, de ahí que, la cultura organizacional edificada en la acción colectiva asegura la solidez de los valores y de las prácticas gerenciales.

La cultura organizacional para el gerente 5 (G5) está asociada a la “conducta (...) ética” de la empresa, a responder por sus acciones ante la sociedad, a rendir cuentas de sus actos y actividades, a actuar con transparencia. La cultura organizacional debe estar erigida en la disposición, dice el G4, “al escrutinio público”; todas las acciones empresariales, sus informes o reportes de gestión deben estar a disposición del público para su evaluación, revisión y verificación, se trata de dar cuenta a sus stakeholders por la actividad realizada durante un periodo determinado, por el establecimiento y cumplimiento de metas, empleo de recursos, las externalidades causadas.

Para el G5 es importante presentar ante los “trabajadores (...) [los] informes de gestión”; ellos, después de los socios, son garantes de la productividad y rentabilidad de la empresa, la estabilidad de sus empleos depende de ello. Resulta imprescindible, a juicio del G5, que la cultura organizacional descansa en lograr “articular [eficientemente] en todo momento los valores con la ética y la RSE”. Coadyuvaría en la reputación empresarial, en el engagement de los empleados, en la fidelización de los clientes, redundando en la creación de capital económico, financiero, social y humano.

El G2 comparte con el G1, el G3, el G4 y el G5 la promoción del capital humano y social de la organización, la valoración de la persona humana, su formación profesional y personal, como elementos que aportan calidad, versatilidad y fundamentan, cimentan y organizan la cultura organizacional de las empresas. El propósito de ello es, indica el G2, “brindarle a nuestro personal un respaldo como organización”, una empresa no puede dejar desamparados y desasistidos a sus miembros; se trata de crear engagement, compromiso, identidad, solidaridad entre la empresas y sus miembros, crear un cuerpo colectivo que garantice el ejercicio pleno de los valores organizacionales y, al mismo tiempo, dar cabida al desarrollo profesional y a la promoción de las políticas empresariales que garanticen la articulación de los valores centrales de la organización con la RSE y la ética empresarial. Un resumen de los elementos característicos de esta categoría se puede observar en la Figura 1.

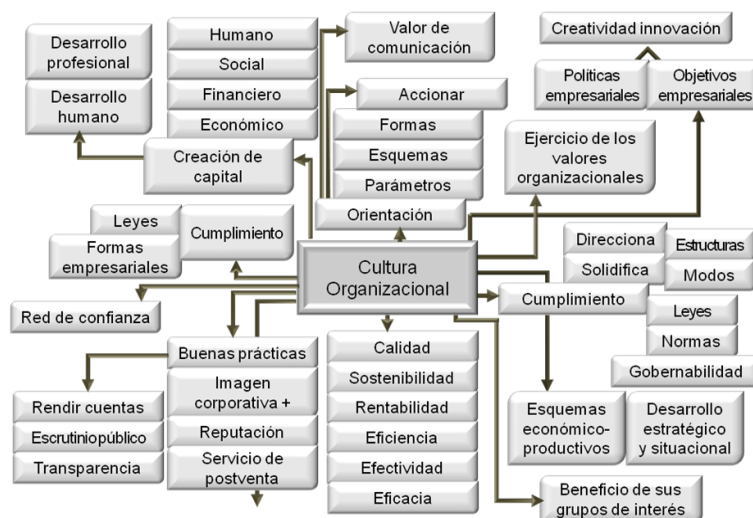


Figura 1 Mapa conceptual de la categoría emergente cultura organizacional

Fuente: Elaboración propia (2023).

La segunda categoría que emergió fue valores organizacionales. El G1 aprecia que los valores organizacionales devienen de los “valores familiares y religiosos, cristianos”; la persona humana es producto de su crianza familiar, de su socialización, de la visión de mundo que impregna sus modos y maneras y deja como huella características en el ser los valores, que responden a una época y distinguen su comportamiento y su moralidad. Se valora la honestidad y la confianza, como pilares del desenvolvimiento laboral, se suma la responsabilidad en el cumplimiento de sus funciones, en admitir si se está preparado o no para cumplir compromisos laborales, que afecta el desempeño organizacional y la capacidad humana de solventar situaciones, riesgos y dilemas individuales, colectivos, organizacionales y sociales.

A juicio del G1 los “valores constituyen (...) el piso de nuestra organización”. Se busca que formen parte del universo simbólico de todos los grupos de interés internos – socios, empleados, proveedores, clientes– la idea es que actúen como cajas de resonancia de la organización en cuanto a la transmisión y ejercicio de los valores organizacionales. Apunta el G1 la tarea de la alta gerencia siempre debe ser “hacer que esos valores prevalezcan”; la única forma de garantizar su cumplimiento es su ejercicio continuo, que venga a demostrar la consonancia entre el discurso esgrimido por la empresa y las actividades que realiza, las prácticas gerenciales que lleva a cabo.

Para el G2 los valores organizacionales deben estar “vinculados al trabajo y a la productividad”, la razón de ser de toda empresa debe ser el ejercicio de su actividad económica, de su razón social de manera productiva, eficiente y rentable; son los valores organizacionales que deben privar en toda empresa, en aras de asegurar su sostenibilidad espacio-temporal. Las actividades que se desarrollen, las labores que se ejecuten, el trabajo empresarial que se realice deben ser con fines productivos, redituables para la empresa y para la sociedad. Los valores organizacionales desde la perspectiva del G3 deben llamar a la confianza. A «honrar la palabra empeñada» en los negocios, porque la mayoría de las negociaciones se dan de buena fe, cimentadas en la confianza y en el respeto. A la “Confianza, [el] respeto, (...) [se les debe asociar la] solvencia”, valor organizacional para el cumplimiento de los compromisos asumidos.

Para el G4 los valores organizacionales deben ser “el respeto, la integridad, la puntualidad, la honradez, la sencillez, la honestidad, la comunicación”; es necesario que todos los miembros de la empresa practiquen y pregonen estos valores en la conducta empresarial y vida diaria. Es preciso que los trabajadores, sea cual sea su nivel en la estructura y organigrama empresarial, pueda transmitir sus ideas y que estas le sean escuchadas y valoradas en un ambiente de respeto y consideración. Partiendo de la idea de la igualdad de derechos y deberes ante la ley, lo que marca tanto la cultura organizacional como los valores empresariales.

El “papel que juegan los valores (...) es de guía”, que sirve de manera clave para la articulación con la RSE. Entendiendo que esta, dice el G3, “es una forma que la sociedad pueda ver” de manera tangible el compromiso empresarial, cimentado en los valores, las buenas acciones, el respeto a la dignidad persona humana, a la naturaleza, a la sociedad en su conjunto. En ese plano los valores organizacionales aparte de guía del accionar gerencial, deben dar coherencia a la praxis gerencia, incluyendo el respeto en su forma más amplia y a la responsabilidad en su sentido más lato. El compendio de los factores clave de esta categoría emergente es examinado en la Figura 2.

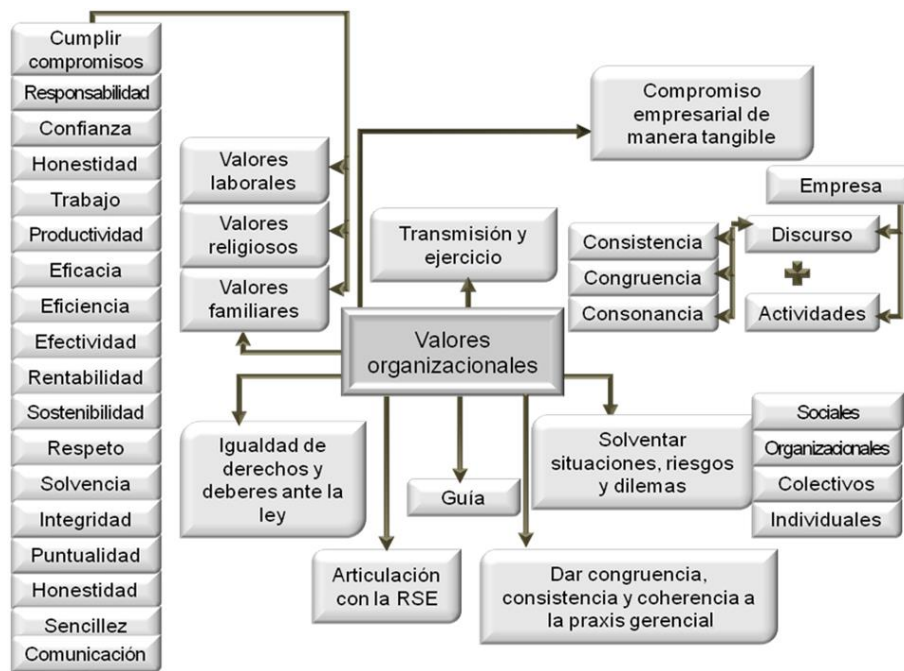


Figura 2 Mapa conceptual de la categoría emergente valores organizacionales

Fuente: Elaboración propia (2023).

La primera categoría que emergió de las entrevistas a los expertos fue sostenibilidad empresarial. Vista por el experto 1 (E1), a partir del aprovechamiento de las fortalezas para contrarrestar las debilidades de la empresa, la explotación de las oportunidades que ofrece el contexto empresarial y neutralizar las amenazas que se pudieran presentar y afecten la operatividad de la organización. La sostenibilidad empresarial debe estar cimentada, asegura el E1, “en su propio medio, (...) calidad de los productos y servicios brindados, la satisfacción de las necesidades de sus clientes, la capacidad de innovación, la generación de credibilidad y confianza, la corresponsabilidad con sus empleados, socios”.

La sostenibilidad empresarial implica una gestión acertada de los recursos: humanos, económicos, financieros, tecnológicos, temporales, procedimentales, entre otros; en aras de la rentabilidad, de la productividad, de la competitividad y hacer de la calidad una realidad siempre presente en la empresa. La sostenibilidad empresarial le permite a las organizaciones, asevera el E1, “satisfacer tanto sus exigencias económicas como asegurar su legitimidad social, la fidelidad de sus cliente, el compromiso e identidad de sus empleados”; se trata de conciliar las exigencias y necesidades de sus stakeholders, de verificar que se vayan desarrollado y afianzando esquemas productivos y competitivos entre sus grupos de interés.

Para el E1 la administración y la gerencia deben estar atentos a los cambios que se van suscitando en el escenario internacional de desarrollos tecnológicos, de “nuevas tendencias en los patrones de conducta de los consumidores y la velocidad para diseñar, producir y comercializar productos o servicios de alta calidad en función de esas nuevas necesidades.” A objeto de asegurar mercados y targets de consumidores, consolidando lazos con los clientes. Es esencial, a juicio del E1, “incorporar el elemento ético como instrumento de innovación e imaginación dentro del mundo empresarial para no solo generar ventajas competitivas sino fomentar la apertura de mercados con un poco de imaginación y racionalidad.”

Para el experto 2 (E2), la sostenibilidad empresarial refiere a que “El crecimiento y éxito de una empresa tiene una fuerte dependencia en la efectividad de la gerencia en todos

sus niveles”. Ninguna empresa es sostenible si sus niveles gerenciales –estratégico, táctico, operacional– están divorciados entre sí, o separados del contexto externo, o de su realidad adyacente, o de las circunstancias internas de la organización. La gerencia debe tener capacidad proyectiva, idear escenarios, idear rutas de acción –estrategias, lineamientos, planes contingentes, planes situacionales– ante eventualidades que puedan surgir o cambios que puedan ocurrir.

La sostenibilidad empresarial, en opinión del experto 3 (E3), gira en torno a la “implantación de la empresa”, garantizando condiciones que apoyen su crecimiento y diversificación. Estas condiciones deben tener un carácter de mejora progresiva, porque, asevera el E3, “la empresa seguirá siendo el factor más importante en la definición de la calidad de las relaciones con la naturaleza y con el conjunto de la sociedad en los próximos siglos”. Forma de asociación exitosa y ajustable, marcada por la competitividad, la productividad, la rentabilidad y la sinergia que brinda la efectividad.

Expresa el E3, “una empresa será competitiva cuando pueda generar beneficio suficiente para permanecer en el mercado a largo plazo, porque el interés principal de una empresa es la durabilidad del negocio”; la sostenibilidad empresarial está vinculada indubitablemente a la perdurabilidad de las empresas, a su capacidad de ajustarse a la fluidez del mercado. En los años veinte y sucesivos del siglo XXI conlleva la mejora de las condiciones de vida de las personas, la promoción de parámetros éticos y del desarrollo sustentable en la dinámica empresarial. La Figura 3 muestra un compendio de los elementos definitorios de esta categoría emergente.

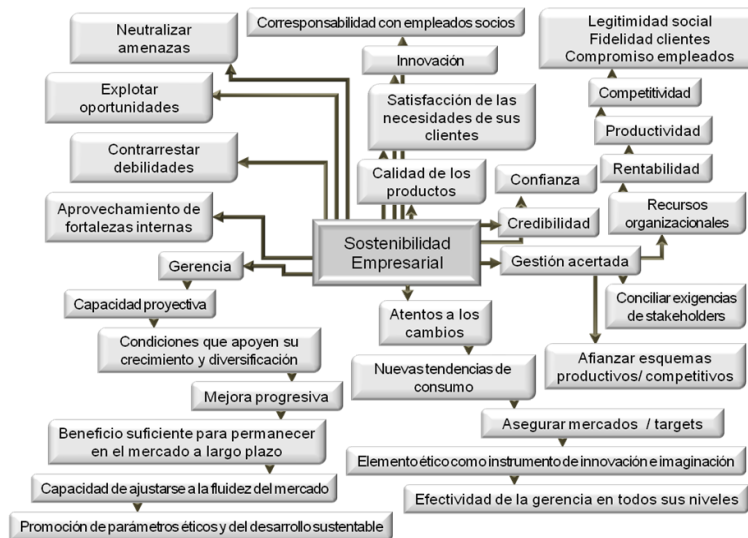


Figura 3 Mapa conceptual de la categoría emergente sostenibilidad empresarial

Fuente: Elaboración propia (2023).

DISCUSIÓN

A partir de los resultados se indica que la praxiología de los valores, la ética y la responsabilidad social empresarial en las ciencias administrativas y gerenciales debe conciliar en las acciones de la empresa la cultura organizacional. El primer eslabón a ser atendido son los stakeholders internos, a partir de los valores confianza, comunicación abierta, respeto y sana convivencia, junto a la formación profesional y personal de los empleados, que permita ayude al cumplimiento de los compromisos organizacional; pero es un proceso de mejora continua, que permita la consolidación de las normas internas y los parámetros de gobernabilidad de la empresa, brindando solvencia, credibilidad y reputación a la empresa. Se logra con el cumplimiento de las normas, donde la ética de la acción es la base del compromiso empresarial hacia sus miembros y la sociedad.

La articulación valores-ética-RSE se vuelve tangible con la implementación de pautas de calidad que atiendan las exigencias de los clientes internos y externos y generen beneficios sociales. La calidad debe estar asociada, como se desprende de los resultados, con la eficacia, eficiencia y efectividad de los procesos productivos a lo largo del ciclo de vida del producto. En ese punto la transparencia de la acción

empresarial es vital, redundando en confianza, en prácticas gerenciales perfectibles, que concilien objetivos empresariales y sociales, personales y profesionales, individuales y colectivos, estableciendo entre las partes que hacen vida en la empresa relaciones de ganar-ganar, que propendan a la sostenibilidad, a la productividad y a la competitividad. Jugando un papel el incentivo a la creatividad, a la innovación de prácticas productivas y gerenciales que concilien parámetros éticos responsables con calidad y efectividad.

Los resultados hacen énfasis en la rendición de cuentas como parte de la transparencia de la gestión, lo que favorece la articulación de valores-ética-RSE en las ciencias administrativas y gerenciales. Las prácticas gerenciales cimentadas en la normalización de la actividad empresarial implica el desarrollo de modelos de gestión que concilien lo económico, lo social y lo ambiental bajo parámetros de transparencia, sostenibilidad, eficiencia, responsabilidad, concordantes con el buen hacer y que permitan la efectiva rendición de cuentas a través de los balances de gestión. Ayuda a reforzar la praxis gerencial que debe reforzar continua y conjuntamente el universo simbólico del personal y la visión empresarial, que haga de la ética de la responsabilidad el modo de actuar de todos los miembros de la empresa. Por lo cual el ejercicio de los valores es continuo, con prácticas gerenciales que modelen, fomenten y fortalezcan la praxis gerencial social y éticamente responsable.

Esta praxis articulada valores-ética-RSE, señalan los resultados, redundando en el aprovechamiento de las fortalezas de la empresa para contrarrestar sus debilidades, explotación de las oportunidades del contexto empresarial y la neutralización de las amenazas que afecten la operatividad de la organización. Más cuando la sostenibilidad se vincula a la productividad, la competitividad y a una cultura organizacional que permite una gestión acertada de los recursos, cumplimiento de la razón social, que lleva a la satisfacción de necesidades materiales e inmateriales de la sociedad, donde los valores son parte del entramado social y empresarial, brindando legitimidad social, fidelidad de sus cliente, engagement de sus empleados. Esa misma articulación favorece la visualización del entorno para la proyección de escenarios, donde la empresa encuentra nichos a ser explotados con creatividad e innovación.

CONCLUSIÓN

Fundamentar praxiológicamente la articulación de los valores, la ética y la RSE en las ciencias administrativas y gerenciales entraña el desarrollo de esquemas económico-productivos que generen beneficios para sus grupos de interés internos y externos. La idea es dar congruencia a la praxis gerencial que se implementa, que demuestre de manera tangible el compromiso empresarial en medio de un ecosistema empresarial, que se debe afianzar, mejorar y multiplicar, es actuar según las reglas de juego convenidas, en un ambiente que ayude a la pulcritud y transparencia de los procesos, mediante relaciones ganar-ganar.

Esto, a su vez, redunda en la armonía de la imbricación empresa-cliente-empleados, que pretende conciliar lo económico, el ganar dinero, la rentabilidad, la productividad y la competitividad, se logra mediante una praxiología administrativo-gerencial que dé cuenta del desarrollo de los procesos administrativos y gerenciales para su mejora continua, permitiendo el concurso de todos los involucrados y repercuta en el establecimiento y, por consiguiente, valoración positiva de relaciones de ganar-ganar (*stakeholders* internos y externos, comunidad y sociedad en general). Fundamentar la articulación de los valores, la ética y la RSE en las ciencias administrativas y gerenciales se traduce en afianzar esquemas gerenciales y productivos competitivos, sostenibles eficientes, rentables, que aporten legitimidad social, gobernabilidad empresarial, fidelidad de los clientes y el compromiso empleados.

La fundamentación praxiológica de la articulación de los valores, la ética y la responsabilidad social empresarial en las ciencias administrativas y gerenciales, como factores clave para la sostenibilidad de la organización viene dada por el desarrollo de una cultura organizacional que propenda a la formación del trabajador, al desarrollo de sus competencias, a praxis gerenciales que valoren la confianza en el ejercicio de las funciones, el compromiso con el buen hacer, la comunicación interna y externa como práctica para la rendición de cuentas y la transparencia de la gestión, la innovación y la creatividad para el aprovechamiento de fortalezas internas y oportunidades externas, superación de debilidades internas y amenazas externas. Redundando en la

sostenibilidad empresarial.

REFERENCIAS

- Aron, R. (1962). Paix et guerre entre les nations. Volumen 1. Calmann-Lévy. París.
- Briceño, C. (2004). Valores organizacionales y gerenciales en empresas. En <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/421> [Consulta: 2022, Abril 21]
- Cadevilla, A. (2019). Concepciones de responsabilidad social en empresas y políticas públicas venezolanas: una visión comparativa. *Equidad*. 4, 44]-53.
- Cadevilla, A. (2020). Concepciones de responsabilidad social en empresas y políticas públicas venezolanas: una visión comparativa. Riga. Letonia.
- De la Vara, V. (2018). Ética en la administración pública: valores, transparencia e integridad de los servidores públicos en el estado de Sonora. *Trascender*. En <https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/article/view/39>. [Consulta: Enero, 9 de 2023]
- Ferrater, J. (1975). Diccionario de filosofía. Tomo II L - Z. Sudamericana. Buenos Aires.
- Glaser, B. y Strauss, A. (2006). The discovery of grounded theory strategies for qualitative research. Aldine Transaction. New Brunswick.
- Izcarra, S. (2014). Manual de investigación cualitativa. Fontamara. México.
- Kockelmans, J. (1975). Toward an interpretative or hermeneutic social science. En https://www.pdcnet.org/pdc/bvdb.nsf/purchase?openform&fp=gfpj&id=gfpj_1975_00_05_0001_0073_0096. [Consulta: Febrero, 2 de 2023]
- Martín, V. (2000). Acuerdos y normas. Los códigos en la ética empresarial. En <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6436314> [Consulta: 2022, Abril 20]
- Mora, A. (2019). Responsabilidad social empresarial externa en agroindustrias cerealeras de Acarigua – Araure. *Equidad*. 4, 55-65.
- Mora, A. (2020). Responsabilidad social empresarial externa en agroindustrias cerealeras de Acarigua – Araure. Publicia. Riga. Letonia.
- Mora, A. y Cadevilla, A. (2017). Ponencia: La responsabilidad social empresarial origen y significado. En <https://sites.google.com/site/jtivunellezvpa/> [Consulta: 2022, Abril 23]
- Ortiz, M. (2016). Metodología y técnica hermenéutica (curso 2016). [En https://www.researchgate.net/publication/297917935_Metodologia_y_tecnica_hermeneutica_curso_2016 [Consulta: Enero, 31 de 2023]

Sosa, J. y Rey, N. (2019). Principios y valores en la gestión y en la administración pública. En <https://doi.org/10.22431/25005227.vol49n1.4> [Consulta: Enero, 9 de 2023]

Strauss, A. y Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar teoría fundamentada. Universidad de Antioquía. Colombia.

Taylor, S., Bogdan, R. y DeVault, M. (2016). Introduction to qualitative. Research methods. A guidebook and resource. 4ta. Ed. JohnWiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.