

La filosofía empresarial y su responsabilidad social

The business philosophy and its social responsibility

<https://doi.org/10.5281/zenodo.4725592>

AUTORES: Pablo Alberto Vela Riera ^{1*}

Jhon Vicente Izquierdo Moràn ²

Eduardo Higinio Jimènez Rendòn ³

Galo Fernando Terranova Borja ⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: albevela@hotmail.com

Fecha de recepción: 11 /10 / 2020

Fecha de aceptación: 07 / 11 / 2020

RESUMEN

Se entiende por filosofía de las empresas a la cultura empresarial, la visión, la misión y los valores corporativos, mientras que la responsabilidad social, se la concibe como la respuesta de la calidad y calidez a las necesidades y demandas de los clientes cautivos y potenciales inmersos en el entorno organizacional. Se busca analizar los componentes de la filosofía empresarial a la par de su responsabilidad social en la sinergia de la producción, oferta y post oferta de productos o servicios. El trabajo indaga el por qué y el para qué de la concepción y puesta en marcha de las organizaciones, de sus productos y servicios a los grupos focales, dentro de un ámbito geográfico o fuera de él, se analiza la hoja de ruta que siguen las organizaciones para su éxito interno y su relación con el entorno, personas y medio ambiente y la orientación de sus procesos.

Palabras clave: Filosofía. Responsabilidad Social. Sinergia. Cultura Empresarial.

^{1*}Ingeniero Comercial Magister en Educaciòn. Docente de UNiversidad Tècnica de Babahoyo.
albevela@hotmail.com

²Ingeniero Químico Magister en Administraciòn de Empresas. jizquierdo@utb.edu.ec

³Ingeniero Comercial Magister en Educaciòn. ejimenez@utb.edu.ec

⁴Ingeniero Comercial Magister en Administraciòn de Empresas. gterranova@utb.edu.ec

ABSTRACT

The philosophy of companies is understood as the corporate culture, vision, mission and corporate values, while social responsibility is conceived as the response of quality and warmth to the needs and demands of captive and potential clients immersed in the organizational environment. It seeks to analyze the components of the business philosophy along with its social responsibility in the synergy of production, supply and post-supply of products or services. The work investigates the why and why of the conception and implementation of organizations, their products and services to focus groups, within a geographical area or outside of it, the roadmap followed by the organizations for their internal success and their relationship with the environment, people and the environment and the orientation of their processes.

Keywords: *Philosophy. Social responsibility. Synergy. Corporate culture.*

INTRODUCCIÓN

El presente tema es de suma importancia en la presente década ya que muchas empresas y organizaciones buscan o quieren saber la esencia de su gestión y hacia dónde van.

La trascendencia del presente tema está dado porque abarca desde el por qué hasta el para qué de una empresa, idear un negocio, emprender un proyecto o la puesta en marcha de una organización, pone en juego lo que los accionistas o socios piensan en concordancia con lo que piensan, sienten y desean sus futuros clientes y el alcance de sus productos y servicios para la presente y las futuras generaciones. El sentido de la eficacia del tema y su aplicación no sólo es ocuparse en algo y ganarse la vida, eso lo pueden hacer muchos, no solo es ganar dinero, ya lo han hecho muchos y otros les seguirán el camino. La apuesta es, que se hace con lo que se tiene para mejorar el nivel de vida y la conservación del ecosistema, de manera que permita una mejor convivencia humana, un mejor entendimiento entre el planeta y quienes lo habitan.

Por lo tanto, la importancia de este tema es hacer conciencia en los niños "en lo que serán de grandes", en la juventud, la reflexión de John F. Kennedy: "No preguntes lo que tu país puede hacer por ti; pregunta lo que tú puedes hacer por tu país". (Kennedy, 1961). Es pensar que destino tendrán nuestros hijos, nuestros nietos, nuestros padres y esa

maravillosa generación de la cual venimos que son nuestros abuelos y bisabuelos de los cuales poco se rememora. Por otro lado, se debe mencionar que la filosofía de una empresa va más allá de lo que se piensa ganar en las utilidades, de cómo manejar legalmente el pago de los impuestos, de la reinversión, de las posibles pérdidas y bancarrota o quiebra de la empresa. Por ello ya pasan muchos y otros les seguirán, lo que pocos entenderán es la maravillosa gestión que se hace sintiéndose feliz en la ejecución de un proyecto, donde los ideales y sueños empiezan a volverse realidad, y sin imaginar un mundo paradisiaco, si esperar un punto de equilibrio donde todos los gastos se cubren, donde todas las necesidades son satisfechas con el máximo de calidad, donde quizás haya pobreza pero no miseria, donde quizás haya tensiones pero no paralizaciones que no dejan pensar, donde el ser humano esté sobre el dinero y el capital. (Correa Delgado, 2012).

La esencia de la filosofía de las empresas actuales nace de las casas y de los hogares. Un estudiante o empresario luego de su fatigosa jornada vuelve a su mayor motivación, el hogar, donde espera hallar tranquilidad y alegría, abrazar a sus padres, hermanos, hijos, abuelos. El hogar y la familia, las casas y los hogares son la cuna de las que serán las casas y los hogares externos llamados empresas u organizaciones. Hogares en crisis, con padres separados o familiares que emigraron originarán empresas endeble, orientadas solo a intereses económicos, pero no humanos, habrá visión, habrá misión, pero escasearán los valores como base y columna vertebral de la moral y la ética.

Los valores, que se gestan en los hogares nos permitirán ser responsables en la conformación de las futuras familias, que nos permitirán ser socialmente comprometidos con la gente que inocentemente y con el deseo de satisfacer sus más íntimas y lícitas necesidades se acercan a comprar un pan, se acercan a comprar un litro de leche, se acercan a comprar un vestido, se acercan al médico para que atienda sus dolencias y enfermedades, se acercan a una iglesia para encontrarse con ellos mismo y con algo que sobrepase todo entendimiento, se refleja en ello el comercio empresarial y la responsabilidad de cubrir las necesidades propias del ser humano. Los valores nos demandan códigos de conducta, demandan manuales de procedimientos y funciones justas a nuestras capacidades y habilidades, pero más demandan a nuestro corazón que es el que nos permitirá responder a otros corazones sedientos de respeto y comprensión Un cliente viene para que le

comprendan sus necesidades y le respeten considerándolo digno de un producto o servicio que le satisfaga en forma elemental y plena a la vez. He ahí la calidad, la excelencia. En "Mi familia...mi mejor empresa", se menciona como la mayor causa del estrés, el no tener en cuenta que en la familia (como en una empresa), hay que organizar, hay que delegar, hay que trabajar con disciplina, hay que determinar unas estrategias, hay que establecer prioridades, y hay que tomar decisiones. (Nogueras, 2007).

METODOLOGÍA

La hipótesis que buscamos es determinar si es posible con una filosofía, con visión y misión basada en valores generados desde los hogares y las casas, engendrar, formar y construir empresarios y emprendedores con responsabilidad social. Para esto conforme señala (Hill, 2005): "Es fundamental la importancia de la planificación financiera personal y prepararse para poner manos a la obra y hacer uso de la ayuda necesaria para protegerse y proteger a su familia, no sólo en el presente sino para el futuro".

A efectos de este trabajo se han empleado el método analítico-sintético y el método descriptivo. Se analizan las diferentes componentes de la Filosofía Empresarial, se describen diversos criterios al respecto de reconocidos autores y organismo acreditados para luego concluir estas consultas e investigaciones con un criterio holístico integrador.

El enfoque que se brinda, en primer lugar está La Cultura Empresarial, donde se considera dentro de ella a la Visión, Misión y Valores, considerados como los pilares de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en segundo lugar se considera a la RSE como modelo de gestión.

RESULTADOS

Al desarrollar el presente tema se puede apreciar que no todas las entidades naturales o jurídicas cuentan con una ruta a seguir, sin embargo, se hace conciencia de una generación de cultura empresarial necesaria para una relación saludable y amistosa entre lo que hay puertas adentro den una organización y puertas afuera. Es necesario pautas de tránsito en el quehacer empresarial que permita una convivencia y armonía con las personas que hacen una empresa y con las personas y el entorno en que se desenvuelven.

Por medio de la RSE, se llega a un compromiso de la organización, se identifica y se aportan soluciones basadas en la transparencia, pluralidad, sustentabilidad y ética, a los problemas de contaminación del ambiente, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre, desnutrición y analfabetismo, que afectan a sus grupos de interés; para generar impactos sociales, económicos y ambientales positivos, que forman parte de su entorno.

DISCUSIÓN

La Filosofía Corporativa en cuanto al pilar económico podría ser fomentar el punto de equilibrio, que incluya topes moderados de utilidades para provisiones, contingencias y reinversión y reparto de utilidades. Es necesario balancear el punto de equilibrio con estas utilidades para paliar el desmedido deseo de maximizar las ganancias que, muchas veces, afecta a valores humanos, sociales y corporativos. Como señala el empresario Carlos Slim: "La creatividad empresarial no sólo es aplicable a los negocios, sino también a la solución de muchos de los problemas de nuestros países". (carlosslim.com, 2012).

A las empresas las hacen las personas y, las personas, como los proyectos y productos tienen un ciclo de vida, pero, en unos casos las organizaciones rebasan estos estadios, por tanto, sus componentes filosóficos se mantienen y se fortalecen con el pasar del tiempo, lo que hace que las organizaciones sean superiores a la existencia misma del ser humano como tal.

CONCLUSIONES

- Las empresas y sociedades con fin de lucro y sin fin de lucro consideran integrar a su operatividad la visión y misión que impregnan en sus paredes. Se genera la conciencia en los accionistas y los integrantes de las organizaciones la creación y desarrollo de una cultura de comportamiento interna, dentro de la empresa, y externa, fuera de ella, en las relaciones que se entablan con los proveedores, con los clientes cautivos y potenciales.
- La cultura empresarial debe propender a una mejora del nivel y de la calidad de vida y de comportamiento de quienes integran la organización.

- La RSE como un modelo de gestión aplicado a las organizaciones cumple con normativas legales nacionales e internacionales y, aunque no se considera una obligatoriedad, se constituye en la actualidad como una herramienta global necesaria para alcanzar la competitividad y sustentabilidad empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anaya, A. (4 de noviembre de 2014). *prezi.com*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de *prezi.com*: <http://www.prezi.com>
- Basurto Amparano, A. (2005). *Sistema empresarial inteligente*. Hermosillo - Sonora: Empresa inteligente.
- carlosslim.com. (13 de marzo de 2012). *carlosslim.com*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de *carlosslim.com*: <http://www.carlosslim.com>
- Correa Delgado, R. (2012). *Ecuador: de Banana Republic a la No Republica*,. Quito: Debate.
- crecenegocios.com. (3 de mayo de 2014). *crecenegocios.com*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de *crecenegocios.com*: <http://www.crecenegocios.com>
- es.wikipedia.org. (08 de agosto de 2016). *es.wikipedia.org*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de *es.wikipedia.org*: <https://es.wikipedia.org>
- Espinosa, R. (14 de octubre de 2014). *robertoepinosa.es*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de *robertoepinosa.es*: <http://robertoepinosa.es>
- García, S. (2002). *La dirección por valores (DpV) en Management español: los mejores textos*. Madrid: Ariel.
- gestiopolis.com. (5 de diciembre de 2005). *gestiopolis.com*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de *gestiopolis.com*: <http://www.gestiopolis.com>
- Harold, J. (1998). *Cómo integrar visión y valores en la organización*. México: Continental S.A.
- Hill, G. (2005). *El hombre más rico de Babilonia para nuestra época*. Miami, Florida: Smashwords.
- Kennedy, J. (20 de enero de 1961). Discurso inaugural John F. Kennedy. *Discurso inaugural John F. Kennedy*. Washintong DF, Washintong DF, EE.UU.

- López Sánchez, R., Mondragón Portocarrero, M., & Arvizu Narvaéz, C. (2014). Diagnóstico de la cultura organizacional del personal de la subdirección administrativa de la Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit. *Educatconciencia*, 192-199.
- Nogueras, M. (2007). *Mi familia...mi mejor empresa*. S.A. EIUNSA. Ediciones Internacionales Universitarias.
- PEDI-UTB. (2014). *Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2014-2018*. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.
- pta.com.co. (15 de enero de 2012). *pta.com.co*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de pta.com.co: <http://www.pta.com.co>
- Reyno Momberg, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*. Chile: Universidad Técnica Federico Santa María.
- Rhon Martin, M. (10 de junio de 2013). Diagnóstico y evaluación del clima laboral en el Departamento contable de la empresa Baker Hughes de la ciudad de Quito. *Tesis*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Salcedo, I., & Romero, J. (2006). Cultura Organizacional y Gestión de la Calidad en una Empresa del Estado Venezolano. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11(33), 45-57.
- Solano Santos, L. (2008). *Patrocinio y Mecenazgo: Instrumentos de responsabilidad social corporativa*. Madrid: Fragua.
- Summers, D. (2006). *Administración de la Calidad*. México: Pearson Educación.
- tipsparaempresas.com. (5 de mayo de 2014). *tipsparaempresas.com*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de tipsparaempresas.com: <http://www.tipsparaempresas.com>
- Urcelay, J. (2007). *La Responsabilidad Social de la empresa en la gestión de las pymes*. Fundacion EOI.
- Velasquez, M. (2006). *Ética en los negocios. Conceptos y casos*. Santa Clara: Pearson - Prentice Hall.
- Viterí, J., & Jácome, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*, 92-100.