



Mirada Axiológica del Valor Subjetivo como Factor Determinante en el Comportamiento Organizacional Venezolano

Autores: Auresnelly Maribel Torres Triana
Universidad de los Andes, **ULA**
airesnelly@gmail.com
Mérida, Venezuela
<https://orcid.org/0000-0002-7541-1408>

Erivan José Rondón Valero
Universidad de Los Andes, **ULA**
erivan.rondon@gmail.com
Mérida, Venezuela
<https://orcid.org/0000-0002-2170-001X>

Resumen

El propósito de esta investigación es generar desde una visión axiológica del valor subjetivo la comprensión y la reflexión de la subjetividad interna del ser humano en el comportamiento de las organizaciones venezolanas, puesto que el accionar del hombre procede de las emociones, actitudes, comportamientos, experiencias, satisfacciones, intrínsecas del individuo, siendo de importancia a lo que el individuo le otorga valor, en este sentido, las organizaciones no deben vulnerar este valor, sino que las personas que laboren en una organización corresponden a ser tratadas y vistas en la necesidad de sus percepciones humanas. Desde el contexto metodológico, el estudio se ubica dentro del paradigma cualitativo en el cual se hace uso del método hermenéutico. Los sujetos informantes, fueron cuatro (4) trabajadores ubicados en diferentes organizaciones públicas y privadas del Estado Mérida, asimismo las técnicas empleadas son la observación participante, así como la entrevista a profundidad con el instrumento guion de preguntas, el cual permitió abordar la información suministrada por cada sujeto informante, se presenta como hallazgo significativo reflexionar acerca del valor desde una percepción axiológica subjetiva del ser humano, por lo que su aspecto fundamental es pronunciar la construcción del comportamiento de los individuos y la estructura de la organización.

Palabras clave: axiología; valor; subjetividad; organización.

Cómo citar este artículo:

Torres, A., & Rondón, E. (2020). **Mirada Axiológica del Valor Subjetivo como Factor Determinante en el Comportamiento Organizacional Venezolano**. *Revista Científica*, 5(18), 46-66, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.18.2.46-66>

Fecha de Recepción:
05-06-2020

Fecha de Aceptación:
15-09-2020

Fecha de Publicación:
05-11-2020



Axiological View of Subjective Value as a Determining Factor in Venezuelan Organizational Behavior

Abstract

The purpose of this research is to generate, from an axiological vision of subjective value, the understanding and reflection of the internal subjectivity of the human being in the behavior of Venezuelan organizations, since the actions of man come from emotions, attitudes, behaviors, experiences, satisfactions, intrinsic to the individual, being of importance to what the individual gives value, in this sense, organizations should not violate this value, but the people who work in an organization correspond to be treated and seen in the need of their human perceptions. From the methodological context, the study is located within the qualitative paradigm in which the hermeneutical method is used. The informant subjects were four (4) workers located in different public and private organizations of the State of Mérida, also the techniques used are participant observation, as well as the in-depth interview with the question script instrument, which allowed addressing the information provided For each reporting subject, it is presented as a significant finding to reflect on the value from a subjective axiological perception of the human being, so its fundamental aspect is to pronounce the construction of the behavior of individuals and the structure of the organization.

Keywords: axiology; value; subjectivity; organization.

How to cite this article:

Torres, A., & Rondón, E. (2020). **Axiological View of Subjective Value as a Determining Factor in Venezuelan Organizational Behavior.** *Revista Científica*, 5(18), 46-66, e-ISSN: 2542-2987.

Recovered from: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.18.2.46-66>

Date Received:
05-06-2020

Date Acceptance:
15-09-2020

Date Publication:
05-11-2020



1. Introducción

El estudio del valor siempre ha planteado posturas de pensamiento a través de la historia e interrogantes como ¿el valor corresponde a algo objetivo, que está en el objeto? lo que representaría la verdad, el cual se define dentro de un tipo de valor teórico; ¿el valor se define en términos de utilidad? el cual es estudiado en cada una de las escuelas de pensamiento económico fundamentado en lo que es el valor económico (valor de las mercancías: valor de uso, valor de cambio); ¿el valor de hacer el bien o el mal? se conceptualiza dentro del valor espiritual, moral, emocional, ético del ser; ¿el valor epistémico? se fundamenta en la validez científica, parsimonia y heurística (como base de la dialéctica y de la sofisticada); ¿valor no epistémico? creencias, dogmas, credos, conductas, placer, dolor, no visto, no aprobado, no aceptado ni verificados por el método científico.

En este sentido, todas estas posturas de pensamientos pretenden teorizar, conceptualizar, o definir “valor” en base a ello, se reflexiona acerca de lo siguiente: ¿El valor es algo subjetivo?; ¿No pertenece este valor a los sujetos que los viven y sienten? o ¿se trata de aquello que está intrínseco en el ser?; ¿Se trata del criterio para establecer si son buenos o malos?; ¿Sí son todos iguales?; ¿Sí se dan una jerarquía entre ellos? para estas interrogantes, se comprende una axiología vista desde la perspectiva del valor subjetivo, para ello, se establece una estructura del valor que busca unificar la filosofía de la vida del individuo.

De acuerdo con lo antes expuesto, Gervilla (1998), citado por Pérez (2008): indica que “el valor es una cualidad real o ideal, deseada o deseable por su bondad, cuya fuerza estimativa orienta la vida humana” (pág. 107). Desde este contexto, en el Diccionario Enciclopédico EDAF (1976a): lo que corresponde al término subjetivo define que “[...] en general, suele aplicarse al sujeto individual, entendiendo por subjetivo todo lo que de él depende y sólo para él tiene valor frente al objeto y a los otros sujetos [...]” (párr. 2); de acuerdo



a la definición filosófica de subjetivo, para Pantoja y Zuñiga (1995a): es “perteneiente o relativo al sujeto o espíritu humano. Igualmente, relativo a nuestro modo de pensar o sentir, y no al objeto en sí mismo” (pág. 463).

Por lo tanto, no es posible comprender, reflexionar acerca de la axiología del valor subjetivo en el desempeño organizacional venezolano si no se le enfoca desde la filosofía práctica, puesto que desde la perspectiva axiológica la teoría del valor subjetivo corresponde a la relación existente entre el pensamiento y la acción humana, fundamentado en la práctica de la vida de lo que el hombre aprende y conoce a través de su razón así como de su experiencia, también como de lo que obtiene en principio llegar a una visión general de la concepción de la realidad y de todo aquel o aquello que existe en el mundo real.

Por consiguiente en el presente estudio la conceptualización de valor se establece en un sentido filosófico general como concepto axiológico “filosofía de los valores”, el cual corresponde al estudio de los valores en sí mismo, se atribuye su importancia científica en todos sus modos a lo característico de esta teoría y de aquello que se procede en el reflexionar acerca del mismo, de esto se desprende la naturaleza, la esencia y el carácter del valor, especialmente a la luz del conocimiento el carácter subjetivo del valor, es decir, todo aquello que se conduce hacia la valoración personal (valor interna del ser) tomando como punto de partida una axiología determinada por la valoración realizada por los sujetos (individuos) contenido en la realidad del comportamiento organizacional y de todo aquello que se observa alrededor de las personas.

En este orden de ideas, el fenómeno objeto de estudio son las organizaciones, específicamente lo concerniente a su comportamiento vista en términos del valor subjetivo, puesto que es un factor determinante para propiciar el comportamiento del individuo en función de ser humano y por consiguiente al comportamiento organizacional, fundamentados en las



necesidades, conductas interpersonales, relaciones humanas, actitudes, habilidades, cualidades, percepciones, procesos motivacionales y cognitivos del individuo, lo cual, proporcionen la valoración interna del ser en los procesos llevados a cabo en la organización, esto es, lo que conduce el funcionamiento que realizan las organizaciones para analizar los recursos con los que disponen para la toma de decisiones. Por lo que, en base a Ekelund y Hébert (2006): “toda valoración la llevan a cabo los individuos, por lo tanto, la clave para la comprensión del valor subjetivo tiene que estar en la mente del individuo” (pág. 598).

De acuerdo a lo planteado anteriormente, la comprensión del valor subjetivo corresponde en propiciar en una forma precisa las relaciones humanas en base a las relaciones organizacionales de una sociedad determinada las cuales requieren no sólo de la satisfacción, preferencia o deseo del individuo, sino también del comportamiento complejo organizacional, así como del valor intrínseco de las cuales el individuo forma parte.

Del mismo modo, desde el pensamiento de la filosofía práctica se parte del logos Kantiano dentro del contexto de la modernidad, el reflexionar acerca de la teoría del valor se trata en términos de la subjetividad, puesto que a partir de la relación entre: objeto-sujeto, es en este estudio organización (objeto) e individuo (sujeto) que se toma como base la comprensión de la esencia de la satisfacción de las necesidades del trabajador, de manera que se pregunta por qué y cómo del valor subjetivo en la organización, es decir, la subjetividad en la organización.

Por lo tanto, se requiere de la acción, actitud, conducta, sentir y valor del individuo, todo esto condicionado desde el supuesto ¿qué vale el individuo dentro de una organización?. Desde esta postura de valor, los individuos también presentan sus propias necesidades inherentes al ser, inquietudes, planes y propósitos de gran valor para ellos, al tiempo que contribuyen al



alcance u objetivos de la organización. En este sentido, Chiavenato (2002): concibe “una organización es una entidad social conformada por personas que trabajan juntas [...]” (pág. 10); también Koontz y Heinz (2007a): dicen que “[...] la finalidad de la estructura de una organización es crear un entorno apropiado para el desempeño humano [...]” (pág. 27).

Por consiguiente, las organizaciones deben entender y reflexionar acerca de la satisfacción del individuo y de aspectos de su personalidad, de su sentir, Koontz y Heinz (2007b): expresan que “también es importante reconocer que los individuos son únicos, que tienen diferentes necesidades, ambiciones, actitudes, deseo de asumir responsabilidades, conocimientos, habilidades y potenciales” (pág. 283).

En virtud a lo planteado por los autores, se interpreta que no todas las necesidades o deseos de los individuos quedan totalmente satisfechas, no se debe vulnerar el valor subjetivo del individuo en la organización, esto es que el valor no existe como objeto, sino que significa que las personas deben ser tratadas y vistas en la importancia de sus percepciones humanas. Esto se refiere a lo que corresponde el comportamiento organizacional lo cual representa analizar las percepciones y valores de los procesos del individuo que trabajan en grupos y hacen vida dentro de la organización con el objetivo de interactuar, aumentar la efectividad y la satisfacción de las personas en conjunto con los objetivos, planes y estrategias de la organización.

Es por esta razón que sus personas son la esencia y existencia como ser de gran importancia de la organización al que se debe atender y preservar, tomando en cuenta que su entorno, la desmotivación, la incomunicación, el conflicto, en el que se desempeñan los individuos que trabajan en la organización, puede ser un factor determinante negativo que se refleje en sus actividades personales y actividades organizacionales, ocasionando daños de índole emocional y espiritual.



2. El problema

En el contexto organizacional se presentan problemas prácticos de la vida personal y laboral del individuo que hace vida dentro de la organización, en el que las personas presentan diferencias individuales sustanciales en cuanto a motivaciones, experiencias, conocimientos, necesidades y creencias, puesto que su comportamiento en la organización tiende a ser más individual que grupal, la organización debe ser capaz de detectar, diagnosticar y manejar adecuadamente la conducta de sus trabajadores, reconociendo las fortalezas y potencialidades de sus actividades laborales, esto no es más que, una teoría del valor basado en lo subjetivo, puesto que el valor depende de la satisfacción del individuo vistos en términos de placer, de esta manera el comportamiento como las relaciones humanas de la organización dependen de la subjetividad, es decir, del valor intrínseco que tienen los trabajadores para satisfacer sus necesidades tanto personales como laborales.

En este sentido, para contrarrestar los problemas más comunes que se presentan en el contexto organizativo en términos del valor subjetivo corresponden: al estilo de pensamiento y forma de sentir de los trabajadores, a las relaciones humanas llevadas a cabo en la organización, a un inadecuado manejo del conflicto, a un inadecuado manejo del personal, a la incapacidad de promover estados de motivación personal y grupal, al estímulo de nuevas formas de compensaciones salariales, todos éstos factores conducen al desconocimiento de la importancia del valor subjetivo de los trabajadores visto en términos de la satisfacción del individuo, por lo tanto tal desconocimiento genera grandes confusiones, ruidos, malos entendidos, dificultades, conflictos y problemas de índole personal y organizacional.

Cabe mencionar que se cometen errores como: toma de decisiones sin considerar las necesidades, percepciones, actitudes de los trabajadores, el desconocimiento de los diversos comportamientos del trabajador, la incapacidad de respuesta frente a situaciones imprevistas con el trabajador;



los cuales ocasionan descontento, apatía, desmotivación, insatisfacción, fatiga y en algunos casos renuncias a los puestos de trabajo.

No obstante, debido a estas situaciones es importante el conocimiento y la atención del valor subjetivo de los trabajadores que conforman la organización, con el propósito de generar sensibilidad, empatía, oportunidades para la creación e innovación de ideas, disminución del conflicto, actitud positiva, espíritu colaborativo y participativo, entusiasmo, compromiso, lo que conlleve al cumplimiento de los planes, objetivos, metas personales y organizacionales.

En ese sentido, se destaca las inefficiencias y las incapacidades del comportamiento organizacional en función de satisfacer necesidades personales y organizacionales desde la visión axiológica de la teoría del valor subjetivo, es por ello que se plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo explicar desde la mirada axiológica la teoría del valor subjetivo en las organizaciones venezolanas?, para responder a la pregunta planteada, se hace necesario extraer el estudio a través de las siguientes inquietudes: ¿Existe conocimiento del valor subjetivo en término de la satisfacción del trabajador?; ¿Cómo afecta el desconocimiento del valor subjetivo en la organización venezolana?; ¿De qué manera se encuadran el surgimiento del valor subjetivo con la conceptualización de la satisfacción de necesidades personales y organizacionales?; ¿Cuál es la importancia del valor subjetivo en la organización?; ¿Cuáles son los aspectos generados por la teoría del valor subjetivo?.

Esbozando estas preguntas se plantea el propósito general: Generar una mirada axiológica a la luz del valor subjetivo que garantice la satisfacción personal de sus trabajadores, los cuales conduzcan a la satisfacción laboral entre los diversos comportamientos del individuo que forman parte de una organización.



3. Referentes teóricos

3.1. Antecedentes de la investigación

Se han ubicado algunas investigaciones que guardan relación con el tema, se revisó la investigación de Sevy (2017): en la que se efectúa un estudio orientado a la complejidad del comportamiento organizacional visto como un sistema en el que convergen, se conectan e interactúan toda clase de factores, relaciones e incluso actitudes, de la misma forma se señala que las personas son seres irrepetibles y diferentes, puesto que son diferentes porque crearon, dirigen, y gestionan una organización, dado que la organización es humana y por ende las empresas son una de ellas, en el que se desarrollan valores y creencias. Llegando a las conclusiones en que las organizaciones se afectan a partir de las variables de la moral, ética empresarial, cultura, conocimiento, conductas, comportamientos de la gestión del talento existente entre sus trabajadores y la organización, que repercuten significativamente en el rendimiento organizativo y lo concerniente al equilibrio entre la vida profesional y la del individuo, valorando positivamente una mejora de los resultados empresariales.

Para Frago (2006a): la investigación tiene como objetivo el planteamiento de la diferenciación entre lo que es un valor en sí y lo que es el proceso de valoración. Esta investigación guarda relación con el presente estudio en lo relacionado a la conceptualización de axiología, el valor lo hace el hombre, es decir, la práctica del valor desarrolla la humanidad de la persona. Del mismo modo, que el valor se encuentra intrínseco en el pensamiento y la mente de la persona los cuales se aprehenden, cobran forma y significado. Por su parte, expone que los valores humanos es en esencia Ser humano aquello que en realidad es su valor de ser. El proceso de valoración del Ser humano, es donde éste además de ser racional es también un Ser que valora, puesto que en el proceso de valoración de los seres intervienen la reflexión, la experiencia, las ideas, la inteligencia, los juicios, todo esto conduce al proceso



subjetivo de captación de la realidad objetiva.

3.2. Axiología

El conocimiento científico se relaciona con el proceso de “epistemologizar”, es decir, con el mismo desarrollo de posturas o actitudes científicas. Lo contrario a una actitud científica honesta conduciría a supuestos no verificables mediante el método científico. Conviene subrayar que, está guiada por diferentes sistemas de valores los cuales inciden significativamente sobre la ciencia y sobre el pensamiento. En este sentido, ¿qué es la Axiología desde la mirada de la filosofía?, para ello, Pantoja y Zuñiga (1995b): definen “Axiología (del griego *axios*: digno, que tiene valor, y *logos*: tratado). Doctrina filosófica que estudia la problemática de los valores. Se le da también el nombre de teoría de los valores [...]” (pág. 45). En este sentido, la axiología va dirigido al estudio de los valores y es de gran importancia en el accionar del hombre desde el campo conceptual, moral, espiritual y material, puesto que no es una definición concreta, sino que depende de la elección humana de cómo definirla o conceptualizarla.

3.3. Valor subjetivo

Desde esta perspectiva, la orientación de los valores y lo subjetivo desde un marco axiológico, representa para las organizaciones un potenciado de actitudes humanas adecuadas para responder a los acelerados cambios de la sociedad, por ello, el compromiso social en el ámbito organizacional, se corresponden a una sociedad que vive no aislada de procesos organizacionales como lo son el mundo empresarial e institucional y por ende las relaciones sociales así como las relaciones entre individuos que se propician en la organización, las cuales conducen indiscutiblemente hacia la valoración del individuo, por lo tanto, en base al Diccionario Enciclopédico EDAF (1976b): define valorar es “[...] reconocer, estimar o apreciar el valor o



mérito de una persona o cosa” (párr. 6); puesto que tal valoración es vista en términos de la valoración del individuo, las cuales repercuten en el comportamiento de la organización. Para lo que, Frago (2006b): expresa que “no hay una distinción clara entre el concepto del valor, el proceso que utiliza el hombre al valorar la realidad y la construcción de su jerarquía de los valores ya aceptados” (pág. 1); también en referencia, Frago (2006c): dice que la concepción del valor desde:

La visión subjetivista considera que los valores no son reales, no valen en sí mismos, sino que son las personas quienes les otorgan un determinado valor, dependiendo del agrado o desagrado que producen. Desde esta perspectiva, los valores son subjetivos, dependen de la impresión personal del ser humano (pág. 3).

Por tanto, el valor subjetivo presente en la organización involucra el valor subjetivo hacia la búsqueda de la satisfacción individual que otorga valor humano para lograr sus propios objetivos. El individuo en conjunto con la organización, pretende desarrollar cualidades, destrezas y particularidades que le permitan desarrollarse en sus actividades organizacionales, esto conduce al comportamiento organizacional.

3.4. Comportamiento organizacional

En base a la conceptualización del comportamiento organizacional anteriormente señalado, en función del valor subjetivo en la organización, se comprende y reflexiona acerca de la subjetividad interna del ser humano, en un sujeto que es el hombre, por eso, es de interés analizar que dicho accionar humano es proveniente de los deseos, emociones, sentimientos, actitudes, elecciones del individuo y experiencias, como factores determinantes que coadyuvan a los sujetos para alcanzar sus objetivos, satisfacciones, preferencias o deseos sean estos individuales, organizacionales o colectivos, fundamentado principalmente por la falta de satisfacción de los deseos



humanos, siendo de importancia a lo que un individuo le otorga valor. Para autores como Cessa (2008):

El comportamiento organizacional es el encargado del estudio de las personas que participan dentro de cualquier organización sin importar sexo, edad, religión, etc., su principal tarea es integrar a este conjunto de personas para estudiar su comportamiento de manera individual y posteriormente grupal con el único propósito de conocer sus necesidades y crear estrategias que permitan satisfacerlas, esto generara un sentido de pertenencia y aceptación de los empleados por parte de la organización (pág. 4).

4. Metodología

4.1. Materiales y Métodos

La investigación se efectuó en cuatro (04) organizaciones dos (02) de carácter públicas y dos (02) de carácter privado, ubicadas en el Municipio Libertador del estado Mérida. En este sentido, se diagnostica las causas conductuales y de comportamiento individual de los trabajadores que laboran en cada una de ellas, en cuanto a la satisfacción laboral y personal que orientan su conducta.

En el estudio se asume una postura de investigación desde el enfoque cualitativo y método hermenéutico, por cuanto se pretende la interpretación del fenómeno de estudio como lo es valor desde el contexto de lo subjetivo, es decir, la importancia que se le otorga al individuo para el logro de los objetivos personales, profesionales y por ende organizacionales. Todo esto se determina por medio de la observación, el razonamiento empírico-inductivo y la comprensión de teorías, tomando como base una mirada axiológica, dado que conceptualiza de manera integral su reflexión científica, objetivamente, con valores, ética, principios hacia el bien social; toda investigación científica social tiene una valoración personal y una valoración por la sociedad.

No obstante, desde el razonamiento empírico-inductivo, el conocimiento es un acto de descubrir los patrones de comportamiento de la realidad, para



este estudio son los patrones de comportamiento del valor subjetivo en cada una de las organizaciones participantes en la investigación, en el que se parte de lo que se observa y de la experiencia de los investigadores donde se halla el problema.

Es por ello, que en base a Palella y Martins (2012): la finalidad de la investigación cualitativa “procura comprender e interpretar la realidad, los significados de los diversos roles de las personas, toma en cuenta percepciones, intenciones, acciones, explicaciones ideográficas, inductivas, cualitativas” (pág. 44). Para Heidegger (1974), citado por Martínez (1996a): “[...] sostiene que ser humano es ser “interpretativo” porque la verdadera naturaleza de la realidad humana es “interpretativa”; por tanto, la interpretación no es un “instrumento” para adquirir conocimientos, es el modo natural de ser de los seres humanos” (págs. 121-122). Es preciso mencionar la importancia de la hermenéutica en el presente estudio debido que se trata de interpretar la realidad del fenómeno objeto de estudio, permitiendo de esta forma aportar significado a los hallazgos de los sujetos informantes. No obstante, y en base a dicho argumento, Piñero y Rivera (2013a): refieren a:

La subjetividad como uno de los principios epistémicos de la investigación cualitativa, en términos de acercarse a la interpretación de un fenómeno social, a través del desvelamiento del mundo vivido, percepciones, creencias y emociones de un grupo de personas vinculadas a un contexto específico (pág. 105).

En el entendido que el diseño de investigación cualitativo, paralelamente Piñero y Rivera (2013b): proponen un diseño cualitativo del proceso investigativo denominado dimensionalidades del diseño de investigación cualitativo los cuales definen:

[...] Como un sistema interactivo y abierto de un conjunto de actividades que descansan en la preparación permanente del investigador cuyo accionar desde la reflexión constante sobre los principios epistémicos y referentes teóricos, le permite

desarrollar una labor emergente, flexible y circular desde el espacio de trabajo de campo propiamente dicho [...] (pág. 86).

De acuerdo con lo expuesto por los autores, el diseño de la investigación cualitativa comienza con la actividad hermenéutica lo cual en forma implícita está presente a lo largo de todo el proceso de investigación, visto de forma integral como se puede considerar en la figura 1. Por ello, de acuerdo a Martínez (1996b): se encuentra “en la elección del enfoque y la metodología, en el tipo de preguntas que se formulan para recoger los datos, en la recolección de los datos, en el análisis de dichos datos, todos estos pasos implican actividad interpretativa” (pág. 119).

Figura 1. Diseño de la investigación cualitativa.



Fuente: Piñero y Rivera (2013).

En este orden de ideas, los sujetos informantes se conforman por cuatro (4) trabajadores, tal y como se presenta en el cuadro 1. En sintonía con Piñero y Rivera (2013c): “la elección de los sujetos de estudio obedece nuevamente a un proceso de reflexión del investigador, que se articula con la selección y respectiva aplicación de las técnicas de recolección de información” (pág. 87).

Cuadro 1. Selección de los sujetos informantes.

	Trabajadores	Cargo	Organización
1	Sujeto Informante A (SIA)	Funcionario Público	Pública
2	Sujeto Informante B (SIB)	Funcionario Público	Pública
3	Sujeto Informante C (SIC)	Colaborador	Privada
4	Sujeto Informante D (SID)	Propietario	Privada

Fuente: Las Autoras (2020).



Seguidamente, las técnicas utilizadas en el estudio con el propósito de recopilar información sobre la temática planteada, es la observación, puesto que es primordial registrar toda la información y hallazgo que se presentan porque de allí se establece tanto el problema como la solución. En este mismo orden de ideas, se parte de la observación participante definida por Gómez (2007), citado en Piñero y Rivera (2013d), el cual:

Consiste en un proceso caracterizado por parte del investigador como una forma consciente y sistemática de compartir, en todo lo que permitan las circunstancias, las actividades de la vida y en ocasiones los intereses y afectos de un grupo de personas [...] (pág. 100).

Desde esta postura, la observación participante incluye una técnica de acercamiento del investigador con el sujeto que ésta investigando. En este sentido, la segunda técnica a utilizar es la entrevista a profundidad, ya que la entrevista presenta un espacio en forma de dialogo entre el investigador y el sujeto informante, en el que a través de una conversación argumentada se logra sumergir los sentidos subjetivos, entre ambos actores.

Por ello, es importante destacar que son técnicas de análisis e interpretación de la información recolectada por medio de los informantes clave, como se puede apreciar en el cuadro 2.

Cuadro 2. Técnicas de Análisis e Interpretación de la Información.

Técnicas	Instrumentos
Observación Participante	Registro de Observación
Entrevista a Profundidad	Guion de Entrevista

Fuente: Las Autoras (2020).

5. Resultados

Al momento de llevar a cabo la entrevista a cada uno de los sujetos informantes (**SIA, SIB, SIC, SID**) se dedicó el tiempo necesario para aclarar el motivo de la misma con su previa notificación e información, igualmente se les



notificó a los entrevistados la importancia que tienen sus aportes en la realización del levantamiento de la información siendo esta de carácter responsable, respetuoso y sincero. En este sentido, de acuerdo a la información suministrada por cada uno de los sujetos los investigadores realizaron interpretación, análisis y reflexión a través de la observación, la cual se logró al momento de aplicar la entrevista, analizando e indagando el lenguaje corporal, gestos, comportamiento, actitudes, expresiones, tono de voz.

De igual forma, lo concerniente al contenido a desarrollarse en las interrogantes planteadas en la investigación, se señala que las organizaciones participantes de la investigación, manejan un tipo de axiología del valor subjetivo que corresponde a la relación existente entre el estilo de pensamiento de los trabajadores y el comportamiento de su accionar humano, fundamentado en la práctica de la vida del día a día a través de su razón y experiencia en la organización.

En función de lo anteriormente mencionado, **el sujeto SIA**, expresó que el factor subjetivo es intrínseco puesto que en la organización las necesidades de los trabajadores son distintas, además dice que para que se tome en cuenta va a depender de la forma cómo actúa y se comporta el trabajador, como lo manifiesta **el sujeto SIB**, el valor personal en la empresa va a depender de la percepción que tenga los gerentes del trabajador, revelándose que es importante el carácter individual que tenga las personas para ser valoradas.

En concordancia por lo expresado con **el sujeto SIA**, ambos sujetos coinciden que el valor subjetivo de los trabajadores no son tomados en cuenta, además **el sujeto SIB** señala que al momento de ser expresado el valor subjetivo de los trabajadores es de acuerdo a criterios de evaluación del personal que realiza la organización, la cual corresponde a elementos cuantitativos (que tienen que ver con el cumplimiento de tareas y funciones) y de elementos cualitativos (que son en función del comportamiento, actitud y



personalidad) del trabajador.

Por su parte, con respecto al **sujeto SIC**, su valor subjetivo es tomado en cuenta debido que no sólo sus necesidades laborales son satisfechas, sino que sus necesidades de carácter profesional si lo son, puesto que para este sujeto su valor subjetivo está representado en cubrir otra necesidad que le produce satisfacción personal. También manifiesta que el valor subjetivo de los trabajadores está en relación con el comportamiento y de lo que siente cada individuo en la organización y que de ello va a depender su satisfacción personal. En base a lo expresado por **el sujeto SID**, se triangula la información puesto que, para este informante como para los **sujetos SIA, SIB y SIC**, coinciden en la definición del valor subjetivo visto en términos axiológicos, este tipo de valor corresponde a la satisfacción de necesidades de las personas las cuales son diferentes, se relaciona con la forma de sentir y de actuar de cada individuo, esto corresponde a la subjetividad presente en el ser humano.

6. Reflexiones

Se comprende que los valores siempre han existido desde el principio de la humanidad, en virtud de lo cual el ser humano le ha dado valor a todos los objetos que le rodea sean materiales, tangibles e intangibles, visibles e invisibles. Desde este contexto, el valor subjetivo capta el sentido de profundidad y complejidad de la relación axiológica como factor determinante en el comportamiento organizacional venezolano, con una marcada atención hacia el ser humano como ser de valores, por la interacción existente valor-sujeto que se presenta en la satisfacción humana para los trabajadores de la organización.

En este sentido, visto en términos axiológicos los valores determinan el comportamiento, la actitud, la personalidad, el estilo de vida del individuo en la sociedad y en toda organización, está determinada por las dimensiones conductuales del sujeto en función de las concepciones de la realidad que lo



rodea, todo esto se encuentra intrínseco durante la vida del hombre en función de las experiencias y reflexiones del diario vivir desde cualquier ámbito sea personal, laboral y organizacional, así pues los valores son principios que el ser humano considera fundamental desde su subjetividad.

De modo que, el valor es esencia en toda organización el cual ha sido mitigado en términos de beneficio, riqueza y de utilidad, es decir, desde la mirada económica en la organización, por ende, en esta investigación se reflexiona el valor desde una percepción axiológica subjetiva, tomando en cuenta la conceptualización del valor subjetivo, por ese motivo, su aspecto fundamental es el valor que está en el Ser, en aras de articular la construcción del comportamiento de los individuos y la estructura de la organización, en atención a este estudio, representa un estilo de pensamiento reflexivo en base a la satisfacción de deseos humanos en una organización.

7. Referencias

- Chiavenato, I. (2002). **Administración en los nuevos tiempos**. ISBN: 958-41-0301-6. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Cessa, L. (2008). **La motivación y el liderazgo como base del comportamiento organizacional**. Monografía de grado en Licenciada en administración. México: Universidad Veracruzana.
- Diccionario Enciclopédico EDAF (1976a). **Subjetivo**. N° 17, Tomo XVII, ISBN: 84-7166-371-6. Madrid, España: EDAF, S.A.
- Diccionario Enciclopédico EDAF (1976b). **Valorar**. N° 18, Tomo XVIII, ISBN: 84-7166-372-4. Madrid, España: EDAF, S.A.
- Ekelund, R., & Hébert, R. (2006). **Historia de la teoría económica y de su método**. Tercera edición. México: Editorial McGraw-Hill.
- Fragoso, E. (2006a,b,c). **¿Son Los Valores Subjetivos U Objetivos? Diferenciación Entre Lo Que Es Un Valor En Sí Y El Proceso De Valoración**. *Xihmai*, 1(2), 1-11, e-ISSN: 1870-6703. Recuperado de:



<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4953730>

- Koontz, H., & Weihrich, H. (2007a,b). **Elementos de administración. Un enfoque internacional**. Séptima edición. México: McGraw-Hill.
- Martínez, M. (1996a,b). **Comportamiento humano: Nuevos Métodos de Investigación**. ISBN: 968-24-5503-0. México: Editorial Trillas.
- Pantoja, L., & Zuñiga, G. (1995a,b). **Diccionario Filosófico**. ISBN: 958-97661-5-3. Colombia: Nika Editorial, C.A.
- Parella, S., & Martins, F. (2012). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. 1ra reimpresión, ISBN: 980-273-445-4. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador - FEDUPEL.
- Piñero, M., & Rivera, M. (2013a,b,c,d). **Investigación Cualitativa: Orientaciones procedimentales**. Colección General, ISBN: 978-980-7464-01-7. Barquisimeto, Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental Libertador, UPEL.
- Pérez, C. (2008). **Sobre el concepto de valor. Una propuesta de integración de diferentes perspectivas**. Bordón, 60(1), 99-112, e-ISSN: 2340-6577. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2691995>
- Sevy, A. (2017). **Conductas, comportamientos y pautas de éxito en la generación de valor empresarial**. Tesis. España: Universitat de Barcelona. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2445/117126>

Auresnelly Maribel Torres Trianae-mail: auresnelly@gmail.com

Nacida en Mérida, Venezuela, el 25 de agosto del año 1981. Economista por la Universidad de Los Andes (ULA); Postgrado en Ciencias Contables de la Universidad de Los Andes (ULA); Componente Docente Básico en Educación Superior en la Universidad de Oriente (UDO); Funcionario Público de Carrera del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI); Profesora Contratada de pregrado y postgrado de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (UNELLEZ); Profesora invitada a nivel de pregrado y postgrado de en la Universidad Fermín Toro (UFT); Asesor y jurado de trabajos de investigación de la Universidad Fermín Toro (UFT).

Erivan José Rondón Valeroe-mail: erivan.rondon@gmail.com

Nacido Mérida, Venezuela, el 23 de noviembre del año 1981. Economista por la Universidad de Los Andes (ULA); Licenciado en Educación Mención Básica Integral en la Universidad Católica Cecilio Acosta (UNICA); Postgrado en Tributos, Mención Rentas Internas de la Universidad de Los Andes (ULA); Componente Docente Básico en Educación Superior de la Universidad de Los Andes (ULA); Doctor en Gerencia Avanzada por la Universidad Fermín Toro (UFT); Investigador Activo de la Universidad de Los Andes (ULA); Planificador de la Dirección General de Planificación y Desarrollo de la Universidad de Los Andes (ULA); Profesor Invitado a nivel de pregrado, postgrado y Doctorado de las universidades Universidad Fermín Toro (UFT), Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora (UNELLEZ), y Universidad Nacional Experimental de la Seguridad (UNES); Tutor y jurado de trabajos de investigación de las universidades (UFT, UPEL, ULA).