

VALORACIÓN DE LAS NUEVAS FORMAS DEL COMPORTAMIENTO GERENCIAL EN VENEZUELA

Kledys Josefina Ramos Lara

kramos_uneg@yahoo.com

Docente Agregado Dedicación

Exclusiva. Universidad

Nacional Experimental de Guayana

Estado Bolívar.

Licenciada: Contaduría Pública

Magister en Gerencia: Mención Finanzas

Doctorante: en Ciencias Económicas/

Universidad de la Habana. Convenio Cuba-

Venezuela, en fase final.

RESUMEN

Esta investigación se orienta al estudio de las nuevas formas de comportamiento gerencial, de tal manera que permita valorar el impacto de este intangible en las empresas, para el desarrollo, crecimiento y en correspondencia con la transformación social en el país. En la investigación se analizan los enfoques teóricos de la ética y responsabilidad social empresarial exigidos en el contexto mundial de hoy, se describen los diferentes aspectos de la responsabilidad social empresarial, en la gestión ética profesional de los gerentes y directivos de las empresas. Se realizó un análisis del impacto de la responsabilidad social empresarial como intangible estratégico en la valoración de las empresas, así como, la caracterización del nuevo enfoque humanista Venezolano centrado en el talento, se enfatiza en una empresa con un alto nivel competitivo, de desarrollo y crecimiento donde los directivos deben seguir un comportamiento social, participativo, sostenible, ético y humano. Se concluye que la responsabilidad social, representa una nueva cultura ética empresarial con el propósito de proporcionar la total garantía, credibilidad, confianza y respeto por el medio ambiente y su entorno social, intangible estratégico que incrementa el valor en las empresas.

Palabras Claves: comportamiento gerencial, responsabilidad social, ética, valoración, intangible.

ABSTRACT

This research focuses on the study of new forms of managerial behavior, so as to assess the impact of this intangible in business, development, growth and correspondence with the social transformation in the country. Research in theoretical approaches to ethics and corporate social responsibility required in the global context today discusses the different aspects of corporate social responsibility described in professional ethics management managers and business managers. An analysis of the impact of corporate social responsibility as an intangible strategic in valuing companies was conducted, as well as the characterization of the new Venezuelan humanist approach focused on talent emphasizes a competitive company with a high level of development and growth where managers must follow a social, participatory, sustainable, ethical and human behavior. It is concluded that social responsibility, business ethics is a new culture in order to provide total security, credibility, trust and respect for the environment and, strategic intangible social environment that increases the value companies.

Keywords: social responsibility performance-management-ethics-worth-intangible.

JEL Codes: A13, D23, M14 / **UNESCO:** 530504

A raíz de una serie continuada de escándalos en el ámbito empresarial, y cuyo origen era fácil detectar en “una importante falta de valores éticos”; es importante destacar el papel que tiene esta acepción en el comportamiento de las organizaciones. Esto se desprende y trasciende con el hundimiento de empresas emblemáticas como: Enron, Global Crossing, Arthur Andersen o Worldcom en Estados Unidos y los problemas de otras en Europa, como Vivendi y BBVA, siendo de diversa índole estos, pero teniendo un denominador en común, la falta de transparencia en los procesos de gestión empresarial y la falta de entendimiento de la “ética” reducida a un punto de vista superficial y ambicioso. En América Latina durante décadas se han visto muchos escenarios de escándalos de corrupción de entidades públicas y privadas, deficiencia gubernamental y en consecuencia se ha generado mayores desigualdades sociales y menos esperanzas para un desarrollo humano en la región.

Algunos autores han definido como “ética” el comportamiento, la conducta y el actuar de hombre en cuanto hombre. Y con “moral” el aspecto práctico y concreto, las normas establecidas o propuestas por los hombres, o por una sociedad y época histórica determinadas. La ética es, pues, aquella instancia desde la cual juzgamos y valoramos la forma como, de hecho, se comporta el hombre y, al mismo tiempo, la instancia desde la cual formulamos principios y criterios acerca de cómo debemos comportarnos y hacia dónde debemos dirigir nuestra acción.

En ese sentido, se puede afirmar que la Ética debe considerarse como disciplina para la vida, pues nos obliga a realizar nuestras labores con eficiencia cumpliendo con las normas establecidas y mantener una actitud de rechazo a todo lo que minimice la dignidad, pues la vida no viene con dignidad y moral, sino que debe de construirla con dignidad y moral.

Las organizaciones son un sistema en donde concurren el talento humano, así como los recursos: financieros, económicos, culturales y tecnológicos (reconociéndose en ellos activos tanto tangibles como intangibles) para existir, en donde el primer punto el capital humano converge de manera importante en el crecimiento de esta a través del tiempo.

Es importante señalar, que la ética es un tópico recurrente dentro de la organización; sin embargo, empieza desde la integridad del sujeto, conociendo las normas morales de que es parte y de las cuales interactúa para un bien común; implicando una idea de mejora continua en lo profesional y organizacional, basándose en una comunicación ilimitada para el logro de los objetivos mediante la libertad y creatividad de un pensamiento honesto. En este sentido, podemos considerar que las organizaciones como una comunidad de personas que aportan conjuntamente su trabajo directivo, su trabajo operativo, su inversión, la autoridad moral ante todos los miembros de la comunidad y las relaciones sociales que desarrolla la comunidad empresarial en el interior de su comunidad así como las relaciones con su entorno social y natural representan la responsabilidad social.

Los cambios que se han venido generando en la dinámica de las empresas en el mundo de hoy, donde se enfatiza el conocimiento y la información como factores fundamentales para el desarrollo y crecimiento de las compañías, plantean la urgente necesidad de reconocer un elemento que siempre ha estado presente en las organizaciones, pero que nunca ha sido debidamente reconocido. Este elemento, expresado bajo el término de activos intangibles, comprende los conocimientos humanos, el saber hacer, las competencias de personal, la propiedad intelectual, las relaciones con los clientes y los conocimientos sobre el comportamiento del mercado, entre otros.

Ante la contundencia de esta realidad, el objetivo central de esta investigación es de identificar las nuevas formas de comportamiento gerencial, de tal manera que permita valorar su impacto en las empresas y en correspondencia con la transformación social en Venezuela.

I. Ética y Responsabilidad Social Empresarial.

La ética del desarrollo ha tenido diferentes connotaciones a lo largo de la historia. Ya en el siglo XVII la ciencia occidental propugnó por la eliminación de la ética, salvaguardando la única ética de conocer por conocer, para plantear su autonomía frente a los grandes poderes teológicos y políticos, para lo cual necesita juicios de hecho y no juicios de valor.

Con el desarrollo alcanzado por la ciencia y la tecnología actual, que propone incluso la clonación humana, la ausencia de una ética del desarrollo es sensible pues ahora más que antes se requiere de una serie de regulaciones éticas para frenar lo intrépido de la ciencia con relación a lo humano. Esas regulaciones necesitan de la participación de la sociedad civil, de la sociedad científica y de la sociedad política.

Esa necesidad reconoce la importancia de la ciencia y la técnica para el desarrollo mismo y la humanización del desarrollo, pues si antes el ser social dominaba las máquinas y la tecnología, en los tiempos modernos se corre el riesgo de una relación inversa. Si antes las batallas implicaban una lucha frontal y personalizada, ahora las guerras contra la humanidad se realizan con medios masivos teledirigidos donde el país que cuenta con la mayor tecnología bélica, es el que puede imponerse en el campo de batalla y controlar los diferentes medios que sirven a la humanidad misma para su desarrollo, transformando la concepción de su universo simbólico a sus intereses.

En ese sentido, cobra importancia el aporte de las disciplinas sociales en el desarrollo y fortalecimiento del conocimiento no sólo de lo tecnológico y lo humano para arrebatarse el reinado al mercado y a las máquinas, al disponer de ambos para el beneficio de la humanidad; pues si bien ellas determinan en mucho el desarrollo de habilidades y capacidades para su manejo, no necesariamente nos conducen a un mejor conocimiento de lo social y de las necesidades humanas. Darle una mayor significación a la dimensión humana es importante para no sucumbir totalmente y robotizar a las personas para alcanzar el verdadero desarrollo social, participativo y sostenible sin cercenar la finalidad del pleno despliegue de las capacidades como promulga el discurso prevaleciente del desarrollo humano. De esta manera, este creciente desarrollo humano en las organizaciones expresa su importancia e impacto en el beneficio a la sociedad.

Durante muchos años, en la sociedad se refleja el gran deterioro en el desarrollo de la humanidad, en donde se demuestra que el conocimiento científico tecnológico ha producido aplicaciones que ha sido de gran beneficio a muy pocos y se evidencia, que estos beneficios no están distribuidos equitativamente y ello ha ampliado la brecha entre los países industrializados y los países en vía de desarrollo. Y de igual manera, la aplicación de los avances científicos y tecnológicos en ocasiones ha sido la causa del deterioro del medio ambiente y la fuente de desequilibrio y exclusión social.

En este sentido, la sociedad enfrenta la imperiosa necesidad de avanzar en un proceso de desarrollo económico y social sustentable. En ese proceso la ciencia, la tecnología y la ética deben contribuir a: elevar la calidad de vida de la población, acrecentar el nivel educativo y cultural de la población; propiciar el reconocimiento del talento humano; aumentar la competitividad de la economía, y disminuir los desequilibrios regionales.

La sociedad empieza a demandar de forma sistemática y explícita valores como la honestidad, el compromiso social y ambiental en los negocios, la imparcialidad y la objetividad profesional, la confianza o la transparencia. Los recientes escándalos corporativos y la generación de burbujas tecnológicas, financieras o inmobiliarias han generado en la sociedad un mayor deseo de someter al escrutinio público las decisiones más relevantes que se toman en el seno de las grandes corporaciones, y que tienen un calado ético bien por comisión, omisión, inducción o bien por cooperación (Melé Carné, 1997).

Ampliando la idea anterior, es importante indicar, que si bien las organizaciones las componen personas, y aunque el carácter personal de los directores tiene importancia decisiva en el perfil ético de las organizaciones, las responsabilidades corporativas no coinciden con las individuales, los métodos de decisión corporativas difieren de los personales, los principios y objetivos de las organizaciones están a veces por encima de las personas y los valores corporativos no tienen por qué identificarse con los valores personales de los miembros de la organización.

Antes estas consideraciones es importante señalar, el proceso de globalización al que estamos asistiendo, que implica una movilización capital financiero, capital humano, tecnológicos, entre otros, sin precedentes, ha sido terminante para profundizar en el ámbito de la ética de las empresas en sus relaciones con los grupos participantes.

En ese orden de ideas, la responsabilidad social empresarial concierne a la totalidad de las relaciones de las empresas con los grupos participantes y podría desplegarse en cuatro niveles esenciales. El primero correspondería a la responsabilidad en las relaciones con los trabajadores y sobre la organización y la calidad del trabajo. En segundo nivel, pueden situarse las responsabilidades que afectan a la calidad, seguridad y utilidad social de los productos y servicios. La implicación comunitaria constituye el tercer nivel de la responsabilidad, en el que, junto a la contribución de la empresa al desarrollo social, deben incluirse los necesarios compromisos empresariales con la creación y el mantenimiento de los empleados, así como el exquisito respeto a la legislación sobre la actividad económica. Y finalmente, el cuarto nivel correspondería a la actitud responsable, de honestidad e integridad de la empresa con el conjunto de los grupos participantes, especialmente en las relaciones con los consumidores, sus accionistas y con los inversores, así como en el ámbito de vigilancia de las conductas sociales de sus proveedores, contratistas, distribuidores y otros socios.¹

La posición de Joyner y Payne (2002), definen la responsabilidad social como un concepto multidimensional, una cuyas dimensiones es la ética, advierten que “uno de los componentes de la responsabilidad social de la organización influida por los valores de la sociedad. Podemos decir, que la representación de responsabilidad social implica que la empresa no solo tiene obligaciones legales y económicas, sino también ciertas responsabilidades hacia la sociedad más allá del compromiso.

Desde esta perspectiva, las empresas deben ser responsables por cualquiera de sus acciones que afecten a las personas, a las comunidades o a su entorno (Wulfson, 2001). Como consecuencia de ello, los directivos tienen que tomar en cuenta los criterios de sostenibilidad y transparencia deben incorporarse a la gestión de la empresa. Los enfoques actuales requieren la aplicación de una visión estratégica que contemple las repercusiones sociales de las actividades organizativas y su impacto en los diferentes grupos de interés. En términos generales, puede decirse que la responsabilidad social organizativa está relacionada con los siguientes aspectos:

- La política y la estrategia alineada con la visión organizativa, la misión y los valores.
- La gestión y la dirección de la empresa.
- La gestión del capital humano y las relaciones con los individuos dentro de la organización.
- Las relaciones con la comunidad.
- Las implicaciones de desarrollo para la comunidad.
- La responsabilidad por el impacto ambiental de las operaciones y la gestión sostenible de los recursos.
- Las relaciones con las Administraciones Públicas.
- Las relaciones con los competidores y el mercado.
- El valor añadido de los accionistas.

¹ Ranghanatan Janet (1998), “Sustainability Rulers: Measuring Corporate Environmental & Social Performance”

En este sentido, de acuerdo con Carroll (1991) en el panorama empresarial existen directivos morales e inmorales. Esta es la razón por la cual, las organizaciones están adoptando de forma proactiva enfoques éticos. Desde una perspectiva general, la ética puede definirse como un conjunto de principios, normas y reglas que rigen la conducta de los individuos y de los grupos. En este orden de ideas, en el ámbito empresarial los directivos deben de realizar prácticas éticamente responsables necesarias con el propósito de que la empresa tiene que proporcionar la total garantía, credibilidad, confianza y respeto por el medio ambiente y su entorno social. Su imagen va ligada a las acciones que de ellos se derivan y su impacto social que se aprecia en su entorno.

De esta manera se debe destacar, que los gerentes y directivos deberán ser leales consigo para que la ejecución de su trabajo o servicio que prestan, tenga objetividad y credibilidad en lo que pretenden obtener, sin que deje de ser justo y no deje en perjuicio o influencia que la anulen; esto es, deberán tener competencia y cuidado profesional; aceptando en ocasiones su capacidad de raciocinio en conocimiento para reconocer cuando las situaciones salen de su alcance y pedir ayuda de algún experto que fortalezca los servicios y estos sean ejecutados con éxito.

Esto implica que como principio moral, los directivos y gerentes deben respetar la confidencialidad de quien le ha contratado para que preste el servicio, esto para fomentar la confianza y generar un óptimo resultado en la obtención de la información y en la decisiones tomadas; las cuales se basaran en su filosofía moral con la cual el experto ha sido parte en el transcurso de vida, entendiendo como filosofía en el contexto gerencial los principios o normas que aplican para decidir cuándo va algo bien o va mal; así también dependerá de la cultura y políticas de la compañía, la estructura de la organización, el mercado en el cual incursiona, el contexto en el que se encuentra en comparación con la competencia, los cambios tecnológicos y evolución de la economía del país en donde se desarrolla.²

Por otra parte, es importante destacar que la ética es importante tanto en la vida personal de los directivos y gerentes como principio moral dentro de la organización, ya que dependerá de esta si este obtiene una satisfacción consigo mismo y no una especulación incierta de su comportamiento que afecte la integridad de la entidad en la revelación oportuna de sus operaciones, promoción de decisiones y comunicación para una mejora continua.

En este sentido, se considera que una organización competitiva en términos económicos, que intenta cumplir de manera excelente sus cometidos para continuar siéndolo y asegurar su supervivencia. Pero ello obviamente no es suficiente, debe dar también respuesta satisfactoria a los siguientes seis requisitos:

- Ofrecer productos y servicios que respondan a necesidades de sus usuarios, contribuyendo al bienestar
- Tener un comportamiento que vaya más allá del cumplimiento de los mínimos reglamentarios, optimizando en forma y contenido la aplicación de todo lo que le es exigible
- La ética ha de impregnar todas las decisiones de directivos y personal con mando, y formar parte consustancial de la cultura de empresa
- Las relaciones con los trabajadores han de ser prioritarias, asegurando unas condiciones de trabajo seguras y saludables.
- Ha de respetar con esmero el medio ambiente.
- La empresa ha de integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendiéndolas de la mejor forma posible y estando en equilibrio sus intereses con los de la sociedad.

² que beneficie a toda su entorno para que el resultado o fin sea de calidad y suficiente que transmita la eficacia y eficiencia de lo que es parte y de quien realiza el servicio.

Las empresas que tienen un alto contenido de responsabilidad social empresarial y en la gestión ética profesional de los gerentes y directivos de las empresas, deben tomar en consideración los siguientes aspectos:

- La cultura empresarial contribuye a crear un determinado ambiente humano dentro de la propia empresa, en las familias de sus trabajadores, en su sector y en último término, influye en toda la sociedad.
- La ética incide en las relaciones empresariales y, a través de ellas, en los resultados.
- La alta dirección empresarial ha de fomentar y facilitar que los valores asumidos e integrados en los códigos éticos se cumplan.
- La empresa debe ser leal y transparente con sus clientes, manteniendo su honradez desde el inicio de las relaciones empresariales.
- Las relaciones con los proveedores, deben aplicarse de forma rigurosa en aspectos claves de la gestión ética, que debe incluir el respeto por la legalidad y el respeto por el medio ambiente.
- Las relaciones con el personal propio se basan en el respeto de los derechos fundamentales. La garantía de todos los derechos se traduce en la identificación por parte de cada trabajador con los objetivos generales de la empresa.
- Las relaciones con el entorno social, la empresa ha de propiciar la total garantía, credibilidad, confianza y respeto por el medio ambiente y su entorno social. Su imagen va ligada a las acciones que de ellos se derivan y su impacto social que se aprecia en su entorno.
- Los accionistas deben recibir la información veraz y en tiempo real de la situación financiera de la empresa. Así como compromiso de establecer vías de comunicación que permitan la fluidez para intercambiar información, nuevos proyectos, etc.
- La empresa ha de ofrecer cuentas claras y satisfacer las solicitudes de información independiente del nivel de funcionamiento del que proceda.
- Aplicar instrumentos de valoración de gestión ética, que sean auditadas y mostrables por terceras personas, es dar el primer paso para fomentar lo que realmente todos los sujetos implicados en el desarrollo social requieren: "el convivir y trabajar en dónde los derechos fundamentales sean respetados por todos".
- La gestión ética de la comunidad empresarial por la responsabilidad, la calidad, el cuidado del entorno y la transparencia llevan a la empresa a insertar valores a su gestión.

Finalmente se debe considerar, una empresa que tenga como estrategia la responsabilidad social, será una empresa socialmente responsable y una empresa socialmente responsable debería aproximarse en una empresa con un desarrollo sostenible.

II.- Ética y la Responsabilidad Social Empresarial en la valoración de las empresas.

Diferentes autores, han considerado a los intangibles como factor estratégico en las empresas, poseen la capacidad de generar valor y elevar el nivel de ventajas competitivas. En este sentido, el elemento fundamental de estas intangibles es el talento humano, que en la actualidad tiene un alto impacto para el desarrollo y crecimiento empresarial, local y nacional.

De esta manera, la responsabilidad social como elemento intangible fundamental para la valoración de las empresas. En este sentido, el debate actual de la responsabilidad social empresarial, se considera los rasgos éticos de una nueva cultura empresarial (Isabel Pérez 2003):

1. Empresarios participativos: construcción de proyectos de empresa, en los que la cultura se sustituye a la racionalidad tecnocrática, al diseño cualitativo, a la eficacia inmediata, la adhesión a la coerción, y la dinámica común y la movilización individual dependen de la participación de todos en el proyecto de la empresa y del esclarecimiento de los valores comunes.

2. Empresa de excelencia: proceso en el que se reemplaza la coerción burocrática por los ideales compartidos. No bastan las transformaciones técnicas, ni las promociones internas, sino que implica un cambio de las mentalidades, modificar la relación del individuo consigo mismo y con el grupo, producir asalariados creativos, capaces de adaptarse y comunicarse. Partiendo de estas concepciones, las claves de la nueva racionalidad son: autoridad disciplinaria; enriquecimiento de responsabilidades, delegación de poderes y desburocratización; actitud de escucha y diálogo; medidas de redistribución de beneficios, políticas de formación permanente del personal; empresarios participativos y horizontales.
3. Capacidad creativa: la finalidad real de la empresa consiste en innovar y crear riquezas.
4. Responsabilidad por el futuro: la necesidad de la gestión a largo plazo obliga a reconciliar el beneficio y el tiempo.
5. Capacidad comunicativa: toda organización precisa una legitimación social, que se "se vende" comunicativamente. El respeto a las normas morales es también un imperativo de relación pública, ya que es preciso crear un entorno afectivo.
6. Identificación de los individuos y de las empresas: inserción de los individuos en grupo y desarrollo del sentido de pertenencia.
7. Personalización de la empresa y generación de un capital de simpatía: sintonía con los consumidores, que les lleva a preferir esa determinada empresa y sus productos.
8. Cultura de la comunicación: la moral impulsa la creatividad de los especialistas de la comunicación y funciona como un útil de diferenciación y personalización de la empresa.
9. Cultura de la confianza: las imágenes de eficiencia han sido sustituidas por la confianza entre la empresa y el público, por ejemplo la imagen de responsabilidad social y ecológica de la empresa, con la que se trata de establecer un lazo de confianza entre la empresa y el público.

Cultura empresarial: implica compartir creencias que despiertan en las persona no solo como cosa moral, de un marco deontológico que ofrece por su cumplimiento ninguna recompensa a cambio, sino una moral de rentabilidad. La moral entendida de un peculiar modo, es económicamente rentable, porque cualquier empresa para sobrevivir, ha de disponer hoy de un sólido grupo de creencias sobre las que asentar su política y sus acciones. Es decir la cultura empresarial similar a la médica o ecológica configura formas de vida peculiares, cada vez menos opcionales para quien tenga afán de sobrevivir y triunfar.

Actualmente nos encontramos en un mundo complejo, interdependiente y en cambio constando, donde el desarrollo ya no depende tanto de un solo factor de una multiplicidad de factores, pero no debe obviarse el factor ético para hacer del desarrollo un medio eficaz para alcanzar mejores niveles de vida para la población y crear aspiraciones para la plenitud, la felicidad y la participación integral.

Los niveles de competitividad exigidos a las empresas en el contexto mundial de hoy, En concreto en Venezuela, se puede decir que hemos pasado de un deseo y de un enfoque de adquirir y poseer a un enfoque de crear y compartir.³ Básicamente, se puede decir se ha de pasar de un enfoque esencialmente patrimonialista de la gestión, centrado en la gestión de los activos tangibles, a un enfoque mucho más humanista y centrado en el talento y en los activos intangibles. Concebido así puede enfatizarse que las empresas con un alto nivel de competencia, desarrollo y crecimiento donde los directivos deben seguir un comportamiento social, participativo, sostenible, ético y humano, integrando las siguientes dimensiones:

- **Política:** que aspira a la vigencia y fortalecimiento del Estado de Derecho, la estabilidad y eficiencia de las instituciones democráticas y en la vigencia plena de los derechos humanos;
- **Económica:** mediante la cual se logra la disponibilidad de bienes y servicios para satisfacer las necesidades humanas de todos los habitantes en igualdad de condiciones, bajo la concepción de una economía local y global justa;

³ De Ancay Velazquez Vega, 2005

- **Social:** que aspira a la justicia social, a la equidad, a la participación, la autogestión de todos los sectores sin discriminación alguna.
- **Ecológica:** que se refiere a la protección del ambiente y el impulso de la sostenibilidad para el acceso de las generaciones presentes y futuras al disfrute de los recursos naturales;
- **Cultural:** que se manifiesta en las posibilidades de crecimiento personal y en el pleno despliegue de las capacidades y potencialidades humanas, a partir de la diversidad social y heterogeneidad estructural;
- **Ética:** que se expresa en la vigencia de valores como la tolerancia, la convivencia pacífica, la solidaridad, la cooperación, el respeto mutuo, el respeto a la verdad, la honestidad, el sentido del deber y la justicia, la consideración al prójimo, el bien común, la creación de condiciones mínimas para la dignidad, la vida buena y el buen desarrollo centrado en la persona y en sus valores.

En relación a lo señalado, se puede considerar, que el motor que mueve a gestionar la responsabilidad social en empresas importantes no es puramente financiero, se alimenta de forma proactiva y voluntaria, más allá de los aspectos solidarios, en una mejora de la reputación y en una obtención de ventajas competitivas con una visión de negocio a largo plazo. Teniendo en cuenta que una de las finalidades de toda empresa es optimizar beneficios para enfrentarse a la competitividad del mercado y asegurar en lo posible supervivencia. Así como, la responsabilidad social de la empresa en su compromiso con la comunidad en el entorno social y medioambiental.

En el entendimiento de la actual sociedad del conocimiento, la creación del valor no sólo depende de los activos tangibles,⁴ por ello es que los indicadores del capital humano se están identificando y estructurando para que el modelo contribuya, con más precisión, que los resultados que se obtengan sean aceptables y creíbles. En este sentido, la valoración del Capital Intelectual tiene un alto contenido de responsabilidad social empresarial y el manejo de la ética de los gerentes y directivos de las empresas a insertar valores éticos en la gestión empresarial.

III.- Enfoque humanista en el proceso de transformación en Venezuela.

En Venezuela durante los años sesenta y noventa, se incrementaron los niveles: desigualdad social, analfabetismo, deserción escolar, pobreza extrema, corrupción, entre otros factores que contribuyeron a obtener uno de los más bajos índices de desarrollo humano en América Latina. Lo que llevaron al país a finales de los años noventa a profundas desigualdades y exclusión social en educación, salud, participación entre otros factores sociales.

A partir del 2 de febrero de 1999 se inició un proceso de cambio en Venezuela, orientado hacia la construcción del Proyecto Nacional Simón Bolívar, el cual continúa en esta nueva fase de gobierno para profundizar los logros alcanzados por las Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001 – 2007. En este sentido, Gobierno Nacional elaboró el Primer Plan Socialista para el período 2007 – 2013, Proyecto Nacional Simón Bolívar el cual coloca a Venezuela hacia la construcción del Socialismo Bolivariano, a través de las siguientes directrices:

- Nueva Ética Socialista
- La Suprema Felicidad Social
- Democracia Protagónica Revolucionaria
- Modelo Productivo Socialista
- Nueva Geopolítica Nacional
- Venezuela: Potencia Energética Mundial
- Nueva Geopolítica Internacional

En este sentido, el proyecto plantea como principal directriz el enfoque hacia la Nueva Ética Socialista que propone la refundación de la Nación Venezolana, la cual aumenta sus raíces en la

⁴ sino cada vez más de los activos intangibles o del Capital intelectual, entre otros,

fusión de los valores y principios mas avanzados de las corrientes humanistas del socialismo y de la herencia histórica del pensamiento de Simón Bolívar.

De esta manera, se plantea la plena realización de la Revolución Bolivariana, que estamos inventando y que solo será posible en el mediano tiempo histórico, pasa necesariamente por la refundación ética y moral de la Nación Venezolana. Tal refundación supone un proyecto ético y moral que hunde sus raíces en la fusión de los valores y principios de lo más avanzado de las corrientes humanistas del socialismo y de la herencia histórica del pensamiento de Simón Bolívar. Su fin último es la suprema felicidad para cada ciudadano. La base de este objetivo fundamental descansará en los caminos de la justicia social, la equidad y la solidaridad entre los seres humanos y las instituciones de la República. La necesidad del nuevo Proyecto Ético Socialista Bolivariano parte de la constatación de una realidad cuyos rasgos dominantes son:

- La confrontación entre un viejo sistema (el Capitalismo) que no ha terminado de fenecer, basado en el individualismo egoísta, en la codicia personal, y en el afán de lucro desmedido, y un nuevo sistema (el Socialismo) que está naciendo y cuyos valores éticos, la solidaridad humana, la realización colectiva de la individualidad y la satisfacción racional de las necesidades fundamentales de hombres y mujeres, se abre paso hacia el corazón de nuestra sociedad.
- El Estado en el cual permanece un número importante de venezolanos, por lo mismo, imposibilitados de satisfacer sus necesidades primarias y desarrollar la espiritualidad inherente a toda persona.
- El terrible lastre capitalista de la sub-cultura de la corrupción y el soborno como medios de acelerada acumulación de bienes y riqueza monetaria, que existen todavía en importantes sectores de la sociedad, en desmedro de la cultura del trabajo creador y productivo.
- El uso y la promoción de la violencia psicológica y material que los medios de comunicación utilizan como factor para configurar en la subjetividad del ciudadano, la convicción de la imposibilidad de vivir en paz, en democracia y en la confianza de que es posible la realización del bien común.

En este sentido, en estos últimos diez años, el Proyecto Social Bolivariano, a través de sus políticas, ha impulsado el nivel de desarrollo humano, donde Venezuela se encuentra en los primeros lugares del nivel de desarrollo humano en el mundo según el informe 2008 de la CEPAL. En Venezuela el Proceso Revolucionario Bolivariano se encuentra en el inicio a la transformación de una nueva sociedad humanista, con nueva conciencia moral revolucionaria creada en la base de valores y principios de lo más avanzado de los estándares humanistas del socialismo y de la representación histórica del Libertador Simón Bolívar. Y de esta manera, constituir una sociedad realmente socialista, y en consecuencia, el talento humano venezolano con valores éticos y una alta responsabilidad social, representara un activo intangible de esencial valor para el país.

CONCLUSION

- La responsabilidad es la estructura esencial para el desarrollo de la sociedad, donde las personas de manera individual, aunque actúen en el marco institucional, podrán y deberán tomar una posición personal y junto con los dirigentes de las empresas participar de la corresponsabilidad, para responder, precisamente a esas personas de la comunidad (clientes finales), trabajadores, accionistas, proveedores, entro otros en las cuáles se encuentre inmersa la empresa y tenga un impacto en la sociedad.
- Los directivos y los empleados como ser humano fundamental y participante de una empresa deberán seguir un comportamiento social, participativo, sostenible, ético y humano. Actualmente estos valores éticos empresariales representan una nueva cultura ética empresarial con el propósito de proporcionar la total garantía, credibilidad, confianza y respeto por el medio ambiente y su entorno social. De esta manera contribuir a un alto nivel de competencia, desarrollo y crecimiento empresarial.
- Las nuevas formas de comportamiento gerencial, tienen un impacto en la valoración de las empresas en correspondencia con la transformación social.
- La cultura ética empresarial representa un intangible de importante consideración para el estudio de la valoración de estos, la cual va a contribuir a obtener un desarrollo de ventajas competitiva y sostenible.

- En Venezuela se encuentra en un proceso hacia a la transformación de una nueva sociedad humanista, con nueva conciencia moral revolucionaria creada en la base de valores y principios de lo más avanzado de los estándares humanistas del socialismo y de la representación histórica del Libertador Simón Bolívar.

Bibliografías/Referencias:

1. Barrio, Cipriano (2001): **Las tres culturas y una más**. En: Ciencia, Tecnología, Sociedad y Cultura en el cambio de siglo. Biblioteca Nueva. OEI, Madrid, Pág. 109-133.
2. Bueno, E. (1998). **El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual**. Madrid: Boletín de Estudios Económicos.
3. Carroll, A. (1991). **La pirámide de la responsabilidad social corporativa**. Revista Horizontes. Julio-Agosto, nº 34.
4. De Anca, C. y Vázquez Vega, A. (2005). **La gestión de la diversidad en la organización global. Hacia un nuevo valor en la empresa**, Prentice Hall, Madrid.
5. Domingo, M. (2002). **Valor Intangible. Ética Empresarial. Un Instrumento de Gestión**. Madrid: Cinco Días.
6. Francés Pedro, Borrego Á y Velajos C. (2003). **Códigos éticos en los negocios** Fundación de Estudios Financieros. Ed. Pirámide, Madrid.
7. García, T. (2005) **Diseño de un modelo para la medición del capital intelectual de empresas de manufactura**. Lima, Perú: Universidad Nacional San Marcos. Facultad de Ingeniería Industrial.
8. Joyner, B. y Payne, D (2002). **Evolución y Implementación: Estudios de valor, negocios, ética y responsabilidad social corporativa**. Revista Ética de Negocios, nº 41.
9. Melé Carné, D. (1997). **Ética en la Dirección de Empresas**. IESE. Barcelona.
10. Melendo, T. (1990): **Las claves de la eficacia empresarial**, Ediciones Rialp, Madrid.
11. Núñez, Jorge (2000) **Ciencia y tecnología en América Latina**. En: La Filosofía en América Latina. Editorial Félix Varela, La Habana.
12. Lindbaek, J., (2003) "La Ética y La Responsabilidad Social Empresarial" en Seminario Internacional "Capital Social, ética Y Desarrollo: Los Desafíos De La Gobernabilidad, Caracas, Junio 2003. Disponible en http://www.iigov.org/etica/5/5_02.pdf.
13. Proyecto Nacional Simón Bolívar Primer Plan Socialista. (2007), Caracas, Venezuela.
14. Ranganathan Janet (1998). "Sustainably Rulers: Measuring Corporate Environmental & Social Performance", en sustainable Enterprise Perspectives. SustainableEnterprise, New York, World Resources Institute, WRI. <http://www.wri.org/wri>
15. Rivero, D. (2005). **Capital Intelectual: Interacción Ciencia-Tecnología**. Matanzas, Cuba: Universidad de Matanzas, Centro de Estudios de Turismo.
16. Rodríguez, O, Fernández J y Martín J. (2007). **Percepción Directiva de la Relaciones entre Responsabilidad Social y Ética Empresarial**. Boletín Económico de ICE (Información Comercial Española).
17. Samper, Irene (2002). **La ética en la empresa: depende de mí**. Ponencia presentada al II congreso internacional de tecno-ética. Universidad de Barcelona, 14 y 15 de noviembre del 2002.
18. Sescovich, S. (2009). **La gestión de personas. Un instrumento para humanizar el trabajo**. <http://www.librosenred.com/libros/lagestiondepersonasuninstrumentoparahumanizarreltrabajo.html>
19. Sexto, F. (2007). **Mantenimiento y Gestión de Activos Intangibles, Resultados Económicos y Situación Financiera**. Disponible en: <http://www.mantenimientomundial.com/sites/mmnew/bib/notas/Intangibles.pdf>.
20. Sosa Gómez, F. (2002). "Tratamiento Contable de Activos Intangibles" en **Revista "Holismos: Pensamiento y Voz. Año 1. Vol 1**. Barquisimeto, Decanato de Administración y Contaduría de la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado. Noviembre 2002.

21. Sosa Gómez, F. (2004). ***El Capital Intelectual como Recurso Estratégico de la Empresa***. Barquisimeto, Venezuela: Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado. Coordinación de Investigación.
22. Teece, D.J. (2003). ***Determinación de Estrategias del Capital Intelectual***. Publicaciones del Mundo Científico. Madrid, España.
23. Vargas, P (2000). ***Características de los Activos Intangibles***. La Rioja, España. Universidad de La Rioja.
24. Vilaseca, J.; Torrent, J. y Díaz, A. (2002). ***La Economía del Conocimiento. Paradigma Tecnológico y Cambio Estructural***. Cataluña, España: Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en: www.uoc.edu.
25. Wulfson, M. (2001). ***La Ética de la Corporación y la Responsabilidad Social***. Revista Ética de Negocios, nº 29.