



Responsabilidad Social Plataforma para un Paradigma de Desarrollo Sostenible

*Por: Dr. Ramón Torres Morales y
Dra. Virgenmina Torres*

I. Introducción

El concepto de desarrollo sostenible es muy distinto del de sostenibilidad en el sentido de que la palabra “desarrollo” describe la idea de cambio ya sea gradual y direccional. El desarrollo no significa necesariamente crecimiento cuantitativo, ya que se iguala al concepto de despliegue cualitativo de potencialidades de complejidad creciente (Gallopin, 2003). Lo que debe hacerse sostenible es el proceso de mejoramiento de la condición humana, o sea, el sistema socio-ecológico en el que participan los seres humanos, proceso que no necesariamente requiere del crecimiento indefinido del consumo de energía y materiales. Por lo tanto, el concepto de desarrollo sostenible no puede significar simplemente la perpetuación de la situación existente (Gallopin, 2003). El postulado principal sostiene que la protección ambiental debe dejar de ser un asunto regional o nacional y convertirse en un asunto global. La importancia de este documento reside en que lanza el concepto de desarrollo sostenible. El cual es definido como: “el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Bermejo, 2014). Envuelve un cambio en cuanto a la idea de sustentabilidad ambiental, y a un marco que da, también, énfasis al contexto económico y social. Por ende, a discusión del fenómeno de la globalización y la diversidad cultural en el entorno internacional

realzan la relevancia de la responsabilidad social, estructura de valores del ciudadano como la cultura organizacional de las instituciones donde enmarca su ámbito de ejecución para fomentar las bases para un desarrollo sostenible.

II. Posicionamiento ante la Globalización

La globalización es un proceso evolutivo de la expansión geográfica del límite territorial, el dominio local y nacional. Éste impacta sus estructuras sociales políticas y económicas. Además, ha propiciado el aumento en las escalas de intercambios de volúmenes de bienes, recursos humanos e instrumentos financieros. Esta expansión ha permitido el intercambio de conocimiento y la inversión de capital, recurso humano y bienes, los que a su vez han incrementado los volúmenes de los mercados. El fenómeno de la globalización estudiado por muchos plantea un término complejo con una interpretación universalmente muy amplia para atarse a una definición concisa. Esto nos presenta la interrogante de cuando equitativo y sostenible pueden ser estos avances comerciales y económicos. Además, que elementos, paradigmas o teorías podrían implicarse en un marco de sostenibilidad ante la precariedad de recursos económicos y fiscales, que aquejan múltiples regiones y países, incluyendo a Puerto Rico.

Muroaka (2002) resumió las posturas principales sobre la globalización, describiendo las posiciones de Steger, Kortean y Mittleman. Bajo el modelo analítico sugerido por Manfred Steger se categoriza su definición dentro de cuatro enfoques principales. Éstos destacan que la globalización como concepto mundial no existe, sino que es un proceso económico, político o cultural. El primero plantea que la globalización es una farsa. Bajo este enfoque sus resultados se toman como exagerados, imprecisos, hasta incorrectos, que no ha alcanzado los objetivos promulgados. Esto debido a que no tenemos un verdadero sistema económico global, por lo tanto, no se tiene una verdadera globalización que haya alcanzado la meta de distribuir adecuadamente la riqueza y la acumulación de capital. Los propulsores contemporáneos de este enfoque podrían sustentarse en los informes empíricos de las Naciones Unidas del 2001 que refleja que en 10 parámetros económicos principales, la globalización o sus efectos no han tenido un éxito aceptable. Entre los parámetros se encuentran el que 1.2 billones de personas sobreviven con menos de un \$1 al día, 2.8 billones con menos de \$2.00 al día y 850 millones de personas son analfabetos, 11M de niños mueren antes de cumplir 5 años, 2.4B no tienen servicios sanitarios básicos, o que para el 1993 el 10% de la población de EU tiene un ingreso combinado más alto que el 43% del total de la población mundial. Además, este grupo de opositores proponen que su impacto o ámbito de aplicabilidad está limitado a un sector nacional o regional. Esto, principalmente dominado por posiciones geopolíticas de Europa, Asia, y Norteamérica, cuyo curso se ha visto estancado durante las últimas décadas del Siglo 20.

La globalización como un proceso económico, es primordialmente una actividad que estimula el aumento en los lazos entre las economías nacionales y regionales con el objetivo de abrir las estructuras financieras e incrementar los flujos o intercambios de capital. Por ende, afectan las estructuras financieras internacionales. En otro sentido,

que el proceso del efecto de dispersión del sistema capitalista o neoliberal por el mundo ha sido uno acelerado y riesgoso. Además, dispone que el mismo está sustentado en el liberalismo comercial, estabilizando el intercambio monetario y la apertura de mercados capitales, como técnicas para el manejo del riesgo de inversión en el ámbito global

David Korten (1995) promulgó una posición antiliberal planteando que la globalización económica bajo un mercado libre es un mito. Cuestionó la continuidad o sostenibilidad de la teoría de expansión económica global y que la sociedad ha sido equivocadamente dirigida a pensar que la globalización es la panacea que resolverá todos sus problemas sociales. Su postulado se basa en que se han tergiversado las teorías de Adam Smith para contribuir con el establecimiento de un comportamiento puramente monopolístico, donde erróneamente se ha basado en premisas incorrectas como que el ser humano, agente o accionista está motivado a obtener el mayor beneficio económico. Asimismo, su progreso está medido por el crecimiento del valor de su consumo y que aquellas actividades que produzcan el mayor rendimiento son las de mayor beneficio a la sociedad, donde el comportamiento competitivo es favorecido sobre el cooperativismo. Concluyó que la globalización está destinada a sucumbir debido a que estimula la acumulación de poder económico en instituciones centralizadas con un poder desigual de control, promulgó que los modelos de desarrollo destruyen el ambiente, e irrumpen en la fibra entre los valores morales de la sociedad motivando la búsqueda de valor a través de la acumulación de capital.

James Mittelman (1997) siguió la misma línea de pensamiento de Korten, se enfocó en cómo la globalización o la expansión del capitalismo ha afectado las condiciones económicas y la calidad de vida de grupos marginados como Filipinas, África del Sur, la mujer y los niños. Predica que contrario a los planteamientos neoliberales, a mayores niveles de globalizaciones mayor pobreza. Éste identificó la década de los años 1970's como el comienzo de la globalización acelerada y concluye con datos empíricos que las curvas del progreso de las innovaciones tecnológicas y la riqueza son asimétricas. Ejemplo, mientras el ingreso promedio ha aumentado mundialmente, el total de personas bajo el nivel de pobreza de \$1 por día de subsistencia aumentó de 1.2B a 1.3B del '87 al '93. Otro ejemplo presentado, es el número de usuarios de Internet en EU que es 70M versus .5M en el Medio Oriente. Muchos podrían argumentar que factores culturales, tecnológicos o de infraestructura tenga alguna relación con este aspecto. Concluyó que el efecto de la globalización no es mundial, sino regional propiciado por un fenómeno de migración para evitar la represión y marginalización de los estados regionales.

Por último, Stiglitz (2002), Premio Nobel en Economía y uno de los críticos más serios y balanceados de la globalización, discutió que las funciones y los poderes de las principales organizaciones que gobiernan la globalización pueden tener efectos positivos y negativos. De entrada estableció cómo el fundamentalismo de libre consumo no es la solución perfecta para la economía mundial, sin ninguna intervención de las instituciones públicas. Además, planteó cómo la política pública establecida o fomentada por el Fondo Internacional Monetario, El Banco Mundial y la Organización de Comercio Mundial ha dirigido iniciativas que han afectados las estructuras económicas y financieras de países en desarrollo. Presentó sus postulados con los efectos negativos causados en Indonesia

y Rusia. Dichas políticas lejos de fomentar la equidad, han empeorado la condición de pobreza. Sustentó su crítica en la pobre implantación de una política económica común que intenta servir como política general para todo el mundo. Le requiere una mayor participación gubernamental mediante una administración transparente y libre de corrupción. De hecho, cuestionó el impacto del modelo de privatización que promueve el Banco Mundial (1992) como mecanismo para internacionalizar firmas y con el supuesto de mejorar los servicios provistos por los gobiernos, en los niveles de corrupción gubernamental internacional.

Para otros autores, este proceso se ha desarrollado hace cientos de años debido principalmente a la naturaleza humana de asociarse mediante procesos migratorios inquietudes de búsqueda, conocimiento, descubrimiento o deseos de control, poder, o riqueza. Muchos apoyan el pensamiento de globalización como un proceso que ha surgido entrelazado a eventos históricos. Otros como Wallerstein (2000), la plantearon como un largo proceso de transición del sistema mundial, concentrando su estudio en los eventos entre 1450 al presente; y obviamente como la gran mayoría de los escritos en los eventos del siglo 20 al presente. Para el periodista norteamericano Thomas Friedman (2003), aunque su postura no está basada en los procesos económicos como dinamos de la globalización, utilizó los eventos históricos, particularmente los más recientes para complementar su apoyo sobre el fenómeno de la globalización, capital versus el resurgimiento del estado-nación para combatir la desigualdad estructural y promover el desarrollo económico.

Drucker (1994) estableció su visión sobre esta era de la globalización en la transformación a la sociedad del conocimiento y tecnología. Claramente, está enmarcado en la perspectiva económica del post-capitalismo y en el alto avance tecnológico alcanzado cómo se puede capitalizar sobre la transferencia de conocimiento para ampliar la acumulación de bienes y mejorar la calidad de vida de los estados impactados por la globalización. Este mismo avance tecnológico e intercambio de conocimiento ha permitido la apertura de los mercados de capital y el flujo acelerado de las inversiones. Bajo esta premisa, el estado nación no será uno soberano a un estado poscapitalista, sistema donde concurren las estructuras transnacionales, regionales y locales. Discutió cómo los estados que permitan una diseminación del conocimiento para alcanzar una trabajadora más adiestrada para optimizarán los costos operacionales y maximizarán la calidad. Esto tomó como base que la formación de conocimiento debe ser perseguida como la inversión mayor en la búsqueda por la productividad la cual será fundamental para sus logros económicos. Planteó cómo la sociedad se organiza bajo otros marcos estructurales descentralizados, tanto de individuos como corporativas; ahora como organizaciones de funciones y metas integradas, con capacidad de tomar decisiones más eficazmente.

Beck (1998) describió su visión socio-política sobre la globalización al discutir los errores del fenómeno, su reclamo de justicia social, y ofrece sus respuestas para atender la nueva configuración política de la globalización. Usó de plataforma o modelo de globalización, obviamente a Europa, planteándolo no como un territorio geográfico, sino como un espacio transnacional, cuyas políticas nacionales o estatales no pone en riesgo

la globalización, al contrario se convierten en elementos de integración. Según Beck, el globalismo neoliberal reduce la discusión al aspecto económico que se alcanza mediante la relación lineal con los requerimientos del mercado mundial. Por esto, propuso que es muy apropiada para aumentar la riqueza y proveer un balance adecuado de éstas. Sugirió que tiende a confundirse la globalización económica y apertura de los mercados de capital con la internacionalización de la economía y el comercio internacional, y recalca que aún no hemos alcanzado la misma, pues esta apertura económica está basada en tres grandes regiones transnacionales como América, Europa y Asia. Además, planteó una carencia de transformación política, supeditando los aspectos políticos y culturales a lo económico y su inconsistencia, atribuyendo a la integración cultural el resultado global. Como respuesta a las deficiencias de la globalización sugirió como todos los ámbitos de la sociedad deben afrontar el dinamo de la globalización, la cual transformará sus fundamentos. Para este debate propuso la cooperación internacional de forma tal que se minimice el abuso económico de las empresas y amplíen los ingresos estatales, donde los estados comparten su soberanía y la fortalece dentro del marco de la sociedad mundial. Para armonizar estas transformaciones sociales, políticas y económicas a las realidades sociales y fiscales se esboza la persecución de un modelo de desarrollo sostenible en contraposición a la sostenibilidad económica de las pasadas décadas.

El desarrollo sostenible

La definición que es citada con mayor frecuencia (Gallopin, 2003) es la propuesta por la comisión de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo. En su informe a la Asamblea General de las Naciones Unidas titulado: "Nuestro Futuro Común" (posteriormente ha de conocerse como el "Informe Brundtland", por su autora, Gro Harlem Brundtland, ex-primer ministra noruega y quien fue presidenta de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas y responsable de la publicación del Informe en 1987) fue el primer intento de eliminar la confrontación entre desarrollo y sostenibilidad. El postulado principal de este documento es que la protección ambiental debe dejar de ser un asunto regional o nacional y convertirse en un asunto global. La importancia de este documento reside en que lanza el concepto de desarrollo sostenible. El cual es definido como: "el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (Bermejo, 2014). Envuelve un cambio en cuanto a la idea de sustentabilidad ambiental, y a un marco que da, también, énfasis al contexto económico y social. Contrastando el asunto de la degradación ambiental que viene a consecuencia del crecimiento económico y a la vez de la necesidad de ese crecimiento para aliviar la pobreza (Directorio Forestal Maderero, 2017). En fin, como establece el Informe Nuestro Futuro Común la noción del desarrollo sostenible es una exhortación por mirar de cerca los modelos de producción y consumo existentes que tracen la ruta para el camino de avanzada.

El concepto de desarrollo sostenible presentado por Angulo (2010), recoge muchos de los elementos vistos hasta el momento, al afirmar que: "Tal desarrollo será sostenible si vincula las decisiones económicas con el bienestar social y ecológico, es decir, vincular

la calidad de vida con la calidad del medio ambiente y, por lo tanto, con la racionalidad económica y el bienestar social". En otras palabras, el desarrollo es sostenible si mejora el nivel y la calidad de la vida humana al tiempo que garantiza y conserva los recursos naturales del planeta (Angulo, 2010).

Teorías sobre el desarrollo sostenible

Según Foladori & Tommasino (2000) las diversas teorías de desarrollo sostenible pueden ser reducidas a tres grandes ejes: la sustentabilidad es exclusivamente ecológica, sustentabilidad social limitada, coevolución sociedad-naturaleza. Entre los tres grupos hay dos elementos: la sustentabilidad ecológica y la sustentabilidad social. En la misma línea, estos autores consideran que la discusión sobre el desarrollo sostenible contuvo desde su origen dos tipos de preocupaciones, una estrictamente ecológica ligada a la depredación de recursos, aumento de la contaminación y pérdida de valores "ecológicos" como la biodiversidad y el medio ambiente, la otra preocupación reside en la sustentabilidad social, relacionada al tema de la pobreza (Foladori & Tommasino, 2000).

En la actualidad, para Artaraz (2002) existen múltiples interpretaciones del concepto de desarrollo sostenible y coinciden en que, para lograrlo, las medidas a considerar deberán ser económicamente viables, respetar el medioambiente y ser socialmente equitativas. La teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible convierte sus dimensiones en sostenibilidades: sostenibilidad económica, sostenibilidad ambiental y sostenibilidad social (Altaraz, 2002).

Para Pierri (2005) las principales interpretaciones actuales sobre el desarrollo sostenible parten de la identificación de las diferentes teorías privilegiando los tres aspectos de la sustentabilidad (económico, ecológico y social). Menciona la autora que el ambientalismo moderado y los ecologistas conservacionistas privilegian el eje económico ecológico, y que confluyen en las políticas ambientales realmente existentes, ocupándose de establecer qué y cuánto capital natural conservar, lo cual aparece formulado como alternativas entre "grados de sustentabilidad". Además, Pierri (2005) establece que la pobreza debe ser abordado como un problema y atenuado mediante redistribución de ingresos, porque crea problemas ambientales. También, la corriente humanista crítica (ecología social y marxismo) hace lo inverso: se centra en la cuestión de la sustentabilidad social y, por tanto, en qué cambios son necesarios para que el uso económico de los recursos naturales se subordine a los objetivos sociales, para lo que entienden necesario superar el capitalismo en una sociedad nueva (Pierri, 2005).

III. Características culturales en el contexto internacional

Las características culturales particulares a un país son procesadas y manejadas por los individuos del medio ambiente o vida social en donde interaccionan. Esa vida social es el conjunto de relaciones con otras personas y nuestra percepción sobre ellas. El trato con los otros miembros de la sociedad, surge de la percepción social de sus componentes, y no necesariamente de lo que puedan ser realmente. Esta misma percepción puede afectarse y diferir dependiendo de nuestro rol en la sociedad, ya sea

como partícipes u observadores. El proceso de la percepción social permite tener una primera impresión de otras personas y basados en ésta, realizar un juicio propio convirtiéndolos en vectores de nuestra relación con esas personas. Esa percepción puede tener unas peculiaridades físicas, demográficas y profesionales complementadas por un grupo de intereses, valores y motivaciones. Otro grupo de características simplemente se deducen o se comunican directamente, según expresado anteriormente.

Diariamente, debido al desarrollo cultural, se evalúa y procesa la información que se provee del grupo social, ya sea por propia percepción o mediante la atribución, creencia que obre algún evento o suceso. Esto puede ocurrir mediante la inferencia sobre las causas de esos sucesos sobre la conducta propia y la de los demás. Estas inferencias pueden lograrse bajo los mecanismos de consenso social, la consistencia de la conducta durante el tiempo, o por conductas o comportamientos distintivos que ocurren en determinadas condiciones. Para Alonso (2002) es mediante este proceso de cognición social o conocimiento del ambiente social es que el individuo desarrolla sus actitudes y valores.

De la misma manera, mientras más se globalizan los mercados, resulta imperativo la estandarización de las estrategias gerenciales y la integración de estilos administrativos de modo que haya una comunicación efectiva de procesos, diseños, transferencia de sistemas, procesos y conocimiento corporativo entre sus distintas organizaciones y mercados a través del mundo. Al mismo tiempo, se hace necesario adaptar dichas organizaciones a las características culturales locales de dichos mercados. Este balance es crucial para el éxito de las organizaciones en un mundo globalizado, basado en el modelo de Hofstede (2003).

En el ámbito empresarial e institucional, se desarrolla la actitud hacia el trabajo, la autoridad, la administración, el liderato, el sentimiento de grupo o nacional y los valores de honestidad y la lealtad. El espectro de actitudes lo conforman el grupo de reacciones favorables o negativas del individuo hacia una actividad. Las mismas están constituidas por la combinación de elementos cognoscitivos o de creencia, afectivos o subjetivos, conductuales o de comportamiento. Las actitudes se aprenden durante toda la vida mediante la educación, las vivencias, la influencia grupal, y los mecanismos de difusión informativa. Mientras más dinámico el ambiente social, más complejo el desarrollo de actitudes. Por otro lado, mientras más interacciones en el proceso evolutivo, más diversificados podrán ser los rasgos culturales. De otra parte, mientras más diverso es el campo de interacciones sociales, más diluido o débil puede ser la formación de valores o principios morales. De la misma manera, mientras más se globalizan los mercados, resulta imperante la estandarización de las estrategias gerenciales y la integración de estilos administrativos de modo que haya una comunicación efectiva de la cultura organizacional, sus procesos, diseños, sistemas, y asuntos organizacionales entre las distintas organizaciones y los mercados a través del mundo.

Para lograr este balance, es necesario conocer dichas características culturales y saber de qué modo hay que trabajar en ellas para mecanizar el éxito de las empresas. Trompenaars (1998) definió la cultura como las formas compartidas en que los grupos

de personas comprenden e interpretan el mundo que los rodea y también el mundo en general. El autor estableció que una oposición binaria básica, como por ejemplo, la de este-oeste, atribuyéndole a la cultura occidental postula un acercamiento “epistemólogo” analítico o separar el todo en sus partes. De esta forma, pueden identificarse los elementos constitutivos para comprenderlo y ser racionalizado. Esto permitirá analizar las consecuencias de cada acción en términos de causa-efecto antes de proceder. A este análisis se opone un acercamiento epistemólogo sintético o la organización de las partes a modo de un todo para comprenderlas. Mediante un análisis intuitivo o el conocimiento inmediato de las cosas se promueve una acción y decisión con rapidez.

IV. La cultura organizacional en función de un orden social

Debe establecerse el marco conceptual sobre la formación y evolución cultural de un grupo o sociedad y cómo estos rasgos pueden influenciar el desarrollo de la cultura institucional y corporativa, su estilo gerencial y las tendencias de liderato de una empresa. Esto, al considerar a los líderes o ejecutivos empresariales, ya no solamente como líderes de una firma, sino también como participantes en una sociedad que le ha de brindar sus vivencias y mecanismos de interrelación personal. Además de transmitirles sus tendencias culturales que posteriormente marcarán sus características, tendencias y aptitudes como ejecutivos.

La cultura es el conjunto de técnicas de producción, tradiciones, normas, costumbres y creencias de un pueblo o nación. Es la gran estructura social en la cual nacemos, nos desarrollamos y vivimos. Cada pueblo tiene sus rasgos culturales particulares los cuales son variados y diferentes. Todas poseen elementos positivos y negativos, por lo que se hace complejo aplicar criterios de evaluación cuantitativa o cualitativa a éstos. Estos elementos no permiten la medición de la cultura versus otra, ni establecer su superioridad.

La cultura tiene cuatro características fundamentales (1) Aprendida, (2) Simbólica, (3) Compartida y (4) Dinámica. Cada individuo aprende a integrarse a una estructura social o cultura particular, la cual ha sido transmitida de generación en generación. Ésta es una manera de unión entre sus integrantes, que les permite la comunicación y posibilita la relación interpersonal. Existe una correlación entre las culturas y los niveles de influencia entre ellas. La cultura es el patrimonio del grupo de personas que conviven juntas; no necesariamente está ligada al concepto de territorio. La trayectoria histórica es una muestra contundente sobre este hecho, por ejemplo donde personas de diferentes culturas han convivido en un mismo lugar o país propiciando la diversidad. La funcionalidad cultural estriba en cómo asegurar las condiciones para los cambios y la transformación social. Por ende, la funcionalidad no puede ser estática, sino dinámica, pues evoluciona tanto por su actividad interna como por la interacción con otras culturas. Es imprescindible comprender la relación cultural en niveles de igualdad, y dentro de las diferencias entre las distintas culturas. La diversidad que surge de esta interacción es saludable para una evolución ordenada y constructiva. La misma establece las bases para una convivencia democrática con igualdad de derechos y oportunidades, que causa

un impacto en la cultura organizacional y las tendencias del individuo hacia el empleo, la empresa y sus activos.

Según Alonso (2002), la Psicología Social demarca cómo las situaciones sociales y grupales impactan la conducta humana, por ende, las tendencias de liderato y su percepción en el individuo. Es bajo el contexto social donde ocurren las relaciones humanas siendo éste, el canvas donde se trazan las vidas cada individuo. La economía global y el neoliberalismo son fenómenos que han introducido múltiples cambios sociales, que han motivado eventos, tales como la explosión de la tecnología y las telecomunicaciones, la sociedad del conocimiento de Peter Drucker (1994), el consumerismo, los eventos migratorios y la transferencia de conocimiento como mecanismo para maximizar la cadena de valor de Michael Porter (1985). Es necesario acomodar estos cambios dentro de la matriz social para explicar el comportamiento humano dentro de las nociones de sociabilidad, la percepción sobre nosotros y el resto de los individuos, el conocimiento de nuestra conducta y la de los demás, y enmarcarlas dentro de la realidad social globalizada.

La sociabilidad es el proceso que permite al individuo, gerente, dueño o empleado, aprender e internalizar las normas, las ideas, y el comportamiento cultural de su unidad social. En otras palabras, a desarrollar su estructura de valores o nivel de moralidad, junto a las tendencias hacia su cumplimiento o violación. Según Collins (2001), mediante ésta, modelamos nuestra personalidad, por ende nuestras tendencias sobre la sociedad, el trabajo, la empresa y el liderato para establecer pautas sobre nuestro comportamiento, incluyendo las tendencias sobre fraude ocupacional, tanto en hombres como en mujeres. Este proceso evoluciona concurrentemente con el progreso cognitivo individual y asume la integración cultural del ambiente donde nos desarrollamos. Esta adaptación del individuo al grupo social implica unos niveles de comunicación efectivos que permiten una participación activa, dual, dinámica y evolutiva dentro de la comunidad. Entre los principales agentes de sociabilidad se encuentran la familia, la escuela o la institución educativa correspondiente. En algunos casos éste puede tener varias representaciones, los grupos de apoyo o compañeros, tanto en el trabajo como en la escuela, y los medios de comunicación. Éstos últimos han tenido un gran avance con la llegada de las telecomunicaciones digitales brindando un mecanismo de sociabilidad al nivel globalizado.

V. La diversidad cultura y la responsabilidad social

La diversidad cultural promueve tres tipos de problemas para aquellas compañías que deciden introducir sus operaciones en un mercado extranjero. Estos problemas son, según Alonso (2002), aquellos que: (1) de las relaciones entre los individuos, (2) son provocados por el paso del tiempo, y (3) se relacionan con el ambiente. Los problemas asociados a las relaciones entre los individuos tienen cinco orientaciones organizadas como posiciones binarias: (1) universal versus particular, la cual establece que hay culturas que privilegian leyes universales las cuales aplican para todas las culturas y existen otras culturas particularistas que privilegian detalles específicos al momento de

tomar decisiones; (2) individualismo versus colectivismo, el cual establece si las personas se consideran individuos o partes de un grupo; (3) neutral versus emocional, orientación donde se determina si las relaciones entre los individuos deben ser objetivas y distanciadas o si el factor humano es esencial al momento de hacer negocios; (4) específico versus difuso, orientación que se refiere a sí la orientación de la actividad comercial va al grano sin considerar el factor humano o si se establece una relación más aleatoria en el proceso de la relación comercial, y (5) logro versus aplicación, lo cual se refiere a sí el estatus o jerarquía se establece mediante la evaluación del desempeño del individuo o si está adjudicada por razones de género, edad, conexiones o prestigio.

Los problemas que surgen a raíz del paso del tiempo especifican la actitud de distintas culturas con respecto al paso del tiempo, las tendencias futuristas o actuales. Los problemas que surgen de la relación con el ambiente se refieren a cómo las personas de una cultura justifican sus actuaciones. Si es en función del efecto que los individuos tienen en los demás o el ambiente que les rodea o si se privilegia el efecto que tienen los demás o el ambiente sobre el individuo al momento de tomar decisiones, según Wells (2001). Existen tres aspectos sobre estructura organizacional que son importantes para determinar la cultura corporativa: (1) la relación general entre los empleados y la organización, (2) el sistema vertical de autoridad que define a los superiores y subordinados, (3) la visión general de los empleados sobre el futuro de la organización, propósito, metas y sus respectivos lugares en ella. Vermond (2003) discutió que de no transmitirse éstos adecuadamente, surgen las deficiencias estructurales en la comunicación corporativa que promueve una formulación negativa de los valores corporativos y tendencias hacia la empresa. Según Alonso (2002), este evento puede causar la formación de anti-valores que ponen a riesgo el éxito financiero y empresarial de una empresa.

VI. Estructura de valores del individuo a las instituciones

La globalización o el proceso evolutivo de la expansión geográfica del límite del dominio local y nacional, de sus estructuras sociales, políticas, económicas e informativas, ha propiciado el aumento en las escalas de intercambios de volúmenes de bienes, recursos humanos e instrumentos financieros. Postuló Beck (1998) que la expansión de este proceso bajo el concepto de responsabilidad social debe ir dirigido hacia el mejoramiento del bienestar común. Esta expansión ha permitido el intercambio de conocimiento, inversión capital, recurso humano y bienes, los que a su vez han incrementado los volúmenes de los mercados. Además, lleva consigo los requerimientos de una responsabilidad social mucho más abarcadora y dinámica, particularmente ante procesos de internacionalización como la privatización de servicios públicos y la ola de crímenes económicos reportados anualmente.

Según Yarce (2001), la procedencia del valor proviene del latín “*valére*”, que simboliza ser fuerte, ser capaz de algo o válido para algo, o ascenderse por sí mismo. También raíces griegas del “*axios*” o lo que vale, lo que tiene precio, lo que todo el mundo considera digno de estimación. Es de aquí que surgió la ciencia o filosofía de los valores o axiología, cuyo mayor exponente fue Max Scheler. El valor puede ser considerado

como un ideal deseable, aunque también como algo deseado por varios o muchos que se incorpora a la vida, por lo que no se limita a una aspiración. Por ejemplo, de un empleado justo obtenemos la justicia; de un gerente honrado, extraemos la honradez. El valor es un bien estimado por el individuo, pero no solamente por él, sino por los demás. Éstos se toman de la vida y la experiencia colectiva; no tendría sentido llamar valor a un bien que no se conozca. Los valores pueden ser aplicados a todos los tipos sociales, económicos, sensibles, religiosos, intelectuales y éticos, que son los más relevantes a este trabajo. Unos valores pueden ser más subjetivos que otros tales como los estéticos, y otros, son objetivos como los económicos. Todo valor trae un carácter consciente y libre del descubrimiento, la adhesión y la estimación. Por tal motivo, estos valores son propios del ser humano.

Yarce (2001) cualificó el valor como un bien que es reconocido como tal, ideal y concreto, pero no se limita a un nombre, adjetivo o simbolismo. Los valores más apreciados por el hombre son aquellos que integran su conducta humana y que presentan unas implicaciones morales o intensidad moral. De otro modo, los valores más atesorados por el hombre deben ser los valores éticos. El ámbito cultural con relación al compartir social, permite que los valores que comparten y viven muchas personas tomen una dimensión social, aplicable al mundo corporativo; aunque sin alterar su raíz más íntima que es la práctica individual de éstos.

Para este autor, los valores éticos o morales regulan la conducta humana con el objetivo de una búsqueda por la vida adecuada a los bienes y los fines humanos. Desde la perspectiva teológica, ésta debe ser el bienestar común con miras a alcanzar la felicidad. Estos valores son las realidades que estructuran y conforman el carácter y el modo de vivir de las personas y su grupo social. Por su parte, la etimología del término moral viene del latín “mores” o costumbres y en el caso de la ética viene del término griego “ethos”, en contraposición a “pathos”, que significa acción o conducta orientada a un fin. Los valores deben ser fuente de atracción de la conducta a la vez que son expresión de sus logros. Por otro lado, mantienen el mismo dinamismo que el ente que los identifica o genera; el individuo. Los valores personalizados tienen mayor fuerza y vigencia, como la orientación hacia el trabajo, el compromiso de hacer una labor productiva; que sencillamente diferenciados ocurren con el rango o puesto de una persona en una empresa o la utilidad individual.

Yarce (2001) explicó que mediante la virtud se encarna la aplicación de un valor. Su etimología puede trazarse del latín “vis” o fuerza o potencia y del griego “areté”, que puede atribuirse como fuerza, potencia, valor, servicio, perfección, excelencia. Las virtudes son hábitos o disposiciones estables que concuerdan con las posibilidades que tiene una persona de obrar correctamente o bien. Ésta permite buscar más eficientemente la excelencia en la vida personal y su aplicabilidad en las dimensiones sociales y empresariales.

El resumen de todas las virtudes es el amor, como epítome del esfuerzo del individuo, ente social o empleado en alcanzar el bien común en sus diferentes representaciones. El ordenamiento del amor es vital en la formación de hábito; sin éste no hay crecimiento

en la virtud, por ende no hay fortalecimiento de los valores. Es el mecanismo para la autorrealización plena de una persona. La actividad del trabajo permite al individuo o empleado tener una fuente de virtudes. Es en el empleo donde se cultivan las fuerzas o potencias adquiridas o aprendidas mediante nuestro desarrollo cultural y social para tener un bien deseado que mostrarle a los demás. Para Yarce (2002), esto representa el camino hacia una conducta humana y corporativa cierta y recta, de acuerdo a las aspiraciones de felicidad y el bien común.

Añadió Yarce (2001), que la cultura empresarial incorpora normas, principios y valores de relevancia en toda la organización y sus componentes. Puede definirse como el conjunto de valores que desde el nivel del empleado y corporativo conforman el estilo de trabajo, determinan los niveles de motivación, el compromiso hacia el trabajo, la lealtad hacia la empresa y promueven el liderazgo y el bienestar individual y social. Al tener la definición clara de los valores empresariales es que se comparten con relación a la misión y visión de la empresa de forma que pueda enriquecer el desarrollo de todos. A esto se refiere el proceso de iluminación, donde todos como seres o entidades empresariales tienen la misión de ayudar a otros a descubrir el valor que lo abarca todo, la dignidad humana. Se incluyen a los clientes, los suplidores, la calidad de los servicios y productos en el entorno social de la empresa para permitir su desarrollo con una mayor competitividad.

La falta o ausencia de valores pueden convertir al individuo, empleado, o empresa en mediocres, conformistas, sin visión de futuro y progreso. El desarrollo de talentos o capital humano es de gran relevancia para la configuración de una organización competitiva, con un deseo continuo de mejorar e innovar y en donde todos aprenden y todos enseñan. Esta dimensión intangible del recurso humano que permite crear valor y mantiene el dinamismo en la empresa, brinda la fuerza o la potencia necesaria para mantener un empuje competitivo. Es necesario tomar como base el elemento sustantivo del individuo o empleado; sus valores. La empresa que fomenta el desarrollo dinámico de sus recursos humanos tendrá una fuerza laboral con mayor capacidad de practicar valores éticos, morales y empresariales, lo que le brindará una ventaja competitiva reconocible que sobrepasará los límites internacionales. Concluyó Yarce (2001) que al fortalecer la motivación, el rendimiento, los factores de retribución, y el valor de la empresa, la organización se administra por el concepto de la gerencia de valores y permite que éstos dirijan una clara ventaja competitiva, la cual puede extrapolarse a operaciones internacionales mediante la formulación adecuada y efectiva de una política de responsabilidad social e institucional. La misma debe ser de beneficio mutuo entre la cultura de origen a la cultura a impactarse por la iniciativa de negocios correspondiente.

VII. La estructura de valores como ventaja competitiva

Sustentado en los postulados de Yarce (2001), sobre la estructura de valores y éstos como ventaja competitiva, tanto para las empresas como para las iniciativas gubernamentales, pueden aplicarse estudios o modelos como los previamente discutidos en la sección de amplitud, elaborados por PriceWaterhouse & Coopers (2003), Patel (2003) y Jackson (2003), a las dimensiones culturales de Hofstsde (1993), para

complementar el mismo. Su integración puede incorporar los elementos de medición como responsabilidad y gobierno corporativo al momento de considerar propuestas de desarrollo en el ámbito internacional. Además, su aplicación puede levantar inquietudes a la gerencia gubernamental para adaptar sus procesos de licitación o negociación con posibles empresarios internacionales.

Jurkiewicz y Giacalone (2004) plantearon que la espiritualidad permite establecer una plataforma de valores corporativos que permiten mejorar la productividad y el rendimiento de la misma. En cierta medida este planteamiento apoya la postura de Yarce (2001) con respecto a la ventaja competitiva que puede obtenerse por la gerencia de valores, en este caso dentro del marco de la espiritualidad. Los autores discuten que esta postura surgió de varias vertientes como la reflexión sobre los cambios en los valores inducidos por la globalización, así como por los intereses de integrar el individuo con su entorno. El enfoque predominante radicó en la respuesta social al empleado encajonado y el deseo de discutir la relación entre el empleado y patrono.

Los autores integraron diez valores principales en este paradigma de valores espiritual. Entre éstos se encuentran la benevolencia, el humanismo, la integridad, la justicia, la receptividad, el respeto, la responsabilidad, la confianza, el sentido de unidad y la generosidad. De la misma manera Yarce (2001), Jurkiewicz y Giacalone (2004) concluyeron que la utilización y la aplicación de estos valores tendrán efectos positivos en la motivación, el compromiso y la capacidad de adaptación de los empleados. Por otro lado, los autores señalaron las posibles limitaciones de la aplicabilidad del modelo debido a factores culturales, ambiente corporativo y cambios económicos.

De la misma forma, Wishloff (2004) postuló la aplicabilidad del pensamiento social católico como modelo ético empresarial. Fundamentalmente sustentó que la creación del ser humano surge a imagen y semejanza de un Dios, quien envió a su Hijo para la redención de la humanidad y para que mediante el Espíritu Santo se conviertan en hijos adoptivos de Dios. Dentro de este marco de referencia el ser humano tiene una misión de desarrollar sus habilidades intelectuales a su máximo con el propósito de alcanzar la felicidad eterna y el amor divino. El hecho de haber sido creado a imagen y semejanza de Dios, trae una serie de implicaciones de gran relevancia en el ser humano. Primero, al ser hijos de Dios los individuos representan una persona sagrada o bendecida; segundo, el ser humano está en posesión de unos derechos inherentes, cuya violación es una grave falla moral, pues se consideraría un ataque a Dios directamente. Además, en tercer lugar, el ser humano posee un valor inmenso que sólo Dios conoce en detalle; cuarto lugar, la creación de Dios transfiere al ser humano el concepto de igualdad. Por último, la creación del ser humano, lo pone en un orden de gran responsabilidad de emular la providencia de Dios.

Bruton (2004) discutió las características de la ley moral natural que incorporan la teológica, la teoría de la virtud, el decálogo o la regla dorada, la consecuencialidad. Bajo la perspectiva teológica, el enfoque principal es cuál debe ser el bien máximo a perseguir por el ser humano; la búsqueda de la felicidad. La teoría de la virtud estableció el hábito y firme disposición de hacer el bien. El Catequismo Católico separa las virtudes humanas

de las teológicas, que son aquellas adaptadas por los hombres para participar de la naturaleza divina. El decálogo, resume la responsabilidad y obligación moral que tienen los seres humanos en virtud de ser criaturas de Dios. Estas guías dirigen el camino del hombre a su destino, enmarcados en el amor de Dios y el orden apropiado para aplicar su capacidad de amar. La consecuencialidad plantea que el hombre al ser libre tiene la responsabilidad de sus actos y sus efectos en terceros. Plantea que la verdadera libertad surge del servicio hacia lo justo y el bien común. La desviación de la ley moral violenta la libertad del individuo y lo hace esclavo del pecado.

Según discutido por Bruton (2004), el modelo católico puede aplicarse mediante diez principios básicos. El principal es el concepto del amor o persona trinitaria de su naturaleza, figura trascendental y suprema de Dios. Un Dios infinitamente perfecto en el amor eterno que ha hecho participe al ser humano de sus bondades. Esto se logró mediante la Creación de un ser humano a imagen y semejanza de Dios. Esta herencia le brinda al ser humano una dimensión sagrada y social combinada. Además, se integró el concepto de la libertad auténtica, estructurada bajo un ordenamiento divino dirigido por unas leyes naturales que rigen el mundo físico y unas leyes naturales morales que aplican al alma humana.

Bajo éstos también se encuentra el gobierno, donde se promovió la participación de las instituciones gubernamentales que regulen cómo se alcanza el bienestar común y dónde se espera que mediante su aportación pueda minimizarse la aplicabilidad del principio del subsidio. Por otro lado, postuló que la solidaridad humana ante la perspectiva global permite expandir o integrar la misión y responsabilidad de hacer el bien todos por igual. Otro principio es el de la justicia, que según el autor discute la postura de Santo Tomás de Aquino. Ésta puede regula lo que la comunidad le debe a sus ciudadanos por su contribución con el bienestar común, comunitativo, que regula los intercambios entre personas de acuerdo al estricto respecto de sus derechos. La posesión de propiedad privada es recibida en virtud de su naturaleza de ser humano para garantizar su libertad, su dignidad humana, llenar sus necesidades, y su capacidad de solidariamente desarrollarse entre los hombres. La dignidad del trabajo surge según el Génesis (1:28), como un ordenamiento divino para cubrir la tierra y tener dominio sobre toda lo que habita sobre ella, haciendo el trabajo una responsabilidad al máximo de las capacidades. De la misma forma, bajo la Creación, se le asignó al ser humano, la responsabilidad de convertirse en el mayordomo y protector del dominio material de Dios.

Wishloff (2004) explicó cómo la naturaleza de sociabilidad del ser humano le permite nutrir la demanda de sus necesidades morales, sociales, intelectuales y espirituales. De otro modo, la interacción social es necesaria para nuestra perfección. Bajo esta premisa, discutió la relación entre el individuo, su comunidad inmediata, su familia, la comunidad civil, social y empresarial y la estructura política y gubernamental. La aplicación adecuada de estas interacciones permite al ser humano alcanzar su misión teológica.

Concluyó Wishloff (2004), que la aplicación de esta doctrina incluye las instituciones sociales, gubernamentales y empresariales. Esto debido a que el ser humano como sujeto en principio de todas y cada una de esas instituciones, incorpora todas las

responsabilidades dispuestas por Dios en la Creación a estos escenarios. Estas instituciones son medios para que el ser humano pueda alcanzar su misión, satisfacer sus necesidades, alcanzar el bien y desarrollar sus capacidades dentro de un contexto moral, según lo establece la doctrina discutida. Es aquí, donde el autor entrelazó la naturaleza humana según la Creación, con la responsabilidad social e institucional e inclusive el gobierno corporativo. Esto pueden lograrlo mediante; (1) la demostración de su amor al pobre y desvalido, el cumplimiento de su misión corporativa proveyendo buenos servicios, productos de buena calidad y manteniendo informado adecuadamente a sus grupos de interés; (2) las empresas deben involucrarse en la filantropía persiguiendo el bienestar común; (3) integrarse en alianzas y esfuerzos cooperativos que permitan aliviar la pobreza y el sufrimiento humano; (4) facilitando financiamiento y capital a los menos afortunados para puedan comenzar sus propias empresas, abriendo nuevas oportunidades de empleos para otros; y (5) permitiendo que individuos y grupos pueden utilizar sus talentos para beneficiar a otros.

Por otro lado, Kelley y Elm (2003) discutieron los aspectos que influencian a los empleados y gerentes en la toma de decisiones y los aspectos éticos y morales que confrontan. Los autores, específicamente utilizan el Modelo de Contingencia de Jones (1991), para la toma de decisiones éticas. Este modelo estableció que la estructura organizacional y sus factores empresariales influyen en la manera que los gerentes enmarcan los factores éticos en la toma de decisiones.

Estos autores establecieron que el contexto o escenario afectan la capacidad de reconocer y enmarcar los aspectos éticos de una situación. Con esto se sugiere que el proceso ético de toma de decisiones ocurre en función de varios individuos y sus factores situacionales. De otro modo, el nivel de razonamiento moral de un gerente interactúa con el contexto de su trabajo inmediato y la cultural organizacional que influencian su estructura ética para la toma de decisiones. Puede concluirse que este proceso recibe influencia directa de factores sociales, legales, organizacionales, personales, profesionales y gubernamentales o institucionales, incluyendo los vectores de impacto de estos factores en el ámbito internacional.

Además, adujeron a que los factores organizacionales tienen un impacto directo en la intensidad moral de las situaciones o decisiones que afronta el gerente. De esta forma, establecieron que estos factores organizacionales tienen un efecto tanto en la intención moral del gerente como en su comportamiento moral. El concepto de intensidad moral lo enfocaron dentro del marco multidimensional que cuenta con seis dimensiones que caracterizan un aspecto ético que debe incorporarse en el proceso de decisión.

Las dimensiones del concepto de intensidad moral incluyen: (1) la magnitud de las consecuencias o la suma de los beneficios o daños causados a los beneficiarios o víctimas, (2) el consenso social o el grado social que permite o rechaza una acción, (3) la probabilidad del efecto o la función conjunta de que el acto se lleve a cabo y cause el daño, (4) el tiempo de impacto o la duración que tome entre el que ocurran las consecuencias y la ejecución del acto, (5) la proximidad o la cercanía que el que ejecuta la acción tiene a la víctima o el beneficiario, (6) la concentración del efecto o el número

de personas que puedan ser impactadas por el acto ejecutado. Estas dimensiones, su percepción sobre la realidad y su interacción tienen un impacto directo en el empleado o gerente en su proceso de reconocer un problema o situación de índole moral.

Cormier, Gordon y Magna (2004) discutieron los contrastes que pueden surgir sobre la percepción de la realidad de empleados y gerentes en cuanto a situaciones particulares de cumplimiento corporativo con sus grupos de interés. Los autores tomaron el escenario específico sobre la responsabilidad social e institucional de mantener informados a los grupos de interés de la empresa. Sugirieron los autores que es necesario estudiar este fenómeno aplicado a la responsabilidad empresarial y obviamente los valores éticos y morales de los ejecutivos de una empresa. Con su estudio debatieron sobre las razones discretionales de la gerencia en divulgar información apropiada de la empresa y por qué unas empresas la informan y otras no.

Su modelo está sustentado en el concepto del contrato social de Rousseau (1762/1975) donde los individuos y organizaciones entran para perseguir el bienestar común de la sociedad. Este modelo está apoyado por tres áreas principales: la legitimidad, la divulgación en el contexto del grupo de interés y la percepción gerencial sobre estos grupos. La legitimidad ofrece un marco de referencia para estudiar cómo las empresas responden a su entorno y sociedad. Esta teoría se enfocó en la obligación de la empresa de divulgar informes anuales sobre su impacto al ambiente corporativo y social. La divulgación en el contexto del grupo de interés persigue demostrar que existe una relación entre las estrategias corporativas y el nivel de responsabilidad social sobre las divulgaciones. Por otro lado, ha quedado demostrado que existe una relación entre el patrón del impacto económico anterior, la postura hacia la responsabilidad social, el gobierno corporativo y la intensidad o presión de los grupos de interés. Por último, el modelo propuesto por Cormier, Gordon y Magna (2004) plantearon que los grupos de interés tienen la capacidad de impactar las actividades y los planes de la firma y la gerencia tiene que responder a sus peticiones. Esta habilidad de los miembros de los grupos de interés pesa sobre la percepción que puede desarrollar la gerencia sobre sus responsabilidades empresariales, el gobierno corporativo, su estructura de valores corporativos, su actitud y el grado de compromiso hacia la comunidad.

El estudio de Cormier, Gordon y Magna (2004) concluyeron partiendo de la base del contrato social, que las empresas tienen la necesidad de comunicar su rendimiento, productividad y actividades a los distintos grupos sociales o de interés. Esto les permitirá mantener su legitimidad ante la sociedad. Su trabajo levanta varios aspectos éticos, tales como (1) si la gerencia está reportando basado en las preocupaciones reales de los grupos de interés, (2) si la información considera las posturas de los grupos de interés, (3) si la divulgación va a la par con el rendimiento de la firma, (4) y la medida del impacto ambiental de la empresa y cómo éste es notificado. En este último caso, el mismo ha tomado gran relevancia, pues sobrepasa la obligación de la empresa de ser productiva como medio de contribuir al bienestar común, para convertirse en protectora de ese ambiente donde el ser humano ejerce su misión social.

VIII. La responsabilidad social en el ámbito internacional

La responsabilidad social corporativa define la relación de confianza entre el negocio y la sociedad. Según Snider, Hill y Martin (2003), su definición puede aludir a creencias, normas o actitudes relacionadas a la naturaleza de su afiliación. Los negocios existen para servir a la sociedad y en esa dirección deben dirigir sus beneficios corporativos. En otras palabras, la obligación de la sociedad es utilizar sus recursos en formas que aporten al bienestar de la sociedad, mediante el compromiso de su participación en la sociedad como ente productivo.

Bajo este postulado pueden observarse cuatro componentes dentro de la responsabilidad social: el (1) el económico o el que tiene como meta incrementar las ganancias y el crecimiento, (2) el legal, que mueve al cumplimiento de las normativas en donde se circumscribe la empresa, (3) el ético, que establece la responsabilidad de respetar los derechos de los demás, cumpliendo con las obligaciones impuestas sobre ellos por la sociedad y garantizar esos derechos, y (4) el filantrópico que apoya actividades genéricas hacia la sociedad en algún dominio en particular.

De otra parte, bajo la teoría de especificidad las empresas son responsables ante grupos particulares de interés relacionados con la firma, como por ejemplo los inversionistas, clientes, suplidores, intermediarios, agencias reguladoras, ejecutivos, empleados, a los que se une la comunidad. Mediante los mecanismos de informes, reportes y comunicados de prensa las empresas y portales de Internet, típicamente pueden satisfacer parcialmente las necesidades de estos grupos de interés. Éste es un proceso de informar los efectos sociales, ambientales y económicos que las determinaciones presentes y futuras pueden tener dentro de su ámbito de acción en la sociedad. El fin primordial es llenar las necesidades particulares de los distintos componentes de esos grupos de interés sobre la posición de la empresa con relación a su ambiente social y el cumplimiento con su responsabilidad social e institucional, según Snider, Hill y Martin (2003).

El proceso de globalización plantea una nueva dimensión al aspecto de la responsabilidad social e institucional. De hecho, incorpora elementos de operaciones multinacionales donde las empresas tienen que adaptarse al ambiente, normas y legislación particular, aspectos culturales y procesos de comunicación, información o diseminación de conocimiento efectiva para atender las necesidades de sus grupos de interés internacionales. Describieron Snider, Hill y Martin (2003), que las empresas internacionalizadas dependen de herramientas tecnológicas como la Internet, para mantener una relación con los grupos de interés tanto internos como externos a su ambiente de trabajo.

En esta era del conocimiento y de la informática se plantearon nuevos retos éticos tanto para la empresa, el empleado y sus contribuciones para con el bienestar común de la sociedad, según explica Mason (1986). Bajo los preceptos de la sociedad del conocimiento de Drucker (1994), más personas son empleadas para la recopilación, manejo y distribución de información. La producción de capital intelectual planteó cuatro

aspectos éticos de gran relevancia como lo son la precisión, la propiedad, la accesibilidad y la privacidad. El primero, plantea quién será el responsable auténtico de la información y a quién se hará responsable de los errores o deficiencias en la información o datos informados. El segundo, cuestiona qué ente es dueño de la propiedad y los canales de transmisión de la misma. El tercero, qué elemento dentro una organización tiene los privilegios de acceder, alterar, y obtener la información. Por último, el aspecto de privacidad discute quiénes tienen la autoridad de divulgar la información y protegerla de accesos no otorgados.

Bajo este aspecto operan dos fuerzas principales; el crecimiento de la tecnología bajo la nueva era del conocimiento y el valor de la información en la toma de decisiones para fomentar una empresa más saludable que pueda cumplir con su responsabilidad social y el bienestar de la comunidad empresarial y social. Para propósitos de la discusión sobre la ética en la industria de carga marítima, los aspectos más relevantes de los planteamientos de Mason (1986), lo son la precisión y la representación verdadera de los datos suministrados y la propiedad de la información remitida a terceros para apoyar los procesos empresariales, cumplimiento gubernamental y social. Ambos aspectos los circundan preocupaciones éticas y económicas con relación al individuo o empresa que genera la información, los atributos, la representación y el uso de la misma. Mason (1986) concluyó que las empresas deben asumir la responsabilidad y contrato social por la tecnología y los medios de información de los datos de negocios dentro del nuevo mundo económico. Más aún, que este flujo de información debe utilizarse para crear el tipo de mundo donde deseamos vivir, preservando el bienestar común.

Cordeiro (2003) planteó cómo las empresas multinacionales y en proceso de internacionalización tienen una mayor responsabilidad social y corporativa. El comercio internacional es una iniciativa complicada donde interactúan múltiples variables sociales, culturales, educacionales, económicas y legales, tanto en el país de origen como en el país para desarrollo. De entrada, el autor establece que una acción contraria a la ética, es una acción que afecta la misión de negocios de la empresa. Este tipo de comportamiento puede afectar directamente a los grupos de interés, tanto en la nación de origen como en el objetivo. La tecnología, siguiendo con el paradigma de Mason (1986), puede ser un gran recurso para desarrollar una relación adecuada con estos grupos, permitiendo también descargar su responsabilidad de divulgación de una forma rápida, actualizada, directa y accesible por más tiempo.

Una empresa en cualquier entorno, doméstico o internacional, requiere mantener un nivel mínimo de moralidad para su éxito en el mercado. Un mercado eficiente exige un comportamiento básico moral con un nivel de verdad y confianza. De hecho, puede asociarse un comportamiento ético con una existencia productiva de una empresa en un escenario de internacionalización. Dada la complejidad de las variables asociadas al escenario internacional, la empresa debe proveer un ambiente adecuado de desarrollo apoyado por unos hábitos éticos. En el caso particular de países en desarrollo o subdesarrollados, Cordeiro (2003) resumió que la responsabilidad es aún mayor, pues la empresa debe aportar a crear las circunstancias y oportunidades propicias para

contribuir con el bienestar común de esa sociedad, asistiendo en la configuración del ambiente ético del país.

Para Caldwell y Caplham (2003), el elemento fundamental entre todas las relaciones empresariales e institucionales y para el éxito de las organizaciones es la integridad o la honradez. Ésta puede definirse como la condición que antecede al desarrollo de la capacidad de confiar en un individuo o institución. Esta condición la componen el grupo de experiencias y percepciones que nos dirigen a creer en una persona, institución u organización. Para Yarce (2001), la integridad según aplicada al individuo, es la entereza y rectitud de conducto para vivir de acuerdo con los principios y valores éticos, probidad y coherencia personal. Los vectores o características principales son la rectitud, coherencia, entereza, unidad y honestidad. Al violentarse dichos vectores los resultados son la deslealtad, falsedad, incoherencia y el engaño. Desde la perspectiva ética, la integridad, puede definirse como el resultado de una determinada decisión o acción que reconoce y protege los derechos e intereses de los demás, mediante la aplicación del proceso de análisis ético y de valores de cada individuo.

El aspecto de la percepción que discuten estos autores, dirige la consideración ética al ámbito subjetivo, como por ejemplo la interpretación distinta que dos personas puedan brindarle a un mismo evento dentro del entorno ético. Los elementos que determinan la capacidad individual de determinar este aspecto ético, surgen del grupo de creencias y valores adquiridos de otros, del pasado, de la propia realidad dentro del rol que tomamos en la sociedad u la organización. Claro está, las percepciones y creencias adquiridas bajo nuestro rol en la sociedad y el escenario cultural e internacional en donde se devuelve ese individuo y esa sociedad.

Según Caldwell y Caplham (2003), las interacciones de los individuos, grupos y organizaciones crean y desarrollan las relaciones sociales. Estas relaciones están ocurriendo en un ambiente dinámico, en nuestra era, en un escenario internacional, como resultado de la adaptación de las percepciones individuales, raíz de las miles de interacciones humanas y sociales. De la observación de estas interacciones y su impacto en el proceso de adaptación surge la determinación de la integridad de otros individuos, instituciones y organizaciones que son parte de la red social.

En el aspecto empresarial esta capacidad de desarrollo de confianza surge de las propias capacidades de confianza interpersonales. Ambos autores sugirieron un modelo organizacional para el establecimiento de la integridad que cuenta con siete responsabilidades básicas: (1) competencia o nivel de conocimiento para alcanzar los resultados de la organización, (2) garantías de calidad o los estándares de calidad establecidos en la empresa para alcanzar los resultados, (3) cortesía o el grado de respeto que se le mantiene a los demás en el desempeño de sus labores, (4) equidad o la participación adecuada de los grupos empresariales de interés en los procesos de formulación de prácticas internas y externas de la firma, (5) responsabilidad de informar y mantener los niveles de comunicación con los grupos de interés, (6) cumplimiento legal y (7) balance financiero o la habilidad de que la empresa para alcanzar sus objetivos de una forma eficaz y eficiente. Estas siete responsabilidades básicas pueden agruparse en

dos de tres componentes principales: el afectivo que incluye la equidad, la cortesía, y la responsabilidad de informar; y el cognoscitivo, que incorpora la competencia, el balance financiero, el cumplimiento legal y las garantías de calidad. El tercer componente es el efecto cultural que actúa sobre todas las responsabilidades y la formulación de valores. Éste incide sobre el desarrollo de la estructura organizacional o corporativa y permea las determinaciones del gerente en el ámbito internacional.

IX. El valor del conocimiento en la gobernanza institucional

Los autores discutidos anteriormente sustentan una postura favorable hacia la tecnología como elemento para la competitiva institucional y empresarial. Sugirieron un modelo de convergencia con las estructuras de negocios, los modelos de alineamiento, las responsabilidades del Principal Oficial de Informática, y las características del CEO y cómo crear valor en la empresa a través de la tecnología. Sriram y Krishnan (2003) ofrecieron un enfoque investigativo a un elemento vital en la consideración para la inversión en tecnología. Estos autores plantearon la relevancia del valor de la inversión en tecnología en la percepción del valor de la empresa. El sector financiero puede usarse para estudiar el impacto que las inversiones en la tecnología tienen en la percepción de los inversionistas sobre el valor de la empresa. Propusieron que las organizaciones utilizan la informática para manejar los costos de producción y los procesos operacionales y estratégicos. En el sector financiero adujeron que las empresas usan la informática para acceder nuevos mercados, diferenciar sus productos y mejorar las relaciones entre clientes y suplidores. La discusión de los estudios anteriores sobre la aportación de la inversión en tecnología al valor de la firma muestra resultados mixtos, donde en algunos casos no se puede determinarse su impacto, o donde éste ha sido modesto.

De la misma forma, concluyeron que estos resultados no pueden ser generalizados a todas las empresas debido a cada una utiliza la tecnología de formas distintas. Además, los mecanismos para determinar su rendimiento pueden ser muy complejos y a largo plazo. Por otro lado, toda la referencia discutida por Sriram y Krishnan (2003) sugiere que la inversión en tecnología es necesaria para la sobre vivencia estratégica. Concluyeron que sí existe una relación positiva entre la inversión en tecnología y el valor de la empresa según percibido por los inversionistas. Más aún, que aquellos activos que se perciban como una herramienta estratégica para proteger el valor a largo plazo de la empresa y perseguir crecimiento e innovación, serán percibidos por el mercado positivamente. Recomendaron que los ejecutivos comprendan la relevancia de la informática en su industria y mercado, pues esto les permitirá mejorar el valor de sus inversiones en ésta.

Asimismo, para Carneiro (2001) el arma real para la ventaja competitiva es la adquisición del conocimiento y las herramientas tecnológicas. Para lograrlo, los miembros de la organización pueden contribuir en el desarrollo de conocimiento hacia la innovación agresiva y atender la gran demanda de los clientes en un ambiente global. Para presentar su postura, examinó la relación entre el valor o componente humano y la tecnología, ambos instrumentos vitales en el proceso de administración del conocimiento. El

conocimiento es un verdadero activo empresarial. Su integración y diseminación a través de ésta, junto al factor humano, permitieron establecer las bases para la efectividad empresarial a largo plazo. Las principales fuentes de éste son los datos, la información y la experiencia. Carneiro (2001) discutió un modelo de manejo de conocimiento subdividido en dos áreas. La tecnología provee las especificaciones para sistemas corporativos inteligentes, mientras que los agentes inteligentes están enfocados en el rendimiento financiero de la empresa.

La tecnología informática permite agrupar y difundir el conocimiento en la organización de una forma más rápida y estructurada. El uso efectivo de esa tecnología para comunicar ese conocimiento digitalmente, que permitirá una toma de decisiones ágil y efectiva, requiere de una herramienta de interpretación. El autor describió los sistemas de asistencia decisional como herramientas para explotar el conocimiento de la empresa y aprender más aceleradamente que sus competidores. Esta herramienta permite a la gerencia una formulación de estrategias que permitan añadir valor a la empresa. Por otro lado, la aportación de los agentes inteligentes debe ser incorporada al modelo como otra fuente de conocimiento. Esto sugirió un proceso de educación y mejoramiento profesional que les permita a estos agentes obtener las destrezas para descargar sus responsabilidades con relación al rendimiento de la empresa y utilizar su conocimiento para una resolución más efectiva de las situaciones de la empresa. Concluyó el autor que la integración de la tecnología, los sistemas de apoyo decisional y estratégico y las actividades de los agentes inteligentes pueden dirigir a la empresa a una posición competitiva sólida. De otra forma, el manejo o administración efectiva del conocimiento es decisivo en el desarrollo de organizaciones competitivas. Aún resta por mejorar el modelo propuesto para incorporar un mayor número de herramientas tecnológicas y nuevos agentes inteligentes. A corto plazo, el autor intentó validar su modelo con información real, para facilitar la comprensión de la gerencia sobre el valor estratégico del manejo del conocimiento.

Porter y Stern (2001) relacionaron los factores de innovación y desarrollo de tecnología con la ubicación física de la empresa. La innovación y tecnología se han convertido en un factor para la competencia global. En el pasado, el enfoque de competitividad estaba basado enteramente en reducir costos o mejorar la calidad. En el presente, el mejoramiento operacional continuo es un requisito y la competitividad surge de la habilidad de la empresa en adquirir o implantar esa tecnología. En naciones desarrolladas, sólo hacer productos comunes con procesos rutinarios, no son elementos suficientes para mantener la competitividad. Las empresas deben innovar y transferir esa innovación y tecnología globalmente. Debatieron los autores, que la capacidad de innovación en un lugar está asociado a la capacidad nacional de innovación. Esto no incluye sólo la capacidad de entender y aceptar la innovación o tecnología, sino de crear el ambiente económico y político para estimular la innovación.

Según Porter y Stern (2001), la capacidad nacional de estimular ese ambiente se basa en tres elementos fundamentales. Éstos incluyeron la infraestructura común de innovación, los grupos industriales específicos de innovación y la calidad de la relación entre los anteriores. La infraestructura común es el conjunto de recursos humanos y

financieros que una nación asigna al desarrollo científico y tecnológico, la política pública con respecto a la innovación y el nivel de sofisticación tecnológica de la economía. Los grupos industriales se refieren a las empresas responsables de introducir y comercializar esa tecnología. Estos grupos o “clusters” ofrecieron unas ventajas a las localidades donde se encuentran, pues facilitan la capacidad de convertir nuevas ideas en realidad. De hecho, establecieron los autores, que un ambiente de grupos de innovación es la base para la ventaja competitiva al nivel global en múltiples disciplinas. Por otro lado, la calidad de la relación entre los grupos y la infraestructura común es vital para acelerar y apoyar el desarrollo de nueva tecnología.

Un estudio realizado por Porter and Stern (2001) sobre el compromiso tecnológico en 17 naciones permitieron demostrar la relación entre la calidad de la infraestructura común nacional y el volumen de patentes registradas en dichas naciones. Claramente demostraron que el ambiente de grupos industriales mantiene una relación directa con la calidad de la relación con la infraestructura común nacional. Los resultados demostraron que las empresas están más inclinadas a innovar en ambientes que favorecen dicha innovación. Además, esa innovación es dependiente de la cantidad de investigadores y científicos que existan en la fuerza laboral del país. Otros factores de gran influencia fueron la inversión en la educación, la efectividad en la protección de patentes, la aportación gubernamental a la investigación y la participación académica en su desarrollo. Por otro lado, el estudio reflejó que Estados Unidos y Suiza mantienen las principales posiciones sobre innovación, aunque han perdido terreno ante Japón, Alemania, Suecia, Dinamarca y Finlandia. De otro modo, países europeos como Italia, el Reino Unido y Francia mantuvieron una posición de limitada con relación a su capacidad innovadora.

Concluyeron Porter y Stern (2001) que para establecer una base sólida para alcanzar una ventaja competitiva es necesario comprender el alcance de la localización de la empresa. La reducción en costos de comunicación y unas fronteras más amplias resaltaron la importancia de la localización como elemento de competitividad. La gerencia no sólo tiene que administrar el proceso de innovación y tecnología dentro de su empresa, sino que también tiene que tomar ventaja de las oportunidades que surgen localmente en sus mercados. Por tal motivo, una verdadera ventaja competitiva estriba en evitar la imitación por parte de la competencia. La ventaja competitiva surgida de las oportunidades de innovación que brinda la localidad, puede ser más sostenible que meramente implantar sanas prácticas corporativas.

Como muestra la revisión literaria de las pasadas secciones el énfasis en la competencia global ha evolucionado, desde mantener niveles altos de productividad hasta ingeniería concurrente, a innovación acelerada y manejo de conocimiento. Complementaron Pemberton, Stonhouse y Francis (2002) que las organizaciones no deben confundir el manejo del conocimiento como una extensión de la tecnología o los sistemas de información. Para apoyar esta recomendación, promulgaron el modelo de Nonaka y Takeuchi (1995) sobre la generación de conocimiento empresarial mediante la interrelación social, integrando el conocimiento tácito y el explícito. Éste estimuló la transferencia del conocimiento tácito durante la interacción común de los empleados hasta su conversión en explícito mediante la generación de informe escrito o simuladores

de procesos. De hecho, Nonaka y Takeuchi (1995) cuestionaron la intensa preocupación sobre el conocimiento explícito en un ambiente tecnológico sobre tácito, siendo este último el que permite la creatividad.

Basándose en estas premisas, Pemberton, Stonhouse y Francis (2002) encontraron en su estudio sobre el centro de investigación europeo, que la empresa tiene dos puntos sumamente positivos: (1) el conocimiento tácito es reconocido como elemento integral del centro, y (2) la infraestructura informática necesaria para apoyar esta iniciativa es adecuada. Otras áreas del estudio que recibieron reconocimiento intermedio lo fueron: (1) el reconocimiento a los expertos es abierto y utilizado (“el conocimiento tácito”), (2) clientes y competidores están conscientes que la empresa utiliza su conocimiento para desarrollar nuevos productos, (3) se utilizan llamadas en conferencia y videoconferencias para facilitar la transferencia de conocimiento a unidades remotas, y (4) se reconoce la existencia de la tecnología. Por el contrario, las áreas de menor reconocimiento fueron: (1) el rol de oficiales de conocimiento o entes inteligentes ha sido claramente identificado, (2) el manejo del conocimiento es considerado un destreza gerencial, (3) el almacenaje de información y el compartir conocimiento con otros está recompensado por la empresa, (4) la gerencia tiene la visión del manejo de conocimiento, y (5) procesos para el monitoreo de las operaciones externas. En resumen, el estudio dimensional reflejó que el centro está bien centrado en términos de tecnología, aunque respecto a la aplicación no está del todo enfocado. Además, se demostró una percepción negativa sobre la empresa en los procesos del manejo y distribución de la información, el efecto de “filtro”, el cual se percibe como una barrera al conocimiento. Aún más, existe la impresión de que la inversión en tecnología se realizó cuando hay una clara proyección de rendimiento financiero a corto plazo. Surgen incongruencias entre los recursos humanos y técnicos, la visión de la gerencia, y el ambiente cultural; las cuales no facilitan la creación del conocimiento y la gerencia efectiva del mismo.

Concluyeron los autores que el conocimiento tácito y fundamental, según Nonaka y Takeuchi (1995), se percibió como una fortaleza aunque por las incongruencias antes mencionadas no es explotado o transferido a conocimiento explícito de la organización. Esto es debido mayormente a la falta de visión gerencial, pobre comunicación de objetivos y falta de compromiso, estimulado por una estructura rígida. Del estudio de Pemberton, Stonhouse y Francis (2002) surgió claramente que el centro de investigación afronta tres situaciones principales, (1) falta de comunicación o sociabilidad efectiva, (2) la falta de alineación de la visión gerencial con el objetivo del centro, y (3) una estructura rígida que permita un flujo e interacción menos burocrática y la flexibilidad. Además, del posicionamiento estratégico, la principal estrategia de la empresa para perseguir y mantener su ventaja competitiva es la innovación. La gerencia debe establecer centros de investigación o aprendizaje, como sugiere Senge (1990). El funcionamiento del centro debe estar alineado, mediante la transferencia efectiva y flexible de conocimiento. De esta forma podrá estimular la innovación y el mejoramiento hacia una estructura robusta de gobierno corporativo.

Educación para el desarrollo sostenible

La educación como instrumento para la diseminación de conocimiento, es una piedra angular para la sostenibilidad. Sin embargo, la paradoja es que los países con mayores niveles de educación tienen las mayores tasas de consumo per cápita (McKeown, 2002). El reto que lanza McKeown (2002) es “elevar los niveles de educación sin crear una demanda cada vez mayor de recursos y bienes de consumo y la consecuente producción de contaminantes”. Por lo que, la relación entre la educación y el desarrollo sostenible es compleja. McKeown (2002) menciona que la educación afecta directamente a los planes de sostenibilidad en las siguientes tres (3) esferas:

- Implantación: una ciudadanía educada es vital para la implantación de un desarrollo informado y sostenible.
- Toma de decisiones: las buenas decisiones que sean tomadas en forma comunitaria tendrán un impacto sobre el bienestar social, económico y ambiental. También, dependerán de los ciudadanos educados.
- Calidad de vida: la educación, es fundamental para mejorar la calidad de vida. Una mejor educación tiene implicaciones en el plano individual y colectivo.

Por lo tanto, la educación es central para la sostenibilidad ya que están relacionadas inextricablemente. La educación para la sostenibilidad, según McKeown (2002), debe de poseer varios componentes. Entre estos:

- La inclusión de las condiciones ambientales, económicas y sociales de la localidad.
- Reorientar la educación universitaria. La administración y facultad deben reorientar los programas académicos de las universidades para incluir las múltiples y complejas facetas de la sostenibilidad.
- La sostenibilidad requiere que la población esté consciente de las metas de una sociedad sostenible y que posea los conocimientos y habilidades para contribuir con las metas.
- Es necesario una ciudadanía letrada y con conciencia ambiental, así como de una fuerza laboral que ayude a guiar al país en la implantación de sus planes de sostenibilidad.

Este mismo autor, menciona que para abordar la sostenibilidad deben incluirse un programa académico formal con cinco (5) componentes. Estos son: conocimientos, habilidades, perspectivas, valores y problemas. Los/as estudiantes necesitan de conocimientos básicos de las ciencias naturales, ciencias sociales y humanidades para comprender los principios de desarrollo sostenible, como puede ser implantados, los valores que implican y las ramificaciones de su implantación (McKeown, 2002). En cuanto, a las habilidades deben ser prácticas que les permita seguir aprendiendo

después de que terminen la universidad, ganarse la vida de una manera sostenible, y llevar una vida sostenible. La capacidad de considerar un tema desde la perspectiva de varios grupos de interesados es esencial en la educación para el desarrollo sostenible. Según, McKeown (2002) entender los propios valores, los valores de la sociedad en que se vive y los valores de otras personas en el mundo es una sociedad en que se vive, y los valores de otras personas en mundo es una parte fundamental de la educación para un futuro sostenible. Por último, cuando la educación debe ser enfocada en los principales problemas sociales, económicos y ambientales que amenazan la sostenibilidad del planeta (McKeown, 2002). En fin, los/as estudiantes universitarios/as precisan adquirir las habilidades para analizar problemas y soluciones propuestas, entender los valores detrás de las posturas opuestas y analizar los conflictos que surgen de dichos problemas y soluciones (McKeown, 2002).

Elementos para un desarrollo sostenible

Para avanzar hacia el desarrollo sostenible, Gallopin (2003) menciona que se necesita:

- Eliminar las rigideces y obstáculos acumulados
- Identificar y proteger la base de conocimientos y experiencia acumulados que son importantes como los cimientos para avanzar,
- Sostener las bases sociales y naturales de adaptación y renovación, e identificar y acrecentar la capacidad necesaria de renovación que se ha perdido,
- Estimular la innovación, la experimentación y la creatividad social.

En conclusión, la innovación tecnológica permanente y las modificaciones que experimenta la organización social hacen que el desarrollo sostenible sea un proceso dinámico. Parte importante del proceso de posibilitar el desarrollo sostenible es aprender a conocer la forma en que las tasas de cambio influyen en el comportamiento de los sistemas sociales, ecológicos y económicos (Gallopin, 2003). Además, las distintas definiciones del desarrollo sostenible comparten el respeto por la necesidad de integrar los intereses económicos y ecológicos. Más allá de este aspecto básico, sus elementos comunes son más sutiles. Para lograr el desarrollo sostenible es muy importante comprender las vinculaciones entre los aspectos social, ecológico y económico de nuestro mundo. Ello obedece a que, en general, el comportamiento de un sistema está determinado tanto por las vinculaciones causales entre sus variables como por las variaciones en los valores de las variables mismas. Para comprender estas vinculaciones, conviene usar un enfoque sistémico en la observación de los fenómenos de nuestro mundo (Gallopin, 2003).

El proceso de puesta en práctica del desarrollo sostenible exige complementar la aplicación de un enfoque sistémico con la integración de perspectivas múltiples. Es la responsabilidad social la plataforma para el establecimiento de un paradigma hacia el desarrollo sostenible.

Referencias

- Angulo, N. (2010). Pobreza, medio ambiente y desarrollo sostenible. *Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 26(2).
- Gómez, J. (2014, enero a junio) Del Desarrollo Sostenible a la Sustentabilidad Ambiental. En: *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*, XXI (1). 115-136.
- Alonso, I., (2002). *Psicología*. McGraw Hill Interamericana de España, Madrid, España.
- American Psychological Association. (n.d.) *Electronic Reference*. Recuperado el 4 de octubre del 2007 de <http://www.apastyle.org/electcourse.html>
- Beck, B. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona; Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Bruton, S. (2004, January). Teaching the golden rule. *Journal of Business Ethics*, 49(2), pp. 179. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 576706591).
- Byrd, T. (2001). Information technology: Core competencies and sustained competitive advantage. *Information Resources Management Journal*, 14(2), pp. 387-407. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 52194103).
- Caldwell, C., Clapham, S. (2003, November). Organizational trustworthiness: An International Perspective. *Journal of Business Ethics*, 47(4), pp. 349. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 489931751).
- Carneiro, A. (2001). The role of intelligent resources in knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 5(4), pp. 358-368. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 2780044161).
- Chort, V. (2008). *The business approach to non-financial key performance indicators (KPIs)*. Recuperado el 9 de septiembre de 2009, de http://www.deloitte.com/view/en_CA/ca/services/enterpriserisk/corporateresponsibilityandsustainability/article/714afe87621fb110VgnVCM100000ba42f00aRCRD.htm
- Cordeiro, W. (2003, November). Should business ethics be different in transitional economies. *Journal of Business Ethics*, 47(4), pp. 327. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 489931691).
- Cormier, D., Gordon, I. & Magnan, M. (2004, January). Corporate Environment Disclosure: Contrasting Management's Perceptions with Reality. *Journal of Business Ethics*, 49(2), pp. 143. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 576706581).

- Druker, P. (1994). *Post-Capitalist Society*. E.U. Harper Collins Publishers.
- Friedman, T. (2003). *Terrorism may have put sand in its gear, but Globalization won't stop*. <http://yaleglobal.yale.edu/article.print?id=870>.
- Gallopin, G. (2003, mayo) *Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible: un enfoque sistemico*. Serie Medio Ambiente y desarrollo (64). 21-24. Naciones Unidos: Santiago de Chile.
- Hofstede, G. (2003). Dr. Geert Hofstede Cultural Dimensions_ International Business Center Website. De <http://geert-hofstede.international-business -center.com/>
- Jackson, A. (2003, October). Corporate governance update. *Corporate Governance*, 11(4), pp. 346-354.
- Kelley, P. & Elm, D. (2003, December). The effect of context on moral intensity of ethical issues: Revising Jone's issue-Contingent Model. *Journal of Business Ethics*, 48(2), pp. 139. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 532799381).
- Lechner, F. (2003). Globalization theories world culture theory., de <http://www.pensamientocrítico.org/fralec0703.htm>.
- Mason, R. (1986). Four ethical issues of the information age. *Management of Information Systems Quarterly*, 10(1), pp. 5-12.
- McKeown, R. (2002, julio). *Manual de Educación para el Desarrollo Sostenible*. Centro para la Geografía y la Educación Ambiental. Universidad de Tennessee: Knoxville, Tennessee.
- Mintzberg, H. (1979). *The structuring of organizations*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NY.
- Muraoka, K. (2002). *A survey of globalization theories*. Recuperado, de <http://www.toda.org/grad/oxford/muraoka.html>.
- Patel, C. (2003). Some cross-cultural evidence on whistle-blowing as an internal control mechanism. *Journal of International Accounting Research*, 2, pp. 69-96.
- Pemberton, J. D., Stonhouse, G. & Francis, M. (2002). Case study: Black and Decker – Towards a knowledge-centric organization. *Knowledge and Process Management*, 9(3), pp. 178-189.
- Porter, M. (1985). *Competitive strategy*. Massachusetts, EU, Harvard Business School Press.
- Porter, M. & Stern, S. (2001). Innovation: Location matters. *MIT Sloan Management Review*, 42(4), pp. 28-37. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 75999325).

- Robertson, C. & Fadil, P. A. (1999). Ethical decision making in multinational organizations: A culture-based model. *Journal of Business Ethics*, 19(4), pp. 385-392.
- Senge, P. (1990). *The fifth discipline: The art & practice of the learning organization*. Doubleday, New York.
- Shultz, D. (1991). *Psicología industrial*. (3rd ed.). McGraw Hill, Méjico, pp. 279-299.
- Snider, J., Hill, R. & Martín, D. (2003, December). Corporate social responsibility in the 21st Century: A view from the world's most successful firms. *Journal of Business Ethics*, 48(2), pp. 175. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 532799371).
- Sriram, R. & Krishnan G. (Jan-Mar 2003). The value relevance of IT investments on firm value in the financial services sector. *Information Resources Management Journal*, 16(1), pp. 797-803. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 259619711).
- Stiglitz, J. (2002). Globalization and its discontent. Reviews at Yale Global Online. de <http://yaleglobal.yale.edu/about/stiglitz.jsp>.
- Torres R. (2012). *Responsabilidad social y corporativa como índice de valor empresarial*. Editorial Académica Española, Saarbruken, Alemania.
- Trompenaars, F. & Hampde, Turner, C. (1998). *Riding the waves of culture*. (2nd ed.). McGraw Hill, New York.
- Wallerstein, I. (2000). Globalization or the age of transition? A long-term view of the trajectory of the World System. *International Sociology*, 15, pp..251-267.
- Wishloff, J. (2004, Winter). Catholic social thought and business ethics: The application of 10 principles. *Review of Business*, 25(1), pp. 15. (No. de servicio de reproducción de documentos de Proquest 597484611).
- Yarce, J. (2001). *Los valores son una ventaja competitiva*. Ediciones Liderazgo, Bógota, D.C., Colombia, pp. 15-60.