

SECCIÓN ESPECIAL: HACIA UNA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

GLOBALIZACIÓN, SOCIEDAD RED Y COMPETENCIA. HACIA UN NUEVO MODELO DE EMPRESA

Eduardo Bueno Campos
Universidad Autónoma de Madrid

Este trabajo se plantea dos objetivos. Por una parte, dibujar el marco conceptual en el que se desenvuelve la empresa actual, y por otra, identificar el modelo organizativo con el que mejor se adapta al entorno competitivo. Con el fin de definir el contexto de actuación de la empresa actual, se analizan los factores desencadenantes del proceso de globalización, y se estudia este proceso bajo una doble perspectiva, conceptual y empírica. En este contexto, se pone de manifiesto la necesidad de un nuevo modelo, estratégico-social, para el gobierno empresarial. Esta nueva forma organizativa debe hacer un uso adecuado de los intangibles basados en el conocimiento e incorporar sistemas para hacer más transparente y satisfactoria la gestión empresarial.

INTRODUCCIÓN

El proceso de globalización de la economía ha sido el protagonista de las dos últimas décadas del siglo XX y ha acelerado sus efectos hasta nuestros días, provocando un conjunto de convergencias de toda naturaleza entre los agentes sociales que en este momento componen el mercado global y que se van incorporando al mismo, tanto en lo que hace referencia a su estructura como a su comportamiento. Esta globalización ha incrementado las condiciones de la competencia y modificado sus formas, en gran medida por el impacto singular del desarrollo tecnológico y, sobre todo, de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), lo que ha provocado la construcción de la llamada sociedad red, la cual continúa desarrollándose y penetrando en todos los procesos del sistema económico.

Ante esta situación la empresa tiene que saber actuar y responder con eficiencia y efectividad a los retos que generan la globalización y la competencia actuales. Debe aprender a actuar en la sociedad red y aprovechar las

oportunidades que se le brindan y apostar por una mayor innovación en el nuevo contexto.

Dicha respuesta está definiendo un nuevo modelo de empresa, una nueva forma organizativa y un nuevo modo de gobierno más estratégico y social, en el que los intangibles basados en conocimiento y los contratos relacionales o implícitos que se producen entre los participantes de la organización protagonizan una realidad nueva y que viene concretándose en unos rasgos que tipifican las empresas de nuestro tiempo como “inteligentes” o pensantes”, trabajando en red y basadas en la importancia del conocimiento en sus procesos de negocio.

1. FACTORES, PERSPECTIVAS Y TENDENCIAS DE LA GLOBALIZACIÓN

Cuando Levitt (1983) presentó su teoría sobre los mercados globales, exponiendo los factores principales que llevan a cabo dicha globalización, creo que no fue capaz de vislumbrar o anticipar la influencia de su propuesta, el impacto que este planteamiento iba a tener en años sucesivos y el acierto en predecir la situación actual de la economía. Este autor comentó que la emergencia de los mercados de “ámbito universal” se basa en la existencia de una demanda de productos estandarizados y elaborados a gran escala y en diferentes localizaciones relacionadas a nivel internacional, uniformidad que se hace convergente gracias a la gran fuerza de la tecnología, la que él llama la *vida en la república de la tecnología*, en la que desaparecen las diferencias entre las preferencias nacionales o regionales.

En consecuencia, se pasa de una competencia de carácter internacional o multinacional, suma de las diferencias nacionales o locales citadas, a una global en la que se actúa en una sola dimensión, con una sola óptica empresarial, persiguiendo unos objetivos, formulando unas estrategias y adoptando unas decisiones desde una perspectiva sistémica u holista del mercado (global) y de la propia empresa (Bueno, 1993).

Basándonos en ideas previas de Levitt (1983), Porter (1986), Solvell (1988) y Solberg (1991), entre otros, en la figura 1 se proponen los factores principales que han ido configurando el proceso de globalización de la economía y definiendo la competencia global que caracteriza la economía actual.



FIGURA 1. GLOBALIZACIÓN Y ACTIVIDAD EMPRESARIAL



Fuente: Bueno, 1993

- *Internacionalización del capital y de los mercados de valores.* Es sin duda, el primer origen de la globalización, proceso que ha ido incrementándose en las últimas décadas del siglo XX, gracias a la influencia de la nueva era digital y sociedad red.
- *Desarrollo espacial de las empresas multinacionales.* El factor anterior se ha ido concretando en la mayor presencia de la empresa multinacional, actuando en diferentes países y siendo la protagonista del comercio internacional.
- *Desregulación económica (eliminación de barreras).* La eliminación sucesiva de barreras a la entrada y a la movilidad de los mercados, concretada en una serie de procesos de liberalización en sectores clave de la economía, ha sido un elemento facilitador de la globalización.
- *Creación de nuevos espacios económicos regionales.* La creación de mercados globales ha sido, en gran parte, la consecuencia de la constitución y desarrollo de mercados económicos únicos de áreas de libre comercio y de acuerdos multilaterales y bilaterales entre estos espacios interdependientes.
- *Desarrollo de las telecomunicaciones y de los transportes.* El avance tecnológico ha sido determinante, tanto en el aspecto digital como en el progreso de sistemas de comunicaciones y de transportes. Factor que será sujeto de mayor atención en el epígrafe siguiente.
- *Integración física de mercados.* La convergencia socioeconómica que está produciendo la globalización es consecuencia de la mayor relación e integración de información, conocimiento, personas, bienes y servicios y empresas. Cuestión que también será ampliada más adelante.

- *Integración, cooperación y alianza de empresas.* La evolución reciente de los sectores y de sus empresas ha recorrido la senda de una mayor concentración, y en la búsqueda de una cooperación y de unas alianzas que faciliten superar con menor riesgo los retos tecnológicos y competitivos del mercado.
- *Homogeneización de los mercados.* Como es sabido para que exista competencia debe haber una homogeneización determinada en el producto, lo cual lleva también a la del comportamiento de los agentes del mercado. Estandarización del consumo que obliga el desarrollo de determinadas estrategias en busca de ciertas economías, las cuales se exponen un poco más adelante.
- *Reducción del ciclo de vida de los productos.* El desarrollo tecnológico de los últimos años, con el efecto combinado de factores anteriores ha acelerado sobremanera la vida media de los productos de consumo duraderos y no duraderos, producto de la propia competencia global y de la puesta en práctica de métodos para reducir significativamente el tiempo de desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y de su gestión productiva (métodos conocidos por las expresiones: *time to market* y *just in time*).
- *Economías de localización o de red.* El desarrollo espacial de la empresa, la integración física de los mercados y la propia estructura del trabajo en red, permiten explicar la importancia y función de estas economías, generadoras del interés por la globalización.
- *Economías de ámbito o de campo de actividad.* El hecho de que la empresa al globalizarse no sólo profundiza en sus competencias esenciales, sino que también posibilita la ampliación de su campo de actividad o de su ámbito competitivo bien por productos, clientes o mercados, le lleva a lograr cierto efecto sinérgico o economías de alcance.
- *Economías de escala.* Finalmente, este es un factor relevante que inicia y confirma todo el proceso globalizador, dado que el tamaño y la mayor producción homogénea tendrán efectos positivos en los costes y márgenes empresariales.

Después de algunos años de globalización puede que sea necesario reflexionar en estos momentos sobre sus perspectivas y por donde parece que vayan a desplegarse sus tendencias. Estas perspectivas se van a considerar desde dos enfoques, como perspectivas conceptuales que permitirán referenciarlas sobre los factores originarios antes expuestos y como perspectivas empíricas, derivadas de la propia observación de los hechos hasta el presente.

Entre las perspectivas conceptuales cabe resaltar como aportaciones principales y ofreciendo diferentes visiones, más o menos críticas sobre el tema que nos ocupa, las siguientes:



- *Nueva estructura de relaciones y nuevos enfoques ante lo global y lo local en la economía del desarrollo.* Para Krugman (1997) la globalización puede ser explicada a través de la nueva estructura de relaciones que se ha ido construyendo entre los distintos agentes sociales, a la vez que puede y debe ofrecer un nuevo equilibrio entre lo global y lo local, como acciones coherentes y complementarias en una economía desarrollada.
- *Nuevo orden mundial.* Amin (1994) presenta la globalización como el nuevo orden mundial de nuestro tiempo, mostrando diferentes aspectos positivos y negativos en la dinámica económica que generan sus procesos entre países y espacios más y menos desarrollados.
- *Nueva división internacional del trabajo.* Consecuente con la situación creada por dicho nuevo orden mundial, Mittelman (1995) define la globalización como una nueva forma de la división internacional del trabajo.
- *Influencia de la globalización sobre las políticas de bienestar.* El efecto de la globalización para Miller (1995) y para otros autores sobre las políticas de bienestar y sobre la redefinición de nuevas formas de gobierno público es algo evidente. Consecuencia de ello ha sido la aparición de los enfoques de New Public Management y del Public Governance en Estados Unidos y en Europa.
- *Globalización e identidad cultural.* Esta perspectiva conceptual pone el acento en los procesos contradictorios y convergentes que se observan entre la globalización y las identidades culturales de los pueblos, buscando posiciones de relativo equilibrio y de evolución negociada. (Berner y Korff, 1995)
- *Globalización y desarrollo regional.* Otra visión sobre el tema es la que plantea Robertson (1993), por la cual se pueden observar procesos coherentes que relacionan la globalización con avances en el desarrollo regional.
- *Globalización como fenómeno relativo.* Bajo una perspectiva ecléctica, crítica y realista se posiciona De la Dehesa (2000) cuando plantea que la globalización no deja de ser un fenómeno relativo, a tenor de los aspectos y los condicionantes de carácter local e institucional que le afectan.
- *Globalización, competitividad y estrategia empresarial.* En última instancia la globalización y la competencia son fenómenos interdependientes y que se desarrollan de forma co-evolutiva, lo cual debe ser observado desde una perspectiva estratégica como forma de actuar la empresa en el nuevo entorno que configuran (Bueno, 1996).

Estas perspectivas se complementan con la evidencia empírica de lo que viene sucediendo en la realidad de los últimos años. En este sentido Terceiro

y Matías (2001) destacan las siguientes perspectivas empíricas como las más importantes:

- Globalización del comercio de mercancías
- Globalización de los servicios
- Globalización financiera y monetaria
- Globalización tecnológica
- Globalización en la organización empresarial y en sus actividades productivas
- Globalización de infraestructuras
- Globalización de los marcos reguladores
- Globalización institucional y de las relaciones sociales.

Con estos planteamientos y evidencias es momento de abordar, cuales pueden ser las tendencias de la globalización. De forma concisa y pertinente se pueden utilizar a estos efectos los indicadores que ha elaborado la OCDE (1999), como expresión de dichas tendencias, las cuales se van a ver fortalecidas en los aspectos siguientes:

- Mayor cooperación entre empresas
- Desarrollo del capital riesgo
- Incremento de los negocios internacionales
- Presencia importante de los bienes intermedios en los procesos productivos.
- Incremento de la inversión directa
- Mayor número de empresas transnacionales
- Mayores esfuerzos en I+D e incremento de las patentes
- Efectos positivos sobre la productividad y la renta.

3. LOS PILARES DE LA SOCIEDAD RED: SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS

A lo largo de las últimas décadas del siglo XX se ha ido construyendo una nueva era o una nueva sociedad, especialmente en los países de la OCDE. En este sentido Castells (2000) indica que el impacto en las sociedades de las tecnologías de la información y de las comunicaciones han definido la "era digital" o la "sociedad red", cuestiones que desde un plano económico configuran la "economía digital" o la "economía red" (Tapscott, 1997 y Terceiro y Matías, 2001).

La sociedad red es la consecuencia de un conjunto de procesos sincrónicos y diacrónicos que subyacen en las relaciones entre la sociedad, la ciencia y la técnica, necesarias para crear las capacidades sociales para abordar la demanda tecnológica del presente y del futuro. En esta línea argumental Castells (2000) dice: "En efecto, la capacidad o falta de capacidad de las sociedades para dominar la tecnología, y en particular las que son estratégicamente decisivas en cada período histórico, define en buena medida su destino, hasta el punto de que podamos decir que aunque por sí misma no deter-



mina la evolución histórica y el cambio social, la tecnología (o su carencia) plasma la capacidad de las sociedades para transformarse, así como los usos a los que estas sociedades, siempre en un proceso conflictivo, deciden dedicar su potencial tecnológico”.

En el último tercio del siglo pasado se ha ido creando y desarrollando Internet, como “combinación única de estrategia empresarial, cooperación de grandes proyectos científicos, espíritu empresarial tecnológico e innovación contracultural” (Castells, 2000). Fue la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA: Advanced Research Projects Agency) del Departamento de Defensa de Estados Unidos la que lanza un sistema de comunicaciones y, posteriormente, gracias a la tecnología digital y la pura lógica reticular, se desarrollan las condiciones técnicas para una comunicación horizontal y global en una primera red de ordenadores: Arpanet. Esto ocurrió un primero de septiembre de 1969, con cuatro nodos establecidos en la Universidad de California en Los Ángeles, en el Standford Research Institute, en la Universidad de California en Santa Bárbara y en la Universidad de Utah. Red abierta a los centros de investigación que colaboraban con el Departamento de Defensa. Los científicos comenzaron a utilizarla para sus fines, separando aspectos de investigación oficial, con comunicación científica y charlas personales. Ello llevó a la creación de una red de redes durante los años ochenta hasta que el 28 de febrero de 1990 se clausuró Arpanet y comenzó la era Internet.

Durante este tiempo las sociedades comenzaron a vivir la “era de la información” y se acuñó la expresión “sociedad de la información”, como forma de entender los cambios sociales y económicos que conforman la sociedad digital o la sociedad red (Castells, 2001). Esta nueva sociedad ha alterado las formas de producción e intercambio de bienes y servicios y “el tipo de relaciones humanas cuantitativa y cualitativamente”. Nuevas relaciones que están siendo reforzadas, además, por el nacimiento de infraestructuras y superestructuras más adecuadas a ellas. Ambas son cada vez más globales, gracias a diversas convergencias económicas y sociales: tecnológica, sectorial, empresarial y financiera, cultural, política, institucional, etcétera...” (Terceiro y Matías, 2001). Una sociedad que ha lanzado el término de nueva economía en la que la información y las tecnologías que la tratan y transportan son las protagonistas. La economía actual se desarrolla con un pensamiento también nuevo, de carácter integrador de muchas corrientes pasadas y actuales, que crea la plataforma adecuada para que las convergencias citadas encuentren la estructura cognitivo – activa y efectiva para la evolución social del siglo XX al siglo XXI (Bueno, 2001). En los momentos presentes de recesión económica, la llamada nueva economía atraviesa una crisis de adaptación y de ajuste de su verdadero futuro, el cual se hará más claro en los próximos meses de 2003.

La sociedad red es en cierta medida dinamizadora de la globalización, como ésta provoca la consolidación de aquélla. En esta relación, el papel de la red es fundamental para provocar una mayor interdependencia en la eco-

nomía de nuestro tiempo y la de los próximos años (Kelly, 1998). En consecuencia, las telecomunicaciones actúan como agente principal en los procesos de globalización, los cuales, a su vez, son procesos de convergencia que se están produciendo ante la citada relación, y que de forma sintética son los que siguen:

- Convergencia tecnológica o digital, debida a la naturaleza y papel de las TIC, y de redes o de las plataformas de comunicaciones.
- Convergencia sectorial y empresarial, provocado por ciertas tecnologías, estrategias y sistemas transversales.
- Convergencia financiera, consecuente con la mayor interdependencia de los mercados de capitales.
- Convergencia institucional y reguladora, debido a la armonización internacional y a las mejores prácticas en los códigos de conducta.
- Convergencia política, concretada por los efectos del desarrollo del “e-Gobierno”.
- Convergencia científica, debida al despliegue e influencia sobre la teoría general del conocimiento sobre su creación, distribución y gestión.
- Convergencia cultural, consecuente con la interdependencia e integración de valores y prácticas sociales.
- Convergencia ecológica, a partir de la mayor sensibilidad y solidaridad medioambiental y por el mayor conocimiento sobre el papel que juega el bioma y la biodiversidad.

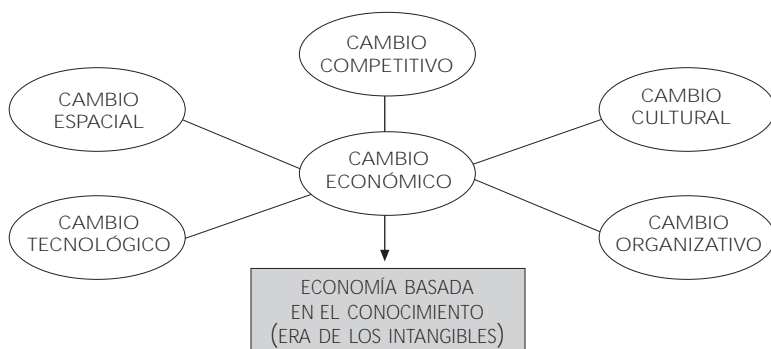
En suma, se puede afirmar que la evolución natural de la sociedad red o sociedad de la información es hacia la sociedad del conocimiento, en la que la creación, distribución, medición y gestión del mismo en el conjunto de las organizaciones o agentes que integran aquélla representan un gran reto. Cuestión que viene obligando al diseño y desarrollo de un modelo de empresa y de una nueva forma de gobierno de la misma, aspectos que serán abordados sucintamente más adelante.

4. LOS RETOS DE LA EMPRESA ANTE LA GLOBALIZACIÓN Y LA COMPETENCIA EN LA SOCIEDAD RED

Los dos epígrafes anteriores han servido para poner de manifiesto el marco conceptual en que inscribe el nuevo papel de la empresa, así como las coordenadas en las que ésta debe llevar a cabo sus estrategias y acciones productivas. En primer lugar las citadas coordenadas se recogen en la figura 2.



FIGURA 2. LAS COORDENADAS DE ACTUACIÓN DE LA EMPRESA ACTUAL.



Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar el cambio económico actual, que se concreta en la llamada economía del conocimiento, protagonista de la "era de los intangibles", es la combinación de cinco procesos de cambio. El cambio competitivo, espacial, tecnológico, organizativo y cultural que, como se ha visto en páginas precedentes, son en gran medida influidos por la propia globalización, a la vez que son fuerzas atractoras y dinamizadoras de dicha globalización y, consecuentemente, de la configuración de la sociedad red.

Ante esta situación la empresa debe aprender a gestionar dichos cambios. En concreto, con relación al cambio competitivo debe centrar sus esfuerzos organizativos en saber generar competencias esenciales o básicas distintivas que faciliten la creación de ventajas competitivas sostenibles y que gracias al enfoque de capacidades dinámicas (Eisenhart y Martin, 2000) permitirán formular estrategias de diversificación y de diferenciación efectivas. Con relación al cambio espacial ha de tener en cuenta la influencia de la mayor internacionalización de los procesos económicos y los efectos de la globalización en los mercados. En cuanto al cambio tecnológico, dada su mayor presencia en la actividad económica y los efectos de las TIC en el desarrollo de la sociedad red, exige un análisis concreto para llevar a cabo una adecuada gestión de la innovación y aprovechamiento de sus ventajas para generar estrategias de diversificación y diferenciación. En lo relativo al cambio organizativo debe afrontar los retos de la flexibilización y de la virtualización de sus procesos de negocio y administrativos. Finalmente el cambio cultural obliga a gestionar orientando sus acciones a la presencia de la mayor transculturalidad y de la alineación evidente de ciertos valores y prácticas provocada por la globalización.

En estos retos cobra especial relevancia el saber dirigir eficiente y efectivamente las TIC como fuentes evidentes de ventaja competitiva empresarial.

Aquellas a través de la construcción de redes de información y de comunicación, pueden facilitar nuevas estrategias para la empresa, basadas en una nueva perspectiva de la innovación tecnológica. Más en concreto, el saber aprovechar el papel de la red o, en otras palabras, las ventajas de las TIC puede llevar a que la empresa aplique tecnologías innovadoras en sus procesos y logre nuevos productos que ofrecer a nuevos clientes, gracias a los nuevos canales de comercialización que la red proporciona y, en suma, acceder a nuevos mercados, por lejanos que éstos estén, en condiciones ventajosas y competitivas si sabe gestionar los retos antes expuestos y soportar sus estrategias en dichas tecnologías.

5. EMERGENCIA DE UN NUEVO MODELO DE EMPRESA Y UNA NUEVA FORMA DE GOBIERNO ORGANIZATIVO

Decía, hace pocos años, Prahalad (1998) que ante la nueva realidad de la economía la dirección de la empresa debe incorporar criterios nuevos para orientar su pensamiento y acción. Estos son los siguientes:

- Preocuparse por expandir sus negocios por el mundo entero, dejando de lado las perspectivas tradicionales de carácter local.
- Procurar una diversificación competitiva, como consecuencia de lo anterior.
- Estar, por lo tanto, abierto a todo tipo de alianza y cooperación, pensando en que son temporales en función de las ventajas que puedan dar a los partícipes y socios.
- Considerar el tiempo como un recurso crítico o como una cuestión primordial en la sociedad red de nuestra época.
- Reevaluar el modelo de gestión empleado en los países desarrollados ante el cambio económico y a partir del conocimiento de las mejores prácticas existentes en la economía global.

Estas consideraciones llevan a plantear nuevas claves para caracterizar el nuevo modelo de empresa, coherente con las exigencias que plantean la globalización y la sociedad red y, en suma, la nueva competencia económica.

Este modelo nuevo puede ser caracterizado de la forma siguiente:

- La importancia de la internacionalización de la empresa, es decir de sus actividades productivas, comerciales y financieras.
- La importancia de la internacionalización de la dirección y la transculturalidad de sus equipos.
- La importancia de las alianzas y la cooperación empresarial a nivel nacional e internacional.
- La importancia de los cibernegocios, como característica de la sociedad red, y que lleva a la empresa a potenciar las actividades en el entorno e-business y e-commerce.



- La importancia de la gestión del conocimiento, del talento y del aprendizaje organizativo que lleva a un rediseño estructural y funcional de la organización empresarial.
- La importancia de la ética, de la transparencia y del compromiso social de la empresa.

Estas claves pasan por la construcción de una empresa "inteligente" o "pensante" (Rubinstein y Firstenberg, (1999)), basada en el conocimiento, trabajando en red y, en consecuencia, con una configuración más plana y con modos más colaborativos y relacionales entre sus miembros y con los agentes sociales vinculados con ella.

Esta organización "pensante" o "inteligente" presenta los rasgos siguientes, los cuales comienzan a delinear una nueva forma de gobierno empresarial:

- La empresa debe aceptar que su gobierno se llevará a cabo en un mundo económico en el que el caos y la incertidumbre son los ejes en que se viene desarrollando.
- La empresa debe pensar hacia atrás, desde la percepción del futuro y vinculándolo a su acción en el presente.
- La toma de decisiones deberá ser distribuida entre las personas y unidades organizativas con un determinado nivel de responsabilidad, otorgándoles autoridad y razones para aceptar sus aciertos y errores.
- Hacer de los errores la base de la estrategia de aprendizaje de la organización.
- Facilitar los procesos que permitan la formación de estrategias basadas en la creatividad y la innovación.
- Actuar como comunidad de mejores prácticas, gestionando de forma relacionada entre los miembros de la organización y en estructura de red.
- Cultivar la confianza, el respeto, la honestidad, la lealtad y la integridad de las personas que integran la empresa.
- Crear un ambiente y unos espacios en los que las personas puedan compartir sus conocimientos, colaborar y lograr que el espíritu humano puede elevarse y los valores puedan desarrollarse.

Estos rasgos configuran una nueva forma de gobierno de la empresa, que nace a partir de la crisis reciente por la que viene atravesando el modelo que hasta ahora ha sido el imperante, pero que ha demostrado sus puntos débiles y críticos en cierta medida, por una interpretación inadecuada de lo que es la globalización y una utilización discutible de las facilidades y posibilidades que este proceso ofrece a la empresa.

Desde el último trimestre del año 2000, a lo largo de 2001, y primeros meses de 2002 la llamada nueva economía ha entrado en crisis provocando

una importante recesión económica basada en la desconfianza y en la incertidumbre que los agentes sociales tienen sobre el propio sistema económico y sus expectativas de desarrollo, cuestión que ha provocado una reflexión sobre como se está llevando a cabo el proceso de globalización e identificar los factores de riesgo y determinadas prácticas nocivas sobre el buen funcionamiento de los mercados y, sobre todo, sobre la propia revisión crítica del modelo financiero mercantil imperante de la empresa basado en el objetivo de maximizar el valor para el accionista, desde una perspectiva de corto plazo.

Este modelo de gobierno parte de la concepción de la empresa como una "ficción legal" o como una institución jurídica que conecta un conjunto de contratos que rigen las relaciones entre los agentes o individuos con intereses en conflicto (Jensen y Meckling, 1976), por lo que se detiene en el análisis de los contratos formales, explícitos y pretendidamente completos con respecto a los mercados, no atendiendo a los contratos relacionales o implícitos, por lo tanto informales e incompletos que pueblan las relaciones entre los agentes y dentro de su organización en la economía actual (Zingales, 2000). En este sentido es donde procurar la maximación del valor actual de la acción en el mercado (enfoque cortoplacista) no lleva necesariamente a maximizar el valor de la empresa a largo plazo, tal y como fundamenta Stiglitz (1985); precisamente porque esta creación de valor rompe los contratos implícitos y perjudica a ciertos partícipes, generando situaciones de ineficiencia colectiva.

Ante esta realidad se viene proponiendo un nuevo modelo de gobierno empresarial, en consonancia con los rasgos antes expuestos, que puede denominarse modelo estratégico – social (Rajan y Zingales, 2000 y 2001 y Zingales, 2000). Este nuevo enfoque parte, como ya ha sido indicado, de la visión de la empresa como organización (Bueno, 1997) o como proyecto comunitario, en el que todos los partícipes pretenden cierta utilidad, por lo que la empresa o compañía deberá crear valor tanto para el accionista, como para el directivo, el empleado y el cliente y, en suma, para la sociedad. La organización se presenta como una red, nexo o sistema de relaciones de inversiones, de unos y otros partícipes, con unos recursos críticos, entre los que se hayan en la actualidad no sólo los recursos tangibles, sino también los intangibles o basados en el conocimiento. Estos recursos generan unos contratos relacionales o implícitos que influyen en el valor de la empresa al crear lo que se denomina capital intelectual. Las características de estos contratos relacionales e incompletos son singulares, ya que no son susceptibles de hacerse cumplir por los tribunales; no son fácilmente reproducibles e imitables; son disponibles a voluntad; reducen los costes de transacción, sobre todo los de información; crean un marco de relaciones continuadas y repetidas a largo plazo, razón por la que valorizan el concepto de capital relacional y, finalmente, se basan en la confianza, la lealtad, la sinceridad y la ética en los negocios, por lo que configuran el nuevo concepto de capital social dentro de los intangibles del capital intelectual.



CONCLUSIONES

Una vez analizados los factores, perspectivas y tendencias de la globalización, como fenómeno principal de esta época y estudiados los pilares en los que soporta la sociedad red, es evidente que se ha dibujado un nuevo contexto de actuación económica para las empresas y los restantes agentes sociales caracterizado, sin lugar a dudas, por unas coordenadas de cambio económico elevado. Ante esta situación la empresa, concebida como organización, tiene que irse adaptando al proceso de globalización, tanto para aprender a aprovechar las oportunidades que aquél ofrece como para saber evitar o reducir las amenazas y perjuicios que también puede provocar. Todo ello, ha llevado a una necesaria revisión del modelo de empresa y su forma de gobierno, cuestiones exigidas por la nueva competencia y realidad social.

En este sentido el nuevo gobierno corporativo que debe caracterizar a una empresa global o actuando en el mercado global, se apoya como recursos críticos en los intangibles basados en el conocimiento y, en consecuencia, en los contratos relacionales e implícitos, normalmente incompletos, que terminan valorizando conceptos de capital relacional, capital social y, en suma, capital intelectual. El nuevo modelo de gobierno estratégico – social se basa en la confianza, lealtad y ética como bienes no negociables e intercambiables en el mercado, pero fundamentales en la sociedad red. En definitiva, el gobierno de la empresa necesita estructuras institucionales para internalizar los posibles efectos externos negativos derivados de las asimetrías de información entre los partícipes, sus vinculaciones o posibles contratos relacionales. Las formas de internalizar estas relaciones se basan en códigos de conducta de buen gobierno corporativo y en mejores prácticas, como medio para hacer más transparente y responsable la gestión empresarial y externalizar el bienestar en el camino de crear valor para todos los partícipes de la organización y para, en definitiva, la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Amin, S. (1994): *The future of global polarization*, Binghamton, New York.
- Berner, E. y Korff, R. (1995): "Globalization and local resistance: the creation of localities in Manila and Bangkok", *Internacional Journal of Urban & Regional Research*, 19, 2, págs. 208-222
- Bueno, E. (1993): *La globalización de la actividad empresarial: De la internacionalización a la globalización de las actividades económicas* en Sánchez Muñoz. M.P.: Los grandes retos de la economía española en los noventa. Pirámide Madrid, págs. 62-99.
- Bueno, E. (1996): *Dirección Estratégica de la Empresa*, Pirámide, Madrid.
- Bueno, E. (1997): *Organización de Empresas: Estructura, Procesos y Modelos*, Pirámide, Madrid.

- Bueno, E. (2001): "Creación, medición y gestión de intangibles: Propuesta de modelo conceptual" en *Formas y Reformas de la Nueva Economía*, Monografía 1, Madrid+D, Madrid.
- Castells, M. (2000): *La era de la información*, Vol. 1. La sociedad red, Alianza, Madrid.
- Castells, M. (2001): *La Galaxia Internet*, Areté, Barcelona.
- Dehesa, G. De la (2000): *Comprender la globalización*, Alianza, Madrid.
- Kelly, K. (1998): *New Rules for the New Economy: Ways the Network Economy is Changing Every-Thing*, Fourth State, London.
- Krugman, P. (1997): *Desarrollo, geografía y teoría económica*, Antoni Bosch, Barcelona.
- Levitt, T. (1983): "The Globalization of Markets", *Harvard Business Review*, mayo-junio.
- Jensen, M. C. y Mekling, W. H. (1976): "Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, vol. 3, págs. 305-360.
- Miller, M. (1995): "Where is globalization taking us?. Why we need a new Breton Woods?", *Futures. The Journal of Forecasting, Planning & Policy*, Oxford, págs. 125-144
- Mitellman, J. H. (1995): "*Rethinking the international division of labour in the context of globalization*", *Third World Quarterly*, págs. 273-295.
- OCDE (1999): *Science, Technology and Industry Scoreboard 1999*, Benchmarking Knowledge Based Economies, Paris.
- Prahalad, C. K. (1998): "Managing discontinuities: the emerging challenges", *Research-Technology Management*, mayo- junio, págs. 14-22.
- Porter, M. E. (1986): *Competition in global industries*. Harvard Business School Press, Boston.
- Rajan, R. G. y Zingales, L. (2000): "The governance of the new enterprise", en Vives, X. (ed.), *Corporate governance: theoretical and empirical perspectives*, Cambridge University Press, Cambridge, págs. 201-229.
- Rajan, R. G. y Zingales, L. (2001): "The influence of the financial revolution on the nature of firms", *American Economic Review*, vol. 91, págs. 206-211
- Robertson, J. (1993): "The fallacy of single-level control: local economies in a changing global environment", *Futures*, London, págs. 169-177.
- Rubinstein, M. F. y Firstenberg, I. R.(1999): *The minding organization*, University of California, Los Angeles.
- Solvell, O. (1988): "Is the global automobile industry really global?", en M. Hood y Vahlne, J.E. (eds.): *Strategies in global competition*, Croom Helm, Nueva York.

- Solberg, C. A. (1991): "*Respuesta al reto de la globalización. Sugerencia de un esquema para el análisis y la toma de decisiones*", ICE, abril, nº 692.
- Stiglitz, J. E.(1985): "Credit market and the control of capital", *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 17, págs. 133-152.
- Tapscott, D. (1997): *The digital economy*, McGraw Hill, New York.
- Terceiro, J. B. y Matías G. (2001): *Digitalismo. El nuevo horizonte sociocultural*, Taurus, Madrid
- Zingales, L. (2000): "In search of new foundations", *Journal of Finance*, vol. 55, págs. 1623-1653.