

2010
Vol. 3 Nº 3



UNIVERSIDAD
EAFIT[®]
Abierta al mundo
ISSN: 2027-2340

Revista de Negocios Internacionales

PATROCINADO POR



EDICIÓN ESPECIAL Responsabilidad social empresarial en América Latina

DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Jonathan Barton (PhD)

Introducción Responsabilidad social empresarial en América Latina:

Un fenómeno en busca de agenda

Revista de Negocios Internacionales. Vol. 3 Nº 3 - Noviembre 2010 - Pp. 9 - 18

Introducción¹

Responsabilidad social empresarial en América Latina:

Un fenómeno en busca de agenda

JONATHAN BARTON (PhD)
PROFESOR ASOCIADO DEL INSTITUTO
DE ESTUDIOS URBANÍSTICOS Y
TERRITORIALES, PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CHILE

Desde la época del colonialismo, las economías de América Latina se han integrado firmemente en la economía mundial. Las economías, basadas originalmente en un modelo de desarrollo orientado hacia la exportación de productos básicos, se han diversificado de modo gradual y con éxito durante el periodo de industrialización que, a mediados del siglo, veinte permitió sustituir importaciones. Al comenzar un nuevo milenio, sin embargo, la mayoría de las economías de la región permanecieron altamente dependientes de sus recursos naturales. Con la excepción de Méjico y Brasil, que representan la parte del león de las exportaciones manufactureras, y algunos casos excepcionales como el de las exportaciones debidas a la presencia de INTEL en Costa Rica, el comercio latinoamericano sigue siendo altamente dependiente de las exportaciones de minerales y productos agrícolas. (Barton, 2006; Schaper y Onffroy de Vérèz, 2001).

Estos sectores de exportación han tenido un impacto considerable en el desarrollo de América Latina, y han vinculado las practicas socio ecológicas de la región a pautas de inversión y consumo exterior. La responsabilidad de estos actores exteriores (inversionistas, compañías y consumidores) ha sido un tema crítico en todo este tiempo, al depender de teorías y de posiciones tales como las que llevan simplemente “al desarrollo del subdesarrollo” o de defensores del neoliberalismo que promueven las actuaciones de los capitalistas como un motor del proceso de desarrollo. Se pueden extender las mismas reflexiones a las empresas locales y compañías inversoras respecto a su contribución al desarrollo local y regional. Más que respuestas en blanco y negro, los matices de gris indican una amplia gama de responsabilidades que se han asumido o rehuido a lo largo del tiempo. Aunque la responsabilidad social no se aplique tan sólo a los sectores basados en la exportación de productos básicos, al tener en cuenta el impacto de las exportaciones en la banca y en el sector minero, es importante

1 Por Jonathan Barton (PhD), Profesor asociado del Instituto de Estudios Urbanísticos y Territoriales, Pontificia Universidad Católica de Chile.

no perder de vista la importancia de estos sectores de exportación que han caracterizado el desarrollo de la región durante los pasados quinientos años, y que continúan jugando un papel central. La predominancia del capital extranjero en estos sectores, y las responsabilidades sociales asociadas, proyectan asimismo el tema de la responsabilidad en una perspectiva histórica y contemporánea. En tal sentido el tema ni es nuevo ni puede separarse del desarrollo latinoamericano al ser un proceso más amplio.

El comportamiento de las empresas, en cuanto a la capacidad de generar retornos de inversión, crear empleo, y ampliar los beneficios del desarrollo en contextos locales y nacionales, ha sido central para las pautas de desarrollo post-colonial. Las expectativas de actuación de las mismas, por parte de los distintos grupos interesados, así como de los gobiernos locales y nacionales, sigue siendo clave en los debates actuales de economía política. Las expectativas varían según el contexto, la dimensión de la empresa, la política de exportación o de consumo local, la tenencia de la empresa, la rama y el sector de actividad y también según las localidades y lugares.

Los debates en torno a la responsabilidad social empresarial pretenden conocer mejor estas fronteras, determinar en dónde residen las diferentes responsabilidades y establecer qué tipos de instrumento, prácticas de gestión y regulaciones son los más adecuados para garantizar que las empresas sean capaces de actuar eficazmente dentro de una gran variedad de medidas que se extienden más allá del limitado horizonte de la maximización de las ganancias. En esencia, el objetivo se concentra en cómo las empresas son capaces de contribuir a un desarrollo sostenible a escalas geográficas distintas.

En respuesta a este desafío, la responsabilidad social empresarial se ha establecido a lo largo de las últimas dos décadas como un elemento fundamental de la estrategia de las empresas, en un contexto de economía mundial cada vez más globalizada. Su evolución puede buscarse en las primeras iniciativas sobre responsabilidad medioambiental elaboradas en el marco de la temática de gestión medioambiental de los ochenta (Welford, ed. 1998; Welford y Starkey, eds. 2001) o, incluso más allá, en los distintos conceptos sobre ética empresarial que surgieron a mediados del siglo XX (Carroll, 1999). Estas ideas fueron posteriormente adaptadas a las estrategias y compromisos existentes con los grupos de trabajadores en el marco de actividades de responsabilidad corporativa empresarial y medioambiental (Elkington, 1997; Jenkins *et al.*, 2002). Así, se vincularon las certificaciones medioambientales iniciales, como la *British Standard 7750* y el *Eco-Management and Audit Scheme*, con aspectos sociales relacionados con la salud, la seguridad, las condiciones de trabajo y los salarios de los trabajadores.

Se incorporaron temas relacionados con el impacto sobre las comunidades locales, los derechos humanos y la corrupción. Dobers y Halme (2009), por ejemplo abogaron por una acción creciente en el ámbito del fraude fiscal, la defensa de la competencia y la corrupción en términos de la responsabilidad social empresarial en las regiones en desarrollo.

La agenda que ahora se reconoce como responsabilidad social empresarial se ha convertido con el paso del tiempo en un programa multidimensional y complejo. Dahlsrud (2008) analiza 37 definiciones de responsabilidad social e identifica concordancias en torno a cinco temas centrales que constituyen el fenómeno (más que un concepto o una práctica universal): la dimensión social, la dimensión económica, la dimensión medioambiental, la dimensión participativa y la determinación. Esto se debe precisamente a la incorporación de una amplia gama de temas que son clave para el rendimiento y la competitividad empresarial, y para el desarrollo sostenible y por ello esta agenda no puede ser ya ignorada, marginada o dejada de lado por las empresas.

La última iniciativa para consolidar esta amplia agenda es la norma ISO 26.000 que se encuentra actualmente en desarrollo y que debería ser operativa hacia el año 2011. La ISO 26.000 busca encuadrar todos estos diversos temas dentro de un mismo conjunto de normas que ayudarán a las empresas a comprometerse con esta agenda de modo más consistente, al reconocer el contenido de los temas que están sobre la mesa y los pasos que pueden y deben ser adoptados. La ISO 26.000 se basa en iniciativas previas que comenzaron en los setenta con el establecimiento de diferentes códigos de conducta para las empresas transnacionales en sus actividades cada vez más globalizadas.

En muchos sentidos la responsabilidad social empresarial continua a ser dominada por las orientaciones europeas y norteamericanas, a las cuales las empresas de economías en desarrollo prefieren incorporarse, en lugar de crear una agenda local o regional sustantiva que incluya, por ejemplo, los Objetivos de Desarrollo del Milenio y HIV/SIDA (Correa *et al*, 2004; Blowfield y Frynas, 2005). Pese a esto, sin embargo, existen casos publicados de iniciativas de RSE orientadas a aliviar la pobreza, como el caso de Procter y Gamble en Venezuela, y el de la Unión FENOSA (energía social) en Colombia, documentados por Peinado-Vara (2006).

Como en el caso de otros instrumentos de este campo desarrollados desde los setenta, la participación de los grupos interesados, tales como los trabajadores, los consumidores y las PyMEs, sigue siendo problemática (Alonso, 2006). Una gran variedad de códigos voluntarios surgió y se consolidó por la acción de diferentes organizaciones, tales como el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (*World Business Council for Sustainable Development* en su acepción en

inglés) y más tarde el Pacto Mundial de la ONU. Sin embargo, la falta de una línea de base u otras herramientas para valorar y evaluar la actuación de las empresas en estas áreas complicó la agenda y dio lugar a número creciente de críticas desde distintos frentes, en particular las ONGs. La frase “lavado de cara” (“*greenwashing*” o “*window dressing*” en su acepción en inglés) refleja este tipo de críticas. En respuesta a estos cuestionamientos, CERES creó la *Global Reporting Initiative* (GRI) como una organización de “múltiples partes interesadas” (“*multistakeholder*” en su acepción en inglés) (incluyendo a empresas y ONGs), con el fin de establecer un marco de referencia para evaluar los informes de las empresas sobre temas de responsabilidad social. Si bien la GRI ha recorrido un largo camino para clarificar muchas de las consideraciones de responsabilidad social, la agenda permanece anclada en su totalidad por problemas de evaluación del cometido (entre la intención declarada – el discurso – y las intervenciones/prácticas).

¿Cómo evaluamos el cometido? ¿Qué objetivos y líneas de base son adoptados? ¿Cómo comparamos empresas a nivel local, nacional y global, dentro de un sector y entre distintos sectores? ¿Cómo operan las cadenas de producción y de valor en este sentido? ¿Cómo se establecen las prioridades a través del amplio repertorio de temas incluidos en la agenda? Es evidente que, a pesar de su crecimiento exponencial como una herramienta de gestión empresarial con resonancia en el ámbito académico, las ONGs y las organizaciones estatales carecen de mecanismos de gestión y evaluación de RSE eficaces. Asimismo solo la naciente y novadora investigación sobre ciencias sociales, ciencias naturales y humanidades considera en su totalidad la RSE, en oposición al mundo académico predominante que comunica la “mejor práctica”, basándose casi exclusivamente en la perspectiva empresarial.

Existen todavía reservas en diferentes frentes: en algunas empresas, los méritos afines al compromiso con una agenda de amplio alcance social, medioambiental y basada en derechos, sigue siendo un anatema para muchos gerentes que consideran estos temas como poco importantes para su negocio. Esto es también evidente en el gobierno, donde se considera que los marcos regulatorios son un ejercicio del gobierno y del Estado, y donde se estima que las iniciativas voluntarias deben dejarse a los actores no-estatales. Estas reservas, que tienen distintos grupos de actores, sugieren que, pese a los significativos avances que se han hecho desde los setenta, la agenda se encuentra actualmente en una encrucijada. Bryane Michael (2003) presentó esta situación como un conjunto de tres paradigmas alternativos en el debate en torno a la responsabilidad social: la escuela neoliberal, concentrada en la auto-regulación; la escuela “estatista” centrada en la regulación y la cooperación; y un “tercer camino” que distingue las organizaciones “con ánimo de

lucro” de las de “sin ánimo de lucro”. Cada una de ellas tiene un Talón de Aquiles y, por lo general, todas omiten involucrarse con la teoría del desarrollo, por lo que se adaptan sólo pobremente a las circunstancias de los países en desarrollo.

Para que las “tres facetas” (de acuerdo con Elkington: 1997) del desempeño económico, social y medioambiental se conviertan en corriente dominante, se deben resolver varios problemas, tales como la dicotomía entre voluntarismo y regulación: ¿en qué medida la responsabilidad social debería continuar siendo un mecanismo voluntario? ¿Cuál es el vínculo con la responsabilidad social prescrita por ley (por ejemplo la perspectiva de un mínimo de normas y derechos)? Otras cuestiones incluyen la extensión de la responsabilidad social a otras formas institucionales, más allá de la base tradicional de las grandes empresas, al incorporar PyMEs, granjeros, universidades, hospitales, ministerios, ejércitos, ONGs, organizaciones caritativas etc.; es factible señalar en este punto que el ejército chileno tiene un informe de sostenibilidad conforme con la GRI.

Los siguientes artículos ofrecen un panorama sobre muchos de estos temas. Se debe señalar que la investigación sobre responsabilidad social se encuentra aún en un estado embrionario en América Latina y que seguramente comenzará a crecer significativamente en los próximos años, a medida que más empresas incorporen aspectos de responsabilidad social en sus prácticas, y que nuevas solicitudes por parte de consumidores, clientes, proveedores, gobiernos y grupos de la sociedad civil comiencen a influir en la agenda con mayor firmeza. A pesar de la escasez de la investigación empírica, ya se están preparando un número considerable de iniciativas en la región. Por ejemplo, Vives (2006) identificó numerosas iniciativas, en particular relacionadas con el comercio intrafirma, en una encuesta realizada por el BID en 1.300 empresas en países latinoamericanos. Mientras tanto, las empresas de mayor tamaño, que están más vinculadas a redes globales, se encuentran cada vez más sometidas a distintas presiones de certificación y obligadas a comunicar su actuación en diferentes campos de la responsabilidad social. Más que la cantidad, los temas se refieren a la calidad, el contenido y la sustancia. Parte de la complejidad de la agenda de la responsabilidad social en su forma actual reside en el carácter exhaustivo de la misma. Al ir más allá del simple cumplimiento de los requisitos sociales y medioambientales e incorporar una toda gama de temas, incluidos los derechos humanos y el desarrollo comunitario, la agenda se vuelve con el tiempo más compleja. Más que un enfoque convencional sobre lo que las empresas están haciendo para crear y aplicar estrategias acordes con las pautas de responsabilidad social, la agenda puede ser vista como una red de actores y temas, que se conectan a múltiples niveles. Este escenario dinámico resulta difícil de analizar y evaluar. Sin embargo, los artículos de esta publicación

ofrecen nuevas perspectivas sobre esta agenda, al ir más allá de una orientación empresarial tradicional.

La contribución de Paz Verónica Milet se concentra en dos casos de minas – Los Bronces y Los Pelambres – del sector productivo chileno más importante: la producción de cobre. El trabajo compara las posiciones de ambas empresas respecto a la evolución de la agenda sobre responsabilidad que se está forjando frente a las distintas ubicaciones y respuestas institucionales. Si bien puede considerarse que el artículo está basado en estudios de casos y refleja en gran parte la labor convencional en RSE, su valor añadido proviene del contraste entre las experiencias de una empresa que opera en un área predominantemente agrícola, y en donde la explotación de cobre es relativamente reciente, con las prácticas de una planta anglo–americana más antigua, ubicada en el área metropolitana. También se deriva del sentido que cada empresa ha otorgado a las iniciativas sociales llevadas a cabo por medio de sus fundaciones comprometidas con el bienestar de las comunidades. Lo que resulta evidente de este material es la relativa ausencia del Estado en la promoción de actividades de responsabilidad social.

Las otras contribuciones operan a nivel nacional e internacional. Es aquí donde gran parte de la agenda de la responsabilidad social se determinará en los próximos años, dado el aumento de las presiones por parte de los actores globalizados (grupos de consumidores y clientes) y de los dispositivos mundiales (tales como los acuerdos sobre inversión y comercio, y las normativas internacionales y las certificaciones).

El nivel de conciencia pública y promoción gubernamental de la responsabilidad social es uno de los aspectos centrales del artículo que Zuleike Ferre, Natalia Melgar y Maximo Rossi escrito, basándose en una encuesta nacional realizada en Uruguay. Esta encuesta, una de las primeras de su tipo en la región, proporciona una fuerte evidencia de la relativa falta de conciencia pública actual, y de la clara asociación entre la responsabilidad social y las condiciones de trabajo y salario, frente a otros aspectos, tales como el medioambiente. Sin embargo, al comparar responsabilidades observadas por empresas y gobierno, la encuesta revela la manera en que la gente asocia ciertas responsabilidades con el Estado, y otras con la empresa. Resulta claro que encuestas de este tipo son vitales para entender las percepciones de responsabilidad social y para orientar a los dirigentes de empresas y gobiernos en la elaboración de las agendas nacionales en este aspecto.

Existen claras diferencias entre sectores y ramas de actividad dentro de un contexto nacional e internacional que influyen la forma en que se desarrollan las agendas y que surgen, por ejemplo, al comparar empresas mineras y empresas bancarias o compañías de tecnología de la información. La contribución de María Alejandra González-Pérez se concentra en el sector bananero colombiano para ver

cómo la agenda de responsabilidad social ha surgido a consecuencia del comercio mundial de este producto. Más que un análisis a nivel de empresa, el artículo propone el concepto de redes de responsabilidad social en las que la empresa es parte de una red de actores, y en la que cada uno de ellos tiene un papel que jugar en la producción, la comercialización y el consumo. El enfoque de red aleja el papel principal de la empresa, al evidenciar que el fortalecimiento de la agenda requiere resultados negociados, así como cambios de conducta no sólo en las empresas sino también a lo largo de la cadena de producción. Particularmente interesante en este caso colombiano es el papel de esta red a la hora de afrontar el contexto de violencia civil en cual opera.

La importancia creciente de estas redes y la globalización de la mayoría de las cadenas de producción han llevado a algunos investigadores a concentrarse cada vez más en los instrumentos internacionales para lograr mayor responsabilidad empresarial. Marcelo Saguier cita el caso del Tribunal Permanente de los Pueblos como una forma en que las diferentes partes interesadas puedan ejercer presión sobre las empresas a través de tribunales públicos que presentan acusaciones contra empresas por abusos. Si bien no se trata de entidades legales, el objetivo de estos tribunales es poner en evidencia públicamente a las empresas, y empujarlas a adoptar posiciones morales en materia de responsabilidad social. Al revelar muchas acusaciones ha sido posible registrar de modo más sistemático las críticas expresadas contra determinadas empresas en lugares precisos.

Torrent y Lavopa, por el otro lado, examinan la inserción de elementos de responsabilidad social en los acuerdos de inversión y comercio. Su artículo evalúa diferentes formatos y contenidos para determinar los modelos dominantes de acuerdos bilaterales y multilaterales de Estados Unidos y la Unión Europea. Los autores sostienen que es posible mejorar este tipo de acuerdos para incorporar criterios de responsabilidad social y obligar a las empresas a comportarse éticamente dentro de sistemas de producción complejos y globalizados, mediante el uso de instrumentos basados en reglas jurídicas, internacionalmente reconocidas.

Los diferentes enfoques, escalas y temas presentados en estos cinco estudios reflejan sólo una parte de la muy diversa agenda que constituye la responsabilidad social empresarial. Lo que comparten es una posición en tres puntos específicos de trascendencia para toda la investigación sobre la responsabilidad social y para la construcción de una futura agenda. El primero se refiere a las relaciones entre múltiples actores más que a la empresa en sí misma. Las empresas operan en una red compleja de actores y todos éstos tienen el rol de influenciar en la responsabilidad social de la empresa, ya sea ejerciendo o no ejerciendo presiones.

El segundo es la cuestión de la dimensión. En un contexto de intensa globalización, las decisiones de los actores en un sitio pueden influenciar las de otros en distintos lugares. Esto hace preguntarse dónde se ubica la responsabilidad de la empresa, y no sólo de cuáles son dichas responsabilidades. Los análisis de escalas múltiples, que engloban cadenas de proveedores, producción, transporte, distribución y ventas, así como compromisos de reciclaje, revelan una imagen más compleja de la RSE y de hasta donde las empresas tienen influencia, impacto y responsabilidad. También generan la pregunta de qué administración o jurisdicción es la responsable de asegurar el cumplimiento, y qué códigos legales deben cumplirse en un contexto transnacional. La importancia del cumplimiento legal es de continuo relevante en la discusión sobre responsabilidad social en la medida en que, en muchos casos, ésta se define como lo que las empresas hacen más allá de sus compromisos legales, lo que generalmente se denomina “extra-cumplimiento” (o “*compliance-plus*”, en su acepción en inglés).

El segundo punto se inserta en un tercero, vinculado a los niveles de regulación ¿En qué medida los códigos voluntarios son adecuados o efectivos a la hora de lograr crecientes niveles de responsabilidad social? ¿En qué medida los estados apoyan las iniciativas de responsabilidad social debido a sus propias limitaciones en la inspección y aplicación de las normas? La cuestión de la regulación y la medida en que los estados deberían involucrarse en la promoción de la responsabilidad social, y el cumplimiento de la misma, sigue siendo central en el debate, no resuelto en su mayor parte, tanto en cuanto a regulación nacional o a acuerdos internacionales.

A fecha de hoy, las experiencias de responsabilidad social en América Latina han sido muy heterogéneas. Se han elaborado distintas iniciativas desde los ochenta para mejorar las prácticas intrafirma así como las condiciones sociales y medioambientales locales. Algunas de estas iniciativas son específicas y están muy focalizadas en un tema; otras se incorporan a estrategias de gestión y acuerdos más amplios establecidos junto con otras partes interesadas. Esta complejidad y heterogeneidad, no sólo de prácticas sino también de normas de certificación, así como el amplio espectro de temas potenciales a considerar, y las redes cada vez más globalizadas en las que la producción y el consumo tienen lugar, presentan un desafío para profesionales, reguladores y evaluadores. Entre las voces que promueven la responsabilidad social y aquéllas que la critican existe una gran variedad de justificaciones y aspiraciones. De muchas maneras, el papel de los empresarios en cuanto a su contribución al desarrollo sostenible en América Latina se encuentra bajo examen, y de ahí el interés de una gran cantidad de partes interesadas en establecer una agenda que se mueva claramente en esta dirección.

REFERENCIAS

Alonso, V. 2006. Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región. CEPAL Project document LC/W.87. Santiago: CEPAL.

Barton, J. R. 2006. Eco-dependency in Latin America. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 27 (2): 134-149.

Blowfield, M. & Frynas, J. 2005. Setting new agendas: critical perspectives on Corporate Social Responsibility in the developing world. *International Affairs*, 81 (3): 499-513.

Carroll, A. 1999. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38 (3): 268-295.

Correa, M.E., Flynn, S. & Amit, A. 2004. *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Serie Ambiente y Desarrollo 85, Santiago.

Dobers, P. & Halme, M. 2009. Corporate social responsibility and developing countries. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16: 237-249.

Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: the triple bottom line for 21st century business*. Oxford: Capstone.

Jenkins, R., Pearson, R. & Seyfang, G. 2002. *Corporate Responsibility and Labour Rights: Codes of Conduct in the Global Economy*. London: Earthscan.

Michael, B. 2003. Corporate social responsibility in international development: an overview and critique. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 10: 115-128.

Peinado-Vara, E. 2006. Corporate social responsibility in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, 21: 61-69.

Schaper, M. & Onffroy de Vérèz, V. 2001. *Evolución del comercio y de las inversiones extranjeras en industrias ambientalmente sensibles: Comunidad Andina, MERCOSUR y Chile, 1990-1999*. Santiago: CEPAL.

Vives, A. 2006. Social and environmental responsibility in small and medium enterprises in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, 21: 39-50.

Welford, R. (Ed.) 1998. *Corporate Environmental Management 1: Systems and Strategies*. London: Earthscan.

Welford, R. & Starkey, R. (Ee.) 2001. *The Earthscan Reader in Business and Sustainable Development*. London: Earthscan.

Política editorial / Editorial policy

La *Revista de Negocios Internacionales* es una publicación del departamento de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT y su Grupo de Investigación en Estudios Internacionales desde el año 2008 y tiene como objetivo contribuir a la generación de nuevo conocimiento para la comunidad académica en Negocios Internacionales en Latino América tanto desde perspectivas teóricas como aplicadas al avance disciplinar y profesional de los negocios internacionales. En esta revista son publicados trabajos de investigación de investigadores de varios niveles de desarrollo, así como la producción científica derivada del trabajo mediante redes académicas tanto nacionales como internacionales. Las temáticas de esta publicación bianual se reúnen en varios frentes académicos como lo son: negocios internacionales, negociación internacional, relaciones internacionales, interculturalidad, y comercio y desarrollo, gerencia internacional, migración internacional, países emergentes, y multinacionales de países emergentes.

La *Revista de Negocios Internacionales*, publica artículos tanto en inglés como en español. Todas las publicaciones sometidas a evaluación por el Comité Editorial y los pares académicos deben ser inéditas, y no pueden haber sido publicadas en su totalidad o parcialmente a otras revistas académicas o profesionales.

El Comité Editorial someterá cada uno de los artículos que cumplan con los requerimientos del manual de estilo de la *Revista de Negocios Internacionales* a una revisión anónima de por lo menos dos evaluadores. Los evaluadores harán recomendaciones al Comité Editorial referente a la rigurosidad académica, la pertinencia para la revista y calidad de los manuscritos presentados, así como presentarán sugerencias de cambios para los autores en caso de ser necesarios. El Comité Editorial tomará entonces la decisión de publicación o no, y enviará a los autores las recomendaciones de cambios sugeridos por los evaluadores. El hecho de recibir un artículo no garantiza su publicación, ni tampoco implica un plazo específico para la revisión de artículos.

Las opiniones y valoraciones expresadas en los artículos son responsabilidad de los autores, y no comprometen la posición académica ni política de la *Revista de Negocios Internacionales* ni de la Universidad EAFIT ni de la sociedad colombiana. El uso del lenguaje inglés es responsabilidad de los autores, a los cuales se recomienda contratar los servicios profesionales de un profesional académico proof reader.

Si un trabajo es aceptado, los derechos patrimoniales de publicación, reproducción en cualquier medio y forma son de la Universidad EAFIT. Los derechos morales son de propiedad del autor.

Editorial Policy

The *Revista de Negocios Internacionales* aim is to contribute to the production of new knowledge in the academic community interested in international business in Latin America, both in terms of the development of theory and its application to the progress of international business both as a discipline and a profession.

This journal publishes the work of researchers at various stages of development as well the scientific production of local and international academic networks. The subject areas dealt with in this biannual are: international business, international negotiation, international relations, international business management, international business *research*, *international trade and development*, international trade and climate change, international *negotiation*, *interculturalism*, international migration, emerging countries, and emerging multinationals

The *Revista de Negocios Internacionales* publishes articles both in English and Spanish. All articles submitted for assessment the Editorial Committee and peer reviewers must be previously unpublished and must not have been published, either wholly or in part, in any other academic or professional journal.

The Editorial Committee will submit all articles received which comply with the requirements of the *Revista de Negocios Internacionales* style guide for anonymous assessment by at least two peer reviewers. The peer reviewers will make recommendations to the Editorial Committee with regard to the academic rigor, suitability for the journal and quality of the articles received. Where necessary they will make suggestions for changes to authors.

The Editorial *Committee* will then decide to whether or not to publish the article concerned and, where necessary, forward to the author the changes recommended by the peer reviewers. The receipt of an article implies neither a commitment to publish it nor a specific period of time for its assessment.

The opinions and judgments expressed in the articles published are the responsibility of their authors and not those of the *Revista de Negocios Internacionales*, Universidad EAFIT or Colombian society. Authors who choose to write in the English language are responsible for its appropriateness and are recommended to make use of the services of a professional academic proof reader.

Manual de estilo para la elaboración de artículos

Revista de Negocios Internacionales Universidad EAFIT

REDACCIÓN

Los artículos no son solo juzgados por sus contribuciones al estudio de los negocios internacionales, sino también por su legibilidad y claridad de expresión. Los artículos pueden ser escritos en castellano o en inglés. Los artículos deben ser redactados en tercera persona del singular. Asegúrese de revisar ortografía, gramática y puntuación antes de la entrega del artículo. Evite términos técnicos, que solo expertos en el área pueden entender, o definalos cuando aparecen por primera vez en el texto.

CONTENIDO

Los artículos enviados a esta revista deben poseer la siguiente estructura básica:

- La **introducción** debe incluir el objetivo de la investigación, al igual que su motivación y contexto.
- La **revisión literaria** debe ser limitada a los artículos, libros y otros documentos que influenciaron directamente en el tema tratado.
- Trabajos teóricos deben incluir una sección acerca de la **motivación y aplicación** potencial del marco teórico propuesto.
- La **sección empírica** deberá incluir las referencias de la metodología estadística utilizada y una completa descripción de la metodología, en caso de que la metodología propuesta sea nueva.
- Todos los detalles del análisis estadístico y sus **resultados** deberán incluirse en el documento.
- La **conclusión** debe resumir los resultados claves y determinar su importancia para el respectivo campo de estudio.

ENVÍO

Los artículos se deben enviar a la Prof. Dra. María Alejandra Gonzalez-Perez, Editora de la publicación, al correo electrónico: mgonza40@eafit.edu.co en formato MS Word. El recibo de artículos y su entrega al procedimiento de evaluación, no garantiza su publicación inmediata y tampoco conlleva necesariamente en un plazo específico a su publicación en un número determinado.

Con el envío de artículos a la revista, el autor se responsabiliza de no sugerirlos paralelamente a otras publicaciones.

PORTADA

La Portada debe incluir:

- Título del artículo.
- Subtítulo, si se requiere.
- Títulos y nombres completos de los autores.
- Afiliación institucional de los autores.
- Biografía de los autores (máximo 100 palabras por autor).
- Agradecimientos por apoyo investigativo o financiero, lugares en los que ha sido presentado el manuscrito, agradecimientos, y similares. Estos deben aparecer en la portada y no en otros lugares del manuscrito.

RESUMEN DEL CONTENIDO/ABSTRACT

- El documento debe iniciar con un resumen del contenido, el cual incluye el título del documento y un resumen de 100 palabras máximo.
- El resumen no debe incluir información que puede identificar a los autores.
- El resumen no debe incluir referencias.
- El resumen debe ser escrito de manera directa y de lectura fácil.
- El resumen debe ser entendible para personas no expertas en el área.
- En el caso de que se redacte el artículo en castellano, asegúrese de incluir el resumen del contenido también en inglés, bajo el título *abstract*.

PALABRAS CLAVES

- Se deben incluir tres a seis palabras claves relacionadas con el documento.
- En el caso de redactar el artículo en castellano, también incluir las palabras claves en inglés.

ESTILO DE PRESENTACIÓN

- Todos los márgenes deben ser de 2,5 cm: superior, inferior, izquierdo y derecho.
- La fuente utilizada debe ser Times New Roman, el tamaño de fuente debe ser 11.
- Todo el texto debe tener interlineado doble, incluyendo resumen, referencias, apéndices, etc.
- Todas las páginas deben estar numeradas, empezando con la página con el resumen del contenido.
- Entre dos frases, se debe utilizar un espacio, no dos.
- El texto debe estar alineado a la izquierda.
- Antes de entregar el artículo, revisar los cálculos incluidos; números menores de 10 se escriben en letras, se incluye el cero antes de números decimales (es decir 0,34; no .34) En estadísticas, solo se incluye dos posiciones decimales (es decir 0,27; no 0,2687445).

NIVELES DE TÍTULOS

Se utilizan tres niveles de títulos en el texto:

- Títulos de primer nivel: Sólo se utilizan mayúsculas y están centrados.
- Títulos de segundo nivel: Sólo la primera letra de cada palabra en mayúscula, alineados a la izquierda.
- Títulos de tercer nivel: Deben tener sangría, utilizar letra cursiva, la primera palabra empieza con una mayúscula y se finaliza el título con un punto. El texto continúa seguido al título.

Cada hipótesis que se quiera probar, se debe numerar y debe tener sangría. Por ejemplo:

- Hipótesis 1: La probabilidad de publicar un artículo está directamente relacionada con el equilibrio entre forma y contenido.

REFERENCIAS EN EL TEXTO

- En cuanto a referencias bibliográficas en el texto, estas se incluyen en el lugar de la citación, con el nombre del autor y el año, entre paréntesis. Por ejemplo: (Buckley, 2002). Citas basadas en la literatura utilizada se deben denotar en el texto. La lista de referencias se incluye al final del trabajo.
- Si un trabajo mencionado tiene dos autores, siempre citar los dos autores cada vez que se mencione el trabajo en el texto. Por ejemplo: (Roberts y Smith, 1999). Si son entre tres y seis autores, solo citar todos los autores la primera vez que se mencione su trabajo. En adelante, se utiliza solo el primer autor "*et al.*". Para más de seis autores, siempre se cita el trabajo con el primer autor "*et al.*". Por ejemplo: (Roberts *et al.*, 2007)
- Si se cita literalmente a un trabajo, se utilizan comillas y se indica año y página, como en el siguiente ejemplo: (Buckley y Lessard, 2005:596)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- La lista de referencias bibliográficas debe ir al final del documento, y debe estar en orden alfabético de los autores (si no hay autor dado, se utiliza el nombre de la corporación o el nombre de la revista).
- La lista debe incluir todas las obras citadas y sólo las citadas.
- Las referencias de las citas deben ser completas, y que las fechas y nombres dentro del texto concuerden con las fechas y la ortografía de los nombres en la lista de referencias.
- Incluir el rango de los números de páginas en referencias de artículos publicados en revistas o capítulos de libros.
- Incluir volumen y fascículo (número [si aplica], temporada, mes o fecha) para referencias de artículos publicados en revistas o periódicos.
- A continuación se presentan ejemplos de referencias tomadas del manual de autores del *Journal of International Business Studies (JIBS)*:

Artículos publicados en revistas:

- Cosset, J., & Suret, J. 1995. Political risk and benefits of international portfolio diversification. *Journal of International Business Studies*, 26(2): 301-318.

Ponencias presentados en conferencias o eventos académicos:

- Harley, N. H. 1981. Radon risk models. En A. R. Knight & B. Harrad (Eds), *Indoor air and human health*, Proceedings of the Seventh Life Sciences Symposium, 29 a 31 de Octubre 1981, Knoxville, USA: 69-78. Amsterdam: Elsevier.

Libros:

- Donahoe, J. D. 1989. *The privatization decision*. New York: Basic Books.

Capítulo en libro editado:

- Caves, R. E., & Mehra, S. K. 1986. Entry of foreign multinationals into the US manufacturing industries. En M. E. Porter (Ed.), *Competition and global industries*: 449-481. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Disertación/Trabajos de Grado:

- Salk, J. E. 1992. Shared management joint ventures: Their developmental patterns, challenges and possibilities. Trabajo de Doctorado no publicado, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA.

Documentos en Internet:

- The Investment Company Institute. 2004. Worldwide mutual fund assets and flows, tercer cuartal 2003. <http://www.ici.org>. Consultado: 4 de Febrero 2004.

Artículos publicados en revistas en Internet:

- Hutzschenreuter, T., & Voll, J. C. 2007. Performance effects of "added cultural distance" in the path of international expansion: The case of German multinational enterprises. *Journal of International Business Studies*, publicación en Internet 30 de Agosto. doi:10.1057/palgrave.jibs.8400312.

FIGURAS Y TABLAS

- Gráficos de líneas, mapas, gráficos, diagramas, fotos, etc. se clasifican como figuras.
- Las tablas y figuras se enumeran de manera consecutiva en orden de apariencia (las tablas y figuras tendrán numeraciones separadas).
- Cada tabla y figura debe tener al menos una frase en el texto que la introduce y/o explica.
- Las referencias dentro del texto a las tablas deben hacerse de manera ordenada.
- Las tablas deben explicarse solas. En el texto se debe explicar los puntos más esenciales y resumir el mensaje de la tabla, más no duplicar todos los datos de la tabla.
- Introducir las tablas en el lugar del texto donde deben aparecer en la publicación.
- Los títulos de las tablas y figuras deben ser cortos y descriptivos. No se utilizan abreviación, acrónimos o símbolos. El número y el título de la tabla o figura deben escribirse en diferentes líneas.
- Las necesarias medidas de significancia estadística deben presentarse con de la tabla.
- Las fuentes se citan directamente debajo de la tabla o figura.
- Las tablas no deben ser ingresadas al documento como imágenes. Todas las tablas deben ser editables en Word. Se aceptan Tablas adjuntadas desde Excel.
- Las tablas y figuras deben ser en blanco y negro, no deben contener colores.

Comité editorial / Editorial Review Board

1. Ms. Wendy A. BROOKE (Assistant Professor). University of Wisconsin, United States.
2. Ms. Alejandra CALLE-SALDARRIAGA (Assistant Professor). Universidad EAFIT. Colombia.
3. Dr. Sergio A. CASTRILLON (Associate Professor). Universidad EAFIT. Colombia.
4. Dr. Claude CHAILAN (Professor). International University of Monaco. Monaco.
5. Dr. Der Chao CHEN (Assistant Professor). National Central University, Taiwan. China.
6. Mr. Jack Alan CLAMPIT (Researcher). University of Memphis. United States.
7. Dr. Louise CURRAN (Lecturer). Toulouse Business School. France
8. Dr. Shivakumar DEENE (Assistant Professor). Gulbarga University. India.
9. Ms. Natalia ESCOBAR-PEMBERTHY (Assistant Professor). Universidad EAFIT. Colombia
10. Dr. Manuel Aníbal Silva Portugal Vasconcelos FERREIRA (Professor). Escola Superior de Tecnologia e Gestão. Portugal.
11. Mr. Sascha FUERST (Assistant Professor). Universidad EAFIT. Colombia.
12. Dr. Rumen GECHEV (Professor). University of National and World Economy Sofia, Bulgaria.
13. Dr. Animesh GHOSHAL (Professor). DePaul University. United States.
14. Ms. Angela A. GOMEZ (Adjunt Lecturer). UNAD Florida. United States.
15. Dr. Maria Alejandra GONZALEZ-PEREZ (Associate Professor). Universidad EAFIT. Colombia.
16. Dr. Ana Lucia GUEDES (Associate Professor). Getulio Vargas Foundation (GVF). Brazil.
17. Dr. Eoin HIGGINS (Researcher). National University of Ireland, Galway. Ireland.
18. Dr. Liam LEONARD (Lecturer). Institute of Technology, Sligo. Ireland.
19. Dr. Gilmar MASEIRO (Professor). Universidade de São Paulo. Brazil
20. Dr. Robert D. MORRISON (Lecturer). University of Texas Pan American. United States.
21. Mr. Miguel A. ORTA (Adjunt Lecturer). Nova Southeastern University. United States.
22. Dr. Ursula F. OTT (Lecturer). Loughborough University. United Kingdom.
23. Dr. René PELLISSIER (Professor). University of South Africa, Pretoria. South Africa.
24. Dr. José PLA-BARBER (Professor). University of Valencia. Spain.
25. Dr. Jean-Michel QUENTIER (Professor), ESC Bretagne Brest (Brittany School of Management). France.
26. Dr. Gary D. ROBINSON (Professor). Capella University. United States.
27. Dr. Juan Carlos SOSA VARELA (Associate Professor). Turabo University. United States.
28. Dr. Lily Lavanchawee SUJARITTANONTA (Assistant Professor). Suan Sunandha Rajabhat University. Thailand.
29. Dr. Eva SZALVAI (Assistant Professor). Business Administration Colby-Sawyer College. United States.
30. Mr. Luis Fernando VARGAS-ALZATE (Assistant Professor). Universidad EAFIT. Colombia.
31. Mr. Andres VELEZ-CALLE (Assistant Professor). Universidad EAFIT. Colombia.
32. Dr. Jorge A. WISE (Professor). Tecnológico de Monterrey. Mexico.
33. Dr. Peter ZETTING (Assistant Professor). University of Turku. Finland.
34. Ms. Anne Marie ZWERG-VILLEGAS (Associate Professor). Universidad EAFIT. Colombia.