

La responsabilidad social empresarial y la competitividad para las empresas en Costa Rica

Joyce McCalla Lee

El artículo tiene como fin dar a conocer la importancia de la responsabilidad social empresarial para el país y para las empresas, y que les brinda beneficios que sirven como puentes para lograr una mejor estabilidad empresarial, competitividad y desarrollo financiero. Por otra parte, muestra varios problemas que se han venido incrementando durante el transcurso del tiempo, tales como el deterioro de la naturaleza y el medio laboral. Muchas empresas extranjeras han venido al país con modelos de mejora que les confieren una mayor credibilidad en el mercado, por lo cual son empresas líderes. Asimismo, hace referencia a la necesidad de un cambio de mentalidad y de motivación en empresas e individuos, de modo que continúen trabajando activamente en pro del sistema. Se señala la relevancia de difundir, sobre todo en el sector educativo, el mensaje de la conservación del ambiente, como punto esencial para el mejor funcionamiento del país y una mejor calidad de vida.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Competitividad, Estrategia Empresarial, Medio Ambiente, Necesidades de Mercado.

Abstract

Formatted: English (U.S.)

The purpose of this article is to communicate how important is the active work of the social responsibility actions for the Costa Rica so for the companies established. The idea is to make know it works like a bridge for competitively, economical development and enterprise stability. On the other hand, also it shows the actual problem due the lack of organization and vision, for example issues with the environment and work place. Foreign companies had developed different ways to be attractive internationally which cause a better image and help for a market credibility.

The importance of changing your mind is also mentioned in this article, so that business and individual continues working with the aim of creating a better place that cares of the natural conservation and employees.

*Licenciada en Negocios Internacionales. Egresada de Bachillerato en Administración de Negocios Bilingüe. ULACIT

La responsabilidad social empresarial admite muchas definiciones, y todas se concentran en poder hacer algo por el país en busca de un desarrollo sostenible o, mejor dicho, sin arriesgar a las generaciones futuras, las cuales no podrán gozar de esa estabilidad si continúa el mal uso de los recursos característico de nuestros días. Cada día se puede comprobar que los pequeños problemas de hace unos años atrás, hoy se han magnificado.

En síntesis, la responsabilidad social empresarial (RSE) se concibe como un conjunto de ideas plasmadas en proyectos empresariales, en busca de soluciones y mejoras para el país.

La forma de operar de dichas empresas es activa, en aras de lograr mejorías en áreas sociales, económicas y ambientales. Este aspecto reviste mucha importancia porque, si en el país comienzan a observarse cambios positivos, será atractivo internacionalmente, se mostrará como modelo, preocupado por el bienestar social, económico, ambiental, etc. De esta manera, proveerá una mejor calidad de vida a los costarricenses y un mejor desarrollo sostenible.

Entre los países ejemplos se menciona el caso de Gran Bretaña, que nombró a un ministro de Responsabilidad Social Corporativa. Francia se convierte en el 2001 en el primer país en aprobar una ley que exige la publicación de balances sociales y ambientales. Gran Bretaña y Francia son países atractivos en el ámbito internacional, con gran experiencia, capaces de instruir y motivar a otras naciones, y por ende a las empresas, a ser socialmente responsables.

El movimiento de RSE es muy valioso y aporta enseñanzas significativas a los ciudadanos, pues ya se está viendo el cambio en diversos individuos y empresas por hacer algo por la naturaleza, por ejemplo, área bastante amenazada en los últimos diez años. Se han dado cuenta de que no dar ese paso por responsabilizarse por algo, conduciría a la destrucción automática del medio ambiente. Costa Rica, como país pequeño, comenzó con pocas empresas socialmente responsables, pero a través de los años ha logrado motivar a otras y ha impactado positivamente.

Aun así no es suficiente. Los daños han sido graves y se encuentran en puntos que, si no se realiza algo más, pueden llegar a ser irreparables. En este proyecto, se contemplarán los temas laboral y ambiental. Si bien el medio ambiente es crucial, ya que todos dependemos de él, el ser humano lo ha llevado a un estado de gran deterioro.

Muchas de las empresas socialmente responsables, señalan como propósito “solucionar problemas prioritarios para el país”. No obstante, todavía se requiere un cambio de mentalidad. Si nos detenemos a pensar por qué nos encontramos en dicha situación, qué nos llevó a donde estamos hoy, una de las posibles respuestas podría ser que, unos años atrás, los individuos se preocuparon por solucionar problemas prioritarios para el país y olvidaron que algunos problemas percibidos como pequeños, podrían ser muy complejos en el futuro.

Lo mismo sucede en nuestros días: nos preocupamos por resolver problemas prioritarios, sin pensar que estos, junto con los problemas más pequeños, serán las complejidades del mañana. Debemos recordar que el mundo está sometido a enormes cambios, a un proceso de grandes transformaciones, y también de posibilidades.

Las cantidades de desperdicios no son las mismas que hace diez años; el consumo de camarón no es el mismo de hace diez años; el comercio de la aleta de tiburón no es el mismo de hace diez años; ni las cantidades de automóviles,

fábricas, entre otros. El problema se debe a que muchos de los individuos continúan pensado como hace diez años.

El cambio de mentalidad, el cambio hacia una cultura de conservación ambiental, es un trabajo difícil, pero es preciso realizarlo si se quiere ver mejoras. Por consiguiente, es imperativo incrementar cada día más la responsabilidad social, no verla como un negocio donde ciertamente se logrará competitividad, sino como el medio para preservar el lugar donde vivimos y las especies con las cuales convivimos.

Se dice que el movimiento de RSE se inició en el siglo XIX, cuando se buscaban maneras de cooperar en la sociedad, como autoayudas, apoyo a las comunidades, las ONG, entre otras. El enfoque de la RSE es procurar la excelencia, brindar especial atención a las personas, por ejemplo en sus condiciones de trabajo, así como mejoras en los procesos de producción, donde se vean reflejadas la calidad, la eficiencia y la eficacia.

Eso lleva a pensar en las innumerables quejas y demandas que a menudo establecen los empleados contra las empresas. ¿Habrán empresas que se preocupen por el medio ambiente y no por sus empleados? Es importante recalcar este punto porque, para solucionar los problemas externos, se deben solucionar los internos.

A través de los años el concepto de RSE ha cambiado, aunque no en su totalidad. Si nos remontamos a tiempos atrás, existían preocupaciones que hoy no se ven plasmadas en las definiciones de RSE, como lo es el caso de "responsabilizarse por sus empleados". Esto obedece a que tal responsabilidad ya forma parte de la estructura empresarial. Pese a ello, aún muchas empresas no cumplen esta función.

A mediados de los años ochentas, los problemas desencadenados por las posguerras se volvían cada vez más difíciles de controlar. Los negocios de la propiedad inmobiliaria se derrumbaron. Las deudas de las empresas y el déficit

nacional se agigantaron. La aguda recesión evidente a principios de los años noventas, indicó con total claridad cuánto y cómo había cambiado el mundo (Carnegie, 2005).

Como respuesta a esos problemas se crearon estrategias, como fusionar empresas, adquirir empresas, reestructurar empresas o, sencillamente, afrontar las quiebras. Esto dio inicio a las cesantías y aparecieron los despidos.

Ante esto, surgen las preguntas: ¿Qué ocurre con los empleados? ¿Habrá un impacto en la sociedad si aumenta el desempleo? Los empleados constituyen un elemento fundamental para el funcionamiento de la empresa: sin ellos no hay empresa; conforman la estructura laboral requerida para que las funciones se lleven a cabo y las metas se alcancen. Algunas empresas recurren a estrategias de reducción de personal para efectos de disminuir costos, lo cual incrementa el desempleo.

El desempleo es un serio problema para el país. Las personas se ven obligadas a administrar mejor sus recursos. En esas circunstancias, las prioridades no serán invertir en la compra de un vehículo ni en estudios, sino cubrir los gastos de alimentación. Si este patrón se torna muy constante, puede alterar a la sociedad, por cuanto en muchas ocasiones las familias no pueden enviar a sus hijos al colegio. Esta situación ocasiona un círculo vicioso, pues la mayoría de las empresas hace énfasis en la especialidad educacional que se requiere para laborar. Esto conduce a un estancamiento. Además, muchos individuos incurren en actos ilícitos como forma de conseguir ingresos, para poder seguir subsistiendo en un mundo tan cambiante y tan exigente, lo cual atenta contra la seguridad social e inhibe a las empresas extranjeras de invertir en el país.

Por otra parte, los favoritismos, imposibilidades de crecimiento dentro de la organización, salarios no competitivos, explotación del empleado, entre otros, son elementos que causan insatisfacción en el trabajador. La iniciativa de la RSE destaca la importancia de preocuparse por los empleados y velar por su bienestar.

Empresas estadounidenses como Hewlett Packard, Procter & Gamble, Kimberly & Clark, son ejemplos de organizaciones que contemplan en su estructura empresarial el velar por sus empleados, brindándoles múltiples beneficios como servicios médicos, transporte y becas, con el objetivo que se sientan a gusto.

Durante su estancia en Costa Rica, Procter & Gamble (www.P&G.co.cr) ha desarrollado distintos programas, entre ellos los siguientes: “Un compromiso con Costa Rica; Escuela Modelo La Celia, en Sixaola de Talamanca; construcción del ala de Deficientes Visuales de la Escuela Fernando Centeno Güell; “Eliminando barreras”; Programa de Voluntariado; tutorías; ADA: “Deja tu huella”; trabajo en equipo y servicio a la comunidad; “Comparte tu talento”; apoyo a la Orquesta Sinfónica Juvenil.

En este ejemplo se aprecia un notable esfuerzo de años, mediante el desarrollo de proyectos de calidad, los cuales realmente son de gran provecho para el país. Es una muestra de RSE, no como objetivo de lograr fama, sino como un compromiso de contribuir a la solución de problemas.

Las empresas y su interés por ser competitivas

Al comparar datos sobre los beneficios que la RSE brindará, se ha notado que suelen recaer en los mismos objetivos: “incrementar la competitividad” y “obtener nuevas fuentes de inversión”. ¿La RSE es realmente importante para las empresas? ¿En verdad se encuentran comprometidas? ¿Optarían por ser socialmente responsables si no hubiera un incentivo comercial?

Sabemos que el individuo reacciona a base de incentivos, los cuales son elementos de motivación estratégicamente utilizados para lograr un cambio de opinión y acción de la persona. Retomemos de nuevo el tema del medio ambiente. ¿Colaborarían las empresas si el incentivo fuera una mejor calidad de vida y la restauración del medio ambiente, y no uno económico? Al fin y al cabo, la naturaleza está en peligro por culpa del ser humano. ¿Por qué no incentivar a la

población a devolver a la naturaleza lo que se le ha quitado? ¿Por qué no incentivar a las empresas que impactan negativamente la naturaleza, a realizar movimientos en masa para restaurarla?

En algunas compañías se piensa que si no practican la tala de árboles, o el aleteo, o la pesca del camarón en áreas restringidas, o no lanzan sus desechos en ríos o mares, entonces no están contribuyendo a dañar el medio ambiente. Ciertamente no. Pero si son pequeñas empresas que poseen vehículos en mal estado, no dividen sus desperdicios en reciclable/no reciclable, o usan inadecuadamente el agua o la electricidad, sí están causando perjuicio a la naturaleza.

No solo las grandes acciones impactan, sino también las pequeñas. Un simple rótulo donde se exhorte a "*No arrojar basura en la calle*" hace la diferencia. El individuo puede trabajar en una empresa socialmente responsable pero, una vez fuera de ella, arroja desperdicios en la calle. Tales actos ocurren con suma frecuencia. En este sentido, es necesario iniciar un cambio de mentalidad individual, para que cada uno se percate de la importancia de velar por la naturaleza.

Problemas en el medio ambiente

A continuación detallamos algunos de los problemas que atentan contra el medio ambiente, y a los cuales empresas nacionales e internacionales ubicadas en Costa Rica han dedicado su mayor esfuerzo, con el propósito de evitar sus repercusiones negativas.

La acumulación de basura se debe a la mala organización de las municipalidades y empresas recolectoras. Su mala administración no permite que

el proceso de limpieza se haga de forma adecuada. Como consecuencia, se desata una ola de contagio de enfermedades, de bacterias, a niños, jóvenes y adultos, debido a la cantidad de desperdicio en las cercanías de los hogares, e igualmente el daño al medio ambiente.

La escasez de tiburón es otro problema de gran auge en estos últimos cinco años. Se debe a la actividad del aleteo, en la cual embarcaciones nacionales y extranjeras entran en el territorio con el objetivo de realizar esta dañina práctica pesquera, motivadas por la alta demanda en países asiáticos. Dentro de siete años, estas especies estarán extinguidas (McCalla, 2008).

La escasez de camarón obedece a que las embarcaciones emplean redes inadecuadas en sus viajes de pesca. Se capturan camarones juveniles y las larvas que, por accidente, se hallan en las orillas, lo cual impide que se efectúe el ciclo de reproducción completo. Hoy el camarón ha disminuido en un 70%. El Gobierno no hace esfuerzos para que se cumpla la ley. Se pronostica que, para el 2020, esta especie ya estará extinguida. Por eso el precio del camarón ha aumentado (McCalla, 2008).

Por último, pero no menos importante, está el problema de la contaminación atmosférica, provocada por los vehículos y las fábricas. Existe una alteración considerable de los niveles de concentración de los gases de efecto invernadero. Esto genera el calentamiento global de la Tierra, además de la variación en los ciclos de mares, biológicos y de estaciones (Google, 2007).

Estos ejemplos brindan un panorama de los problemas graves que enfrenta el país en estos momentos, los cuales han tomado fuerza durante los últimos años. Costa Rica cuenta con excelentes organizaciones líderes, que trabajan día a día para exponer la problemática y hacer algo por ello.

Es notoria la iniciativa de diversas empresas, como Florida S.A., de desarrollar planes de responsabilidad social. Se puede decir que sí se está haciendo algo por cambiar el rumbo de la situación. Sin embargo, es preciso idear

más formas para detener el problema, así como realizar grandes movimientos para conseguir cambios en las leyes de Costa Rica, a fin de no permitir que algunos extranjeros lleguen a destruir su patrimonio, como en el caso del recurso marino.

Es importante difundir el mensaje de lo que se está viviendo y hacia dónde se dirige el país. La educación de los jóvenes es primordial; se debe darles a conocer la problemática, por medio de charlas, con el objetivo de hacer conciencia y que ese conocimiento conlleve a un cambio de hábitos que favorezcan el bienestar social.

Con respecto al tema de la competitividad empresarial, cabe preguntarse: ¿Por qué las empresas desean ser competitivas? En apenas unos pocos años, hemos presenciado el nacimiento de la sociedad posindustrial, el advenimiento de la era de la información y de la carrera de la informática, y el nacimiento de la biotecnología.

Con el fin de la Guerra Fría, el ambiente de los negocios se ha vuelto más intenso. La competencia se ha hecho más global y más enérgica, pues ya no es importante tener éxito solo internamente. En nuestros tiempos, las empresas se ven obligadas a subir el escalón y pensar en mercados externos, a soñar con importar a países de potencia, como Alemania, China, Japón, e incluso con instalarse en la India, que cuenta con una excelente mano de obra y donde muchas empresas se establecen en busca de una mejor calidad y bajo costo, para así conseguir el costo de oportunidad.

Por ejemplo, en El Salvador, a finales del año pasado la empresa Campero emprendió el paso de ubicarse en el mercado asiático (China), con el fin de buscar otras necesidades y gustos y satisfacerlos. Campero está creando nuevos menús, con perspectiva creativa y siempre respetando dicha cultura.

Gerentes encargados comentaban que ya no se puede pensar en bajar la guardia, ya que si bien han comenzado con gran aceptación en el mercado chino,

esto no indica que los índices de ingresos serán iguales durante mucho tiempo; siempre habrá empresas competidoras, por lo cual se debe seguir investigando para establecerse en otras latitudes.

Por otra parte, la competitividad se refleja hoy en el sinnúmero de modelos de celulares. Mientras en Centroamérica se ve el *Iphone* como la última novedad, en China se piensa en un modelo donde las personas se observen simultáneamente cuando se comunican.

Esto es competitividad: ideas hechas realidad, con el fin de ir liderando en el mercado antes que los competidores, procurando incrementar así los niveles de ingresos y ganar la fidelidad del consumidor.

En China, por ejemplo, se está presentando un cambio en la cultura tradicional del té, el cual se toma a horas específicas, como un acto ancestral. Ahora, debido al alto nivel de actividades, a las personas se les dificulta dedicar tiempo para el consumo del té. El tiempo es mucho más corto y ajetreado, lo cual imposibilita realizar el ritual. Empresas pioneras decidieron elaborar el té en empaques de "tetra pack", con la visión de que, cuando las personas van de camino a su trabajo, reuniones, etc., puedan consumirlo sin ningún problema.

Entonces, entramos al punto en que las empresas no pueden ignorar por más tiempo los deseos y necesidades de sus clientes, y deben encontrar nuevas formas de penetrar en el mercado.

Los gerentes ya no pueden sencillamente impartir órdenes y esperar a que se cumplan. El concepto de liderazgo tiene que cambiar. Es sorprendente la cantidad de libros alusivos a esta temática, y la gran mayoría coincide en que un líder debe ayudar a que los demás también puedan conocerse y desarrollarse.

Según Maxwell (2007), es importante saber cuándo competir y cuándo no. Relata que el antiguo presidente de la junta directiva de General Electric, Jack Welch, afirmaba: "Si no tiene una ventaja sobre la competencia, no compita" (p.

61). Las personas no pagan por algo promedio. Si no tiene talento necesario para hacer algo mejor que la competencia, entonces enfóquese en otra cosa.

Por otra parte, podemos ver que estos no son movimientos nuevos. Desde hace mucho tiempo se piensa en cómo ser competitivos. Muchos recordarán al doctor W. Edward Deming, quien trabajaba en el Departamento de Calidad del Ejército de Estados Unidos; cuando los japoneses lo contrataron para conocer su punto de vista sobre la situación en que se encontraba Japón y cómo reaccionar después de la Guerra, su recomendación fue que no trataran de copiar los complicados modelos de las grandes corporaciones de Estados Unidos, y se enfocaran en creaciones de artículos propios. Hoy se han convertido en líderes de la innovación tecnológica.

Es importante recalcar el deseo de las empresas por ser líderes, innovar, adquirir mayor competitividad, por cuanto, si no lo logran, otras lo harán y poco a poco las sacarán del mercado. Por eso implementan distintas estrategias, en aras de incrementar sus ingresos tomando en cuenta otras fuentes de inversión y de expansión de mercados. La RSE se ha convertido en un puente importante que ayuda a las empresas a lograr tales objetivos.

RSE como una estrategia empresarial

Desde el punto de vista comercial, la RSE sí podría catalogarse como una estrategia empresarial. Se puede observar la tendencia de empresas costarricenses a optar por dirigir sus productos a mercados europeos, con el objeto de ampliar su mercado y satisfacer necesidades. Ser socialmente responsables ayuda a las empresas a poseer una imagen positiva, al igual que una mayor competitividad.

Organizaciones internacionales como AED y Ecores, entre otras, premian a las empresas por ejecutar medidas de responsabilidad social. Las empresas se

ven obligadas a emprender nuevas estrategias, para afrontar los retos y competir eficaz y eficientemente en mercados globales.

En especial, Europa es una gran oportunidad para las empresas. Esto no significa que la Unión Europea se concentre en la maximización de ganancias para lograr mejores oportunidades en la conquista por los mercados internacionales. Una economía fuerte es, sobre todas las cosas, el fundamento económico para el concepto europeo de cohabitación (Gutiérrez, 2007).

El mercado europeo tiene consumidores no muy comunes. En los diferentes supermercados se observarán productos de distintas formas, sabores, colores, diseños, etc. Solo en Bélgica, hay un mercado de quinientos millones de consumidores, cuyas características en cuanto a exigencias son muy similares al resto de Europa. Jóvenes, adultos y ancianos llenan su carritos con productos exóticos, fáciles de manejar, saludables y, en muchas ocasiones, *amigables con el ambiente*, por lo cual pagan más dinero (González, Gilda. 2008, p. 4).

Las empresas diseñan un plan para encontrar un nicho de mercado, agregar valor a los productos y cumplir los requerimientos de los países metas, para así penetrar en el mercado. Empresas como Dole y Café Britt están posicionadas en Bélgica, con una gran aceptación por parte de los consumidores. Con esto, se puede determinar hacia dónde se dirige la comercialización y dónde se visualizan las empresas en un futuro. Para lograr sus metas, la RSE se convierte en un punto a favor.

Por ejemplo, la compañía Sardimar contempla, dentro de su responsabilidad empresarial, la importancia de una buena captura del atún, amigable con el ambiente, que no perjudique a los delfines. Este es un punto a favor para ella, ya que un mercado tan exigente como el europeo toma en cuenta, a la hora de adquirir el producto, si este se ha fabricado protegiendo la naturaleza, o bien, que para su fabricación no se hayan empleado formas de explotación o injusticia laboral.

Todo gira en torno a la satisfacción del cliente, en lograr que este tenga siempre en mente dicha marca y obtener su fidelidad. Es una estrategia de mercadotecnia con resultados meritorios, por el esfuerzo desplegado.

Es importante difundir más el mensaje de la responsabilidad social, de modo que todos individualmente hagamos algo para colaborar con el país. Se necesita efectuar una reingeniería humana. En su libro *Por qué ha triunfado el Japón*, Morishima (1999) señala: "Ningún país puede progresar sin tener en cuenta su propio pasado, que condiciona toda línea de desarrollo" (p.46).

En conclusión, las empresas ciertamente están colaborando, pues están ejerciendo un impacto positivo en el país, por medio de distintos programas de RSE. Como se había mencionado con anterioridad, en las áreas ambiental y laboral se han presentado problemas que perjudican seriamente al país. Es preciso que las empresas continúen aplicando estrategias de mercadotecnia, lo cual está bien visto y favorece al país, siempre y cuando no pierdan el enfoque original de la responsabilidad social empresarial.

Con la apertura comercial que se ha venido dando, empresas nacionales han dirigido su esfuerzo a causar sensación en países europeos, con el ánimo de satisfacer necesidades, ampliar mercados, fortalecer a sus clientes y proveedores, prosperar financieramente, incrementar sus ventas. Las empresas los colocan como objetivos primordiales y ponen en marcha estrategias para su consecución, entre ellas la RSE.

A lo largo del proyecto, nos percatamos de la importancia de velar por una equidad social y una equidad ambiental, que ciertamente posibilitan una prosperidad económica para el país. Si Costa Rica transmite una imagen positiva en estos aspectos y se da a conocer como una nación preocupada por la naturaleza y por el buen trato a los empleados en organizaciones, los productos que exporte al continente europeo, por ejemplo, serán bien vistos y adquiridos con mayor fidelidad que aquellos que atentan con estos dos elementos.

Tenemos claro que los factores de deterioro o los desarrollos tienden a impactar a otros, ya sea negativa o positivamente. Todo se ha dado de esta forma debido a las necesidades e intereses presentes en una sociedad. Desde el principio se idearon metodologías dirigidas a incrementar la producción, la calidad y la eficacia, sin preocuparse por las eventuales consecuencias en unos años. Hoy buscamos formas para seguir satisfaciendo necesidades e intereses, pero aplicando medidas para solucionar o disminuir problemas para los cuales en un inicio no se fijaron límites.

Afortunadamente contamos con la capacidad de ser moldeables, de rediseñarnos y de modificar actitudes y hábitos. Sin duda, necesitamos un cambio de mentalidad, para ser proactivos, con pensamientos positivos en cuanto a las situaciones que enfrentamos. Debemos tomar conciencia de la gravedad de la problemática actual y, en consecuencia, llevar a la práctica cotidiana mejores comportamientos en pro de una mejora social y ambiental, así como difundir este mensaje por medio de nuestras acciones.

Por su parte, las empresas deben motivarse aun más a desarrollar planes de RSE, a fin de seguir cosechando frutos como los obtenidos hasta el momento.

Es urgente que se impartan enseñanzas para llevar a cabo una reingeniería humana, de modo que las personas persigan el objetivo de convertirse en agentes de excelencia. Sabemos que este fenómeno no ocurrirá de la noche a la mañana, pero si empezamos ya y exhortamos a otros a preocuparse por estos problemas, a muy corto plazo veremos progresos considerables.

La RSE es un método extraordinario porque, aparte de instar a las empresas a coordinar mejor sus formas de organización, producción, estructura empresarial y así conseguir para sí mismas beneficios muy favorables, también coadyuvan al desarrollo nacional, en la trilogía de lo social, lo ambiental y lo económico.

A través de un diagnóstico continuo de cuáles son los valores y acciones que caracterizan a la cultura y cuáles áreas se deben fortalecer, se seguirá abriendo el camino a nuevos cambios en el país.

Referencia

(Carnegie, Dale C.D. (2005). **Descúbrase como Líder** (1ª. ed). Estados Unidos).

(Procter & Gamble. (2008). Responsabilidad Social. www.P&G.co.cr.)

(Joyce McCalla Lee. (Julio 2008). Entrevista con Miguel Gómez, Asesor de Recursos Marinos, Organización Pretoma, Tibás, Costa Rica).

(2007, Impacto sobre el Planeta Tierra, www.google.com).

(Maxwell, John. (2007). **Liderazgo de Oro** p.p 61 (5ta ed). Atlanta, Estados Unidos.

(Gutiérrez, Luna. (2007). Europa y la globalización. www.google.com/ Europa y la RSE).

(González, Gilda. **Así es el consumidor** (Marzo 3-9 2008) El financiero p. 4).

(Morishima, Michio. (1999) **"Por qué ha triunfado el Japón"** p.p 46 (1 ed). California, Estados Unidos.

(Martinez, Perela. (2000). **"La Globalización"** p.p 115- 125 (2da ed). Bogotá, Colombia).