

Globalización: Las tecnologías de la información como reto actual de los negocios (Globalization: Technology information as a business challenge)

**Edward Saucedo Elizondo, Monica Blanco Jiménez &
José Nicolás Barragán Codina**

Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración, San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Email: edward_saucedo_e@gmail.com

Keywords: Business, globalization, Information technology, Innovation.

Abstract: This article presents the reasons why globalization has not only become the most recurrent theme of social scientists in the department issues and matters of political debate, but commonplace in the media which has passed into everyday language and family conversations. Aguilar (2002) says that globalization, as God, is omnipresent and omniscient somehow, since it would seem to explain everything that happens in the world, also over powerfully, because of its defenders say, nothing can be opposed to the force of globalization and the contrary it is a new way of life for humanity as a whole is imposed everywhere with the forcefulness of destiny. Globalization appears in our society with an overwhelming force, as an ongoing process that cannot be stopped, however, that focusing resources properly can counteract nations to dominate and get significant benefits for each country in different sectors. This paper briefly describes some benefits that globalization brings like the process of innovation and the use of Information Technology and the positives effects on nations simply do accept it in their business.

Palabras clave: globalización, innovación, negocios, tecnología de la información.

Resumen: En este artículo se presentan algunas razones por las que la Globalización se ha convertido no sólo en el tema más recurrente de los científicos sociales en asuntos de la cátedra y materia del debate político, sino también en tema corriente en los medios de comunicación de donde este fenómeno ha pasado al lenguaje cotidiano y a las conversaciones de las familias. Aguilar (2002) comenta que la globalización, como Dios, es

omnipresente y de algún modo omnisapiente, puesto que parecería explicar todo lo que acontece en el mundo, además omnipoderosa porque al decir de sus defensores, nada se puede oponer a la fuerza de la globalización y al contrario se trata de una nueva forma de vida de la humanidad en su conjunto que se impone en todas partes. Como antecedente, la globalización aparece en nuestra sociedad con una fuerza arrasadora, como un proceso en marcha que no se puede detener, sin embargo que enfocando debidamente los recursos de las naciones se pueden contrarrestar hasta dominar y obtener beneficios importantes para cada país en sus diferentes sectores. El objetivo de este artículo es describir brevemente algunos beneficios que ha traído consigo la globalización como es el uso de las Tecnologías de la información y el proceso de innovación, que han beneficiado a las naciones por el simple hecho de aceptarlos como una estrategia en los negocios. Por lo se utiliza el método analítico teórico con un diseño de investigación exploratorio y descriptivo para obtener como resultado una serie de recomendaciones y posibles beneficios con el uso de las tecnologías de la información, así como los retos que impone la globalización.

Introducción

La globalización se distingue del enfoque tradicional al buscar similitudes en los mercados y mayor homogeneidad en sus productos y en sus actividades de mercadeo, proporcionando además la capacidad de enfrentar los retos de las actividades internacionales por medio de una racionalización en sus costos de operación, un incremento en el mercado potencial y en un mejor aprovechamiento de las economías de escala y alcance.

Sin embargo se observa en ocasiones que un problema que enfrenta la globalización es el de realizar una globalización radical que lleva al exceso de estandarización, provocando por ejemplo que los programas de mercadotecnia no tengan la flexibilidad necesaria para ser modificados con la celeridad que obligan las condiciones cambiantes de los mercados. De igual manera, el contexto del enfoque globalizador de las grandes potencias obliga a tener una sola perspectiva de lo que ocurre en los mercados, al contar solo con fuentes de información controladas por grupos internacionales interesados, lo que impide el estar abierto al flujo constante de información proveniente de otros mercados emergentes.

Como señala Sveiby (1997) una empresa puede superar a sus competidores si utiliza con eficacia la exclusiva combinación de capacidades y habilidades de su fuerza de trabajo para aprovechar las oportunidades del entorno y neutralizar sus amenazas. Para evitar este tipo de problemas se

requiere de suficiente flexibilidad en el seguimiento de programas que impulsen el desarrollo Tecnológico en la globalización con una adecuada y constante interacción con los mercados locales, por lo que es importante revisar los beneficios que ha traído consigo la globalización con el uso de las Tecnologías de la información y el proceso de Innovación que han sido de gran beneficio como una estrategia en los negocios, que es el objetivo de este artículo. De igual manera es importante revisar los retos que impone la globalización. Por lo que a fin de cumplir con este objetivo, se utilizará el método analítico teórico con un diseño de investigación exploratorio y descriptivo.

Desarrollo tecnológico en la globalización

La globalización es un hecho y un proceso: es un hecho porque ha provocado que los habitantes del mundo se vuelven mucho más interdependientes entre si y esta interdependencia se mide en función de los flujos globales de comercio e inversión, que ha crecido enormemente. , Y es un proceso tecnológico y humano porque los nuevos sistemas de información con comunicación global enlazan más fácilmente a los agentes de la globalización, como es el caso de las corporaciones multinacionales con los diferentes gobiernos, que con frecuencia se convierten en sus socios.

Desde un punto de vista más humano se dice que la globalización está impulsada por una mayor explotación de las necesidades humanas, al ofrecer mejores artículos de consumo con mayor variedad y a mejores precios para satisfacer las necesidades de una mayor diversidad de personas, aunque algunos señalan que los más favorecidos por la este proceso son las personas de una clase superior.

Las empresas no están exentas de la globalización ya que después de la Segunda Guerra Mundial se produce un cambio acelerado en el mundo empresarial, el cual transformó la concepción de la empresa dentro de la sociedad. Cada vez en mayor medida temas como el de la responsabilidad social y la consideración del trabajador en sus aspectos humanos adquiere un peso mayor. Aparecen movimientos de consumidores, regulaciones ambientales, normalización de diferentes aspectos de la calidad, etc. Estos fenómenos y algunos más son los que llevan a un nuevo concepto que

comenzó a emerger: la empresa como organización mundial, como un sistema en constante interacción con el medio (Roos et al., 1997).

Es importante señalar que también hay personas que están en contra del proceso o fenómeno de la globalización. Señalan que es según el cristal con que se mire, ya que el tema en cuestión no es más que un atentado al nacionalismo, a la identidad, a la cultura, la sociedad local y al sentido de pertenencia de un país. Sin embargo, este fenómeno consolida avances a nivel tecnológico y científico, ya que fortalece esquemas que constituyen un paradigma en cuanto a la construcción de una nueva forma de vida más homogeneizada.

En el pasado se puede observar que en el transcurso del desarrollo del hombre se han presentado diferentes etapas con las cuales se ha tenido que luchar, desde la supervivencia de los primeros seres pensantes, pasando por el menester de alimentarse y satisfacer las necesidades primarias, hasta llegar al surgimiento de un comercio rústico auspiciado por el trueque. Aunado a esto, las sociedades sufrieron transformaciones socioeconómicas, tecnológicas y culturales y la economía nace como piedra angular del crecimiento de pueblos y posteriormente naciones los cuales buscaron utilizar la mano de obra existente para transformar los recursos con los que contaban en innovaciones que pudieran servir a ellos mismos y demás pueblos.

Después con la Revolución Industrial surge la máquina de vapor y con ella el mejoramiento de la producción teniendo las empresas una significativa eficiencia. Finalmente, llega la globalización con un aumento de la vinculación, la expansión y profundización de las distintas relaciones sociales, económicas y políticas, la creciente interdependencia de todas las sociedades entre sí, promovida por el aumento de los flujos económicos, financieros y catapultada por la tercera revolución industrial que facilita que los flujos puedan ser realizados en tiempo real. Es cuando surge la necesidad de la innovación, el crear o modificar un producto que le permita su introducción en el mercado ya no tanto local sino global. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No sólo hay que inventar algo, sino, por ejemplo, introducirlo y difundirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello.

Razón por la cual, dentro de los procesos del negocio de una empresa en la actualidad se debe considerar el proceso de la innovación que cubre desde la generación de ideas, pasando por la prueba de viabilidad hasta la

comercialización del producto o servicio, lo que permitirá que las ideas pueden desarrollar o mejorar un nuevo producto, servicio o proceso.

Teorías sobre la innovación

La innovación exige la conciencia y el equilibrio para transportar las ideas, del campo imaginario o ficticio al campo de las realizaciones e implementaciones. De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española: Innovar proviene del latín innovare, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad, o generar ideas, seleccionarlas, implementarlas y comercializarlas.

La innovación en los negocios se consigue de diferentes maneras se recomienda tener áreas o departamentos de investigación y desarrollo para "innovaciones revolucionarias". Aunque también las innovaciones pueden ser desarrolladas por meras modificaciones realizadas en la práctica del trabajo, por intercambios y combinaciones de experiencia profesional y de muchas otras maneras.

Por lo tanto las innovaciones más radicales y revolucionarias suelen provenir de la investigación y desarrollo (I&D), mientras que las más incrementales suelen emerger de la práctica. Aunque existen excepciones a cualquiera de estas dos tendencias, en la mayoría de los casos las innovaciones son documentadas y protegidas mediante patentes u otro esquema de propiedad intelectual. Como lo señala Michael Porter, el nivel de innovación de una región puede estimarse con la cantidad de patentes generadas.

Si este fenómeno lo adaptamos a las necesidades de la globalización podemos señalar que la innovación global es la capacidad de redefinir los modelos empresariales existentes en un entorno global, de manera que generen nuevo valor para los clientes ya no tanto locales sino mundiales, globales, y permita por ende generar nueva riqueza a nivel global. Por lo tanto, el nuevo concepto será sobre un modelo empresarial novedoso a nivel global, haciendo que la verdadera competencia se dé entre modelos globales y conceptos más que entre productos o empresas. La innovación es una necesidad de toda organización moderna y parte de la estrategia global de la empresa para concebir la creación y obtener una ventaja competitiva.

La mundialización o globalización de la economía

La integración creciente de los distintos mercados financieros internacionales y la aprobación de un número importante de acuerdos de libre comercio a propiciado una mayor cooperación económica a nivel internacional. Estos son fenómenos de rabiosa actualidad que marcan un auténtico punto de ruptura con la evolución económica internacional hasta hace muy pocos años.

Los anteriores y otros hechos de la vida económica suponen no solo un cambio en la economía internacional sino la base de un fenómeno de largo alcance que hoy se manifiesta con una intensidad mayor que antes: la globalización de los mercados que simultáneamente es causa y efecto del fenómeno universal de la internacionalización de las empresas.

Los conceptos de economía y comercialización tienen el mismo significado, lo que ha cambiado son las diferentes aplicaciones que se le han dado con el transcurso de la historia influenciados por los factores de creación de riqueza de cada época con cada una de sus limitantes.

El constante cambio de la economía, el desarrollo de las tecnologías de la información, las telecomunicaciones, el tema globalización (con sus ventajas y desventajas para las distintas naciones) han impactado a todas las empresas que día con día buscan una nueva forma de afrontar los factores antes mencionados.

La globalización ha provocado de igual manera que la educación requiera modificaciones. Las Universidades actualmente necesitan capacitar mejor al alumnado, creando en él un sentir de responsabilidad alto, pero sobre todo con el conocimiento necesario para luchar en el mundo real con las herramientas necesarias para lograr el éxito a nivel global.

De igual manera, las empresas se dieron cuenta que la riqueza ya no sólo se basaba en la gran producción de artículos, ni en la enorme transformación de recursos naturales a través de numerosa mano de obra, sino que, el mercado demanda calidad, oportunidad, satisfacción total de los productos, entre otras cosas.

El fenómeno de los negocios internacionales ha existido desde hace siglos, con períodos de gran auge, sin embargo lo característico de la época actual es la rapidez e intensidad con que este fenómeno se está expandiendo en forma de globalización de los negocios.

La globalización abre las posibilidades de diversificación en otros mercados geográficos, así como plantea retos a las empresas nacionales por la creciente presencia de empresas extranjeras en los mercados locales. La globalización ha provocado una creciente e intensa rivalidad internacional en diversos sectores de la economía.

La calidad y sostenibilidad de la base de clientes de una empresa y su potencialidad para generar nuevos clientes en el futuro, son cuestiones claves para su éxito, como también lo es el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno económico. (Puleo, 1985).

La globalización de los mercados incide también en la sociedad civil, y el cambio social y cultural que la internacionalización supone es enorme. La globalización se ve reflejada tanto a través de la producción como la distribución ya que se manifiesta a nivel mundial con más de 100,000 filiales extranjeras en el mundo. Las inversiones directas son el instrumento de esta globalización y su crecimiento ha sido espectacular desde mediados de los 80's.

Características de la globalización en los mercados

En la última década del siglo XX se hizo más evidente el fenómeno de la globalización de los mercados con la internacionalización de las empresas y por ende del capital. Por ello es necesario tener una visión cosmopolita e internacional de la actividad económica: la internacionalización de las empresas y de la economía es un dato, una realidad práctica que condiciona el éxito o fracaso de las políticas económicas macro y micro. En otros términos debemos repensar los conceptos y estrategias económicas dentro de un modelo de economía abierta.

Por lo tanto, la globalización de los mercados es causa y consecuencia del fenómeno universal de la internacionalización de las empresas, ya que afecta de manera directa a las empresas creándole retos por la creciente presencia de las empresas extranjeras en el mercado nacional. La complejidad que la globalización impone se ve traducida en la nueva manera de dirigir las empresas así como en las restricciones que impone a las políticas económicas nacionales e incluso internacionales.

A través del tiempo, se puede mostrar cuales son los aspectos generales de la economía del mundo que han sido influidos por la Globalización, entre lo más destacados son:

- a. Una mayor cooperación económica a nivel internacional.
- b. La creciente rivalidad internacional de países y de empresas.
- c. La permanente aceleración de la innovación tecnológica y el avance de la ciencia.
- d. El proceso de la Unión Económica Europea.
- e. El incremento de las importaciones procedentes del sudeste Asiático.
- f. La creciente integración de los diferentes mercados financieros internacionales.
- g. La aprobación de diferentes acuerdos de libre comercio (ejemplo NAFTA: USA, Canadá, México).

Todas estas características, son la raíz de un fenómeno de largo alcance: La globalización de los mercados que es simultáneamente causa y consecuencia del fenómeno universal de la internacionalización de las empresas y que ha impactado fuertemente en los procesos de innovación y tecnologías de la información.

Como lo señala la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (<http://www.wipo.int>) actualmente existen países que en función de su rendimiento en materia de innovación respecto de sus niveles de ingresos son llamados “innovadores líderes”, que son la mayoría de los países de altos ingresos que han logrado crear ecosistemas de innovación que respaldan el capital humano y contribuyen a la estabilidad de las infraestructuras de innovación. Entre ellos figuran los diez primeros, a saber, Dinamarca, Estados Unidos de América, Finlandia, Hong Kong (China), Irlanda, Países Bajos, Reino Unido, Singapur, Suecia y Suiza; y además Alemania, Bélgica, Canadá, Eslovenia, Estonia, Francia, Hungría, Israel, Japón, Luxemburgo, Malta, Nueva Zelanda, República Checa y República de Corea.

La tecnología de información (TI) inmersa en la globalización

Dentro del fenómeno de la globalización se ha desarrollado una nueva área conocida como la tecnología de la Información (TI) que es la encargada principalmente del diseño, difusión, desarrollo y mantenimiento de cualquier tipo de información por medio de sistemas informáticos, incluyendo la

comunicación. Esto incluye todos los sistemas informáticos no solamente las computadoras, que son las más importantes, pero también existen las redes de telecomunicaciones, los teléfonos celulares, la televisión, la radio, los periódicos digitales, faxes, dispositivos portátiles (Palm, radiolocalizador), etc. Todas esas herramientas electrónicas de primera mano son de carácter determinante en la vida de todo profesional y empresas.

Las tecnologías están cambiando la forma tradicional de hacer las cosas, las personas que trabajan en empresas privadas, empresas públicas, o que dirigen personal o que trabajan como profesional en cualquier campo utilizan la TI cotidianamente mediante el uso de Internet, las tarjetas de crédito, el pago electrónico de la nómina, por mencionar ejemplos; es por eso que la función de la TI en los procesos de la empresa como manufactura y ventas se han expandido ampliamente. Otro punto a resaltar es que los avances actuales hacen posible capturar y utilizar la información en el momento que se genera, es decir, tener procesos en línea. Este hecho no sólo ha cambiado la forma de hacer el trabajo y el lugar de trabajo sino que también ha tenido un gran impacto en la forma en la que las empresas compiten.

Para la aplicación de las tecnologías de información en las empresas, existen numerosos sistemas de información que se pueden aplicar a cualquier tipo de empresa, incluso pueden hacerse de acuerdo a los requerimientos que especifique cada empresa o al giro que pertenece. Un ejemplo de estos sistemas es el SAP, que es líder mundial en el suministro de soluciones de software de e-business.

El SAP es una herramienta con características específicas por industria y una fuerte integración con CRM, conecta las cadenas de demanda y de suministro para potenciar las oportunidades de mercado, reduce los costos y optimiza el servicio al cliente. Un ejemplo es la cadena de supermercados de la empresa E. WONG, en la cual más de 40 mil productos son comercializados en sus 27 tiendas, incluyendo los hipermercados y supermercados Metro y son operados usando la plataforma de SAP. Con SAP se logra agilizar y mejorar procesos, como las órdenes de pedidos, contabilidad, control, sistemas de distribución y planificación, eliminando márgenes de error, entre otros beneficios necesarios para asegurar el liderazgo de las empresas.

Otro ejemplo del beneficio de la aplicación de los sistemas de información es el caso de los sistemas ERP que cuentan con su lenguaje de programación que permite capacitar a una persona para poder hacer las modificaciones que se desee. Si se determina que se desarrollará un sistema a la medida, los siguientes pasos serían un análisis y diseño del sistema, lo cual implica mayor tiempo ya que se deberán de destinar varias horas ha entrevistas con los usuarios, crear manuales de usuarios, programaciones y pruebas entre otras actividades, que con el sistema ERP se facilitan estos procesos.

Otro ejemplo del beneficio de los sistema de información es Oracle, el cual es un sistema de gestión de base de datos relacional fabricado por Oracle Corporation. Se considera a Oracle como uno de los sistemas de bases de datos más completos, destacando su soporte de transacciones, estabilidad, escalabilidad y su soporte multiplataforma. La tecnología Oracle se encuentra prácticamente en todas las industrias alrededor del mundo y en las oficinas de 98 de las 100 empresas. Esta es la primera compañía de software que desarrolla e implementa software para empresas 100 por ciento activado por Internet a través de toda su línea de productos como base de datos, aplicaciones comerciales y herramientas de desarrollo de aplicaciones y soporte de decisiones. Oracle es el proveedor mundial líder de software para administración de información, y la segunda empresa de software.

Es importante resalta que una de las condiciones importantes para la aplicación exitosa de los sistemas de información en las empresas es que intervienen muchos factores siendo uno de los principales el factor humano. Es previsible que ante una situación de cambio el personal se muestre renuente a adoptar los nuevos procedimientos o que no los desarrolle plenamente y de acuerdo a los lineamientos que se establecieron.

Como resultado de esta investigación y después de hacer un análisis que relaciona los conceptos de Globalización y Tecnologías de la información podemos señalar que las empresas deben de hacer una planeación estratégica de implementación de los sistemas de información iniciando con una investigación preliminar donde se tomen en cuenta las necesidades presentes y futuras de la empresa. y después realizar un estudio de factibilidad del proyecto que permita evaluar factores como: recursos financieros, materiales y humanos, así como los tiempos que se requieren para la implementación del nuevo sistema. Se debe ser totalmente objetivo y

realista en este proceso ya que una información inadecuada en este primer paso se verá reflejada en el momento de poner a prueba el sistema y peor aún en el momento de estar operando y esperando resultados que tal vez nunca lleguen.

Por lo tanto, la aplicación estratégica de un sistema de información mejora la competitividad de los negocios ya que las tecnologías de información (TI) han originado grandes cambios para mejorar la competitividad y la eficacia en los negocios. El uso de las tecnologías de la información en la era de la globalización será el gran facilitador para las empresas en la toma de decisiones de la gestión, de la producción, la contabilidad, de las finanzas, etc. Podrá ser de gran ayuda en la implementación de mejoras y tendrá beneficios importantes en los países, entre los que destacan los siguientes:

- Impacto analítico (mejoramiento del análisis y decisiones).
- Impacto geográfico (coordinar procesos a distancias).
- Impacto integrativo (Coordinación entre tareas y procesos).
- Impacto intelectual (capturar y distribuir activos intelectuales).
- Impacto desintermediador (eliminación de intermediarios).
- Automatización (eliminación del factor humano).
- Rol informacional (información para comprensión).
- Secuencial (permite cambios en secuencias de los procesos).
- Seguimiento periódico y monitoreo.

Conclusiones.

Como se mencionó los beneficios de la globalización abre nuevas oportunidades de expansión en los negocios. La creciente presencia de empresas extranjeras en mercados locales, vía exportaciones o inversión directa son un reto para las empresas locales que con lleva a una mayor rivalidad, lo que incentiva la competencia en precios y presiona de manera constante la mejora en la calidad de los productos y como ya se mencionó en este artículo de la importancia de la adopción de las tecnologías de información y de procesos de innovación.

La globalización como motor de las naciones capitalistas ha logrado el impulso y dominio en los mercados de estos países. Se ha posicionado a tal

grado que se ha convertido en una cualidad más del planeta, ya que el mundo global económico tiene un movimiento de traslación con respecto este fenómeno. De acuerdo a ciertos objetivos de globalización, como Lesser & Prusak (2003) lo señala, el conocimiento puede definirse como aquella información almacenada en una entidad y que puede ser utilizada por la inteligencia y estos conocimientos son mejorar continuamente procesos y productos, aprender a explotar el éxito y aprender a innovar.

Sin embargo, a pesar de estos beneficios también hay retos que impone la globalización, como primer reto, se discute que la rivalidad entre los países, las economías y las empresas ha originado estrechamiento de los márgenes empresariales, la caída de la inversión y el incremento del desempleo, razón por la cual se requiere una mayor innovación en los negocios. Como segundo reto se puede hablar de un cambio social y cultural profundo ya que la globalización ha incidido en la sociedad civil al ofrecer una mayor disponibilidad de bienes y servicios que inducen a una creciente aceptación de lo foráneo, lo que ha permitido una integración no solo comercial sino cultural y social.

Finalmente se considera como un tercer reto, la complejidad que añade la globalización a la dirección de las empresas; ya que no es lo mismo administrar y comercializar dentro de las fronteras de un país, que tener presencia en los mercados internacionales, lo que implica un cambio empresarial con visión global y un uso óptimo de las tecnologías de la información.

Razón por la cual, las Tecnologías de Información (TI) y el proceso de la Innovación en la actualidad y en un mundo globalizado juegan un papel imprescindible en la vida de cualquier organización, como se señala en el objetivo de este artículo. Hoy en día no existe alguna compañía incluso las empresas mexicanas que puedan afrontar los retos de la globalización y competir en el mercado sin el uso de esta tecnología, independientemente del giro al que se dediquen, ya que es una herramienta que influye mucho en el presente y futuro de cualquier organización, por lo que las empresas que no han implementado algún sistema de información o están muy por debajo de la actualización tecnológica es posible que estén muy cerca de rezagarse y perder mercado con la competencia.

Por su parte, las compañías que ya están dentro de la tecnología tienen la obligación de estar actualizándose continuamente, ya que ésta avanza a pasos agigantados y no se puede dejar que crezca sin nosotros.

De tal forma que los sistemas de información son considerados en el mundo actual del comercio como una de las herramientas claves para las organizaciones públicas o privadas, como las empresas mexicanas, ya que sirven como una ventaja competitiva para mejorar el flujo y el proceso de la información y logra que ésta pueda ser accesible de manera rápida e interrelacionada en cualquier parte del Mundo.

Referencias

- Aguilar, A. (2002). *Globalización y capitalismo*. México, D.F: Plaza y Janes
- Bravo, E. (2012). Globalización, innovación tecnológica y pobreza. Aproximación a las nuevas conceptualizaciones en Latinoamérica. *Rev. Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología*, 21(3), 543-556.
- Cárdenas C. & Jiménez N. (2007) Acceso universal a la información: globalización, cultura y alfabetización. *Acimed*, 15(1), 1-12.
- Davila T., Epstein M. & Shelton R. (2012). *Making innovation work: How to manage it, measure it, and profit from it*. Upper Saddle River, N.J: Wharton School Pub.
- Ercilla M. (2005). La educación científico-tecnológica desde los estudios de ciencia, tecnología, sociedad e innovación. *Tabula Rasa*, 3, 293-313.
- Fleming L., Sorenson O. (2012). Fleming L, Sorenson O. 2003. Navigating the technological landscape of innovation. *MIT Sloan Management Review*, 44(2), 15–24.
- García, C. N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México, D.F: Grijalbo.
- García-Sordo, J. B. (2007). *Marketing internacional*. Mexico, D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Gil. P. I. (1997). *Sistemas y tecnologías de la información para la gestión*. Madrid [etc.: McGraw-Hill/Interamericana.
- Healey. M. J. & Ilbery. B. W. (1990). *Location and change: Perspectives on economic geography*. Oxford: Oxford University Press.
- Hirst, P. Q., & Thompson, G. (1999). *Globalization in question: The international economy and the possibilities of governance*. Cambridge, UK: Polity.
- Lemarchand G. A. (2010). *Sistemas Nacionales de ciencia, tecnología e innovación en América Latina y el Caribe*. Montevideo: UNESCO, Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe.
- Lesser, E. L., & Prusak, L. (2003). *Creating value with knowledge: Insights from the IBM Institute for Knowledge-based Organizations*. New York: Oxford University Press.
- Lewis. J. D. (1993). *Alianzas estratégicas*. Buenos Aires: Javier Vergara.
- López F. (1999). *Globalización. Incertidumbres y Posibilidades*. Santafé de Bogotá: Tercer Mundo Editores – IEPRI Universidad Nacional..

- Manga, G. D. (1993). *El desafío de la competitividad: Los más autorizados conceptos acerca del tema que determinará el futuro de Colombia*. Santafé de Bogotá: Ministerio de Desarrollo Económico.
- Mann C. (2012). Information Technology, Globalization and Growth: The Roles of Scale Economies, Terms of Trade, and Variety, *Brandeis University, Department of Economics and International Business School, Working Papers 27*, 1-25.
- Mercado. H. S. (2004). *Comercio internacional II: Incluye tratados de libre comercio*. México, D. F: Limusa.
- Moreira M. (2008). Innovación pedagógica con TIC y el desarrollo de las competencias informacionales y digitales, *Investigación en la escuela*, 64, 5-18.
- Noriega, E. (2004). *Comercio Internacional II*. México, D.F: Editorial Limusa.
- Núñez, J. J., Montalvo, L. F. & Pérez, O. I. (2006). *La gestión del conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación en la nueva universidad: Una aproximación conceptual*. La Habana: Editorial Universitaria.
- Onetti A., Zucchella A. & Jones M. (2012). Internationalization, innovation and entrepreneurship: business models for new technology-based firms. *Journal of Management and Governance*, 16(3), 337-368.
- Pechuan, I. Gil (1997). *Sistemas y Tecnologías de la información para la gestión*. Madrid: McGrawHill.
- Perlado, G. (2000). Los sistemas CRM, elemento clave en la relación con los clientes. *Economía Industrial*, 331, 79-89.
- Puleo, F. (1985). *Paradigmas de la información*. Mérida: Universidad de Los Andes Consejo de Publicaciones Burroughs de Venezuela.
- Ramirez. D. N. & Cabello M. A. (1996). *Empresas competitivas: Una estrategia de cambio para el éxito*. México, D.F: Editorial Mc Graw Hill.
- Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. C., & Edvinsson, L. (1997). *Intellectual Capital: Navigating the New Business Landscape*. Basingstoke: Macmillan Press.
- Scholte, J. A. (2005). *Globalization: A critical introduction*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Simanis E. and Hart S. (2012). Innovation from the inside out. *MIT Sloan Management Review*, 50(4), 77-86.
- Sveiby K. E. (1997). *The new organisational wealth - Managing and measuring knowledge-based assets*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Yergin. D. & Stanislaw, J. (1999). *Pioneros y líderes de la globalización*. Buenos Aires; Bogotá: Javier Vergara Editor.
- Yip, G. S. (1993). *Globalización: Estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional*. Bogotá: Norma.
- Zortea E., Darroch J., Matear S. (2012). Business orientations and innovation in small and medium sized enterprises. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(2), 145-65.