

LAS TIC Y UN DESARROLLO JUSTO Y RESPONSABLE DE LOS PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO

Yolanda Fernández Jurado

Profesora Propia Agregada de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid

M^a Esther Vaquero Lafuente

Profesora Propia Adjunta de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid

INTRODUCCIÓN

Nos encontramos en un entorno muy cambiante, al que la sociedad debe hacer frente. Los principales cambios han surgido a raíz de la progresiva implantación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), especialmente por las connotaciones positivas que llevan asociadas. Una de las principales consecuencias que, está teniendo lugar, derivada de estas tecnologías es una mayor rapidez en el fenómeno conocido como globalización. Tal y como indica Conill (2000), si bien la globalización puede tener aspectos positivos para la sociedad en general el uso de las TIC en relación con este fenómeno no necesariamente traerá consigo un progreso auténticamente humano. Es más, el proceso de globalización ha ido acompañado de un aumento de las desigualdades entre los países y las personas.

En este trabajo se pretende analizar la evolución del aspecto económico de las TIC, es decir, el comercio electrónico y cómo su desarrollo puede llevar a conseguir una sociedad más justa (tanto a nivel nacional como internacional) o bien acrecentar las desigualdades que ya existen. De forma que, en sí mismas, las Tecnologías de la Información y de la Comunicación no pueden llevar el calificativo de éticas, sino que va a ser la forma en que se implanten y los objetivos, a veces ocultos, que subyacen los que deberán ser calificados como éticamente justos o no.

En primer lugar se hará una revisión de la evolución mundial del comercio electrónico, para centrarnos a continuación en su evolución en los países en vías de desarrollo. Posteriormente, se dará una visión ética de estos hechos y se intentará reflejar cómo la implantación del comercio electrónico debería llevarse a cabo para lograr una sociedad socialmente responsable.

EVOLUCIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Las primeras iniciativas con relación al uso de internet tuvieron lugar al final de la década de los sesenta. Sin embargo, ha sido desde la década de los noventa, especialmente desde 1993, cuando la World Wide Web (www) surgió, cuando el uso de la red se ha desarrollado como un claro mecanismo alternativo para la comercialización de productos, así como una nueva forma de realización de diversas actividades económicas.

Si uno se plantea encontrar una razón, un motivo que explique el fuerte crecimiento del comercio electrónico en estos últimos años, se puede deducir que no ha sido debido a un único factor sino que han sido la conjunción de tres factores los que han impulsado este rápido crecimiento.

1. Factor tecnológico. La considerable innovación tecnológica que ha tenido lugar en las últimas décadas (fibra óptica, tecnología digital, satélites, etc.) y su expansión en diversas sociedades ha permitido que tenga lugar una importante diversificación en las formas de acceso a Internet. Este hecho ha propiciado que los ciudadanos sean conscientes de las ventajas que un adecuado uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) puede contribuir al desarrollo de la sociedad, de forma que el uso de estas tecnologías ha cambiado el comportamiento social y económico de los ciudadanos.
2. Factor legal. En la mayoría de los países se ha llevado a cabo una liberalización del sector de las comunicaciones. Esta liberalización ha dado lugar a un aumento de la competencia y, debido a ello, a un mayor interés en incrementar los posibles usos de los servicios que este sector ofrece. Obviamente, uno de los servicios que puede fomentar el uso de las comunicaciones es su uso para realizar transacciones económicas.
3. Factor político. En un gran número de países, las autoridades han mostrado un gran interés en intentar aprovechar las oportunidades que el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación pueden generar, especialmente bajo el punto de vista económico. Por ello, se están invirtiendo grandes cantidades de dinero para promocionar el uso de estas tecnologías en sus países.

Parece claro que el crecimiento del comercio electrónico no ha sido un fenómeno aislado. De hecho, ha tenido lugar como resultado de, como mínimo, tres aspectos fundamentales: cambios tecnológicos, cambios en la mentalidad de la sociedad y una actitud y comportamiento favorable tanto de los legisladores como de los políticos.

No hay duda que el hecho es que el uso de las TIC se ha desarrollado de forma considerable en los últimos cinco años. Se ha estimado que a finales de 1996 había alrededor de 45 millones de usuarios de Internet en todo el mundo. Esto supuso un aumento del 50% con respecto al año anterior. De esos cuarenta y cinco millones, treinta eran norteamericanos (Estados Unidos y Canadá), nueve eran Europeos, y los otros seis millones estaban localizados en la zona de Asia-Pacífico (Australia, Japón, etc.) (ver <http://www.nua.ie>). En febrero del 2002, el número de usuarios de Internet en todo el mundo había aumentado hasta alcanzar la cifra de 544,2 millones, si bien la mayoría de ellos todavía pertenecían al área de Norteamérica (181,23 millones de usuarios), mientras que en la zona europea el número de usuarios de Internet fue de 171,35 millones.

Tabla 1: Usuarios de Internet divididos en áreas geográficas.

Datos a febrero del 2002

Africa	4,15 millones
Asia/Pacífico (incluyendo Australia)	157,49 millones
Canadá y Estados Unidos de América	181,23 millones
Europa	171,35 millones
Oriente Medio	4,65 millones
Latinoamérica	25,33 millones
Total mundial	544,2 millones

Fuente: <http://www.aui.com>

Observando el crecimiento que ha sufrido el número de usuarios de Internet y la evolución de las transacciones económicas, se pueden augurar unas óptimas perspectivas futuras para el comercio electrónico; sin embargo, es necesario recordar los siguientes puntos:

1. El comercio electrónico no se desarrolla al mismo ritmo en todos los países. Algunos de ellos tienen una clara ventaja en ese aspecto y, aún así, las diferencias regionales dentro de los más avanzaos también es muy importante. Tal y como se dice en un informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, si se considera el número de ordenadores conectados a Internet en Finlandia éste es mayor que el número de ordenadores conectados a Internet en todo Latinoamérica y Caribe. Si se consideran los siguientes tres países de la zona Asia-Pacífico (Australia, Japón y Nueva Zelanda), hay más ordenadores conectados a Internet en ellos tres que en el resto de países de esa zona geográfica. Finalmente, si se le observa lo que acontece en África, se ve que hay menos ordenadores conectados a Internet en África que en Nueva York (<http://www.itu.int>). Aunque es previsible que en un futuro esto cambie algo, dada la diversificación de accesos que se está produciendo (TV digital, telefonía móvil, etc.), de momento, los ordenadores siguen siendo los mecanismos más utilizados para conexión con Internet por lo que la dotación de los mismos se mantiene como punto de referencia básico para realizar afirmaciones sobre la posible evolución del comercio electrónico en un país.

Respecto al comercio electrónico a escala mundial, según información de la Boston Consulting Group, Estados Unidos de América controla el 80% de dicho comercio. Es más, el 20% del comercio electrónico que se realiza en Europa, que es la segunda potencia mundial, va a parar a empresas norteamericanas. Este hecho refleja las importantes diferencias existentes en cuanto a las transacciones realizadas a través de Internet.

De hecho, Estados Unidos tiene una clara ventaja en comparación con el resto de áreas geográficas, ya que tienen una mejor infraestructura y el coste del uso de Internet es mucho menor que en otros países (Andersen Consulting, 1999). Esto les ha permitido tener una posición predominante en esta actividad económica.

Este claro predominio de los Estados Unidos, en general, y de algunos países desarrollados, en particular, puede crear pequeñas desventajas en los países que no están comenzado el proceso de implantación de esta nueva forma de comercialización.

En Europa y algunos países de la zona Asia-Pacífico, especialmente Japón, están intentando alcanzar el nivel conseguido por el país predominante. Sin embargo, los países que ahora mismo están desarrollando el comercio electrónico tienen importantes

problemas para introducir, a corto plazo, esta nueva forma de comercialización y obtener unos rendimientos adecuados a las inversiones realizadas.

En este sentido, debemos ser cuidadosos y no confundir el aumento de usuarios de Internet (que indudablemente está teniendo lugar) con un desarrollo del uso económico de Internet. Con respecto a los países que esperan maximizar el beneficio de las inversiones que están realizando, no es solamente deseable aumentar el número de usuarios de Internet, sino también asegurarse que las empresas de estos países son las que se benefician de dicho crecimiento del comercio electrónico.

Un problema puede acaecer en este aspecto, debido a que estas nuevas empresas tienen que tomar una posición en este contexto, que está actualmente dominado por ciertas compañías de algunos países desarrollados. Esta situación no es nueva, sino que se remonta a varios años atrás. Por ejemplo, en 1999, Estados Unidos contaba con más del 70% de las páginas comerciales de Internet en todo el mundo, mientras que los dueños de esas páginas de Internet generaban más del 90% del ingreso total a escala mundial. En contraste, en el mismo año, el ingreso generado por el comercio electrónico en Latinoamérica y en la zona Asia-Pacífico, apenas alcanzaba el 2% del total (<http://www.itu.int>).

2. El comercio electrónico, en particular, y el negocio electrónico en general, afecta a algunos sectores más que a otros, especialmente los siguientes: comunicaciones, finanzas, viajes y distribución comercial. Estos sectores suponen aproximadamente el 30%, del Producto Interior Bruto de los países de la OCDE; sin embargo, estos sectores no están adecuadamente desarrollados en otros países menos desarrollados que están intentando entrar en esta nueva vía de comercialización.

El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación también tiene un gran potencial para su uso en el desarrollo de otras áreas como puede ser la educación¹, la salud² y las Administraciones Públicas. No obstante, para que estas

¹ La educación a distancia puede ayudar a incrementar considerablemente la tasa de alfabetización y educación que actualmente existe en los países en vías de desarrollo; de hecho, el interés de las autoridades en fomentar esta forma de educación es tan importante que seis de las universidades de educación a distancia de más importancia en todo el mundo están localizadas en países en vías de desarrollo (China, India, Indonesia, Irán, República de Sudáfrica y Tailandia).

² Por ejemplo, gracias a Internet, los médicos en los países en vías de desarrollo han sido capaces de realizar algunas consultas médicas de urgencia que han llegado a salvar vidas. Esto se ha podido realizar gracias al acceso a bancos internacionales de datos, y el acceso a otros colegas. Sin embargo, las infraestructuras son deficientes y hay un acceso inadecuado a Internet de la mayoría de la población. Estos hechos impiden el uso de estas tecnologías para otro tipo de consulta médica. Si consideramos la evolución del conocimiento médico, Internet podría reducir el tiempo necesario para que dicho conocimiento llegue a

tecnologías puedan ser usadas adecuadamente deben existir unas infraestructuras mínimas, una regulación básica y unas determinadas condiciones sociales. Nos encontramos con que muchos de los países en vías de desarrollo carecen de estos rasgos y, por otro lado, dichos rasgos están claramente establecidos en los países más desarrollados.

3. Algunos estudios (Mena, 1999) dicen que un adecuado uso del comercio electrónico puede incrementar el beneficio empresarial entre un 10% y un 20%, reducir costes entre un 20% y un 45%, así como disminuir las necesidades de fondo de maniobra y de infraestructuras. Para lograrlo tienen que darse, previamente, unas condiciones económicas y sociales que no tienen lugar en la mayoría de los países que están intentando promover el comercio electrónico. De hecho, invertir grandes cantidades de dinero en infraestructuras e intentar aumentar el número de usuarios de Internet no es suficiente. Hay otros factores complementarios (cambios en la mentalidad, liberalización de los mercados, ser muy conscientes del aumento en la competencia que va a tener lugar, etc.) que si no se consideran, pueden provocar efectos no deseables.

4. La mayoría de los países están promoviendo el desarrollo del comercio electrónico porque se fijan en los beneficios que el comercio electrónico ha generado en el país líder en este aspecto³. Esta postura puede ser muy peligrosa porque podría haber una tendencia a olvidar las propias características de cada país, ya que no tienen que ser las mismas que las que tiene Estados Unidos. En un momento concreto y bajo determinadas circunstancias este país tuvo unas condiciones que favoreció el desarrollo del uso económico de las Tecnologías de la Información y Comunicación; sin embargo, esta situación no va suceder necesariamente en otro país.

Si realmente queremos que el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación favorezcan el desarrollo económico de algunas regiones, tenemos que ser conscientes de las diferencias que hay entre las distintas zonas geográficas. También tenemos que intentar evitar el traslado, sin ningún tipo de reajuste, del desarrollo de la política de Estados Unidos a cualquier otra área. Esta razón es la que, tal y como se ha

los países en vías de desarrollo. Las razones que impiden este paso son principalmente las siguientes: el coste de acceso a Internet es extremadamente alto y la falta de una infraestructura mínima, lo que hace que este tipo de consultas sean muy caras.

³ En Estados Unidos se produjo un aumento de la productividad, se creó más empleo, se mejoraron el acceso a la información, se produjo una expansión de los mercados, una reducción de los costes, etc. (Grace y col, 2001).

comprobado, hace que incluso el propio sistema americano no sea inmune a la inestabilidad (<http://www.itu.int>, <http://www.e-global.com>).

Precisamente, la diferenciación en la forma de implantación de este tipo de comercio es lo que puede permitir que, en un futuro, se consiga el máximo nivel de beneficios así como que ayude a que las áreas menos desarrolladas aumenten su crecimiento económico.

Finalmente, si queremos utilizar las tecnologías de la información y comunicación para conseguir el desarrollo económico de un país tenemos que considerar algunos detalles que podrían limitar la efectividad de estas tecnologías. Para realizar un análisis adecuado sobre la utilidad de estas tecnologías en el desarrollo económico de algunos países se podría analizar cómo se desarrolla el comercio electrónico en los países menos desarrollados del planeta de forma que se pueda concluir si el resultado podría ser positivo para ellos o si se pueden enfrentar a problemas en un futuro.

SITUACIÓN DE LOS PAÍSES MENOS DESARROLLADOS CON RELACIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

Tal y como se indicó al comienzo del presente trabajo, el desarrollo del comercio electrónico puede generar una disminución de las desigualdades entre los países y ser un factor clave en el desarrollo de los países menos favorecidos o bien, acrecentar las desigualdades actualmente existentes. Una vez vista la evolución, a escala mundial, del comercio electrónico es necesario hacer hincapié en el desarrollo del mismo en los países menos desarrollados porque será la forma en que se produzca dicho desarrollo la que contribuirá a lograr una sociedad más justa, siempre y cuando los encargados de dicho desarrollo hayan sido "socialmente responsables".

En primer lugar, es conveniente destacar que son los propios países los que se muestran muy optimistas en cuanto a la implantación de las TIC en sus territorios y los efectos beneficiosos que se pueden alcanzar. Tal y como declararon en la reunión de Junio de 2001 celebrada en El Cairo por los países de Latinoamérica, África y Asia que componen el G-15, se encuentran preparados para hacer frente a los efectos adversos que la globalización y la liberalización de los mercados les están imponiendo. A pesar de la alta deuda que tienen y de la carencia, en muchas ocasiones, de ayuda

internacional estos países se muestran muy optimistas en este tema. Uno de los motivos que aducen para mostrar tanto optimismo es que consideran que la implantación de las TIC les ayudará a incrementar su inversión en infraestructuras básicas y se eliminará parte de la infrautilización de la capacidad productiva que tienen algunos de estos países.

Por ello, a simple vista, puede parecer que el uso de estas tecnologías les permitirá alcanzar una situación económica mejor; sin embargo, tenemos que ser muy cuidadosos puesto que su implantación y posterior uso y desarrollo acarrearán, lógicamente, algunos problemas⁴. Algunos de los que están teniendo ya lugar en los países menos desarrollados son:

1.- En muchos países en vías de desarrollo, el coste de crear una plataforma para el comercio electrónico es muy alto⁵ y puede hacer que empeore la precaria situación económica de muchos de estos países. Además, hay que tener en cuenta las altas tarifas de los Proveedores de Servicios de Internet (ISP) ya que tienen que cubrir los costes del circuito y tráfico para conectarse desde cualquier punto al punto central de la red, el cual suele estar en Estados Unidos. Estos dos factores, hacen que se limite considerablemente el número de personas que pueden acceder a este tipo de comercio. Sin embargo, hay que destacar que algunas instituciones internacionales, como la Unión Internacional de Telecomunicaciones, han desarrollado diversos proyectos para disminuir los efectos negativos que actualmente tienen lugar en los países en vías de desarrollo. A pesar de ello, todavía queda un largo camino que recorrer por parte de estos países ya que necesitan de unas infraestructuras básicas adecuadas, una regulación que garantice la seguridad en las transacciones, una correcta base para realizar pagos electrónicos, una logística bien definida, así como una estructura empresarial que sea capaz de aprovechar los rendimientos que se pueden obtener de la implantación del comercio electrónico en estos países.

2.- El otro gran problema al que se enfrentan estos países es el de los contenidos y su disponibilidad. Ya que de ellos depende, en gran parte, el buen uso de Internet, es

⁴ Algunos de esos problemas ya han surgido en los países desarrollados, por ejemplo la carencia de un mercado laboral que se ajuste a las necesidades que las empresas que han implantado las TIC demandan. Este hecho está produciendo distorsiones en los mercados laborales de los países desarrollados y aunque pareciera que el nivel de empleo iba a aumentar debido a las TIC, el efecto (si no se toman las medidas oportunas) puede ser el contrario.

⁵ Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (2001), el coste medio por empresa del equipo necesario para implantar el comercio electrónico asciende a 250.000 dólares.

decir, la mayoría de los contenidos está en inglés (aunque está aumentando la presencia de contenidos en español) aunque solamente el 57% de los usuarios de Internet tienen como lengua materna el inglés.

3- Por último, no hay que olvidar las significativas carencias que tienen los países en vías de desarrollo en temas financieros, legales, laborales, así como de transporte ¿De qué nos sirve vender un producto si no podemos hacérselo llegar al comprador?

En todos los continentes encontramos claros ejemplos de estos problemas que dificultan que se desarrolle en condiciones el comercio electrónico. Por ejemplo, los países africanos, en Eritrea, Somalia y el área Subsahariana, donde actualmente apenas se ha desarrollado apenas el acceso a Internet aunque se espera que a corto plazo sí lo desarrollen considerablemente. Para lograrlo, las instituciones internacionales (como el Banco Mundial) y los gobiernos de algunos países están destinando fondos para financiar las inversiones necesarias y promover la implantación de las TIC en esta área geográfica.

Otros ejemplos son Senegal, Costa de Marfil y Malí, que van a adquirir la tecnología necesaria para desarrollar la certificación digital y otros mecanismos relacionados con la seguridad en el comercio electrónico.

La pregunta que se plantea es la siguiente: ¿por qué los países desarrollados y las instituciones internacionales están tan interesados en promover el comercio electrónico en países donde hay hambruna y la alfabetización de la población es mínima? La respuesta parece obvia: porque les interesa. Exceptuando Sudáfrica, el desarrollo del comercio electrónico en la mayoría de los países africanos está sirviendo para que los países desarrollados introduzcan sus productos en esta zona con mayor rapidez y facilidad debido a la carencia de los países en vías de desarrollo de una infraestructura empresarial adecuada para poder realizar comercio electrónico. Básicamente, el principal uso de Internet en África promovido por los propios africanos es la difusión de ideas y de información olvidando, en gran parte, su utilidad en el campo económico y empresarial.

Sin embargo, no todo es tan pesimista. Nos encontramos, también, con ejemplos que destacan por el buen uso de las TIC para ayudar al desarrollo de estos países. Por ejemplo, en Camerún, y bajo el proyecto EC-DC de la Unión Internacional de

Telecomunicaciones, se ha llevado a cabo el proyecto *Association pour le Soutien et L'Appui à la Femme Entreprenuer (ASAFE)*, mediante el cual se venden y comercializan productos hechos a mano , como zapatos, collares, sillones, bisutería, con materias primas procedentes de la región (ITU, 2001). También en Kenya se está fomentando el uso de Internet de cara al turismo y en Sudáfrica en el ámbito financiero.

Podemos deducir, por tanto, que el comercio electrónico beneficia, principalmente, a los países desarrollados debido a la dependencia que los países en vías de desarrollo tienen de ellos y a la carencia de una red empresarial adecuada; sin embargo, resulta interesante observar lo que ha sucedido en un país que no mantiene un gran contacto con otros países: China. China puede ser el ejemplo de un desarrollo interno del comercio electrónico, de forma que se ha intentado que los beneficios que así se lograran permanecieran en el país. Para ello se llegó a bloquear el acceso a multitud de páginas web extranjeras (y no solo por motivos ideológicos) para así garantizar que las empresas chinas pudieran conseguir las máximas ventajas posibles. El problema surgió en la forma en que se desarrollaron en China las empresas relacionadas con las TIC y el comercio electrónico en particular. Se asumieron demasiados riesgos, que han derivado en la quiebra de muchas de estas compañías y en la precariedad de las que perduran. Esto ha supuesto una disminución del empleo y una pérdida de confianza en las TIC y en los cambios lo cual puede hacer que en un futuro la sociedad china sea más reacia a los cambios que están por venir.

Otro país que destaca en este ámbito es India. Las autoridades indias están promoviendo el uso de las TIC dentro de las empresas Aunque para lograr un desarrollo óptimo sea necesario cambios en la cultura india; sin embargo, nos encontramos con un país que está promoviendo también a nivel educativo las TIC y los estudios superiores relacionados con ellas, de forma que hay muchos informáticos y expertos en Tecnologías de la Información y Comunicación. Esto en un principio nos puede hacer pensar que se pueda lograr un desarrollo armonioso en la India (al menos en este ámbito), pero nos encontramos con las diferencias muy acusadas de clases sociales (las castas) que delimitan ya de nacimiento, el acceso a un nivel mínimo de educación. Y en este aspecto, la implantación de las TIC no tiene nada que decir, más bien, van a incrementar las desigualdades sociales que ya existen.

Por último, se va a analizar lo que ocurre en Latinoamérica. En esta zona geográfica, muy influenciada por la cultura norteamericana, las empresas están

copiando el modelo estadounidense, sin tener en cuenta las características locales que pueden crear dificultades en un futuro y llevarlas al fracaso.

Uno de los problemas a los que se enfrentan es al desconocimiento de la gestión que debe realizarse en este nuevo entorno. Este hecho, está propiciando que sean empresas multinacionales las que lideren el comercio electrónico y que vayan absorbiendo a las empresas locales. El resultado, aunque en apariencia parezca positivo, no deja de ser catastrófico puesto que gran parte de los ingresos generados a través de la red, van a parar a terceros países⁶, sobretudo Estados Unidos, de forma que se está realizando un trasvase de la renta de un país a otro.

Una de las razones de esta situación es la rapidez con la que se ha querido realizar los cambios ya que se han olvidado los rasgos propios regionales y se ha permitido, sin control alguno, la participación de capital extranjero.

CONSIDERACIONES ÉTICAS

Bajo ninguno de los tres grandes sistemas éticos (el utilitarismo de John Stuart Mill o Jeremy Bentham, la teoría clásica de Kant, o bajo la óptica de las teorías basadas en los derechos de los demás y en la justicia distributiva) el desarrollo de las TIC en el mundo no está llevando a una sociedad más justa ni socialmente más responsable. Más bien, se podría decir que Internet y todo lo que conlleva (comercio electrónico, información, etc.) está sirviendo de piedra angular para el desarrollo de una nueva forma de imperialismo económico.

Se ha visto a lo largo de los ejemplos proporcionados, que son los propios países ricos los que están incentivando el desarrollo de las TIC en los países pobres. La pregunta es ¿por qué? ¿Por qué se desprecupan de ayudarles a conseguir una forma de vida digna y sin embargo tienen que estar rodeados de la más alta tecnología? ¿Por qué se está creando una diferenciación mayor entre las clases sociales: aquéllas con acceso a la tecnología y un conocimiento adecuado de ella y aquéllas que no lo tienen? ¿Por qué la educación y el saber en vez de unir nos puede llevar a separarnos aún más⁷?

⁶ Es más, si tenemos en cuenta la información proporcionada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (<http://www.itu.int>), en Latinoamérica el comercio electrónico alcanzará los 15.000 millones de dólares en 2003; sin embargo, si no cambia la tendencia, la mayoría de los ingresos generados irán a parar a manos estadounidenses ya que en 2001, el 75% de las transacciones que tuvieron lugar en esta región se realizaron a través de páginas norteamericanas.

⁷ Véase en el apartado anterior el ejemplo de India.

Sería éticamente más responsable, incrementar el nivel de alfabetización, de educación, dotar a estos países de un tejido empresarial propio, enseñarles a desarrollar las diversas áreas funcionales de una empresa (finanzas, marketing, etc.), de forma que se encuentren en condiciones de, pasado un tiempo, dar el siguiente paso al comercio electrónico.

¿A quien beneficia la posibilidad de realizar una compraventa gracias a un medio electrónico de pago seguro si en esos países hay hambruna? Los beneficios, si los hay, del comercio electrónico son tan pequeños y el coste tan alto que las autoridades, nacionales e internacionales, deberían reflexionar sobre ello. En muchos casos se está priorizando el gasto en crear una infraestructura adecuada para tener una comunicación telefónica óptima (ya que, por ahora, es el único medio de transmisión de Internet⁸ en algunas áreas geográficas), cuando se carece de red eléctrica, el agua no está canalizada, etc., es decir, necesidades mucho más primarias.

No se está siendo éticamente justo según la teoría utilitarista, puesto que se beneficia solamente a unos pocos, ni según la teoría de Kant, porque sólo se busca el lucro personal. Se está pasando a una sociedad globalizada en la que las diferencias entre los países están aumentando.

Pero la culpa no se le puede echar siempre a los países, los culpables somos todos, en especial, las empresas que en busca de un mayor beneficio, en busca de lograr la máxima satisfacción del accionista mediante el incremento del valor de su participación en la empresa, acceden o deciden llevar a cabo esta colonización en terceros países. Se puede decir, por tanto, que no son empresas socialmente responsables. En ocasiones nos encontramos con empresas que en su país de origen "venden" una actitud positiva hacia el tercer mundo y, sin embargo, luego se aprovechan de él.

A pesar de ello, nos encontramos con ejemplos positivos (como los comentados de Camerún y Kenya) en los que las TIC y su uso adecuado está ayudando a activar la economía de algunas regiones desfavorecidas.

⁸ Aunque ya hay empresas, como la valenciana DS2, que está desarrollando la tecnología necesaria para transmitir la señal de Internet por red eléctrica, con una rapidez mayor que por vía telefónica, ya que con los nuevos chips se alcanza un ancho de banda de 200 Mbps (megabites por segundo). En Zaragoza se está realizando una prueba masiva (2000 hogares) por parte de Endesa, y estos sistemas se están colocando en Tokio, Osaka y París (Cinco Días, 11 de mayo de 2002).

Como se dijo en la introducción, las Tecnologías de la Información y Comunicación no son en sí mismas ni éticamente buenas ni malas. Es el cómo se utilizan lo que nos puede llevar a que su utilización genere desigualdades. De ahí que la pregunta a la que se intentará dar respuesta a continuación sea ¿cómo se deben implantar las TIC en los países en vías de desarrollo de forma que éstos se vean favorecidos?

En primer lugar, hay que determinar qué se necesita para lograr una implantación adecuada de las TIC, por ejemplo, debe haber un nivel cultural básico que permita que luego las personas puedan encontrar empleo en las empresas que realicen comercio electrónico con lo que se lograría crear empleo y reducir paro. En segundo lugar, es necesaria una red empresarial mínima (si no hay empresas, ¿quién realizará el comercio electrónico?), con los requerimientos educativos necesarios para poder desarrollar empresas exitosas, con un nivel mínimo de riesgo y que se adecúen a las características propias del país.

Una vez que se tengan estos dos factores básicos (empresas y mano de obra cualificada), se puede dar el siguiente paso que es la creación de la red de infraestructuras, incluyendo no sólo la creación de infraestructuras para transmisión de datos (Internet) sino también una red logística adecuada (carreteras).

Bajo esas condiciones, se logrará un desarrollo equilibrado de Internet y del comercio electrónico, de manera que el buen uso de las TIC ayudará a lograr un desarrollo armonioso de estos países sin que se encuentren a merced de las grandes potencias.

BIBLIOGRAFÍA

ANDREWS, Kenneth (1989), "Can the Best Corporation Be Made Moral?". En Kenneth Andrews (ed.), *Ethics in Practice. Managing the Moral Corporation*. Boston: Harvard Business Review, 1989.

BOSTON CONSULTING GROUP (2001), *Now Asia-Pacific large companies can generate real value from consumer e-business*, <http://www.internetnews.com>

BUSINESSWEEK (2000), "The new economy (especial report)", BusinessWeek, January 31: 36-49.

- BOWIE, Norman y Duska, Ronald (1990) *Business Ethics*, New Jersey: Prentice Hall.
- BRADY, F. NEIL (1990), *Ethical Managing. Rules and Results*. New York: MacMillan Publishing Company.
- CINCO DÍAS (2002), "La valenciana DS2 coloca sus chips en redes eléctricas de Tokio, Osaka y París", *Cinco Días*, 11 de mayo de 2002: 14.
- CONILL, J (2000), "Globalización y ética económica", <http://www.eticaed.org>.
- CHRYSSIDES, George D. y. Kaler, John H., (1983), *An Introduction to Business Ethics*. London: Chapman & Hall.
- DONALDSON, Thomas A. (1987), "Corporate Takeovers. The moral bankrupt". En Michael Hoffman (ed.). *The Ethics of Organizational Transformation*, primera edición. New York: Quorum Books.
- GRACE, J.; Kenny, Ch.; colaboradores (2001), *Information an Communication Technologies and broad-based development: a partical review of the evidence*. <http://www.worldbank.org>.
- HOSMER, Larue Tone (1991), *The Ethics of Management*, segunda edición. Homewood: Ed. Irwin.
- MELLE, M. (1999), "Informe de la OECD sobre el impacto económico y social del comercio electrónico", *Cuadernos de Información Económica*, 144/145: 97-102.
- OECD (1999), *The Economic and Social impacts of Electronic*, OECD. París.
- SOLOMON, Robert C. (1992), *Ethics and Excellence. Cooperation and Integrity in Business*. New York: Oxford University Press.
- UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (2001), *Challenges to the Network: Internet for Development*, <http://www.itu.int>.

Páginas web de interés

<http://www.agoa.gov>

<http://www.commerce.net>

<http://www.comertronic.com>

<http://www.ebusinessforum.com>

<http://www.e-global.es>

<http://www.ganar.com>

<http://www.glreach.com>

<http://www.internetnews.com>

<http://www.isc.org>

<http://www.itu.int>

<http://www.nasscom.org>

<http://www.nua.ie>

<http://www.nw.com>

<http://www.oecd.org>

<http://www.ripe.net>

<http://www.un.or.at/uncitral>

<http://www.unctad.org>

<http://www3.wn.apc.org>