

EL PAPEL DE LA CULTURA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD UTILIZANDO LA TEORÍA DE PIERRE BORDIEU

The rol of culture in the implementation of strategies towards sustainability, using Pierre Bordieu´s Theory

Patricia I. Keller¹

RECEPCIÓN: Abril, 2016

APROBACIÓN: Junio, 2016

¹ Profesora Titular de Economía Agraria y Políticas Agropecuarias, Facultad Agronomía, Universidad del Salvador, Argentina. Doctora en Administración, Universidad Nacional de Misiones, Argentina. Master en Gestión Agroempresarial y Ambiental, Universidad para la Cooperación Internacional, Costa Rica. Ingeniera Agrónoma, Universidad de Buenos Aires, Argentina. E-mail: patricia.i.keller@gmail.com.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio es analizar el papel de la cultura en la implementación de estrategias para la sostenibilidad. Se trata de identificar principalmente las causas culturales que suelen inducir a la brecha entre la estrategia intencionada por un lado y la realmente implementada y los resultados, por el otro. Utilizando la Teoría de la Economía de las Prácticas de P. Bordieu, la Teoría de Administración estratégica y aspectos teóricos de la Sostenibilidad, se ha arribado a posibles explicaciones, luego de formular, llevar a cabo e interpretar entrevistas realizadas a empresarios de medianas empresas, vinculados a la implementación estratégica. Sin embargo, La Teoría de Bordieu presenta algunas limitaciones que se sugiere tener en cuenta en estudios futuros.

Palabras clave: Sostenibilidad, estrategias, cultura, capital, bordieu.

ABSTRACT

The present study analyzes the role of culture in the implementation of strategies to implement sustainability. This is an attempt to identify the main cultural causes which usually induce to the gap between the intended strategy on one side and the actually implemented one and results, on the other side. Some possible explanations were found using Pierre Bordieu's Theory of The Economy of Practices, the Strategic Administration Theory and theoretical concepts of Sustainability, which were used to formulate, undertake and understand the results of interviews to persons linked to the strategic implementation in medium sized firms in the northeast of Argentina. Nevertheless does Bordieu's Theory show some limitations, which are suggested to be taken into account in future studies.

Key words: Sustainability, strategies, culture, capital, bordieu.

INTRODUCCIÓN

Las Pymes en el noreste argentino, dedicadas a la explotación forestal y maderera en primer lugar y en segundo, las dedicadas a la explotación agropecuaria, están sufriendo las consecuencias de prácticas que afectaron a la sostenibilidad en sus diferentes dimensiones. Ello es producto, por un lado, de la implementación incompleta de políticas nacionales y regionales en relación a la sostenibilidad. Por el otro lado, la falta de difusión de modelos y enfoques de administración sostenible de los recursos en general y la presión del crecimiento demográfico con la satisfacción de las necesidades adjuntas, constituyen factores adicionales que presentan desafíos pendientes a resolver.

Si bien muchas estrategias empresariales incluyen el concepto de sostenibilidad y prácticas para implementar acciones de responsabilidad social empresarial, en muy pocos casos se consiguen resultados efectivos consistentes con la estrategia intencionada. Así surgen los interrogantes sobre dónde se encuentran los principales cuellos de botella para tales situaciones. Además resultaría particularmente útil poder explicar las causas de las brechas observadas entre la estrategia empresarial intencionada para la sostenibilidad y los resultados realmente alcanzados con tales estrategias.

En el presente trabajo se han formulado dos hipótesis: la principal se puede enunciar como sigue: “Las prácticas estratégicas hacia

la sostenibilidad necesitan de una base de conocimientos y capacidades, que son

generadas y acumuladas en el marco de determinadas características de la cultura empresarial”. Utilizando el enfoque de Pierre Bordieu (1979,1987, 2000), se puede formular la hipótesis secundaria como: “La brecha entre los conocimientos existentes en una empresa y los conocimientos necesarios para implementar la estrategia hacia la sostenibilidad está determinada por la diferencia entre el capital cultural específico individual de los agentes que trabajan en la empresa y el mínimo sugerido de los conocimientos a desarrollar desde la Agenda 21 (UNCED, 1992). El capital cultural para cubrir la brecha puede ser acumulado y generado por la conjunción de valores y disposiciones que contribuyen a acumular capital cultural sobre un piso de conocimientos previos de los agentes.

MATERIALES Y MÉTODOS

Las hipótesis arriba mencionadas se han redactado luego de una exhaustiva revisión bibliográfica sobre los temas de sostenibilidad y los prerrequisitos para lograrla, sobre estrategias empresariales y causas que afectan su implementación, así como las condiciones ecológicas, económico - históricas y social - antropológicas de la región.

Paso seguido, se han hecho entrevistas a 3 grupos focales de empresarios de pequeñas y medianas empresas en la región. Según la

información obtenida, se elaboraron preguntas más detalladas a empresarios individuales, sobre cuestiones cuantitativas y cualitativas, vinculadas a las nociones, objetivos y estrategias, así como las realidades – y principales factores limitantes – para alcanzar la sostenibilidad en cada caso particular. También se hizo hincapié en los enfoques filosóficos subyacentes a cada modo de pensar y concebir la estrategia, así como la coherencia y consistencia en su implementación. En tercer lugar, utilizando la teoría sociológica de Pierre Bourdieu, (1974, 1979, 1987, 1992, 2000) se analizaron las diferentes especies de capital – económico, natural, social y cultural - de cada agente y su aplicación a la formulación e implementación de estrategias empresariales hacia la sostenibilidad. En el análisis de los datos, se aplicó un criterio combinado, incluyendo aspectos: cuantitativos y cualitativos.

RESULTADOS

Los conceptos teóricos que se utilizaron e incluyeron en las entrevistas y luego en el análisis de las conclusiones - incluyeron los siguientes ejes temáticos:

1. Sostenibilidad, según la definición de Brundtland (1987), Agenda 21 (UNCED, 1992) y su implementación según el Wuppertal Institut (Wittger, 2007, 2010).

2. Administración estratégica de las personas, en este caso analizando los procesos y prácticas – particularmente desde la cultura empresarial y la de los agentes - en

las estrategias hacia la sostenibilidad y los resultados efectivamente logrados. Se puso particular atención en los aspectos culturales, porque estos factores fueron indicados en las entrevistas a los grupos focales como principal causa para la explicación de las brechas entre Estrategia empresarial intencionada y Estrategia realmente implementada. Se han considerado varios autores que se especifican más adelante.

3. La Teoría de la Economía de las Prácticas de P. Bourdieu

A continuación se explicará cada eje teórico en mayor detalle.

3.1. El concepto de sostenibilidad utilizado en el presente trabajo es el definido por Comisión de Brundtland (1987), en cuyo informe final (“Our common future”) se formulara que “el desarrollo sostenible es un desarrollo que tiene en cuenta las necesidades del presente, sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de alcanzar satisfacer sus propias necesidades”.

Por lo antedicho, la sostenibilidad se entiende como un proceso que abarca varias generaciones (y no como una situación estática). En ese período de tiempo, dicho proceso logra ser sostenible gracias al respeto de las reglas básicas: la cuantitativa y la cualitativa. La primera limita la cantidad de recurso utilizado, para no sobrepasar el límite de resiliencia, más allá del cual no existe regeneración de recurso posible. La segunda, la cualitativa, asegura el mantenimiento de la calidad del entorno en la cual se produce

dicho recurso. Simultáneamente se respetan otros dos principios: el principio de justicia y el de equidad intra – generacional.

Puede afirmarse que la sostenibilidad constituye una imagen – guía (Wittger, 2007, 2010), en el sentido que está basada en valores que son integrados en el proceso de educación y la experiencia. En dicho proceso, se definen los objetivos socioculturales, que se derivan como consecuencia de necesidades de la realidad concreta, a fin de orientar las acciones y/o prácticas tendientes a satisfacerlas.

Tal vez el principal obstáculo para comprender la sostenibilidad – y los procesos que llevan hacia ella – radique en la complejidad de las relaciones causa – efecto de los factores que conducen precisamente a un alejamiento de la sostenibilidad. Para analizar el nivel de comprensión de los conocimientos, disposiciones y prácticas que conforman los procesos tendientes a la implementación de la sostenibilidad, se ha utilizado como guía a la Agenda 21 (UNCED, 1992), en la cual se determinaron los principios básicos para el desarrollo sostenible. Está estructurada en cuatro secciones, según grandes temas, y en total cuarenta capítulos. El Capítulo 30 se dedica a los emprendimientos privados (incluyendo a comercio e industrias), a los cuales se los define como “actores de la sostenibilidad”, adjudicándoles una muy elevada medida de responsabilidad para alcanzar una administración que permita la sostenibilidad. El Capítulo 32 resalta la importancia del papel de los productores rurales que realizan una

actividad central, cuyo accionar requiere prácticas, tecnologías y gestión adecuadas a cada ecosistema productivo, principalmente para lograr una agricultura sostenible.

3.2. La administración estratégica incluye en relación a las personas (Guest, 1989 y Schuler, 1992), “todas aquellas actividades que afectan el comportamiento de los individuos y sus esfuerzos para formular e implementar las necesidades estratégicas del objetivo principal de la organización.”

La estrategia pues, debe integrar de manera coherente (Bryson, 2004) a la misión y los valores empresariales con sus políticas y planes, si desea lograr los resultados deseados en un contexto dado (Austin, 2006). En el presente estudio, los resultados de la estrategia se analizan según el grado de logro de la sostenibilidad en al menos 3 dimensiones: económico, social y ecológico.

Existen dos enfoques básicos para el abordaje de la administración estratégica: el prescriptivo y el emergente. El primero, parte de la visión e imágenes guía, define un objetivo, analiza el entorno, desarrolla las opciones estratégicas y define la implementación para el mediano plazo, por ejemplo (Hinterhuber, 2000). El abordaje emergente en cambio, es más bien recursivo - con enorme énfasis en la retroalimentación – por lo que integra el aprendizaje empresarial en un proceso adaptativo (von Glasersfeld, 1998).

Dado que la estrategia debe poder implementarse en la práctica, se requiere que

la inclusión de los asuntos sociales no sea llevada a cabo como si se tratara de meras abstracciones. En añadidura, esta inclusión debe hacerse tanto en la estrategia, como en la misión. Por otra parte, la estrategia afecta la orientación a largo plazo de la organización y requiere por ello de planeamiento, hecho que no excluye la flexibilidad, en caso que cambien inesperadamente las condiciones del entorno.

Se utilizó en el presente trabajo la definición de cultura empresarial como el conjunto de conceptos que reflejan las normas y valores de la misma (Kramer, 2000), y en la cual el desarrollo de conocimientos, su intercambio y multiplicación juegan un papel central. Es decir que el conjunto organizado de las disposiciones, conocimientos y habilidades para crear nuevos conocimientos, así como los valores empresariales compartidos – que constituyen el capital cultural empresarial – influyen significativamente en el desempeño y conductas habituales de las personas. Estas últimas pueden reconocerse en las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y sus respectivos niveles de análisis de la actividad empresarial. La cultura empresarial no se genera de manera aislada, sino que se va creando en un proceso dinámico, en el cual el ambiente externo también juega un papel relevante.

3.2.1. Dimensiones de mayor influencia cultural y niveles de análisis

Se analizó la manera en la cual debería ocurrir el proceso de desarrollo sostenible en el contexto regional que incluye a las

empresas en cuestión y de qué manera éstas podrían lograr la sostenibilidad como objetivo estratégico (Austin, 2006).

Se empleó un modelo multidimensional (Pettigrew, 1992) para analizar la cultura empresarial en lo referente a implementación de estrategias y modelos de administración. Se tuvo en cuenta el apoyo a - y fomento de - la introducción de innovaciones técnicas, tecnológicas y administrativas. Se adaptó el modelo al contexto del presente estudio y se analizaron los siguientes niveles:

3.2.1.1. Nivel más evidente de la cultura empresarial, en el que se analizan la misión, visión, las estrategias y políticas.

3.2.1.2. Nivel intermedio de la cultura institucional, en el cual los elementos del proceso de administración cotidiano, se pueden reconocer las normas formales y las políticas, así como las prácticas concretas, incluyendo aquellas que componen los “habitus” (según Teoría de la Economía de las Prácticas de P. Bordieu).

3.2.1.3. Nivel menos evidente de la cultura donde se observan las diferencias y similitudes en la distribución del poder y los vínculos interpersonales que se desarrollan de manera espontánea y en red.

3.3. Teoría de La Economía de las Prácticas de Bordieu, que se enmarca en el constructivismo estructuralista (Bordieu, 1987), dando particular importancia a la historicidad, al menos bajo tres aspectos (Corcuff, 1995):

- El mundo social se construye a partir de lo ya construido en el pasado;
- Las formas sociales del pasado son reproducidas, apropiadas, desplazadas y transformadas en las prácticas y las interacciones de la vida cotidiana;
- El trabajo cotidiano sobre la herencia del pasado abre un campo de posibilidades en el futuro.

Se utilizó esta Teoría porque incluye por un lado, a las prácticas que están incluidas en los “habitus” de los agentes, que afectan el logro de resultados en la implementación estratégica. Por el otro lado, incluye a la cultura bajo el concepto de capital cultural – y éste es un factor que se considera como muy relevante en el logro de la sostenibilidad. Finalmente incluye la conversión de una especie de capital a otro, que constituye una práctica frecuente que afecta a la sostenibilidad de diversas maneras.

Según Bordieu (1979), el **capital cultural** es un tener transmutado en ser, una propiedad hecha cuerpo, convertida en parte integrante de la “persona”, un **habitus**. Además, el “habitus” es, según el mismo autor, un sistema de disposiciones en vista de la práctica, constituye el fundamento objetivo de conductas regulares y, por lo mismo, de la regularidad de las conductas. Y “podemos prever las prácticas precisamente porque el “habitus” es aquello que hace que los agentes dotados del mismo se comporten de cierta manera en ciertas circunstancias”. El “habitus” es también una disposición

estratégica de los juegos que se dan en los diferentes campos por parte de los agentes sociales. El modelo estratégico permitió al autor esbozar una especie de “economía del habitus” por la cual la disposición adquirida puede ser concebida como un capital a ser invertido y tiene un determinado valor colocado en determinado “campo”. Este último funciona como mercado de bienes simbólicos o materiales, en función de un interés que puede ser no sólo y siempre material y utilitario, sino también simbólico (Giménez, 1997).

Efectivamente, un campo social es una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia, en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos. Por lo tanto, existen tantos “campos” como especies de capital, y en dichos campos se desarrolla el “juego”. El juego y campo de la sostenibilidad incluye al menos tantos sub – campos, según las dimensiones que se incluyan en su definición. Para que las personas quieran participar del juego con objetivos propios a ser logrados, es necesario que tengan la “illusio” (Bordieu, 1992) o esperanza de que “vale la pena jugar”. Por ello, aquí se requiere de la participación no sólo de los empresarios y de quienes trabajan con ellos, sino también de las personas que afectan la implementación estratégica desde el entorno empresarial. Cada campo y sub-campo tiene su lógica propia, sus reglas y sus regularidades específicas, y cada etapa en la

división de un campo conlleva a un verdadero salto cualitativo.

Si la **disposición estratégica** es el arte de estimar y aprovechar las oportunidad-des, de ver en la configuración del presente de la situación del presente, el futuro imaginario, la aptitud para anticipar el porvenir mediante una especie de inducción práctica (Bourdieu, 1974), entonces las estrategias de los agentes dependen de la distribución de capital específico, y de la percepción que tienen del campo.

Tanto a nivel empresarial como individual, la condición esencial para acceder al juego social es el poder, dado que la capacidad de jugar está distribuida de manera desigual, por lo que el “sentido del juego” depende también del capital que se posee. Dado que el capital implica poder, también determina el horizonte de lo posible, por lo cual en cada momento el estado de las relaciones de fuerza entre los jugadores define la estructura del campo. Se puede imaginar que cada jugador tiene diferentes formas de capital que detentan su fuerza relativa en el juego, su posición y también sus estrategias de juego (Gimenez, 1974).

Para lograr implementar estrategias para la sostenibilidad, se requieren diferentes especies de Capital, que se explican a continuación.

3.3.1. El Capital económico: Está constituido por los recursos de naturaleza económica, entre los cuales el dinero ocupa un lugar preminente por su papel de equivalente

universal. Si bien según Bourdieu, la posesión del capital económico “decide el éxito de las luchas en todos los campos”, se considerará que su influencia quedará supeditada a la capacidad de administración eficaz del capital económico, para lo cual se requiere de capital cultural.

En el presente estudio, se considera capital económico a todos los elementos del activo fácilmente realizables. Si bien la tierra, plantaciones y ganadería podrían considerarse parte de éste capital, la lógica empleada en su administración sostenible es bastante diferente, por lo que se analizaron de manera separada.

3.3.2. Capital cultural: Son los recursos de naturaleza cultural o capital cultural, formado por el patrimonio (tanto intangible y tangible) constituido por los conocimientos generales, científicos, habilidades para generar conocimientos y desarrollar artes vinculadas a ellos y los valores que guían las acciones de las personas (Gutiérrez, 2007). En el presente trabajo, se tienen en cuenta todos estos aspectos en relación a la sostenibilidad.

El capital cultural puede encontrarse en tres estados (Bourdieu, 1979):

- En estado incorporado, habitus o disposiciones durables (intangibles) relacionadas con determinado tipo de conocimientos, ideas, valores, habilidades (como lo serían las disposiciones que se necesitan para trabajar, comunicar, promover y finalmente lograr la sostenibilidad). Quien lo posee, ha pagado con su “persona”, con lo

que tiene de más personal: su tiempo, es decir, que a diferencia del dinero, no puede ser transmitido instantáneamente. De allí que este capital cultural presenta un más alto grado de encubrimiento que el capital económico, por lo que está dispuesto a funcionar como capital simbólico.

- En estado objetivado o bienes culturales (tangibles), tales como publicaciones de diverso tipo, obras de arte concretas, instrumentos y herramientas, que son transmisibles en su materialidad. Este tipo de capital cultural es apropiable materialmente mediante el capital económico, aunque en algunos casos se requiere del capital específico necesario para utilizar instrumentos o tecnología de acuerdo a sus fines específicos. Al aumentar el capital cultural incorporado a los instrumentos de producción, la fuerza colectiva de los propietarios del capital cultural tendería a aumentar, a menos que los dueños de la especie dominante del capital no estuvieran en condición de poner a competir a los poseedores del capital cultural.

- En estado institucionalizado, que constituye una combinación de las formas anteriores, como los reconocimientos formales (títulos) que confieren instituciones o grupos particulares de la sociedad como reconocimiento de contar con una cierta acumulación de disposiciones durables para un área determinada (como títulos escolares, universitarios, etc.).

3.3.3. Capital social son los recursos sociales consistentes en la capacidad de movilizar en

provecho propio – o fines determinados. Según la definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD en inglés), el capital social es el sistema de vínculos (ties) sociales de una sociedad con los vínculos a las normas en común y la confianza mutua, en las cuales se distingue entre las fuerzas de cohesión interna (bonding) con el acceso entre sociedades (bridging). Al originarse en las relaciones entre personas, no es susceptible de apropiación por un lado, y por el otro, se requiere de la inversión en esfuerzos para mantener y/o acrecentar las relaciones interpersonales mutuamente recíprocas. Este también puede ser entendido como un recurso moral y aumenta con la confianza entre las partes y el desarrollo de valores, tales como la solidaridad y la reciprocidad, así como de normas sociales, actitudes y comportamientos coherentes con los valores ya mencionados. En el presente estudio el capital social de cada persona está representado por sus vínculos de confianza mutua, tanto hacia adentro de la empresa, como hacia afuera.

Algunos investigadores tales como Kliksberg (2004) y Gehmacher (2004) afirman que sin capital social, la sostenibilidad no es posible.

3.3.4. El capital simbólico está basado en la disponibilidad de recursos intangibles e inherentes a la naturaleza misma del agente, tales como la autoridad, prestigio, crédito, honorabilidad, talento, don, gusto, inteligencia. Este tipo de capital “no es más que capital económico o cultural en cuanto conocido y reconocido”.

3.3.5. El capital político está muy estrechamente vinculado al capital simbólico y a conceptos tales como el honor y el reconocimiento. No obstante, el concepto de política de Bordieu (2000) no se refiere a los partidos políticos, sino que cuando se refiere a campo político. Se trata del interior del mundo de los profesionales, en ruptura con – es decir, excluyendo a – los profanos.

3.3.6. El capital natural, que no se incluye en la teoría de Bordieu, pero se tiene en cuenta en el presente trabajo porque la dimensión económica de la sostenibilidad está íntimamente relacionada con la adecuada administración de este tipo de capital. En efecto, se considera capital natural a aquél que no ha sido creado por el hombre, sino por la naturaleza y que constituye la “primera materia prima” en la producción agropecuaria y forestal, utilizado mediante el trabajo que es orientado por el capital cultural y en general, para obtener capital económico. Es susceptible de compra, pero su precio de mercado pocas veces refleja su verdadero valor, principalmente por desconocimiento de la existencia (y reconocimiento del verdadero valor) de todos los elementos que lo componen (Constanza, 2000).

Podría considerarse al capital natural como subespecie del capital económico – en el cual se convertiría si se vendiera en el mercado. Aquí se consideró de manera separada, debido a la lógica con características diferenciales que abarca los procesos de creación, desarrollo, multiplicación y acumulación.

CONCLUSIONES

En el ámbito del entorno que afecta el logro de resultados empresariales para lograr una mayor sostenibilidad, los agentes que toman las decisiones en los gobiernos cuentan con el capital cultural básico, pero priorizan la maximización de la función voto y para ello, maximizan su capital simbólico y político. Así suelen postergarse la toma de las decisiones que se necesitan para crear un marco favorable a la implementación de medidas que permitan avanzar con mayor rapidez e incluyendo a más empresarios en el camino a la sostenibilidad a nivel regional (por ejemplo, precios diferenciales a los productos orgánicos, penalizar a los infractores de leyes ambientales y sociales, frenar la deforestación en áreas frágiles, etc.).

En el ámbito interno a las empresas, las estrategias para lograr la sostenibilidad son diferentes, según el tamaño y tipo de las empresas. Las empresas medianas suelen diversificar sus producciones y servicios en tres o cuatro simultáneamente o a lo largo del año, de manera de optimizar el empleo del personal generando ingresos. De esta manera se aseguran un flujo de capital económico lo más parejo posible a lo largo de los meses, que al permitirles a administración con cierta holgura, les evita la necesidad de ejercer presión excesiva sobre el capital natural y el capital social. Así se observa en la mayoría de los casos, que el incremento de capital natural se traduce en capacitaciones y reconocimientos económicos en este campo,

con lo cual ocurre un fomento de valores afines a la sostenibilidad.

En cuanto al piso de conocimientos y capacidades, que son generadas y acumuladas en el marco de la cultura empresarial para la sostenibilidad, los agentes encuestados destacan dentro de los aspectos técnicos, los conocimientos sobre manejo y conservación de suelos en primer lugar y en segundo, los conocimientos y capacidades para el manejo integrado de plagas (minimizando o evitando el uso de plaguicidas y funguicidas). En lo social, se destacó que el fomento de la cooperación genera múltiples ventajas indirectas sobre la sostenibilidad. Efectivamente, la educación cooperativa y la creación de un ámbito en el cual se fomentan los valores afines a la sostenibilidad, permite lograr resultados más que proporcionales a los esfuerzos invertidos (medidos en capital social, capital cultural y capital económico, minimizando deterioro de capital natural).

En cuanto a la multiplicación de capital cultural para la sostenibilidad, todos los agentes encuestados concuerdan que la principal herramienta es la educación en ambientes educativos en primer lugar, y a través de las familias en segundo lugar. La mayoría destacó el valor del ejemplo de una empresa socialmente responsable, que es rápidamente imitada por otras, que perciben sus beneficios. Aquí puede existir una demora en la percepción de tales beneficios, que demora también la imitación por parte de otras empresas.

En cuanto a la aceleración de la multiplicación del capital cultural para la sostenibilidad ocurre principalmente a través de la cooperación y del diálogo, por lo que se requiere de un ámbito físico y también cultural afín en el cual ambos puedan ocurrir fluidamente. La mayoría de los empresarios encuestados concordaron que, en este sentido, podría – y debería – actuar la iniciativa gubernamental, brindando mayor apoyo para crear un “semillero” de empresas socialmente responsables.

En cuanto a cubrir la brecha entre la estrategia intencionada para la sostenibilidad y los resultados obtenidos, la información y conceptos de la Agenda 21 son comprendidos e internalizados de manera muy diferente, según el piso de capital cultural y también las características personales de los agentes. En general, aquellas personas que prefieren los valores tales como la importancia de la familia y la educación, el bienestar del personal de la empresa como parte de la estrategia, la ética y honestidad en general, el valor de palabra dicha, son también aquellos que comprenden e implementan mejor las prácticas que contribuyen a la sostenibilidad (y esto se observa claramente en resultados visibles, que otras personas reconocen como tales). En general, a mayor capacidad cultural, mejor disposición a mantener el capital natural y fomentar el capital social, contribuyendo directamente a mejorar el logro de la sostenibilidad. Sin embargo, se detectó que el 30% de los agentes encuestados, a pesar de contar con el piso de capital cultural

necesario, prefiere maximizar el capital económico exclusivamente, en desmedro de lograr resultados en el ámbito de la sostenibilidad.

Se comprobó que en aquellos agentes (tanto empresarios como personal de la empresa) que no comprenden los valores para la sostenibilidad, es muy difícil percibir la necesidad de implementarla.

Desde el ámbito de la cultura empresarial, generalmente prevalece la preocupación por acrecentar el capital económico y asegurar la sobrevivencia de la empresa, especialmente en épocas de inflación – y/o de inestabilidad – más elevadas. En segundo lugar, aparece el interés de aumentar el capital cultural y en tercer lugar, el de mantener o al menos no perder más allá del límite de resiliencia, al capital natural.

Finalmente, la Teoría de Bordieu permite explicar las causas que originan la falta de sostenibilidad: el capital económico es en general preminente, por tener el dinero un valor de equivalente universal. Por otra parte, a mayor capital social, mayores posibilidades de crecimiento del capital cultural y mayores oportunidades de multiplicación y utilización con mayor eficiencia del capital económico, sin perjudicar proporcionalmente las variables que afectan a la sostenibilidad.

Sin embargo, esta Teoría no permite explicar la manera en que podrían mejorarse las prácticas, ni la comprensión de complejidad de la sostenibilidad, ni tampoco, cómo mejorar la implementación de la

sostenibilidad. Los motivos para ello radican principalmente en que el auto - socioanálisis, destinado a mejorar las prácticas, se realiza en el marco de una misma realidad que fue construida, siguiendo los lineamientos del estructuralismo constructivista. Asimismo, el “habitus” de Bordieu es un concepto complejo que incluye las disposiciones y habilidades como en un paquete cerrado. Sería mejor desglosar dicho concepto en los diferentes hábitos y vicios, como los usara Aristóteles, por ejemplo, y clasificarlos según grados de impacto sobre la sostenibilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Austin J. (2006), “Effective Management of Social Enterprises”, *Social Enterprise of Knowledge Network*: Londres, p. 50 – 78
- Bordieu, P. (1972), “Réponses”, Ed. Seuil: Paris, p. 74-75
- Bordieu, P. (1974), “Avenir de classe et causalité du probable”, *Revue Française de Sociologie*, vol. XV, pp.3-42
- Bordieu, P. (1979), “Le trois états du capital culturel”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, p. 4, Núm. 30, pp 3-6
- Bordieu, P. (1987), “Choses dites”, Ed. de Minit: Paris, pp. 147, 160
- Bordieu, P. (1987), “Habitus, code, codification”, *Actes de la Recherche*

- en Sciences Sociales, número 64, 1987, p. 40
- Bourdieu, P. (1992), “Esquisse d’une Théorie de la Pratique”, Ed. Minuit: Paris, p. 73
- Bourdieu, P. (2000), “Sobre el Campo político”, Presses Universitaires de Lyon: Lyon, p.2
- Bourdieu, P. (2006), “La lógica de los campos”, Entrevista con P. Bourdieu, en: Pierre-bourdieu.blogspot.com-2006-07-la-logica-de-los-campos.entrevista.html, p. 6 (Consultado el 8/3/2016)
- Bryson, J. M., (1998), “Strategic Planning”, International Encyclopedia of Public Policy and Administration. Shafritz, Jay, Westview-Press: Londres
- Constanza, R. (2000), “A Comparison of Environmental, Natural Resource, and Ecological Economics”, Hutter, Carolyne, Guide to the Field of Environmental and Natural Resource Economics, 2da Ed., WWF – USAID, Washington DC, p. 5
- Corcuff, P. (1995), “Les nouvelles Sociologies”, Ed. Nathan: Paris, p. 17
- Gehmacher, E. (2004), “Sozialkapital al Grundlage Nachhaltiger Entwicklung, Strategiepapier”, en: www.nachhaltigkeit.at/reportagen.php3?id=5&print=1 (Consultado 4/3/ 2016)
- Gimenez, G. (1997), “La Sociología de Pierre Bourdieu”, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM: Méjico, p. 8 – 10
- Gutiérrez, A. (2007), “Pierre Bourdieu: Razones y Lecciones de una Práctica sociológica” Ed. Ferreyra: Córdoba, p. 34
- Hinterhuber, H. (2000), “Ballast abwerfen”. Hinterhuber, Hans; Stahl, Heinz (Editores), Die Schwerpunkte moderner Unternehmensführung, Expert Verlag: Renningen, p. 116-118
- Kliksberg, B. (2004), “Más ética, más desarrollo”, Ed. Temas: Buenos Aires, p. 23
- Kramer, R. (2000), “Das Unternehmen zwischen Globalisierung und Nachhaltigkeit”, Duncker: Berlin, p. 73
- Pettigrew, A. (1992), “Shaping strategic change: Making change in organizations”, Sage Publications: Londres, p. 124
- Schuler, R. S., (1992), “Strategic human Resource Management: linking People with the strategic Needs of the Business”. Organization Dynamics, Nro.21, p. 207-219
- United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), (1992), “Agenda 21”. Naciones Unidas: Nueva York, disponible en PDF en: www.un.org.esa/dsd/agenda21_spanish, consultado el 30/3/2016

Glaserfeld, E. (1998), “Radikaler Konstruktivismus”. Klett:Frankfurt am Main

Wittger, B. (2007), “Der Clean Development Mechanism in Brasilien – Nachhaltigkeitsstandart in Theorie und

Praxis”. Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie GmbH.: Wuppertal, p. 20.