

1-1-2016

Estrategias de RSE de EMN 's en países de economía emergente

Jessica Aldana Barrios

Stephanie Reina Blandón

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica

Citación recomendada

Aldana Barrios, J., & Reina Blandón, S. (2016). Estrategias de RSE de EMN 's en países de economía emergente. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/616

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Administrativas y Contables at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Contaduría Pública by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Estrategias de RSE de EMN's en países de economía emergente

Jessica Aldana ¹
Stephanie Reina ²

Jorge Juliao
Tutor

¹ Universidad de la Salle, Contaduría Pública, correo electrónico: ajessica41@unisalle.edu.co Bogotá-Colombia 2016

² Universidad de la Salle, Contaduría Pública, correo electrónico: rjenny69@unisalle.edu.co Bogotá-Colombia 2016

Resumen:

La responsabilidad social empresarial la constituyen “las acciones desarrolladas por negocios para consolidar sus relaciones con las sociedades en las que actúan” (OCDE, 2002, p.5). Debido a los grandes cambios, tanto económicos como sociales y políticos de las tres últimas décadas, se ha generado mayor discusión e interés investigativo respecto al tema de acciones empresariales (Garavito, 2012). Especial atención ha suscitado el estudio de la acción responsable de las empresas multinacionales (en adelante EMNs) en países de economía emergente. A este respecto, el presente artículo tiene como objetivo a) ordenar la evidencia empírica en relación a las estrategias de RSE de las EMN’s en países de economía emergente b) identificar las diferentes estrategias encontradas en la evidencia empírica; y; c) analizar los efectos de las estrategias de RSE y las motivaciones que tienen las EMN’s al implementarlas. Para lo anterior se siguió rigurosamente la metodología de revisión sistemática propuesta por Tranfield, Denyer y Smart (2003) y Becheikh, Landry y Amara (2006). Se evidenció identificaron cuatro estrategias genéricas: Beneficio social, las dirigidas a grupos afectados directamente por las operaciones de la empresa, educación y salud. Esta revisión proporciona resultados importantes para el diseño de políticas enfocadas en la necesidad de que las EMNs se hagan cargo de los impactos reales de sus actuaciones y no exclusivamente de su imagen corporativa.

Palabras clave:

Estrategias, Responsabilidad Social Empresarial; Empresas multinacionales, Economías emergentes

Abreviaciones:

RSE: Responsabilidad Social Empresarial; EMN’s: Empresas multinacionales

Introducción

Responsabilidad social empresarial (en adelante denominada RSE) se define como “las acciones desarrolladas por negocios para consolidar sus relaciones con las sociedades en las que actúan” (OCDE, 2002, p.5). El concepto de RSE puede variar para diversos autores, según Adeyeye (2012) “cubre un amplio espectro y no hay consenso sobre el significado del término. Surgió de la necesidad de abordar el comportamiento empresarial equivocado respecto a asuntos sociales, o cuestiones que no inciden directamente en las operaciones del negocio” (p.7, traducción libre de los autores). Las múltiples conceptualizaciones de RSE se deben en parte al uso de términos ambiguos en las definiciones y porque en muchos intentos formales de definición llevados a cabo por países o entes internacionales la preocupación se ha centrado más en definir y profundizar en aspectos de gobierno corporativo (Freeman y Hasnaoui, 2011). No obstante, la mayoría de los autores están de acuerdo en que RSE parte del reconocimiento del papel central y de los impactos que tienen las actividades de las empresas en la sociedad (Adeyeye 2012; Rivera, y Montoya, 2009).

No tener adecuadas prácticas de RSE puede llevar a la empresa a perder legitimidad ante sus interesados debido a que observar la empresa como un ente exclusivamente económico conduce al abandono de la comunidad, por tanto, esta acción por parte de la empresa puede dificultar su reconocimiento ante los grupos de interés.

En consecuencia, puede ser un factor que limite el acceso de esta a recursos del entorno debido a que la legitimación como estrategia permite mantener el buen nombre de la empresa y así el apoyo de los grupos de interés (Suchman, 1995). A este respecto, RSE ha tomado mayor interés en la última década y se destaca como una parte esencial de la estrategia empresarial:

“Con el objetivo de acrecentar el prestigio y el negocio y participar activamente en la mejora de las condiciones de vida de la comunidad en la que opera, la empresa favorece la construcción de una cultura organizacional que transmita una imagen institucional con atributos individuales que fortalezcan su reputación social, amplíen su credibilidad y consecuentemente acrecienten su grado de legitimación social” (Roistein, 2003, p.11).

Debido a los grandes cambios, tanto económicos como sociales y políticos de las tres últimas décadas, se ha generado mayor discusión respecto al tema de acciones empresariales: “La crisis de los años ochenta y los cambios tecnológicos de la década de 1990, junto con la mayor presencia de empresas multinacionales en países en desarrollo genera mayor discusión y esfuerzo para la definición de la acción empresarial” (Garavito, 2012, p.83). De esta manera “El periodo de privatización y apertura que se registró durante los años noventa, fue un periodo de cambio que permitió una marcada expansión de las empresas multinacionales (...) una época de aceleración de la inversión extranjera directa (IED), atraída por la entrada de multinacionales de países desarrollados hacia sectores recién privatizados o liberalizados”(León, 2012, p.347). Con el auge de estas grandes empresas por todo el mundo se crearon acuerdos internacionales para controlar el respeto de los derechos fundamentales:

“La Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, y la Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social, ambas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT); las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo

(OCDE); y el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Estos documentos establecen derechos laborales fundamentales, condiciones de trabajo mínimas y la necesidad de proteger el derecho de los habitantes del futuro a un medio ambiente adecuado” (Garavito, 2012, p.84).

Acorde con Vives (2009), inherente a la expansión de multinacionales emerge la preocupación por la responsabilidad de estas en relación al impacto de sus operaciones en los países anfitriones. Este autor señala que esta situación ha generado un desafío para estas empresas y se observa que sus prácticas de RSE no son uniformes, y por el contrario son diversas y enfocadas en diferentes aspectos. Al respecto, no existe la certeza de que en los mercados emergentes estas prácticas se enfoquen en la solución de problemas reales (Shengtian, H., Weihui, F. y Xiaosong, 2010). Las multinacionales (en adelante denominadas EMN o en plural EMN’s) crean estrategias de RSE que no siempre son acordes a las expectativas locales (Shengtian et al., 2010). Esto en gran parte debido a que las EMN’s se enfrentan a problemáticas que pueden variar acorde a las diferencias contextuales (e.g. cultura, desarrollo tecnológico e institucional) entre el país de origen y los países anfitriones y a que la configuración de las relaciones de las partes interesadas del negocio pueden ser diferentes a las de sus mercados de origen (Yin, Rothlin, Xiaosong y Caccamo 2013).

En forma coherente, se ha evidenciado un aumento considerable de investigaciones sobre estrategias de RSE de EMN’s (descrita en la sección 1) que han permitido profundizar y mejorar la comprensión de estas. No obstante, debido a la heterogeneidad de los contextos a los que estas empresas se enfrentan (v.gr. institucionales, tecnológicos, medio ambientales, culturales y globales) las estrategias aplicadas por las EMN’s arrojan resultados dispersos. Para superar el

anterior problema, se desarrolla una revisión sistemática de artículos empíricos enfocados en las estrategias de EMN's en países de economía emergente.

Con el crecimiento acelerado y global de las EMN's, además de la influencia política y económica que estas representan, se ha enfocado la atención en las estrategias de RSE de estas entidades en los países de economía emergente (Tan, 2009). Lo anterior se ve sesgado por marcos legales ineficaces y falta de supervisión evidente entre otros factores, que hacen imposible una práctica real y responsable de RSE (Tan, 2009). Adicionalmente el grado de desarrollo del país anfitrión, incide en la importancia de la estrategia que se implementa, además de la sofisticación del discurso y la práctica de RSE (Campbell, 2007). En consecuencia es necesario analizar los estudios realizados hasta el momento para que sirvan de base en la consecución de políticas de RSE más realistas y conscientes.

Específicamente, esta investigación persigue los siguientes objetivos: a) ordenar la evidencia empírica en relación a las estrategias de RSE de las EMN's en países de economía emergente b) identificar las diferentes estrategias encontradas en la evidencia empírica; y; c) analizar los efectos de las estrategias de RSE implementadas por las EMN's.

A pesar que la revisión general arrojó 54 artículos, la muestra final fue de sólo 13 artículos. No obstante, el desarrollo de esta investigación se sustenta en la importancia que tiene en la actualidad la presencia de EMN's en países de economía emergente, evidenciado en el incremento de inversión extranjera directa (IED) en estos países. De acuerdo al informe correspondiente a 2015 de la Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe la edición más reciente de la serie anual que publica la Unidad de Inversiones y Estrategias

Empresariales de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) los países en desarrollo han incrementado su proporción de las entradas mundiales de IED, hasta llegar al 56% en 2014 (véase figura 1.0)

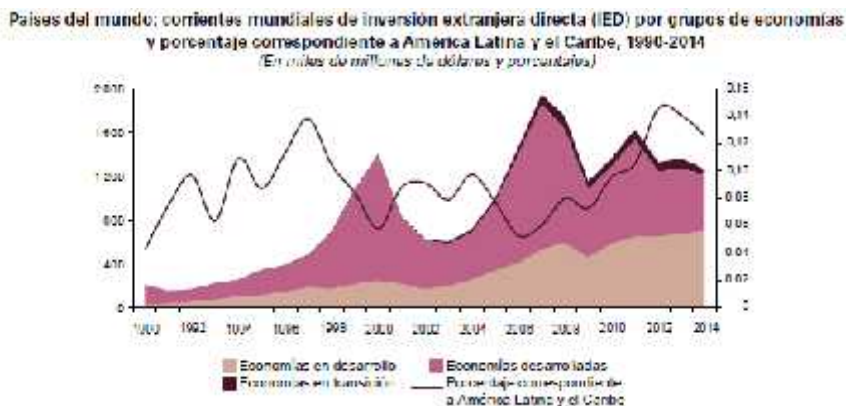


Figura 1.0 Países del mundo: Corrientes mundiales de inversión extranjera directa (IED) por grupos de economías y porcentaje correspondiente a América Latina y el Caribe, 1990-2014 Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Global Investment Trends Monitor, N° 18 ((UNCTAD/WEB/DIAE/IA/2015/1), Ginebra, 2015 e Informe sobre la Inversiones en el Mundo 2014, (UNCTAD/WIR/2014), Ginebra, 2014.

“La participación del Brasil en el total de las entradas de IED llegó a situarse en el 38%, ligeramente por encima del promedio en el largo plazo (de un tercio). México y Chile ocuparon el segundo y el tercer lugar, respectivamente, al recibir cada uno de estos países alrededor del 14% de la inversión extranjera directa para la región. Las entradas de IED en América Latina y el Caribe están aún más concentradas que en 2013, ya que solo cinco países recibieron en 2014 cerca del 80% del total de la inversión extranjera directa. Además de las economías mencionadas se encuentran Colombia, que sigue recibiendo grandes flujos de IED, y el Perú, en que las entradas registradas últimamente no fueron tan altas como en años recientes” (CEPAL, 2015).

Por lo anterior es importante conocer la forma como estas empresas atenúan el impacto de sus operaciones.

Este artículo está organizado de la siguiente forma: Precisiones conceptuales y alcance del estudio (Sección 1). Metodología (Sección 2). Resultados y discusión (Sección 3) y Conclusiones, implicaciones y recomendaciones (Sección 4).

1. Precisiones conceptuales y alcance del estudio

Teniendo en cuenta que la presente revisión abarca las estrategias usadas por EMN's para el desarrollo de RSE es importante definir el termino estrategia como “planes, inversiones y acciones realizadas para alcanzar ventajas competitivas sostenibles así como un desempeño financiero y social superior” (Husted y Allen, 2001, p.6, traducción libre de los autores)

Acorde a esta definición la estrategia puede ser utilizada como herramienta de desempeño y como medio para alcanzar ciertos objetivos, entre tanto el concepto de estrategia como parte de la RSE puede definirse de acuerdo a (Roitstein, 2003):

“Conjunto de prácticas que cada empresa, establece y cultiva con sus stakeholder – empleados, clientes, proveedores, vecindad en la cual opera–, con el fin de constituir una red de vínculos sociales que favorezcan la competitividad y el negocio a largo plazo de la empresa (...) Estas prácticas, denominadas estrategias de RSE, se convierten en una forma de gestión definida por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles

con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdad social” (p.10)

Estas prácticas ayudan a consolidar la empresa ya que cuentan con el respaldo de los diferentes grupos de interesados, además ayuda a crear legitimidad en la sociedad.

“La estrategia de RSE no sólo favorecen los intereses de la sociedad y el sostenimiento del ambiente, sino que a su vez fortalecen la estrategia de negocio de la empresa, pues integran en su estrategia territorial una diversidad de redes sociales del entorno, logrando acrecentar el prestigio del negocio mediante la mejora de las condiciones de vida de la comunidad en la que opera” (Pérez, G., y Bedoya, D. A. 2005).

En la presente revisión se encontró que las estrategias de RSE generalmente se asocian a 4 tipos de acciones: (Beneficio social, educación, salud y bienestar de terceros directamente relacionados con la actividad de las EMN´s) Estas y otras manifestaciones de estrategias de RSE por parte de las EMN´s se tomaron en consideración en la búsqueda de artículos para el desarrollo de esta revisión.

Es importante resaltar, que la elección de artículos se hizo teniendo presente los que han sido publicados a partir del año 2000 lo cual se justifica por la apertura de mercados de forma más acelerada durante el nuevo siglo. Esto se evidencia con el aumento del proceso de internacionalización de empresas de acuerdo al informe sobre las inversiones en el mundo de la División de la Inversión y la Empresa de la UNCTAD:

“Las salidas de IED de los países en desarrollo también alcanzaron un nivel récord. Las empresas transnacionales (ETN) de las economías en desarrollo están adquiriendo cada vez más filiales de sociedades de países desarrollados situadas en sus regiones. Las economías en desarrollo y en transición invirtieron, conjuntamente, 553.000 millones de dólares, o el 39% de las salidas mundiales de IED, en comparación con solo el 12% a principios de la década de 2000” (p.7).

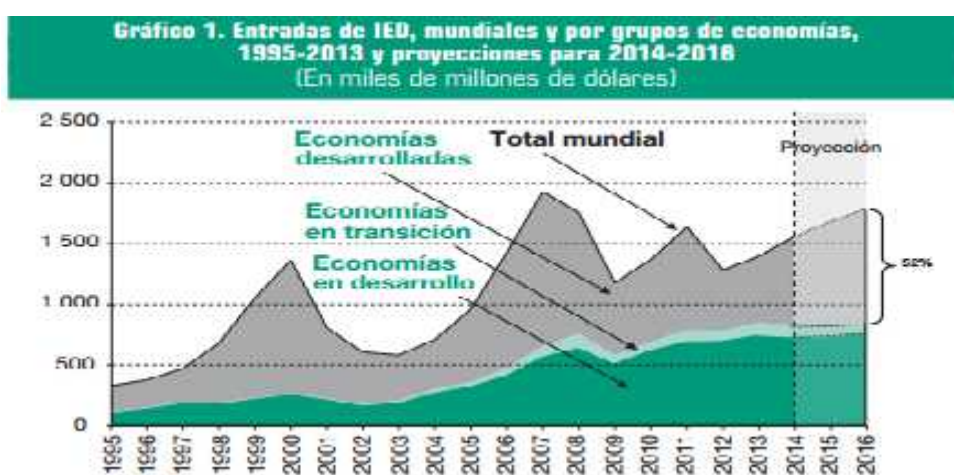


Figura 1.1 Entrada de IED, mundiales y por grupos de economías 1995-2012 y proyecciones para 2014-2016 (miles de millones de dólares). Fuente: División de la Inversión y la Empresa de la UNCTAD (2014)

En forma coherente, para esta fecha se suscriben acuerdos para facilitar este proceso, por ejemplo, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, anunciado en el Foro Económico de Davos en enero de 1999 y puesto en marcha oficialmente en julio de 2000 (Urcelay, 2007, p.46). Nuestra elección fue probada a través de la búsqueda de artículos del tema de investigación en fechas anteriores al 2000. Esta no arrojó resultados de artículos que pudiesen ser incluidos dentro de esta revisión.

2. Metodología

En esta investigación se usa el método de revisión sistemática el cual consiste en el desarrollo de una revisión de la literatura a través de un procedimiento estandarizado de búsqueda de información, análisis y presentación de resultados (Tranfield, Denyer y Smart, 2003). Este método busca abarcar más específicamente un tema y poder discutir los resultados del mismo “el objetivo principal de una revisión sistemática es identificar las contribuciones científicas claves dentro de un campo de investigación así sus resultados son generalmente presentados en forma descriptiva y discutidos” (Becheikh, Landry, y Amara, 2006, p.645, traducción libre de los autores).

Una ventaja al desarrollar una revisión sistemática es que el nivel de confianza es mucho más alto: “la aplicación de los principios de la revisión sistemática ayuda a limitar la tendencia a errores sistemáticos, reducir efectos del azar y mejorar la legitimidad de los datos que proporcionan resultados confiables, sobre los cuales se sacan conclusiones y tomar decisiones” (Becheikh et al., 2006, p. 645, traducción libre de los autores).

La revisión sistemática posibilita la evaluación y auditoría de pares externos, ya que esta revisión se hace de manera organizada y lineal, por lo cual al seguir el mismo procedimiento se llega a los resultados expuestos:

“Las revisiones sistemáticas difieren de las revisiones narrativas tradicionales mediante la adopción de un proceso replicable y transparente, en otras palabras una tecnología detallada, que tiene como objetivo minimizar el sesgo a través de búsquedas exhaustivas de la literatura publicada y estudios no publicados, proporcionando una pista de auditoría

de las decisiones de los revisores, los procedimientos y las conclusiones” (Tranfield et al., 2003, p.208, traducción libre de los autores).

Finalmente para desarrollar adecuadamente una revisión sistemática es importante tener en cuenta dos aspectos: “(1) el establecimiento de criterios de inclusión y, (2) la estrategia de localización y selección de los estudios que potencialmente puede incluirse” (Alderson et al., 2004 citado por Becheinkh et al., 2006, p.645, traducción libre de los autores).

2.1 Criterios de inclusión

Se usaron tres criterios de selección de artículos investigativos, para el desarrollo de esta revisión:

- Investigaciones enfocadas en la identificación o descripción de prácticas de RSE desarrolladas por las EMN´s en países de economía emergente
- Artículos publicados entre los años 2000 y 2015 en revistas científicas que sigan el proceso de arbitraje doble y ciego.
- Artículos empíricos de corte cualitativo o cuantitativo. No se tuvieron en cuenta investigaciones de tipo teórico, conceptual o ensayos.

2.2 Fuentes y estudios para la selección de datos

Para la selección de artículos tomados en cuenta para esta revisión sistemática se realizó una búsqueda a través de varias bases de datos utilizando dos palabras clave (en este caso RSE & EMN´s) estas se vieron reflejadas en el título o resumen de cada artículo (véase apéndice). Para

esta consulta se usaron las bases de datos: Proquest, Ebscohost y Science direct. La cuales contienen cerca de 3,417 artículos publicados clasificado de la siguiente manera:

PROQUEST

Multinational and CSR la primera palabra solo en título y la segunda en resumen arroja 35 resultados.

Multinational and CSR búsqueda general arroja 2.786 resultados.

Multinational and CSR la primera palabra en resumen y la segunda en título arroja 53 resultados.

EBSCOHOST

Multinational and CSR la primera solo en título y la segunda en resumen arroja 97 resultados.

Multinational and CSR búsqueda general arroja 303 resultados.

Multinational and CSR la primera en resumen y la segunda en título arroja 143 resultados.

SCIENCE DIRECT

Multinational and CSR la primera y segunda en título o resumen arroja 40 resultados.

Multinational and CSR la primera en título y segunda en resumen arroja 4 resultados

Los artículos obtenidos como resultado de la búsqueda anterior fueron sometidos a una clasificación que surgió de la búsqueda por título y resumen, la cual permitió excluir artículos que no cumplieron con el primer criterio de inclusión; obteniendo de esta manera 110 artículos potenciales para iniciar con la segunda clasificación, cada uno de los artículos fue revisado y evaluado por los dos investigadores, como resultado de este proceso se obtuvieron 50 artículos elegibles.

2.3 Proceso de búsqueda específico

Después del procedimiento estándar se hizo una búsqueda específica sobre los 50 artículos seleccionados para la muestra. Lo anterior es necesario debido a que una vez la búsqueda general permitió identificar los temas o estrategias de RSE de las EMN's, la inclusión de criterios específicos a cada uno de estos subtemas (por ejemplo, el nombre de las estrategias más la palabra EMN's) evidencio otros artículos no identificados por el proceso inicial (ver apéndice).

De esta forma se encontraron 4 nuevos artículos a la muestra inicial de 50; resultado de este proceso de búsqueda específica se obtienen 54 artículos en total.

Luego se hace nuevamente una revisión de cada uno de los 54 artículos encontrando que de estos solo 24 artículos tienen relación directa con nuestro tema de estudio, por lo que se excluyeron 30 artículos debido a que no cumplían con el criterio de inclusión sobre investigaciones enfocadas en la identificación o descripción de prácticas de RSE desarrolladas por las EMN's en países de economía emergente.

Finalmente se hace una revisión minuciosa sobre los 24 artículos que consistió en leer cada uno de los estos artículos, excluyendo 11 artículos que no cumplían con el criterio de inclusión de artículos empíricos de corte cualitativo o cuantitativo. Por lo que se tomaron en cuenta para esta revisión 13 artículos que tratan casos de estudio y estudios empíricos de EMN's en países de economía emergente para exponer sobre el tema.

Con la información recaudada de los 13 artículos se alimentó una base de datos en Excel con la siguiente información: cita, tipo de investigación, tema principal, explicación básica del contexto, motivaciones, estrategias, conclusiones y clasificación de las estrategias. Esta

clasificación se condensa en una palabra con el enfoque de cada acción, lo que arrojo la siguiente información:

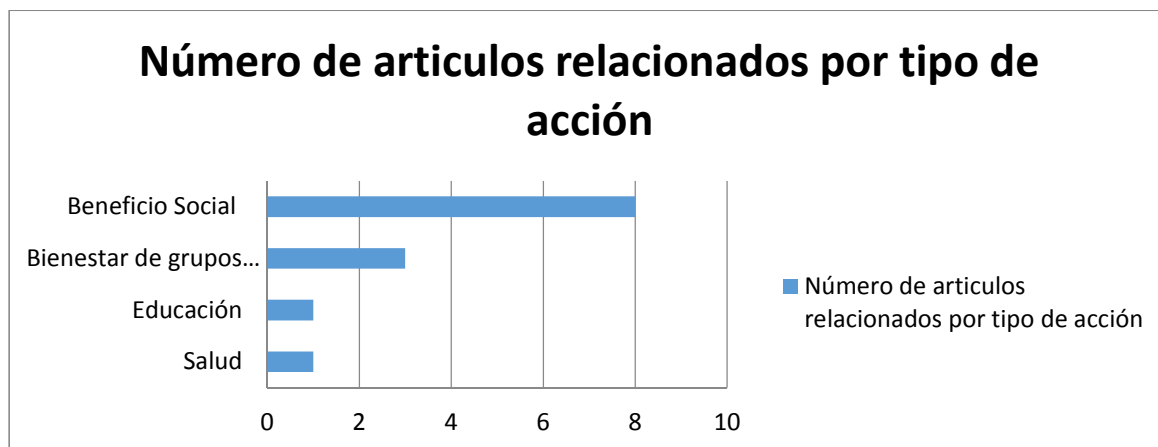


Figura 1.2 Número de artículos relacionados por cada acción. Fuente: Autores

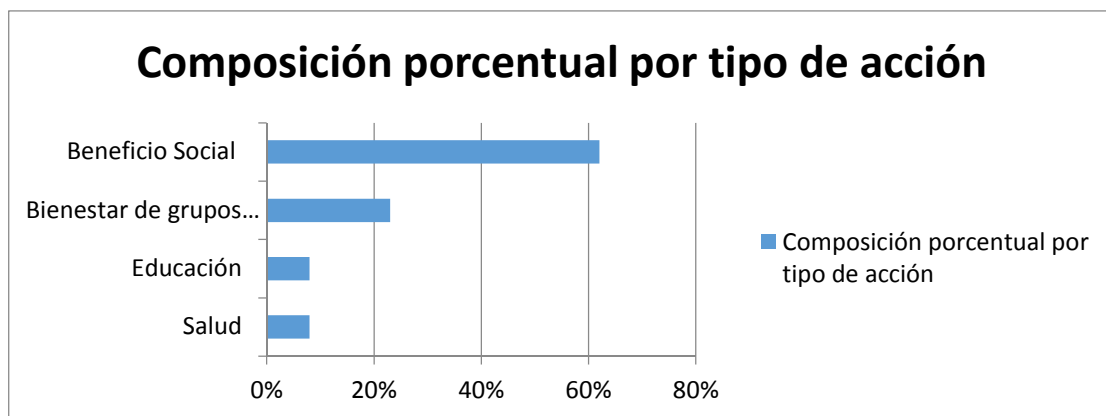


Figura 1.3 Composición porcentual por tipo de acción. Fuente: Autores

A continuación daremos a conocer los resultados de la investigación y la discusión que emerge de los mismos

3. Resultados y discusión

A continuación encontraremos las estrategias más importantes las cuales están dirigidas a: países de economía emergente, beneficio social, al bienestar de grupos relacionados directamente con el desarrollo de actividades de EMN's, educación y salud.

3.1 Estrategias de RSE dirigidas a países de economía emergente.

Con la llegada de la globalización las EMN's se han visto obligadas a crear políticas de RSE, aunque las empresas todavía no tienen muy claro que se exige de ellas a la hora de cumplir a los accionistas y con las demandas legítimas de los países anfitriones (Yin et al., 2013). Específicamente cuando una EMN entra a un país de economía emergente se enfrenta a ciertas circunstancias que no son comunes en sus países de origen, es el caso de EMN's que vienen de Estados Unidos o Europa, estas deben aterrizar las problemáticas sociales que el país anfitrión tiene y con base en esto crear políticas de RSE que tengan un verdadero beneficio social con impacto en la sociedad (Shengtian, et al., 2010).

A continuación se describen las diferentes estrategias comúnmente implementadas por las EMN's en países de economía emergente, estas son: Beneficio social, Educación, salud y terceros directamente relacionados con la actividad.

En el siguiente ítem encontramos como se desarrollan las estrategias en pro del beneficio social

3.1.2 Estrategias de RSE dirigidas al beneficio social.

Basados en la presente investigación el beneficio social se refiere a toda acción que lleve al progreso y bienestar de las personas, sea que hayan sido afectados de forma directa o indirecta por las acciones de las EMN's (Yin et al., 2013). Según la revisión el 62% de estrategias

realizadas van dirigidas al beneficio social, dentro de las que se destacan: las ONGs creadas por las EMN's para suplir las actividades de desarrollo social; actividades de cooperación con el gobierno para el desarrollo de programas de RSE; mejoras en la infraestructura de edificios en hospitales, incluso proyectos básicos como la recolección de regalos navideños durante la época de navidad para los niños más necesitados, y; también entran programas complejos para las personas con necesidades especiales.

Empresas como Wal-Mart en países latinoamericanos llevan a cabo proyectos de financiamiento económico de comedores comunitarios en Argentina, banco de alimentos en México, programas de desarrollo cultural y familiar, en Brasil apoyó sin fin de lucro a fundaciones en Puerto Rico como la Cruz Roja y Asociación de la distrofia muscular (Torres y Yucetepe, 2009)

De acuerdo al estudio de Yin, et al., (2013) el 64% de empresas revisadas consideran que la colaboración intersectorial con ONGs es una estrategia de RSE clave en la sociedad. Lo anterior se evidencia con la iniciativa de las empresas para que sus empleados lleven a cabo actividades de voluntariado en entidades sin ánimo de lucro. Según Lai Cheng y Ahmad (2010) la EMN Agile technologies presta a sus trabajadores en proyectos de voluntariado en talleres de ciencias para estudiantes. Lo cual acerca más a la EMN a la sociedad y sus empleados mantienen la motivación. De esta manera la empresa fue galardonada con el premio mejores empleadores de Asia.

Otro ejemplo es el presentado por Newenham (2011) sobre la minera canadiense Barrick Gold Corporativo y su interacción en la zona del lago Victoria en donde los habitantes de Tanzania están inconformes por el impacto que esta ejerce sobre el medio ambiente. Impacto que es elevado debido en gran parte a que Tanzania tiene un sistema jurídico débil y muchas EMN's

aprovechan esto para realizar sus actividades sin ningún control por parte del gobierno. En consecuencia la población presento su descontento mediante protestas y demandas, ocasionando que la EMN creara programas sociales (como mejoras en las fachadas de hospitales, alianzas intersectoriales e iniciativas en temas de salud) para conseguir así legitimidad ante la comunidad. Sin embargo, esta EMN no ha conseguido legitimidad frente a sus stakeholder y continúa siendo objeto de exigencias por la comunidad lo cual lleva a la creación de estrategias que sirvan para minimizar el daño directo al medio ambiente.

Otros casos evidencian empresas como el Grupo Bajaj en India, que incluyen en sus actividades altruismo neto por tradición. Debido a que su fundador Jamnala Bajaj era seguidor fiel a las creencias del líder político y social Mahatma Gandhi influyendo así a que Bajaj incorporara en su empresa políticas de RSE, pues hace parte de su sistema de creencias. Como resultado este grupo empresarial ha detectado que la legitimidad se ha logrado crear a largo plazo y genera un impacto positivo, no solo en los empleados y cadenas de suministro, sino también en la sociedad en general (Jadhav y Aswale, 2012).

En esta estrategia sobre beneficio social se evidencio como las EMN's aplican de manera superficial políticas de RSE, ya que algunas EMN's suponen que las personas no tendran presente por ejemplo el caos ambiental que han vivido, ocasionando asi que los intentos de RSE encaminados al beneficio social no esten generando legitimidad. Las actividades de impacto social en ocasiones muestran un interes guiado a la mejora de imagen corporativa en lugar de tomar en cuenta las verdaderas necesidades de la comunidad. Sin embargo lo anterior no aplica para todas las empresas, ya que algunas buscan beneficiar de manera genuina a la sociedad, como lo demuestra el caso descrito de Barrik Gold. Por lo cual es necesario replantear algunos

de los conceptos con el único fin de mitigar los impactos en las comunidades de una forma eficaz y real.

A continuación empezaremos a hablar acerca de las estrategias empleadas para el bienestar de los grupos directamente relacionados con las EMNs

3.1.3 Estrategias de RSE dirigidas al bienestar de grupos relacionados directamente con el desarrollo de actividades de EMN's

Para las empresas es importante que los grupos relacionados con el desarrollo de su actividad se sientan a gusto para que su objeto se cumpla, tal es el caso de los trabajadores, proveedores y consumidores. Según la literatura revisada de la muestra está indica que el 23% de estrategias aplicadas por EMN's son dirigidas al bienestar de grupos relacionados directamente con el desarrollo de actividades de la compañía. Por lo anterior es importante tener presente el concepto de cada uno de los grupos relacionados.

De acuerdo al artículo 22 del código sustantivo de trabajo, trabajador se define como: “Una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración” (Colombia, Presidente de la República, 1950). En el caso del proveedor se define como “Toda persona, natural o jurídica, que distribuya u ofrezca al público en general, o a una parte de él, a cambio de un precio (...) destinados a la satisfacción de una o más necesidades de ese público” (Colombia, Presidente de la República, 1982). El consumidor “Toda persona, natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades” (Colombia, Presidente de la República, 1982) y el accionista “es la persona que posee una o más acciones de una empresa. La

titularidad de estas acciones le confiere la condición de socio y propietario de la empresa en proporción a su participación en la misma” (Benito Hernández, 2016).

Para las EMN’s estos grupos que están relacionados directamente con su objeto social son quienes hacen mayor presión para la creación de estrategias de RSE “Los trabajadores, los proveedores y las comunidades representan el verdadero reto, la gestión de las relaciones con estos actores es el punto de partida para un nuevo enfoque de internacionalización ética y económica más integrada” (De Chiara y Spena, 2011, p.70-71, traducción libre de los autores).

Para el caso de los empleados las EMN’s buscan que estos tengan compromiso con la empresa por lo tanto algunas optan por generar algunos beneficios adicionales para ellos que incluyen el establecimiento de un fondo de bienestar social y proporcionar paquete adicional para los empleados con necesidades emergentes (Yin, et al., 2013). El desarrollo profesional de los empleados es importante para la continua mejora en los procesos internos de las empresas de acuerdo a Yin, et al. (2013) en su estudio de caso “el 73% de las EMN’s utiliza formación y desarrollo profesional para sus empleados” (p.66-69, traducción libre de los autores). Como ejemplo se observa en el caso de estudio en De Chiara y Spena (2011) donde la EMN Timbeland considera que los salarios altos por sí solos no crean necesariamente mejores condiciones de vida; como resultado, se ha definido un enfoque para apoyar y facilitar una vida sostenible, abordando el entorno (infraestructura social) dentro de los cuales los trabajadores viven, en lugar de centrarse únicamente en el incremento de salarios. En el mismo estudio adicional se observa que hay estrategias que abarcan Capacitación, beneficios y diversidad laboral mediante directrices incluidas en el pacto mundial de naciones unidas, OIT, OCDE y carta de empresas de la CPI asegurando la protección mundial en la diversidad de trabajo en cuanto a etnia, raza, religión y género.

Entre las estrategias para los proveedores de acuerdo a Yin, et al. (2013) “el 64% de las EMN’s crean asociación de beneficio mutuo con los proveedores” (P.66-69, traducción libre de los autores). Además de “crear compromiso en compras con responsabilidad de implementar sostenibilidad en la cadena de valor” (De Chiara y Spena, 2011, p.67, traducción libre de los autores). Para el caso de los consumidores se observa que de acuerdo a Yin, et al. (2013) “las EMN’s ofrecen garantía de la calidad y excelencia del producto y/o servicio” (p. 66-69, traducción libre de los autores) y finalmente para los accionistas las EMN’s “utilizan la divulgación de información y transparencia como responsabilidad fundamental hacia los mismos” (Yin, et al., 2013, p. 66-69, traducción libre de los autores).

Las EMN’s durante los años han ido reforzando las estrategias de RSE hacia sus grupos de interesados, debido a la presión que hacen sobre las mismas “Muchas empresas multinacionales no sólo están cumpliendo con las expectativas de las partes interesadas, sino que están ejerciendo influencias más proactivas en los componentes clave” (Yin, et al., 2013, p.69, traducción libre de los autores). Por lo anterior se puede considerar estas como prácticas que pueden ser adoptadas por otras EMN’s que deseen mejorar su desempeño en RSE. Claramente es interesante observar como las EMN’s se esfuerzan por generar estrategias para cada grupo de interesados y no simplemente manejar el tema de forma general, sin embargo estas aun no son lo suficientemente estables para las diversas economías de los países emergentes. Para De Chiara y Spena (2011) “Como todos los casos investigados muestran, el compromiso de los actores locales y prácticas de participación son cuestión estratégica en la gestión de actividades en el extranjero” (p.70-72, traducción libre de los autores).

En el título que sigue veremos cuáles son las estrategias que se utilizan en temas de educación.

3.1.4 Estrategias de RSE dirigidas a la educación.

La educación se puede definir como “el proceso global de la sociedad, a través del cual las personas y los grupos sociales aprenden a desarrollar conscientemente en el interior de la comunidad y en el beneficio de ellas, la totalidad de sus capacidades, aptitudes y conocimientos” (UNESCO, 1974 citado por Juan Martinez, 2004). Según la literatura revisada el 8% de estrategias aplicadas por EMN’s son dirigidas al beneficio educativo mediante la apertura de colegios y creación de distintos proyectos, algunas de las EMN’s hacen inversión en la educación de la comunidad mediante escuelas de formación profesional para los hijos de los trabajadores inmigrantes (Yin, et al., 2013).

Según un estudio realizado por Jamali (2010) “el 40% de la muestra utilizan los proyectos educativos para la comunidad así como también enseñanza sobre la importancia de temas ambientales y sociales” (p.195, traducción libre de los autores). Lo cual demuestra que Las EMN’s saben que la educación es un tema débil en algunos países del mundo, debido a diferentes contextos sociales por lo que su estrategia de RSE se ve ampliada en dicho campo, como por ejemplo:

“Para Intel Malasia, la educación es la base de su compromiso con la comunidad. La compañía alienta la política de voluntariado de los empleados para comunicar la importancia de la educación. En el marco del Programa de Subvención Compartida (IGP) Intel Fundación dona una cantidad fija de US \$ 4 a escuelas por cada hora que un empleado de Intel trabaja voluntariado. Hasta la fecha, la cantidad era de 59,720 horas de servicio por voluntarios en 23 escuelas a través de Penang y Kulim, 1 de enero al 31 de

diciembre para 2007 (la estrella de Publicaciones, 2009^a, b). Intel Malasia ha ganado el Premio Emprendimiento Responsable de su responsabilidad corporativa en los premios Emprendimiento Asia-Pacífico 2008 (APEA 2008) en julio de 2008. En noviembre de 2007, Intel Malasia fue galardonado con el Primer Ministro RSE Award 2007 a la mejor iniciativa de Comunidad y Bienestar Social en el país” (Lai Cheng, 2010 p.598, traducción libre de los autores).

Adicional a los diferentes proyectos educativos dirigidos a la comunidad, también se encuentra que las EMN’s realizaron capacitación a empleados y a empresarios locales como parte de su programa social, tal es el caso de la empresa Unilever la cual “Utiliza una amplia variedad para distribuir sus productos, siendo compatible con los esfuerzos de estos socios para construir oportunidades mediante capacitación a empresarios locales” (London, 2004 p.351, traducción libre de los autores). Ayudando de esta forma a que los empresarios locales puedan ser más competitivos a través de mayor conocimiento.

En esta estrategia sobre educación, se observa que las empresas intentan cumplir con las exigencias de los grupos de interés, en gran parte con el fin de poder continuar con el desarrollo de sus actividades. Se evidencio que las EMN’s buscando dar cumplimiento con las expectativas desarrollaron distintos proyectos que benefician a la comunidad mediante el refuerzo del tema educativo: “Las estrategias aplicadas son consistentes, ya que cumplen con los factores motivacionales” (Jamali, 2010 p.197, traducción libre de los autores). Debido que si un país maneja adecuadamente sus recursos implementando un sistema educativo de calidad beneficiara su propio desarrollo económico. De acuerdo a la OCDE (2002):

“La inversión en capital humano, y consecuentemente en educación, ha pasado a ser un factor central de las estrategias para promover la prosperidad económica, mayor empleo y la cohesión social. Por ello, la educación es crecientemente considerada como una inversión para el futuro colectivo de las sociedades y naciones, en vez de ser vista únicamente como una inversión para el futuro éxito de los individuos” (p.5).

Por lo anterior el impacto de las estrategias educativas aplicadas por las EMN´s han sido positivas para la comunidad.

A continuación analizaremos cuales son las estrategias empleadas para la salud

3.1.5 Estrategias de RSE dirigidas a la salud.

La salud puede definirse de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud como: “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Para las EMN´s mitigar de alguna manera el impacto en la salud, es de vital importancia debido a que no es moral producir bienes que afecten la salud de la población por muy necesarios que parezcan (De la Cuesta, 2004). Por lo anterior las EMN´s deben afrontar retos que afectan su desarrollo económico y que pueden ir en contra de la necesidad de brindar una salud de calidad a los directamente afectados (De Chiara y Spena, 2011). Según la literatura revisada el 8% de las estrategias van dirigidas a temas relacionados con salud.

Dentro de la importancia que las EMN´s le confieren a la salud se encontró que la EMN Chevron dono \$90.8 millones de dólares en 2006 de los cuales el 23% fue invertido en África, en programas para mitigar la propagación del SIDA, el 47% en Norte América el 11% en Eurasia, el 10% en Asia y el Pacífico, el 4% en el Oriente Medio, 4% en América Latina, y el 1% en Europa (Torres y Yucetepe, 2009). Sin embargo estos recursos no están siendo empleados para mitigar

impactos reales de la empresa, se están usando en realidad para mejorar la imagen corporativa, ya que se observa por ejemplo en países latinoamericanos como Ecuador que el impacto en la salud de esta EMN sobre la comunidad es nefasto debido al uso y explotación de petróleo. “Los síntomas observados en las participantes comunidades expuestas concuerdan con los síntomas de toxicidad causados por el petróleo. Hay una necesidad urgente de establecer un adecuado programa de control y remediación ambiental que evite este innecesario e inaceptable riesgo para la salud de estas poblaciones” (Sebastián y Stephens, 2001).

También se han presentado alianzas tripartitas, como la hecha en la India con el Gobierno, la Organización Nacional del Control del Sida (NACO) y fundaciones patrocinadas por Bajaj, la cual en el marco de su asociación público-privada proporcionan una mejor atención sanitaria a pacientes con sida, en la mejora de instalaciones y equipo (Jadhav y Aswale, 2012). Lo anterior con el fin de cumplir con las necesidades de salud digna.

La mayoría de actividades dirigidas a la mejora de la salud enfatizan en prevención e información acerca de enfermedades como el SIDA, lo cual mejora su imagen corporativa. Sin embargo no ocurre lo mismo con las personas que contraen enfermedades provenientes de actividades relacionadas con las petroleras, pues el costo para las EMN's al someter personas a tratamientos es elevado, por lo cual estas personas afectadas no reciben ninguna atención. Es importante que las EMN's actúen en pro de los impactos reales de sus actividades y tomen medidas sobre el asunto. Mitigar y tratar de alguna manera las enfermedades causadas por sus acciones es responsabilidad única y exclusiva de quienes en primer lugar las ocasionan. La idea de las estrategias enfocadas a la salud no debe ser únicamente con el fin de cambiar la percepción sino además de cambiar la realidad.

En el siguiente punto veremos cuáles son las motivaciones más comunes que llevan a las EMNs a aplicar estrategias de RSE.

3.2 Motivaciones en las EMN's para la creación e implementación de estrategias de RSE

Las EMN's tienen diferentes motivaciones que las llevan a crear y aplicar estrategias de RSE en países de economía emergente, entre las que encontramos: legitimidad, obtención de beneficios, presión de stakeholder, esfuerzos por marketing, comunicación, supervivencia del negocio, construcción de relaciones con los gobiernos, lealtad de clientes, diferenciación, competencia en el mercado.

Lo anterior implica que son muchas las razones que motivan las EMN's para implementar estrategias de RSE, sin embargo en nuestro estudio y de acuerdo a la muestra se evidencia que destacan: la creación de legitimidad ante un grupo de interesados debido al desarrollo de su actividad: "RSE proporciona legitimidad a las acciones y actividades corporativas y ayuda a prevenir la negatividad asociada a las grandes empresas y sus actividades" (Jayakumar, 2013, p.66, traducción libre de los autores). Ya que debido al incremento de EMN's a nivel mundial y a la diversa actividad que ejercen en las diferentes economías es normal encontrar grupos que presionan la creación de prácticas adecuadas en su actividad para minimizar el impacto sobre el entorno del país anfitrión, como ejemplo se encontró la EMN Unilever quien de acuerdo a Jakumar (2013) presentó un plan global simultáneamente en Londres, Rotterdam, Nueva York y Nueva Delhi en noviembre de 2010 donde comunica los objetivos e iniciativas en materia de RSE a sus stakeholder.

Para las EMN's la creación de políticas de RSE también se manifiesta por la obtención de algún beneficio para sí mismas, de acuerdo a Yin, et al. (2013) "beneficiarse de la participación en la cuestión social para construir relaciones con el gobierno y superar la responsabilidad de la

extranjería”(p.66-69, traducción libre de los autores) por lo cual al implementar estrategias en temas de problemática social pueden ser bien vistas por los gobiernos y grupos de stakeholder y así estas podrán operar de manera más sencilla en los países de economías emergente aprovechando que estos tienen una mayor cantidad de problemas en materia social a diferencia de otras economías del mundo.

Otra de las razones es debido a que las EMN's buscan abrir mercado en países de economía emergente gracias a la riqueza de recursos naturales característicos de estas economías siendo así de gran interés para las EMN's. Evidenciándose en el caso de estudio realizado en Tanzania de Newenham (2011) donde se expone que debido a la globalización de la industria minera las EMN's motivadas por la competitividad buscan estrategias empresariales con el objetivo de aprovechar los grandes recursos disponibles en oro con la fuerza laboral barata del país.

En general se puede decir que las EMN's de la literatura revisada responden básicamente a las presiones que ejercen los stakeholder, prefiriendo así incurrir en algún costo adicional con la creación de políticas sobre RSE, que arriesgarse a posibles demandas y manifestaciones por parte de los grupos de interés, esto con el fin de ser legítimas y tener reputación para sí poder seguir existiendo.

La mayoría de las EMN's buscan crear estrategias filantrópicas aunque algunas no tengan relación directa con la disminución del impacto que genera su actividad. Por ejemplo la empresa Monsanto revisada en el estudio de caso de London (2004) la cual implementa la creación de organismos modificados genéticamente para el problema de desnutrición de países en desarrollo, cuando en realidad su actividad (en agroquímicos y biotecnología) afecta directamente el medio ambiente y la salud de las personas. Otras EMN's ni siquiera tienen

estrategias de RSE como el caso de la EMN ConocoPhillips revisada en el caso de Torres y Yucetepe (2009) la cual siendo una de las más grandes petroleras de Estados Unidos, tiene una filosofía acerca de que el éxito de crecer no solo depende de los negocios sino también del compromiso con la ciudadanía. Sin embargo ellos no tienen una fuerte presencia en América latina, aun así tienen la exploración e instalaciones de producción en Argentina, Perú, Venezuela, Ecuador y Puerto Rico, sólo el 0,7% de su fuerza de trabajo en todo el mundo se encuentra en esta región. Por lo tanto no hay ninguna referencia de iniciativas de RSE en esta región del mundo, contrariando así su filosofía en cuanto al compromiso con la ciudadanía. Lo anterior evidencia que no siempre hay concordancia entre algunas estrategias y la relación con el verdadero impacto de su actividad sobre el entorno.

A continuación encontraremos la relación existente entre las motivaciones y las estrategias

3.3. Relación entre motivaciones y estrategias

Existen algunas estrategias que se usan dependiendo de la motivación que tenga la EMN para implementar RSE. Estas relaciones serán estudiadas a continuación.

Cuando la motivación es crear legitimidad normalmente la estrategia que más se utiliza es la de educación. En uno de los estudios analizados en este artículo se evidenció que EMN's Chinas consideran que la mejor manera de reivindicarse con el público es mostrando las buenas prácticas que tienen (Yin, 2013). Por lo tanto en el estudio antes mencionado se evidenció que el 91% de las EMN's Chinas invierten sus esfuerzos de RSE en educación a la comunidad, y el 73% usa el desarrollo profesional de los empleados (Yin, 2013). Es probable que lo anterior se deba a lo fácil que resulta sobresalir con este tipo de prácticas.

Muchas veces la motivación está dada con el fin de obtener beneficios de carácter económico, por lo cual las EMN's recurren a estrategias enfocadas a la atención médica. Un ejemplo es el expuesto anteriormente con la minera Barrick Gold, la cual después de varios esfuerzos tuvo que empezar a conciliar con los pobladores del lugar donde hacían las explotaciones mineras. Lo anterior con el fin de que ellos les permitirían seguir teniendo un beneficio económico respecto a dicho terreno (Newenham-Kahindi, 2011). A pesar de que el daño no fue resarcido como se esperaba esta estrategia funciona bien en casos como este. Por otro lado, el beneficio que se puede obtener es el de abrir mercados en otros lugares, para lo cual una estrategia comúnmente usada es la de beneficio social. Como la promoción que hace Monsanto de la mitigación del hambre en el mundo, motivo por el cual los nuevos mercados abren sus puertas a este tipo de propuestas (London, 2004).

En algunas oportunidades cuando la motivación está dada por presión de los distintos gobiernos la participación en la cuestión social es fundamental, debido a que permite construir relaciones y superar la responsabilidad que en algunos países presupone ser extranjero (Yin, 2013).

En cuanto a la motivación derivada de la presión de los Stakeholder se observa que la mayoría de las EMN's implementan estrategias de beneficio social, ya que sus principales interesados son las comunidades donde realizan su actividad principal, como ejemplo en el caso Griesse (2007) se evidencio que la multinacional Caterpillar llevo a cabo una campaña interna organizada una vez año para recoger los artículos de Navidad para los niños necesitados, esto es una forma de mantener a la comunidad satisfecha, evitando así posibles demandas o boicots, generando así una imagen positiva a sus stakeholder. En el caso de estudio de Eweje (2007) debido a la presión de grupos de Stakeholder las EMN's petroleras buscaron satisfacer dichas

protestas mediante la inversión en capital humano y proporcionando a las personas locales las herramientas para impulsar su propio desarrollo económico. Lo anterior muestra que para la presión de grupos de stakeholder la mayoría de las EMN's aplican estrategias de tipo social.

En cuanto a la apertura de mercados se observa que la mayoría de EMN's implementan estrategias de beneficio social y educativo, tal como se vio en el caso de Newenham (2011) donde algunas de las EMN's tratan de lograr equilibrio a través del establecimiento de alianzas con actores locales, utilizando esas alianzas para hacer frente a diversos problemas en sectores sociales. Mediante estos acuerdos las EMN's pueden acceder a mercados de manera más sencilla. En el caso de estudio de London (2004) la EMN Unilever observo que el mercado en la base de la pirámide económica es potencial para explotar su negocio por lo que implemento una estrategia que consiste en una red de socios para distribuir sus productos, además de proporcionar capacitación a los empresarios locales, de esta manera además de aprovechar la oportunidad de negocio educa a los empresarios para que el nivel sea más alto.

En cuanto a la competitividad, muchas EMN's buscan ocupar las mejores posiciones de mercado en cuanto a reconocimiento y calidad, debido a esto las EMN's son motivadas por la búsqueda de recursos, eficiencia, mercado y activos estratégicos, por lo cual generan estrategias con los actores directamente relacionados con su actividad como consumidores, proveedores y empleados, esto mediante la cadena de valor la cual sirve para aprovechar ciertas ventajas específicas que deben estar de acuerdo a las normas internacionales para ser competitivo. En el caso de estudio De Chiara y Spina (2011) se evidencia que algunas EMN's utilizan un sistema de remuneración basado en el rendimiento del individuo y el rendimiento de todo el equipo, teniendo en cuenta las diferencias específicas de cada país (por ejemplo, en materia de salud seguros o beneficios de jubilación) para ofrecer un paquete global atractivo en cada región. Para

los proveedores algunas EMN's implementan un proceso abierto y diálogo de las partes interesadas, adicional al compromiso de compras por parte de la compañía. Debido a lo anterior la calidad de sus productos y servicios es alta, por lo cual genera lealtad por parte del consumidor final y de esta manera su nivel de competitividad es mayor.

Para terminar tenemos las conclusiones, implicaciones y recomendaciones,

4. Conclusiones, implicaciones y recomendaciones

El objetivo de esta investigación fue realizar una revisión acerca de las diferentes estrategias de RSE implementadas por las EMN's en países de economía emergente. Para lo anterior se utilizó el método de revisión sistemática teniendo presente algunos criterios de inclusión para la selección de artículos investigativos, a pesar de la existencia de 54 artículos iniciales, solo 13 cumplieron con todos los criterios de inclusión.

En las estrategias revisadas (sociales, educativas, salud y terceros relacionados directamente con la EMN's) es evidente que la mayoría de las EMN's buscan implementar las de tipo social, como una forma de mantener a los stakeholder satisfechos, pero no se observó que en realidad crearan estrategias directamente para el impacto de la actividad que desarrollan. Como por ejemplo en el caso de las EMN's petroleras las cuales su mayor impacto es directamente en el medio ambiente, están realizando jornadas de salud, educación o de cultura hacia la población, pero no están generando una RSE real al impacto de su actividad en el medio. Lo anterior debido a que la mayoría solo busca crear una buena reputación. No obstante en algunos casos de estudio se encontró que algunas EMN's si buscan generar una RSE real creando estrategias para el impacto de su actividad, además de otras de tipo filantrópico. Es

importante resaltar que para las EMN's la cultura del país anfitrión es en algunos casos desconocida por lo que dificulta y limita las estrategias de las mismas.

En este artículo se logró evidenciar que las motivaciones que conducen a las EMN's a llevar a cabo actividades de RSE, son diversas y dependen del entorno al que la empresa deba afrontar. Dentro de las más importantes estudiamos la creación de legitimidad, la obtención de algún tipo de beneficio, gobierno, apertura de nuevos mercados, competitividad y presiones que ejercen los stakeholder. Es interesante ver como la filantropía real no entra en el grupo de las motivaciones de más impacto. Sin embargo existen algunas entidades que llevan a cabo estas prácticas solo por beneficiar a sus comunidades.

De las motivaciones y las estrategias, intentamos hacer un proceso de asociación, el cual fue bastante complicado e interesante, debido a la disparidad de los resultados. No obstante encontramos que hay patrones que se repiten a la hora de analizar que por medio de una estrategia de RSE se puede afrontar una motivación o presión. Por ejemplo las respuestas por medio de un enfoque social a la presión de los gobiernos, o con estrategias en cuanto a la salud si la presión está dada por generación de beneficios.

Nuestra revisión presenta limitaciones respecto a la cantidad de artículos empíricos relacionados al tema objeto de estudio debido a que se dispone de pocos artículos dificultando de esta manera generalizar los resultados.

El estudio del tema de RSE de las EMN's en países de economía emergente, todavía tiene bastante por revisar, por lo cual sugerimos que se lleven a cabo estudios relacionados al verdadero impacto que tienen las EMN's en el desarrollo rural de un país, las formas de comunicación real y transparente que debe llevar a cabo una EMN en cuanto a sus políticas de

RSE, algunos proyectos enfocados al agro que puedan desarrollar las EMN's e impactos reales en la salud del país anfitrión por parte de las EMN's.

Apéndice.

Estrategia de búsqueda utilizada en las bases de datos computarizada.

Base de Datos (primera búsqueda)	Science direct, Proquest, Scopus Premier (EBSCO) [Diciembre 2014, actualizaciones a 2014]
Palabras Clave	“RSE”, “Multinational”. “in the title”
Enfoque	“Contabilidad”, “Administración de Empresas” y “Economía”
Base de Datos (segunda búsqueda)	Science direct, Proquest, Scopus Premier (EBSCO) [Enero 2000-2014]
Palabras Clave	“RSE”, “Multinational”. “in the title” “abstract”
Base de Datos (tercera búsqueda)	Science direct, Proquest, Scopus Premier (EBSCO)
Palabras Clave	“RSE”, “Multinational” *them text
Base de Datos (cuarta búsqueda)	Science direct, Proquest,
Palabras Clave	“Environmental”, “multinational”. “In the title” and “abstract”

Bibliografía

- Adeyeye, A. O. (2012). Corporate Social Responsibility of Multinational Corporations in Developing Countries: Perspectives on Anti-corruption. *Cambridge University Press*.
- Becheikh, N. L. (2006). Lessons from innovation empirical studies in the manufacturing sector: A systematic review of the literature from 1993–2003. *Technovation*.
- Benito Hernández, S. (2016). *Expansion diccionario economico*. Retrieved from www.expansion.com/diccionario-economico/accionista.html
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 948-967.
- CEPAL(2015,junio).Retrievedfrom http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38214/S1500535_es.pdf
- Colombia, Presidente de la República. (1950). *Decreto 2663 De 1950 Sobre Código Sustantivo del Trabajo*. Bogotá: Multilegis y Diario Oficial No 27.407 del 9 de septiembre de 1950.
- Colombia, Presidente de la República. (1982). *Decreto 3466 de 1982 "Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, marcas, leyendas, propagandas y fijación pública de precios, responsabilidad de productores, expendedores y proveedores"*. Bogotá: Multilegis.
- De Chiara, A. &. (2011). CSR strategy in multinational firms: focus on human resources, suppliers and community. *Journal of Global Responsibility*, 2(1), 60-74.
- De la Cuesta González, M. (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. *Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española*, 45-58.
- Eweje, G. (2007). Multinational oil companies' CSR initiatives in Nigeria: The scepticism of stakeholders in host communities. *Managerial Law*, 218-235.
- Freeman, I. &. (2011). The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. *Journal of Business Ethics*.
- Freeman, R. E. (1991). Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 94.
- Garavito, C. (2012). . Responsabilidad social empresarial y mercado de trabajo. *Economía. Economía Vol. XXXI*, 61.
- Griesse, M. A. (2007). Caterpillar's Interactions with Piracicaba, Brazil: A community-based analysis of CSR. *Journal of business ethics*, 39-51.
- Husted, B. W. (2001). Toward a model of corporate social strategy formulation. In Proceedings of the Social Issues in Management Division at Academy of Management Conference.
- Jadhav, A. B. (2012). CSR: Gizmo Pro Human Rights (A Case of Indian Multinationals Practices). *Asia Pacific Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 100.
- Jamali, D. (2010). The CSR of MNC subsidiaries in developing countries: global, local, substantive or diluted? *Journal of Business Ethics*, 181-200.
- Jayakumar, T. (2013). CSR Communication in Emerging Economies: Need for a New Paradigm: A Case Study of a Multinational and an Indian Trans-National's CSR Communication in India. *International Journal of Business Insights & Transformation*.
- Lai Cheng, W. &. (2010). Incorporating stakeholder approach in corporate social responsibility (CSR): a case study at multinational corporations (MNCs) in Penang. *Social Responsibility Journal*, 593-610.
- León Lázaro, G. D. (2012). Las empresas multinacionales y la economía mundial. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*.
- London, T. &. (2004). Reinventing strategies for emerging markets: beyond the transnational model. *Journal of international business studies*, 350-370.
- Martinez, J. I. (2004). Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001385/138579s.pdf>
- Newenham-Kahindi, A. M. (2011). A global mining corporation and local communities in the lake Victoria zone: The case of Barrick Gold multinational in Tanzania. *Journal of Business Ethics*.

- OCDE, U. (2002). Financiamiento de la educación-inversiones y rendimientos. <http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/wei02-spa-exesum.pdf>.
- Pérez, G. &. (2005). Las estrategias de responsabilidad social en la expansión global, nuevo paradigma de la gestión empresarial. *Gestión y Ambiente*, 173-180.
- Roitstein, F. (2003). La responsabilidad social empresarial en la Argentina. Tendencias y oportunidades. *Instituto Universitario IDEA, Documentos de investigación*.
- Sebastián, M. S. (2001). . La salud de mujeres que viven cerca. *Rev Panam Salud Publica*, 375-384.
- Shengtian, H. W. (2010). Achieving sustainability with a stakeholder-based CSR assessment model for FIEs in China. *Journal of International Business Ethics*, 3(1), 41.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 571-610.
- Tan, J. (2009). Institutional structure and firm social performance in transitional economies: Evidence of multinational corporations in China. *Journal of Business Ethics*, 171.-189.
- Torres-Baumgartner, G. &. (2009). Multinational firms' leadership role in corporate social responsibility in Latin America. *Journal of Business Ethics*, 217-224.
- Tranfield, D. R. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British journal of management*.
- UNCTAD. (2014). *Informe sobre las inversiones en el mundo*. Retrieved from http://unctad.org/es/PublicationsLibrary/wir2014_overview_es.pdf
- Urcelay, J. (2007). La Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de las Pymes. *Fundación OEI*.
- Vives, A. (2009). Estrategias de Responsabilidad Social local en un contexto global: Empresas multinacionales en América Latina. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*.
- Yin, J. R. (2013). Stakeholder perspectives on corporate social responsibility (CSR) of multinational companies in China. *Journal of International Business Ethics*, 6(1/2), 57.