

1-1-2018

# El reto de la responsabilidad social empresarial. Una mirada crítica a las grandes corporaciones

Pablo Andrés Barrios Nova

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas)

---

## Citación recomendada

Barrios Nova, P. A. (2018). El reto de la responsabilidad social empresarial. Una mirada crítica a las grandes corporaciones. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas/1561](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1561)

This Trabajo de Grado 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 Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

## **El Reto de la Responsabilidad Social Empresarial. Una Mirada Crítica a las Grandes Corporaciones**

Pablo Andrés Barrios Nova  
11101070  
Administración de empresas

### **Resumen**

Este artículo de revisión aborda el tema Responsabilidad Social Empresarial y grandes corporaciones multinacionales y transnacionales. El proceso de elaboración del documento se realizó a partir de una revisión documental detallada desde una perspectiva metodológica descriptiva-exploratoria, trayendo principalmente trabajos de la última década, pero con algunos artículos escritos en el siglo XX por considerarlos fundamentales para la investigación. A lo largo del artículo se describe, en primer lugar, el significado de la Responsabilidad Social Empresarial y luego se dan a conocer las principales investigaciones que en la materia se han desarrollado durante el período 2017-2018, y se detalla el crecimiento que han sufrido las grandes corporaciones en los últimos años y se hace una comparación entre su crecimiento y el tamaño de las economías nacionales, presentando el enorme poder que han actualmente tienen la Grandes Corporaciones. De los resultados destaca la preocupación general por los impactos negativos que la sociedad en su conjunto ha sufrido por cuenta del afán de ganancia y las malas prácticas empresariales y, en segundo lugar, por el reto de la estandarización de los niveles de Responsabilidad Social Empresarial, la cual, depende en buena medida de la capacidad de los Estados en su conjunto de regular los criterios de consumo de las corporaciones, las sociedades locales y los individuos. Se concluye finalmente que, a pesar de la complejidad, aún está en manos de las personas el imprimir nuestra humanidad, principios y ética en los negocios.

**Palabras Clave:** Responsabilidad Social Empresarial, Ética en los Negocios, Multinacionales, Transnacionales, Consumo Responsable.

### **Abstract**

This review article addresses the topic of Corporate Social Responsibility and large multinational and transnational corporations. The process of elaboration of the document was made from a detailed documentary review from a descriptive-exploratory methodological perspective, mainly bringing works from the last decade, but with some articles written in the 20th century, considering them fundamental for research. Throughout the article, the meaning of Corporate Social Responsibility is firstly described, and then the main research projects that have been developed during the period 2017-2018 are described and the growth they have suffered is detailed. Large corporations in recent years and a comparison is made between their growth and the size of national economies, presenting the enormous power that Big Corporations currently have. The results highlight the general concern about the negative impacts that society as a whole has suffered due to the desire for profit and bad business practices and, secondly, the challenge of standardizing levels of Corporate Social Responsibility, which, to a large extent, depends on the capacity of the States as a whole to regulate the consumption criteria of corporations, local societies and individuals. It concludes finally that, despite the complexity, it is still in the hands of people to print our humanity, principles and ethics in business.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Business Ethics, Multinational, Transnational, Responsible Consumption.

## Introducción

Las sociedades contemporáneas claman por justicia, equidad, transparencia y libertad. Sin embargo, son las mismas sociedades quienes, arrastradas por el miedo a caer en desgracia han construido una barrera muy clara entre los que tienen y los que no tienen derechos. Los derechos humanos hoy en día son más derechos económicos que otra cosa. Sólo aquellos que produzcan a y sean capaces a los ojos del capital, sólo aquellos que estén convencidos de que pueden y deben cumplir sus deseos incontestables de consumo y reconocimiento, merecen tomar de la fuente de la prosperidad.

Nuestras sociedades conducen cada vez más a la desigualdad (León y Magallón, 2017), mientras en Suiza hace varios años se estudian en detalle las partículas esenciales del universo, en La Guajira, Colombia, no se ha logrado resolver la provisión del agua, con el agravante de que uno de los principales causantes de ello es el afán de la ganancia y el extractivismo como único modelo posible para los países de la periferia (Granados, Múnera, Naranjo y Teherán, 2014; de la Cuadra, Granados y Zamora, 2017).

Sobre las empresas se ha logrado extender la idea de que son garantes de la libertad y máximo símbolo de la modernización, por lo que hoy en día son las principales beneficiarias de la política pública, gracias al lobby y al poder económico. Una muestra contundente de ello es que a mediados de la década pasada la Organización Mundial de la Salud calculó que para liberar al mundo del flagelo del hambre se necesitaba de 500 mil millones de dólares, una cifra impensada para cualquier policymaker, sin embargo, para rescatar a los bancos en Estados Unidos, luego de la crisis producida por sus manejos inescrupulosos, el sector financiero recibió en su conjunto un rescate que superó los 750 mil millones de dólares (Ferguson, 2010).

Pareciera que no logramos entender que las empresas usan los recursos del mundo entero para suplir la gran demanda de los países desarrollados industrialmente, esto quiere decir que toman los recursos de los países pobres para repartirlos entre los ricos, una suerte de Robín Hood a la inversa. Cuando Apple compra coltán en África para fabricar sus microchips, litio en las minas de Suramérica para sus baterías, ensambla sus partes en Asia y convence al mundo de que nuestro propósito es consumir, no está favoreciendo la creatividad humana o la innovación empresarial, lo que está haciendo es sacar provecho de la violencia, la esclavitud moderna, la precarización laboral y la contaminación de los recursos naturales. Llamar a eso progreso no sólo es una falacia sino una muestra de lo urgente que es recuperar nuestra humanidad.

El mundo entiende hoy que la libertad no tiene que ver con valores o principios y mucho menos con humanidad, la libertad hoy en día consiste en que unos pocos logren comprar el celular que su cupo de crédito les permita, viajar en vacaciones a dónde le plazca y en definitiva poder comprar lo que se quiera cuando se quiera. Sin embargo, el costo de ello es muy alto, principalmente porque para lograr dicho estatus hemos consumido, y seguimos consumiendo los recursos limitados del planeta provocando una permanente crisis medioambiental que incluye extinción, depredación de bosques, contaminación de fuentes hídricas y del aire, el vertimiento incontrolable de plástico al océano y el aniquilamiento sistemático de las zonas de coral y la vida en todas sus formas. Sólo las bacterias han proliferado en este ambiente hostil a la vida.

Por supuesto que las implicaciones no sólo han sido ecosistémicas, también hay efectos sociales que han promovido el odio y la radicalización de las zonas más desfavorecidas. La crisis de la migración en el mundo y la doble moral al respecto son insostenibles. Colombia por ejemplo ha recibido más de dos millones de inmigrantes provenientes de Venezuela, mientras

que la Unión Europea se pelea para justificar el no recibir un barco atiborrado de cientos de refugiados africanos que huyen de la guerra, el hambre y la pobreza (Wehbe, 2018).

Las relaciones geopolíticas no son competencia de las empresas, no obstante, si muestran el estado de desconexión generalizada entre las necesidades sociales y el individualismo que ha encontrado su apogeo durante el siglo XXI.

Este documento se esfuerza por ser realista y contemporáneo, principalmente revisa artículos escritos en los últimos años y hace una recopilación de los principales hechos en los que se muestra como las corporaciones impactan negativamente a la sociedad, a partir de su tamaño económico el cual fragmenta la estructura democrática de los Estados, la enorme concentración del poder que agrava la situación de desigualdad económica en el mundo, su lógica de deslocalización que se guía por el abaratamiento de los costos de producción y no por el trabajo digno, las necesidades económicas locales o el cuidado de los recursos naturales y el medio ambiente o la estrecha vinculación entre las necesidades de rentabilidad de las corporaciones y la vulneración de los derechos humanos.

Para cumplir el objetivo de identificar el principal reto de la Responsabilidad Social Empresarial de las grandes corporaciones este artículo se divide en siete secciones, siendo esta la primera. La presentación de la metodología empleada se hace en la segunda sección, allí se detalla el proceso de búsqueda y el análisis estadístico realizado desde una perspectiva categórica. En la tercera sección se aborda el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial y las principales investigaciones que en este tema se han realizado entre 2017 y 2018. La sección siguiente trata el tema de las grandes corporaciones y para ellos presenta su relación con la concentración del poder, la deslocalización y los derechos humanos. Luego, se presenta lo que para el autor es el principal reto de la Responsabilidad Social Empresarial mirada desde la óptica

de las grandes corporaciones. La sexta sección presenta el rol preponderante que juegan los consumidores y se finaliza presentando consideraciones finales y recomendaciones, dentro de lo que se destaca que la tarea de asumir la Responsabilidad Social Empresarial no es asunto exclusivo de las empresas, sino que los Estados, la sociedad en su conjunto y particularmente las personas, son agentes relevantes a la hora de aumentar su impacto positivo.

### **Responsabilidad Social Empresarial**

El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE), ha sido tratado como un asunto relevante desde hace décadas. Las primeras investigaciones al respecto datan de la década de los 50's, época en la que Howard Bowen (1953), se empezó a referir de esta forma a las obligaciones que las empresas y los empresarios tienen con la sociedad.

El concepto ha evolucionado y hoy en día las instituciones multilaterales han logrado un consenso respecto a lo que es la RSE. Por ejemplo, la Unión Europea define en su Informe: *foro de expertos sobre Responsabilidad Social Empresarial*, que la RSE incluye:

“los valores de la ética, la honestidad, el respeto a los derechos humanos y la transparencia. Integra procedimientos sobre temas sociales, laborales y medioambientales como resultado de la relación entre los grupos de interés, responsabilizándose de las consecuencias e impactos que se derivan de [las acciones de las empresas]”. (UE, 2007, p. 7).

Al mismo tiempo, autores como García (2017), González, Molina y Niño (2017) y Chicaiza, (2018), entienden que la RSE es un compromiso de parte de las empresas con los agentes que tienen que ver con estas directa e indirectamente, para atender sus necesidades, dentro de las que destacan las relacionadas con medio ambiente, la economía y la política, bajo consideraciones de equidad, ética y justicia social.

Núñez (2017) ahonda un poco más en el tema y asegura que la RSE ya no sólo es un compromiso, sino que es toda una nueva forma de gestión responsable dentro de las empresas. Dicha gestión se destaca porque reconoce los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona, y los atiende desde una perspectiva de sostenibilidad a largo plazo.

Así mismo, si tenemos en cuenta los postulados Garriga y Melé (2004) debemos aceptar que la RSE se puede observar desde cuatro diferentes perspectivas. En primer lugar, la perspectiva que se centra en ver a la RSE a través de sus implicaciones sociales, la segunda a partir de sus implicaciones políticas, una tercera que se aborda desde la capacidad de las empresas para lograr atender las diferentes demandas sociales y una última desde la que se tiene en cuenta la RSE desde una perspectiva ética.

Luego, en el caso de este artículo, la RSE se concibe como un trato ético para todas las partes que intervienen en la cadena de producción y en el mercado. A continuación, se muestran algunos de los principales artículos que trataron el tema de RSE. Cabe resaltar que los artículos encontrados se citan a lo largo del artículo y el siguiente cuadro sólo es una muestra del proceso de investigación llevado a cabo.

Por otra parte, cabe destacar dos importantes hallazgos teóricos que cimientan este documento. En primer lugar, Barrón (2018), aborda la relación entre la RSE y un marco normativo liberal desde la óptica de John Rawls. Para el autor la libertad no puede existir si en ella no hay muestras claras de responsabilidad y ética. Para realizar esta reflexión sobre el pensamiento de Rawls se tomó como referencia su libro Teoría de la Justicia. Se concluyó que la teoría del Rawls no está ajustada a las fallas de mercado, como las externalidades negativas, el riesgo moral, la asimetría de información y la ética empresarial. Luego, la idea de la liberalización del mercado no sólo es equivocada sino peligrosa debido a que es causa directa de



injusticias y en consecuencia la RSE no puede dejarse en manos exclusivamente de las empresas, sino que debe de existir una legislación, regulación y supervisión de estos procesos empresariales.

En segunda medida a González (2018), quien hace una reflexión crítica de la Responsabilidad Social y la Ética Empresarial, desde el pensamiento del Gilles Lipovetsky. La hipótesis es que la sociedad debería evaluar la pertinencia de la empresa desde sus impactos sociales, políticos, ambientales y no exclusivamente desde sus resultados económicos en términos de generación de empleo, que por demás es escaso y precarizado. De nuevo el centro de la investigación es reconocer que la RSE es entendida como un aspecto inherente al marketing. La autora presenta el pensamiento de Lipovetsky, en relación a cuatro puntos relevantes: i) la naturaleza de la empresa, ii) la sociedad hipermoderna, iii) los antecedentes sociohistóricos de la ética empresarial y, iv) la responsabilidad social como una estrategia de marketing. Las empresas han usado la RSE como mecanismo para posicionar su marca y el desarrollo de un compromiso social de la empresa, con la complacencia de los Estados que, contrario a vincular sus deberes con la ciudadanía, han vinculado sus intereses a los de las empresas, con el agravante de que la transnacionalización de las corporaciones les ha permitido expandirse en las nación. El artículo finaliza afirmando que la teoría no es amoral y por lo tanto estas tienen incorporado una manera no neutral de ver y entender la realidad.

De los trabajos citados se destaca que la RSE ha sido un aspecto entendido por las empresas como:

- i) Una serie de acciones sociales vinculadas con la mitigación de los impactos negativos de sus acciones en los diferentes mercados, por ejemplo, en materia medioambiental.

- ii) Una forma propagandista de vincular un producto determinado con una serie de acciones particulares y aisladas, es decir, dentro del escenario del marketing.
- iii) Las pequeñas y medianas empresas desconocen sus obligaciones sociales y no han diseñado en general estrategias de RSE, esto en parte se debe a que al comprender la RSE dentro del escenario del marketing las empresas de estos tamaños han desconocido sus obligaciones sociales por un asunto de no asignación de presupuesto para la publicidad.
- iv) La Responsabilidad Social hoy en día es un aspecto que involucra no sólo a la empresa pública y privada, sino a los consumidores. Esto debido a que cada vez se comprende con más fuerza que el consumidor final también tiene obligaciones sociales para con la comunidad y no se debe guiar exclusivamente por sus deseos e intereses particulares.

### ***Estado del arte***

El concepto de la RSE ha sido usado como punto de partida para varias exploraciones académicas que muestran la evolución de este campo de investigación. Dentro de la revisión documental realizada, que involucra artículos de entre 2017 y 2018 se destacan tres rutas que han seguido los distintos autores para abordar el tema. La primera de ellas se denomina como la perspectiva teórica, la segunda será teórica práctica y la tercera aplicada.

En la perspectiva teórica encontramos autores como, Chicaiza (2018), García (2017) y León y Magallón (2017), quienes exploran la construcción de la RSE a partir de los postulados teóricos de importantes investigadores en el campo de la política, la sociología, la economía y la administración. Para el propósito de este trabajo, estas tres investigaciones son los principales antecedentes debido a que desde diferentes perspectivas cuestionan la RSE como un mecanismo

exclusivo de las empresas y en cambio extienden su alcance a distintas esferas económicas, sociales, políticas y medioambientales.

Chicaiza (2018), realiza una revisión del pensamiento de Bernardo Kliksberg en relación a la RSE. Esto debido a que este consultor de la CEPAL consideró la RSE como un mecanismo para provocar el desarrollo de los países y luchar contra la pobreza. Su artículo basa el análisis en la reflexión sobre la realidad de los postulados de Kliksberg. El artículo se desarrolla a partir de las respuestas propuestas por Kliksberg a la pregunta ¿Es la RSE una herramienta para el desarrollo y la disminución de la pobreza dadas las condiciones actuales del sistema capitalista y el modelo neoliberal? Se evidencia en la realidad un doble discurso, por un lado las corporaciones promueven la RSE como mecanismo para mejorar la situación en una comunidad determinada, al tiempo que producen la inequidad social y provocan desigualdad. Según la autora, esto se debe primordialmente a considerar que el capitalismo es el único modelo económico en el que se pueden desenvolver las empresas. Más aún, se debe a que el comunismo, presentado como su principal alternativa históricamente ha fracasado al ser un medio para que las dictaduras militares ejerzan control sobre la ciudadanía.

La autora incorpora en las conclusiones la importante idea de que la inmersión de la empresa en la solución de las demandas sociales suscita el hecho de que los derechos civiles y humanos son susceptibles de ser privatizados y generara excluidos, por lo que la principal RSE de las empresas es ofrecer empleos dignos y pagar unos impuestos justos, no desarrollar programas sociales focalizados a sus *stakeholders*.

En línea con esto, Núñez (2018), aborda el concepto de la RSE desde los postulados del ecologista, Enrique Leff. Se analizaron las siguientes relaciones: *i*) modernidad-naturaleza, *ii*) modernidad-sociedad, *iii*) modernidad-cultura, *iv*) modernidad-saber, y *v*) modernidad-deuda. La

autora plantea que la crisis civilizatoria es un efecto del modelo hegemónico europeo y sus externalidades negativas. Para la autora, no se han desarrollado nuevas formas de hacer negocios, sino que se han perfeccionado las técnicas de explotación y la solución no está en mejorar el modelo económico capitalista de Estado o de mercado, sino cambiar de una vez por todas a otras maneras de entender las relaciones económicas, sociales, políticas y medioambientales.

García (2017), se enfoca en tres tipos de responsabilidad social: la corporativa, la pública y la individual. La lectura y reflexión que se hace de estas es desde los postulados de Rousseau. La autora conecta esto con educación, voluntad individual y voluntad general. La autora se cimienta en dos textos de Rosseau, *Emilio o de la educación* y *El contrato social*; para afirmar que la Responsabilidad Social no es algo que le competa inexorablemente a la empresa sino que hoy en día es un aspecto que concierne a todas las esferas públicas y privadas, colectivas o individuales. Toda actividad humana trae consigo consecuencias y estas deben ser atendidas a tiempo y con diligencia para que a largo plazo no traiga efectos colaterales adversos. Por lo tanto, debe haber una educación generalizada que concientice a las personas, que son quienes conforman las empresas, sobre la pertinencia de establecer acciones de Responsabilidad Social. Sin embargo, tal educación no es suficiente, la autora también alerta sobre la profundización del individualismo dentro del capitalismo y su creciente desigualdad como elementos integrales complejos que son a la vez causa y consecuencia.

León y Magallón (2017), afrontan el concepto de la RSE y sus implicaciones desde la óptica de Jonh Locke, para mostrar si realmente existe un compromiso ético de los empresarios con los objetivos sociales de la comunidad. El artículo se desarrolla a partir de la lectura de la su obra *Segundo Tratado Sobre el Gobierno* y su interpretación a la luz de la RSE. La RSE concluyen los autores, es un dispositivo para lavarse la cara promovido por las empresas. Es una manera

elegante de no hacer frete a sus verdaderas responsabilidades con la sociedad y sobre todo al daño sistemático causado hasta la fecha.

En la perspectiva práctica están los trabajos de Bajo, Marrero, Nicado y Plasencia (2018), Fuente y Morales (2018), Cardona, del Río y Guacará (2017), de este grupo de autores destaca su intención de revisar como la RSE afecta la gestión organizacional.

En primer lugar, Bajo, Marrero, Nicado y Plasencia (2018), al hacer una revisión bibliográfica que reúne los distintos estudios realizados sobre modelos para evaluar la sostenibilidad empresarial enmarcados en principios de desarrollo sostenible y teorías éticas de la responsabilidad social en el nivel empresarial, y realizar una revisión bibliográfica de más de 70 artículos de investigación escritos en el nuevo milenio sobre RSE; encuentran y caracterizan los siguientes modelos para el desarrollo sostenible, aplicados a nivel empresarial: el Modelo Triple Cuenta de Resultados, el Modelo de los Cuatro Pilares, el Modelo Presión-Estado-Respuesta, el Modelo del Centro Lowell, el Modelo del Cuadro de Mando Integral Sostenible, el Modelo Ambiente-Social-Gobernanza y el Modelo El Cubrix. Se concluye que dentro de las organizaciones existen al menos tres elementos de sostenibilidad clave: su carácter multidimensional, la relación causa-efecto entre los elementos que componen la sostenibilidad y la necesidad de desarrollo en etapas.

Por su parte, las autoras Fuente y Morales (2018), parten de la premisa de que la RSE es un medio eficaz para que las compañías logren recordación en sus clientes efectivos y potenciales. El artículo se centra en definir indicadores que midan con precisión la confianza de los clientes en su marca. Las autores usan el método Delphi para consultar a 102 expertos, es decir, utilizando un cuestionario con preguntas cerradas y observaciones a doble ronda. Se concluye

que los indicadores asociados a contenidos, transparencia e identidad son los que más provocan reputación y confianza en los consumidores.

Finalmente, Cardona, del Río y Guacarí (2017), exploran el concepto de la RSE como estrategia para el posicionamiento de una marca y el aumento de las utilidades. Para lograr esto el documento define el concepto de RSE y el de branding y establece un puente que los conecta. Los autores concluyen que la RSE tiene directa relación con el branding, ya puede consolidarse como una estrategia eficaz de mercadeo.

En la perspectiva aplicada, destacan los trabajos en Colombia de Alarcón (2017) y Sanabria (2017), en México de Álvarez, Barrera, Cruz y Vianey (2017), en Ecuador de Arévalo, Bustamante, Padilla y Vidal (2017) y en España de Benito y López (2017). Estos autores realizan trabajo de campo para evidenciar como los programas de RSE afectan directamente a las comunidades.

En línea con esto, Alarcón (2017), busca reflexionar y estudiar el uso de la RSE como estrategia para incidir en el comportamiento del consumidor. Para esto logra evaluar la política de RSE de la sede en Colombia de Coca Cola. Se toma como referencia la política de RSE de Femsa y a partir de ella conectar sus objetivos y alcances con los de marketing y crecimiento de la participación del mercado. La RSE empresarial ha logrado posicionar la marca de Coca Cola en Colombia gracias a su postura en favor de las causas que luchan contra las fallas estructurales del Estado colombiano.

También en Colombia, Sanabria (2017), se encarga de hacer una revisión del conflicto de intereses que involucran a los diferentes grupos sociales sobre el uso de los diferentes recursos. La investigación se lleva a cabo en la ciudad de Bogotá y tiene como premisa que los Planes de Ordenamiento Territorial (POT), no responde a las dinámicas de crecimiento industrial y

poblacional. Para la investigación se hizo un trabajo de campo que implicó la incidencia de diferentes profesionales y la revisión de los conflictos ambientales más relevantes. Se usó también como herramienta metodológica la encuesta, aplicada a 316 personas. La solución a la problemática ambiental y los conflictos ambientales derivados de la actividad empresarial, requiere de cambios estructurales que incorporen a los diferentes actores, partiendo de repensar los criterios de un reordenamiento territorial que propicie equidad en la distribución de los servicios ambientales, incorporando los elementos y principios de la RSE, de buenas prácticas en las empresas sostenibles, garantizando la mejora continua, ofreciendo productos limpios de buena calidad y que impacten de manera favorable a la población en su salud y su bienestar.

Por otra parte, Álvarez, Barrera, Cruz y Vianey (2017), buscaron comprender la RSE desde la dimensión de la ética. Para ello se analizaron 22 empresas de Tuxpan, México. El objetivo fue reconocer en qué medida los empresarios están comprometidos con la ética y sus empresas con la RSE con el fin de establecer canales de dialogo entre los empresarios y sus trabajadores en función del cumplimiento de los objetivos sociales, ambientales y económicas de la sociedad en la que están inmersos. Los investigadores realizaron una encuesta que incluyó aspectos de compromisos éticos, relaciones transparentes con las partes interesadas, respeto hacia el individuo, gestión ambiental y responsabilidad frente a las generaciones futuras, relaciones con proveedores y servicios externalizados y relaciones con la comunidad. Esta herramienta se aplicó a 22 empresas de la ciudad incluidas en un muestreo no probabilístico.

El trabajo concluye algo determinante. Para las empresas medianas y pequeñas la RSE es algo casi desconocido o no practicado. Más aún, no tienen mecanismos para medir sus externalidades negativas. Para los autores la RSE es un aspecto interno de la empresa y se fomenta por medio de la relación con el cliente externo e interno. Sin embargo, se destaca que

los autores no integran las responsabilidades sociales inherentes a la existencia de la empresa sino las vinculan directamente con el oficio o sector en el que se desenvuelven.

En Ecuador, Arévalo, Bustamante, Padilla y Vidal (2017), analizan la relación entre prácticas de RSE y el desempeño financiero de compañías ecuatorianas pertenecientes al sector industrial del plástico. Se aplicó el método de encuesta, un cuestionario cualitativo-cuantitativo con ítems medidos en escala Likert de cinco puntos para recoger información del empleo de prácticas socialmente responsables, a una muestra de 192 empresas localizadas en las ciudades de Quito y Guayaquil. Se determinó la existencia de correlación de las variables de RSE con los índices financieros. Además se observó que las empresas ecuatorianas muestran un nivel medio de implementación del concepto de RSE. Esta correlación no muestra dependencias estadísticamente significativas entre el índice de RSE y el desempeño financiero. De acuerdo a los resultados de este estudio, sí existe una relación significativa entre el pilar de responsabilidad social y el rendimiento sobre las ventas o activos (ROS), y entre los pilares de responsabilidad económica y ambiental con respecto al retorno sobre el patrimonio (ROE).

Finalmente, en España, Benito y López (2017), examinan cuáles son los aspectos clave de RSE de las empresas del sector manufacturero español, relacionados con el medio ambiente y el derecho económico. Los autores proponen un modelo teórico que permite distinguir las relaciones con la comunidad, el potencial de crecimiento y la creación de valor. Se utilizan los datos de la encuesta sobre estrategias empresariales del sector manufacturero en España realizada por la Fundación SEPI, para realizar un estudio empírico utilizando una técnica estadística de análisis factorial. Para este estudio se toman los datos de 1.751 empresas en 2012. Los autores concluyen presentado los principales hallazgos del modelo teórico en relación a las tres variables



reconocidas como estratégicas y afirman que su correcta disposición y atención puede influir positivamente en los objetivos sociales y económicos de la empresa.

## **Metodología**

La RSE es un fenómeno ampliamente estudiado, por ejemplo, las bases de Academic Search Complete, Business Source Complete, eBook Collection (EBSCOhost), EconLit with Full Text, Library, Information Science & Technology Abstracts with Full Text, OmniFile Full Text Mega (H.W. Wilson), OpenDissertations, y Regional Business News, reportan un total de 383 publicaciones en revistas académicas arbitradas, escritas sobre este campo de investigación entre 2005 y 2018. Por esto, la metodología usada en esta investigación es de tipo descriptivo-exploratorio. Descriptivo en la medida en que se presentan las características y componentes de un fenómeno en particular, al tiempo que se describe el estado de las cosas en la actualidad (Salkiind, 1999); y exploratorio en el sentido de que a partir de esta investigación se pretende obtener un primer tipo de conocimiento científico que logre ser de utilidad a los investigadores y la comunidad en general, gracias a su exposición del fenómeno y las tendencias a investigar (Mendez, 2007).

Según la naturaleza de este tipo de investigación, la recolección y análisis de la información se dio a partir de enfoque mixto en el que se utilizan los parámetros cualitativos con datos secundarios de naturaleza cuantitativa. La elaboración del documento se desarrolla a partir de una revisión documental, conducida a reconstruir la realidad tal y como se puede observar (Gómez, 2006).

Esta revisión documental tuvo en cuenta tres fuentes de información, en primer lugar publicaciones en revistas indexadas, en segundo lugar, noticias periodísticas y en tercer lugar

estudios que apuntaran a señalar el valor económico de las grandes corporaciones. Además se incluyó la información contenido en documentales realizados sobre el tema.

Gráfico 1. *Medio de búsqueda*

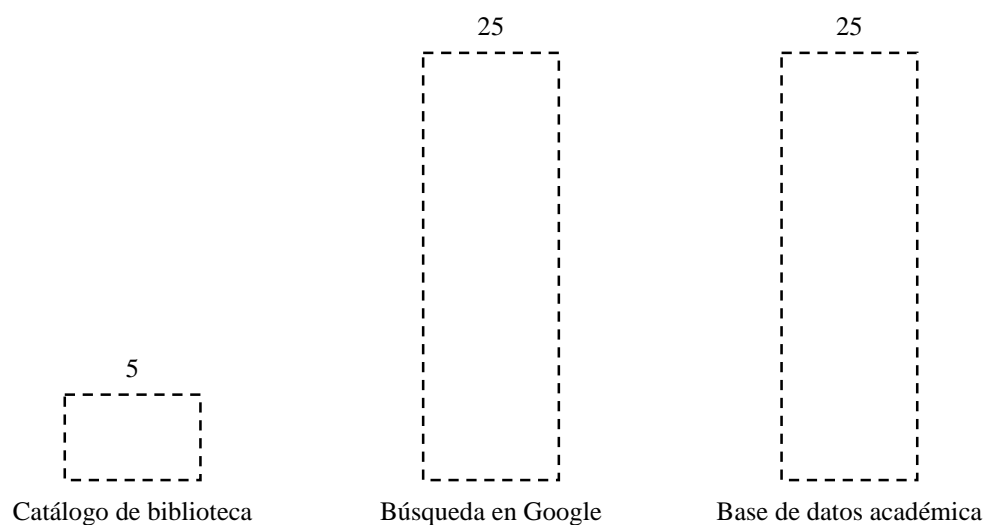
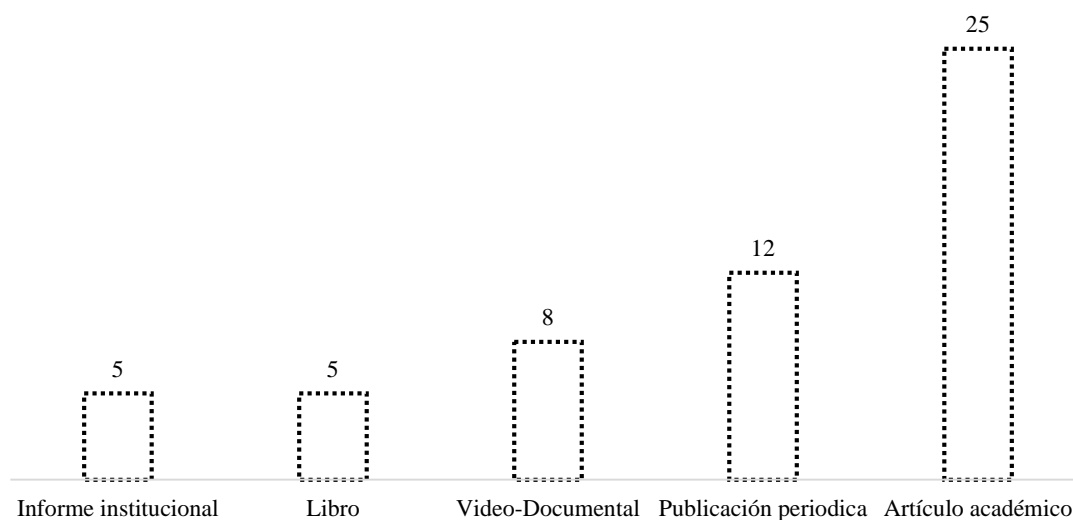


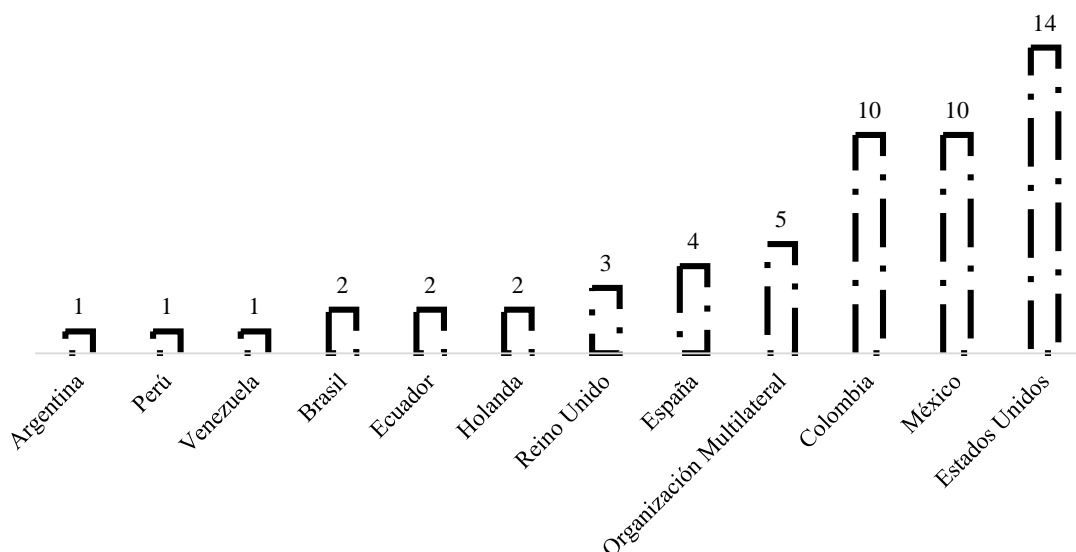
Gráfico 2. *Fuente de investigación*



En particular la búsqueda se concretó entre catálogos de bibliotecas, búsquedas en Google y en Google Academic, y en 8 bases de datos distintas ya mencionadas (ver Gráfico 1). El trabajo incluye 5 informes escritos de distintas organizaciones, 5 libros, 8 videos o documentales, 12

notas periodísticas y 25 artículos de investigación (ver Gráfico 2). Estos insumos fueron obtenidos de 12 países diferentes, entre los que se destacan Estados Unidos (14), México (10), Colombia (10), Organizaciones Multilaterales (5), España (4), Reino Unido (3), pero también se contaron con investigaciones de Holanda, Brasil, Ecuador, Venezuela, Perú y Argentina (ver Gráfico 3).

Gráfico 3. *País de origen*



En un 76% los trabajos utilizados están escritos en español, hay 11 artículos en inglés que se referencian a lo largo del documento y 2 en portugués. En la misma proporción del idioma español, se pueden observar artículos escritos en lo que va de la última década, entre 2010 y 2018, 10 artículos fueron escritos en la primera década del milenio y sólo 3 artículos son de la segunda mitad del siglo XX. Así mismo, se destaca que dentro de los autores citados hay 17 mujeres y 41 hombres, así como 13 instituciones que representan una organización multilateral o un periódico de curso libre.

La búsqueda se realizó principalmente a través de bases de datos y con la lectura de los artículos se definió avanzar en libros, videos o notas periodísticas para soportar, actualizar o

contextualizar el contenido. En la siguiente Tabla se puede observar un ejemplo de los principales componentes de esta revisión metodológica.

Tabla 1. *Revisión documental. Algunos de los principales hallazgos*

Enfoque		Autor	Género	Década de publicación	Idioma	Tema
Responsabilidad Social Empresarial		Howard Bowen	Masculino	50'	Inglés	Precursor del término
		Elisabet Garriga Doménech Melé	Femenino Masculino	2000-2009	Inglés	Delimita el campo de investigación de la RSE
Grandes Corporaciones	Tamaño	Net Market Share	Institución	2010-2018	Inglés	Define el tamaño de mercado de las grandes corporaciones
		Howard Slutsken	Masculino	2010-2018	Inglés	Define el tamaño económico de las grandes corporaciones
	Concentración del poder	Alfredo Adam	Masculino	2010-2018	Español	Delimita la relación entre grandes corporaciones y RSE
		International Consortium of Investigative Journalists	Institución	2010-2018	Inglés	Delimita la relación entre grandes corporaciones y RSE
	Deslocalización	Mauricio Llaver	Masculino	2010-2018	Español	Delimita las implicaciones que tienen los incentivos para el capital
		Organización Internacional del Trabajo	Institución	2010-2018	Inglés-Español	Determina datos sobre empleo
	Empresa y Derechos Humanos	Viktor Vanberg	Masculino	90'	Inglés	Delimita el poder global de las corporaciones
		Livia Hanich Steven Holtzman	Femenino Masculino	2010-2018	Inglés-Español	Determina algunas externalidades negativas provocadas por las grandes corporaciones
El principal reto de la Responsabilidad Social Empresarial		Franny Armstrong	Masculino	2000-2009	Inglés	Delimita la relación entre grandes corporaciones y RSE
		Edward Freeman	Masculino	2010-2018	Inglés	Delimita la relación entre grandes corporaciones y RSE
El poder de los consumidores		Gregory Mankiw	Masculino	2010-2018	Español	Principios de Economía
		Leonardo DiCaprio Martin Scorsese	Masculino(s)	2010-2018	Inglés-Español	Delimita la relación entre las personas y la RSE

**Fuente:** Autoría propia.

Como resultado de esta revisión documental, se delimitaron cuatro categorías de investigación en lo que se refiere a la RSE. El primero es el concepto de la RSE, luego destacan las Grandes Corporaciones enmarcadas por su tamaño, concentración del poder, deslocalización y relación con los DDHH. La tercera categoría se refiere al principal reto de la RSE y por último el poder de los consumidores.

### **Resultados: Grandes corporaciones**

El valor comercial de las 30 empresas más poderosas del mundo es superior a los 11 trillones de dólares (ver Tabla 2). Si se tienen en cuenta las cifras económicas del Banco Mundial (2018), la empresa que ocupa el puesto 30, Mastercard, tiene un valor de mercado superior al Producto Interno Bruto (PIB) por separado de 140 países, entre ellos, Bolivia, Bulgaria, Costa Rica, Ecuador, Grecia, Guatemala, Hungría, Islandia, Nicaragua, Paraguay, Ucrania y Uruguay.

Más aún, si se suma el valor de mercado de estas 30 compañías, el monto es superior al PIB reunido de 160 países del mundo, entre ellos, las naciones citadas y Chile, Colombia, Dinamarca, Egipto, Finlandia, Irlanda, Israel, Perú, Portugal, Singapur y Sudáfrica. El valor de mercado de Apple, la primera de la lista, es mayor que el PIB por separado de 174 países, entre ellos, las naciones ya mencionadas y Arabia Saudita, Argentina, Austria, Bélgica, Holanda, Irán, Noruega, Polonia, Suecia, Suiza, Tailandia y Turquía.

Tabla 2. *Las empresas con mayor valor de mercado del mundo*

No.	Nombre	Fundada	Industria (inglés)	País de Origen	Valor de mercado (billones de dólares)	Empleados
1	Apple	1976	Computer Hardware	EEUU	\$ 926,9	123.000
2	Amazon	1994	Internet & Catalog Retail	EEUU	\$ 777,8	566.000
3	Alphabet	1998	Computer Services	EEUU	\$ 766,4	80.110
4	Microsoft	1975	Software & Programming	EEUU	\$ 750,6	124.000

No.	Nombre	Fundada	Industria (inglés)	País de Origen	Valor de mercado (billones de dólares)	Empleados
5	Facebook	2004	Computer Services	EEUU	\$ 541,5	25.105
6	Alibaba	1999	Internet & Catalog Retail	China	\$ 499,4	36.446
7	Berkshire Hathaway	1955	Investment Services	EEUU	\$ 491,9	377.000
8	Tencent Holdings	1999	Computer Services	China	\$ 491,3	44.796
9	JPMorgan Chase	1968	Major Banks	EEUU	\$ 344,1	252.539
10	ExxonMobil	1859	Oil & Gas Operations	EEUU	\$ 341,1	71.200
11	Johnson & Johnson	1886	Medical Equipment & Supplies	EEUU	\$ 341,3	134.000
12	Samsung Electronics	1969	Semiconductors	Corea del Sur	\$ 325,9	93.200
13	Bank of America	1904	Major Banks	EEUU	\$ 313,5	209.000
14	ICBC	1984	Major Banks	China	\$ 311,0	453.048
15	Royal Dutch Shell	1907	Oil & Gas Operations	Holanda	\$ 306,5	84.000
16	Visa	1970	Consumer Financial Services	EEUU	\$ 295,1	15.000
17	Wells Fargo	1852	Major Banks	EEUU	\$ 265,3	262.700
18	China Constructio n Bank	1954	Major Banks	China	\$ 261,2	352.621
19	Intel	1968	Semiconductors	EEUU	\$ 254,8	102.700
20	Chevron	1879	Oil & Gas Operations	EEUU	\$ 248,1	51.900
21	Walmart	1962	Discount Stores	EEUU	\$ 246,2	2.300.000
22	Nestlé	1866	Food Processing	Suiza	\$ 237,3	323.000
23	United Health Group	1977	Managed Heald Care	EEUU	\$ 229,0	260.000
24	Cisco Systems	1984	Comunications Equipment	EEUU	\$ 221,3	72.900
25	PetroChina	1999	Oil & Gas Operations	China	\$ 220,2	494.297
26	Home Depot	1978	Home Improvement Retail	EEUU	\$ 219,4	413.000
27	Pfizer	1849	Pharmaceuticals	EEUU	\$ 207,7	90.200
28	Taiwan Semiconduc tor	1987	Semiconductors	Taiwan	\$ 203,0	46.968
29	Novartis	1970	Pharmaceuticals	Suiza	\$ 203,0	121.597
30	Mastercard	2001	Consumer Financial Services	EEUU	\$ 201,9	13.400

**Fuente:** Autoría propia basado en la información de publicada por la Revista Forbes (2018).

El mundo depende cada vez más de un pequeño número de empresas globales, 35 de cada 100 celulares son fabricados por Apple o Samsung (Medina, 2017), Amazon controla la venta de 3 de cada 4 libros electrónicos, el mismo margen de personas en el mundo hacen su tránsito por redes sociales con Facebook (Taplin, 2017). Según la consultora Net Market Share (2018), 7 de cada 10 búsquedas en internet se hacen a través de Google y 9 de cada 10 sistemas operativos son fabricados por Microsoft.

Las ventas mundiales de la empresa de origen holandés, Shell, superaron los 320 mil millones de dólares (el PIB nominal de Singapur en 2017), la compañía alemana, Volkswagen, vendió más de 270 mil millones de dólares (el PIB nominal de Chile en 2017), mientras que Toyota, de origen japonés, facturó más de 265 mil millones de dólares (más que el PIB nominal de Finlandia en 2017). Walmart, vende por cada segundo cerca de 25 mil dólares (Forbes, 2018).

De las 100 economías más grandes del mundo, encabezadas por EEUU, China, Japón, Alemania y Reino Unido, 46 son corporaciones (cifras del Banco mundial y la Revista Forbes). Los Estados pierden poder al tiempo que las grandes corporaciones se hacen más poderosas. La globalización ha generado un nuevo contexto que necesita nuevas reglas de juego en la sociedad del siglo XXI (Abellán y Fernández, 2009).

La globalización, como una forma global de ver la economía y principalmente los recursos, ha sido un proceso histórico y filosófico que llevó a lo largo del siglo XX a los Estados Nación, paulatinamente, a alinearse en una serie de procesos de apertura comercial y financiera, otorgando poder al capital transnacional y desestructurando la posibilidad de lograr promover la idea y realidad del Estado de bienestar. Los sindicatos y la sociedad en general, han perdido poder de negociación sostenidamente y las personas cada vez con más fuerza se sientan desde su singularidad a observar el mundo sin que ello se transforme en verdaderos cambios. Las

corporaciones de hoy no responden a lógicas nacionales o locales, por el contrario, persiguen la ganancia y su animó de lucró les ha llevado a desconectarse de las necesidades locales (Vidal, 2015; Ibarra, 2017; Ghiotto y Saguier, 2018; Rohbeck, 2018).

El que las empresas que verdaderamente afectan las decisiones políticas y económicas del mundo sean cada vez más transnacionales, hace que las políticas locales de los Estados Nación sean cada vez más insuficientes. La caída vertiginosa de los regímenes dictatoriales que planificaban su producción desde la esfera político-militar, ha sucumbido en casi todos los rincones del planeta. El único sistema económico bajo el cual se asignan los recursos es desde hace décadas es el mercado (Loy, 1977; Serra, 2005). Esto ha llevado a una posición dominante dentro de la geopolítica a las grandes corporaciones que son capaces de movilizar fuertes sumas de dinero.

El faro que ha representado occidente, o más precisamente Europa Occidental y los Estados Unidos para la concepción de desarrollo y progreso de las naciones del mundo, ha provocado que los seres humanos concibamos nuestro nivel de libertad social y personal según el grado de libertad de consumir que tengamos (Hierro, 2005; Kozakai, 2005), por lo que socioculturalmente hemos aceptado en nuestra cotidianidad la incursión del mercado capitalista occidental que promueve el poderío de las grandes corporaciones.

En este contexto la empresa es cada vez más importante, pero también cada vez más propia de un panorama de monopolio y oligopolio. Son los grandes capitales los que promueven el crecimiento de las mejores ideas y no al revés (Padilla y Silva, 2013), como lo muestran las investigaciones de, de Oliveira y de Vasconcelos (2010) y Antunes, de Oliveira, de Vasconcelos, Ruppenthal & Santini (2015), entre el 29% y el 40% de las nuevas empresas cierran antes de su primer año y más del 56% restante lo hace antes de su quinto año, es decir, una mortalidad de



entre el 85% y 96%. Esto ha llevado a que las grandes corporaciones multinacionales (que venden en varios países del mundo) y transnacionales (que producen y venden en varios países del mundo) ejerzan un poder, sin precedentes, sobre lo público y sobre la política social y económica de los países y que actualmente riñe con los derechos humanos (Ghiotto y Saguier, 2018).

Al respecto, Vidal, M (2015), escribe sobre la falacia que ha significado la RSE. Empresas que otrora fueron acusadas de abusos de poder, monopolización del mercado y altos niveles de externalidades negativas, ahora usan el término para colocarse frente al público como corporaciones responsables con la ciudadanía. Así entonces, lejos del espíritu de la RSE, las grandes corporaciones desarrollan esta para mejorar su imagen y reputación corporativa y no para compensar los efectos colaterales de su existencia. Es decir, la RSE es manejada como una cuestión de mercadeo y no de ética. Esto se debe, según la autora, a que en la actualidad el derecho a la libre empresa y la libre movilización del capital están por encima de los derechos humanos.

En palabras del Eurodiputado Ramón Jáuregui:

“La empresa es global, la empresa es cada vez más importante. Son grandes holdings en todos los sectores económicos, ya sea la banca, los seguros, los automóviles, la aeronáutica; (...) con una implantación internacional producen en 20, 30 o en 90 países de mundo, y las políticas nacionales se han quedado pequeñas, no les pueden influir. Los Estados no tienen capacidad para intervenir sobre ellos, sobre las empresas, con sus leyes, con sus políticas fiscales, con sus leyes laborales, no pueden, tampoco los sindicatos [porque] su respuesta es una respuesta local frente a un capitalismo globalizado” (Abellán y Fernández, 2009, 2:30-3:05)

Sobre esto, vale la pena mencionar el caso de la fabricación del avión europeo Airbus A380. La producción de cada unidad requiere más de 4 millones de partes provenientes de 30 países

distintos (Slutsken, 2018). Entonces, cabe preguntarse, ¿si alguno de estos países entra en huelga laboral, se detiene la producción de aviones? No. Por lo general, las compañías previamente han logrado acuerdos con las autoridades locales, e incluso si las condiciones en términos de flexibilización laboral, tasas fiscales o libertad comercial no son favorables, las compañías simplemente migran a otros países (González, 2018), como ha sucedido en el proceso sociopolítico de la dictadura militar venezolana.

Esto se relaciona intrínsecamente con la crisis económica de 2009 y la expresión popularizada por Andrew Sorkin (2009), demasiado grande para caer. El contexto histórico nos ha llevado a la realidad de que hoy en día las corporaciones son más poderosas que los Estados (Barrón, 2018).

Si se toman de nuevo como referencia las 30 corporaciones con mayor valor de mercado a 2018 (Tabla 2), se hace necesario señalar que a pesar de que su penetración de mercado es global, sus CEO (Chief Executive Officer), son todos hombres y en un 80% sujetos nacidos en el país de origen de la compañía. El 70% pertenece a la etnia de hombre blanco, 20% es de tipo asiático blanco y el 10% es de origen indio americano. Esto es importante si se tiene en cuenta que estas son organizaciones que están ávidas de traspasar fronteras para lograr mayor presencia en los mercados internacionales, pero no así para incorporar la diversidad del mundo y mucho menos atender las necesidades sociales de los seres humanos-clientes.

En este sentido, en 2001 George Akerlof, Joseph Stiglitz y Michael Spence recibieron el Premio Nobel de Economía por extender estas asimetrías a una teoría, la teoría del riesgo moral. Su tesis se puede resumir en que si no hay un castigo proporcional al beneficio, las personas (que integran las organizaciones) seguirán percibiendo la necesidad de lograr su causa en detrimento de las consecuencias.

Las empresas se deben a sus accionistas y a sus necesidades financieras y no al proyecto nación de manera local (Guevara, 2015). Como lo mostrara Ferguson (2010), la práctica cortoplacista de responder a las lógicas financieras puede derivar en una privatización de las ganancias y una socialización de las pérdidas.

A pesar de que las organizaciones tienen un origen colectivo y un objeto de cooperación, con el paso del tiempo, sus objetivos se han alejado de su razón de ser. Su propósito ya no tiene que ver con lo comunitario sino únicamente con hacer dinero (Tedesco, 2013; González, 2018).

### ***Concentración del Poder***

En los últimos años se ha visto en el mundo una concentración de la producción. Algunas organizaciones poseen una gran cuota de mercado y con ello un altísimo poder de negociación que interfiere con los objetivos sociales de los Estados.

Sobre esto, según sus propios sitios web, el grupo Danone tiene 19 marcas propias que son en sí mismas compañías extendidas a lo largo del mundo, Johnson & Johnson tiene 44, Kelloggs 27, Nestlé 21 y Pepsico 43, sólo en América Latina, Procter & Gamble y Unilevel, tienen 11 y 26, respectivamente.

Es necesario precisar que las empresas son conformadas por personas y que estas personas también tienen obligaciones sociales y particularmente obligaciones tributarias. Cuando Enron entró en quiebra, se descubrieron más de 700 empresas *offshore* en paraísos fiscales (Adam, 2002), una muestra de la evasión fiscal de sus CEO. La filtración de información de evasión fiscal de los Panama Papers (ICIJ, 2018a), los Bahama Leaks (ICIJ, 2018b), o el escándalo de Odebrecht (Semana, 2017), son una muestra de que la corrupción política es una consecuencia de la corrupción empresarial (Luque, 2018).

El Observatorio de Economía Institucional de la Universidad Nacional de Colombia, a cargo del Stanley Malinovitz (2013), calcula que existen grupos económicos que tienen a su cargo más de 500 empresas y en algunos casos más de 5 mil en todo el globo, sin embargo, debido a la naturaleza del mercado bursátil, es difícil rastrear las cifras con precisión. Por ejemplo, Warren Buffet, cuya fortuna se calcula en 88.3 mil millones de dólares (es el tercer hombre más rico del mundo según la Revista Forbes (2018a) y su fortuna es mayor al PIB nominal de Croacia y Paraguay juntos), es CEO de Berkshire Hathaway, la séptima compañía más valuada en el mundo, y es el mayor accionista de dicha corporación, pero también es el mayor accionista del Bank of America, la sexta empresa con mayores activos del mundo, de Wells Fargo, la décimo séptima compañía más valuada en el mundo y constantemente invierte en diferentes compañías, desde aerolíneas, hasta empresas de servicios de salud (Dinero, 2016).

Una gran empresa hoy en día es una estructura muy compleja. En la práctica la dirección estratégica de un grupo conduce inexorablemente a la monopolización de la oferta.

### ***Deslocalización***

Mauricio Llaver (2014), en su libro *Consultas de El Sentinel*, relata el caso del conocido actor ruso Gérard Depardieu, quien a pesar de haber nacido en Francia renunció a su pasaporte luego de que en 2012 se viera afectado por una política impositiva progresiva efectuada en Francia. Gérard es parte de un grupo grande de millonarios franceses que han abandonado el país luego de que las tasas tributarias se elevaran al 75% para ganancias superiores al millón de dólares.

En su momento, el objetivo del gobierno de Francois Hollande fue aumentar el acervo de ingresos fiscales del Estado a partir de una agresiva política tributaria progresiva que gravó los ingresos de los ciudadanos más acaudalados para poder financiar el estado de derecho francés.

No obstante, lo que ocasionó este tributo en particular fue crear incentivos a los millonarios para abandonar el país y dejar de tributar al fisco galo, reduciendo así los ingresos fiscales. Lo de Gérard es un ejemplo importante que no hay que olvidar, pues aunque es posible que algunos consideren que es más equitativo cobrar mayores impuestos a los que más tienen, estos por sus condiciones particulares, pueden simplemente migrar hacia países con sistemas tributarios laxos.

En un mundo capitalista, los que más recursos poseen terminan siendo ciudadanos del mundo. El caso de Depardieu es muy similar a lo que sucede con las grandes compañías y sus enormes capitales, la facilidad de encontrar sistemas más flexibles en términos laborales, impositivos y de extracción de ganancias genera que su trato fiscal sea complejo e inequitativo.

A pesar de que en conjunto las 30 compañías más poderosas anteriormente citadas emplean directamente a más de 7.5 millones de personas (la población total de Sierra Leona), por cada persona empleada directamente las compañías reciben más de 1.4 millones de dólares al año representados en su valor de mercado.

Las transnacionales y multinacionales han originado una precarización laboral extendida en el mundo. En España, después de la crisis financiera de 2009, las condiciones económicas de los jóvenes presentan un empobrecimiento sistemático y un recorte del alcance del Estado Social de Derecho (Alonso, Fernández e Ibáñez, 2017). En América Latina la situación no es mejor, la región más desigual del mundo ha visto cómo la precarización y flexibilización laboral se aferró hace años al status quo. Según cifras de la OIT (2017), la tasa de empleo informal en la región es de cerca del 55%, considerando la cifra de empleados asalariados con contrato escrito. Los trabajadores de Chile, México, especialmente en maquiladoras (Millones, 2012), los migrantes en Estados Unidos (Izcara, 2017) y en general, los trabajadores de América Latina, han vivido un proceso de liberalización económica desde la década de los 90's que ha traído consigo un

proceso de precarización del trabajo (Herrera, 2012). El principio fordista de que el trabajador debe poder pagar aquello que contribuye a fabricar está hoy en día en desuso.

La discusión no es si se hace en México o China, sino qué país está dispuesto a producir con las menores estructuras de regulación con la excusa de que la inversión extranjera directa es un medio inexorable para lograr el desarrollo en la era global, pero, como lo muestran las consecuencias sociales y medioambientales, esta lógica no está fundamentada en la realidad.

### ***Empresa y Derechos Humanos***

A pesar de las sumadas voces que piden más regulación por parte del Estado luego de vivir continuas crisis bursátiles, hipotecarias e industriales, autores como Vanberg (1999), permiten entender que ante el panorama y el poder de los intereses económicos individuales no hay propiamente una esfera que escape al alcance de las corporaciones globales, sin embargo, si ha habido episodios importantes en la historia y que suceden actualmente en los que se ven intentos definidos por regular a las grandes compañías.

Por ejemplo, en los Estados Unidos se logró una disminución de la exposición al plomo de la población en general, gracias al establecimiento de diversas normas (Davis & Grant, 2002). El origen de dicha política se remonta a los años 20's en los que los productores de gasolina mezclaron plomo en el combustible para obtener un carburante más potente, en ese, como en otros momentos, la idea occidentalizada de progreso tuvo consecuencias graves para la sociedad en general.

Desde 1924 hasta 1972 la utilización del plomo como aditivo carburante tuvo lugar en Estados Unidos generando múltiples impactos negativos sobre la salud pública durante las casi cinco décadas de uso, mientras que en la Europa Occidental tardó en prohibirse una década más (Hanich y Holtzman, 2014). Esta no fue la primera vez que la contaminación por exposición al

plomo se dio. En 2009 la multinacional Mattel y su filial Fisher-Price que tuvo varios productos del mercado mundial por encontrar plomo en la pintura de los juguetes. Esto provocó que el Congreso de los Estados Unidos prohibiera el uso de pintura de plomo en los juguetes (AP, 2009). En 2016, gracias a un fraude en el control de emisiones de los vehículos Volkswagen a través de un software ilegal para simular las emisiones de óxido de nitrógeno el organismo internacional impuso grandes multas al fabricante y a los países por no contemplar multas directas al gigante automotriz (Redacción Reuters, 2016).

Además, en 2017 Johnson & Johnson, la firma más grande del mundo de productos de cuidado personal, fue condenada a pagar, por un jurado de California (Estados Unidos), una multa de US\$ 417 millones a una mujer que desarrolló cáncer de ovario por usar talco para bebé (BBC Mundo, 2017).

Un caso reciente en el que se ha lidiado con los intereses económicos es el de Apple y la Unión Europea (BBC Mundo, 2016). Bajo las leyes europeas, las autoridades fiscales de orden nacional no pueden dar beneficios tributarios particulares, cómo lo hizo Irlanda entre 1991 y 2007 en favor de Apple Inc. Esto es particularmente relevante, debido a que se trata de la Unión Europea (UE), es decir, el sistema jurídico de una de las organizaciones de países más poderosa del mundo frente a una de las empresas más poderosa del mundo. Según la normatividad de la UE, Apple debería pagar una multa de US\$ 14.500 millones, pero para la compañía, que es apoyada por Irlanda, la obligatoriedad del pago reduciría sus actividades económicas y causaría un masivo desempleo en la región. Dos años después del veredicto, aún no se ha realizado el pago.

Visto de otra forma es una compañía con la autoridad fiscal supranacional, en otras palabras, una corporación multinacional la que determina la normatividad fiscal de un país miembro de la

UE. La regulación estatal tiene un particular reto debido a que las necesidades de generación de empleo y atracción de inversión extranjera directa de parte de los países han permitido que las leyes fiscales no sean dictaminadas en un órgano democrático sino por una corporación global.

### **Discusión: El principal reto de la Responsabilidad Social Empresarial**

Uno de los mayores problemas para optimizar las políticas de RSE es que depende de la voluntad de las empresas, por lo que no todas las corporaciones extienden sus responsabilidades a todos los países en donde funcionan. Al ser visto principalmente como una estrategia de marketing, la RSE es reducida a los países en que las empresas tienen sus principales clientes. Shell por ejemplo, que es una de las empresas que más contaminación generan en el mundo, teniendo actividades de quema de gas a cielo abierto o vertimiento de aceites derivados del petróleo en el occidente de África, también es una de las empresas que mayor inversión en RSE hace en el territorio europeo (Armstrong, 2009).

Las grandes corporaciones cumplen sus obligaciones en sus países de origen, pero simultáneamente son causantes de los principales atropellos en el tercer mundo (Sanborn, 2018).

Esto es un problema porque las empresas han adoptado la noción de que impactar positivamente a las comunidades que afectan es una cuestión de filantropía y no de ética.

Hay múltiples casos no oficiales de violación de los derechos humanos en los países con menor PIB per cápita de las compañías que tienen origen en los países de renta alta. Por ejemplo, el informe del Alto Comisionado de la ONU sobre la situación en la República Democrática de Congo (ONU, 2011), encontró que la extracción de los recursos naturales que compran las empresas multinacionales y transnacionales en muchos casos es controlada por grupos armados ilegales, para quienes su principal fuente de financiamiento son los acuerdos económicos con estas empresas.



En otro ejemplo, las empresas bananeras, por casi una década pagaron a los grupos paramilitares en Colombia el 3% sobre el volumen de sus exportaciones anuales y con esto patrocinaron uno de los grupos con mayores crímenes de lesa humanidad en el mundo (Laverde, 2012). En su momento estas empresas alegaron que habían sido extorsionadas, pero durante la acción paramilitar en la zona de Urabá o el Magdalena Medio (epicentros de la producción bananera en Colombia), la actividad sindical se desapareció y se aumentó la extensión de tierra cultivada por las compañías. Con esto se quiere reforzar que las empresas han usado sus nexos con grupos armados ilegales locales para favorecer sus negocios y la extracción de las materias primas de las zonas en conflicto de la forma más barata y rápida posible.

Vale la pena aclarar que las empresas no deben hacer o ejecutar la política social ni tampoco son las llamadas a solucionar los problemas estructurales de una sociedad. No obstante, tampoco deben convertirse en el palo en la rueda para el buen vivir de las poblaciones con las que cohabitan o las que impactan de manera indirecta. Cuando una empresa contamina una fuente hídrica, financia grupos armados, evade o elude impuestos, hace un ejercicio sistemático de lobby para que el sistema jurídico les favorezca en detrimento de los intereses y necesidades de la sociedad o actúa de forma corrupta en alianza con las esferas políticas susceptibles de ser corrompidas, entre otras actividades cuestionables, está entonces favoreciendo únicamente sus interés de ganancia por sobre el interés colectivo de las sociedades que indirectamente les conceden el permiso, a través del Estado, de usar los recursos naturales al tiempo que les proveen mano de obra y les dan un mercado en el que existir.

El problema que surge a partir de la globalización es que las sociedades están escindidas. Los recursos naturales son provistos por una sociedad diferente a la que le provee mano de obra y a su vez esta es diferente a la que les posibilita un mercado. Las compañías se han centrado en

vincularse con la problemática y necesidades de las sociedades que les proveen mercado, pero no es así con las que les proveen los recursos y esto es sumamente antiético.

El principal reto al momento de asumir la RSE es que se eliminen los dobles estándares y que las mejores prácticas llevadas a cabo en lugares particulares se conviertan en una regla a lo largo y ancho del globo. Es decir, el desafío es lograr que las empresas multinacionales y transnacionales cumplan con el mismo marco normativo de sus países de origen. En el ejemplo citado anteriormente, si Shell es inducido a cumplir con las leyes de la misma forma que lo hace en Holanda o Alemania, sus impactos negativos en África se reducirían notablemente. El ejercicio es aumentar los mecanismos de regulación y no dejarlo exclusivamente a la voluntad de las corporaciones.

Cabe señalar esto último se ha intentado desde las Naciones Unidas a través del tratado: *Las normas de derechos humanos de la ONU para empresas: hacia la responsabilidad legal*, propuesto en 2004 por Amnistía Internacional, pero las naciones no se han anexado a sus lineamientos, principalmente por los intereses de políticos locales que se oponen a regular a las corporaciones, no sólo por sus posturas éticas sino porque de hacerlo fuera de un pacto con otras naciones se arriesgan a que los capitales internacionales migren a otros territorios. Esto implica que el compromiso debe ser regional o mundial. En su momento el Consejo de la ONU no aprobó dicho tratado.

Con la idea extendida de una participación mínima del Estado en el mercado, las empresas han aumentado sus impactos sobre las sociedades, y estas son cada vez más dependientes de las empresas. Por supuesto, las sociedades en que la participación del Estado en el mercado es excesiva, los resultados no son tampoco deseables. Las empresas deben buscar crear mecanismos de codependencia e interdependencia con todas las sociedades en que funcionan. Esto si se

entiende que la decisión de funcionar o no e invertir o no en un país puede afectar de forma importante a una comunidad o sociedad local sin que la empresa o quienes poseen el capital se hagan cargo de los efectos colaterales de su llegada, partida o no localización.

Estas relaciones de codependencia e interdependencia son benéficas tanto para la sociedad como para las empresas. Si la producción es responsable, al igual que el trato laboral y las relaciones con los proveedores, se lleva bienestar a una comunidad y se logra comerciar un producto que en la trayectoria haya respetado La Naturaleza y a las comunidades locales, las empresas no sólo serán rentables, sino que su impacto será deseado por todas las sociedades occidentalizadas (Freeman, 2010).

### **El poder de los consumidores**

En el décimo capítulo de su libro *Principios de Economía* (2012), Gregory Mankiw examina el concepto de externalidades y detalla que estas son efectos indirectos propios de la actividad comercial, en algunos casos positivos y en algunos negativos. Por ejemplo, cuando una compañía fabrica un automóvil, no tiene el interés de contaminar el medio ambiente con las emisiones de dióxido de carbono que este produce, aun así, al usar automóviles se está contaminando el aire, así que la compañía, sin buscarlo, contribuye a la contaminación en mayor o menor grado según el país de origen y según el país en dónde vendan, es sabido que la regulación sobre las emisiones permitidas en Estados Unidos es más fuerte que la de Europa y el resto del mundo en general.

Si una persona transa por un ser humano que trabaje en la prostitución en Cartagena, está financiando la explotación sexual inclusive de menores, eso está claro para toda la sociedad, incluyendo a quién paga. No obstante, para una persona que compra unas zapatillas Nike, no es tan claro que con su pago patrocine la explotación laboral en el sudeste asiático o para la persona

que escribe estas letras en un computador portátil hp que tipo de explotación o incluso crímenes está ayudando a financiar. La RSE será una política sistemática de las empresas si los mercados logran reaccionar a sus malas prácticas. Si los consumidores se acercan a información veraz sobre las prácticas empresariales de las corporaciones con seguridad sus decisiones de consumo cambiarán y entonces las empresas cambiarán.

En 2016, un documental emitido por National Geographic y producido por Martin Scorsese y Leonardo DiCaprio llamado *Before the flood*, mostraba la penosa realidad del cambio climático, antes que un escenario apocalíptico, la pieza de video se ocupaba de promover la esperanza y la fuerza de los pequeños cambios. Su tesis no era muy diferente a la que se plantea desde la RSE, los consumidores tenemos poder y podemos generar que las grandes corporaciones cambien sus actuales patrones de comportamiento, pero para ello necesitamos elevar nuestra conciencia crítica. El criterio de lo más barato o lo que está de moda no puede seguir siendo quién defina nuestras acciones racionales de consumo.

Podría proponerse que, así como se ha creado un sello de calidad para la producción orgánica de alimentos se cree un sello de calidad para los bienes y servicios producidos responsablemente, sin embargo, esto puede crear distorsiones en el mercado pues si estos sellos tienen costo sólo las empresas grandes podrán asumir competitivamente estos gastos o si es asumido por el Estado o los consumidores sólo las personas o naciones de renta alta podrán solventar esta política. Hay que resaltar que en esto no sólo intervienen los consumidores. Debido a la necesidad de información precisa y verás, las sociedades en general y los medios de comunicación en particular deben tener un papel preponderante a la hora de crear incentivos positivos para reforzar las conductas responsables. No obstante, surge otra problemática, los medios de comunicación se financian gracias a la publicidad, y esta es financiada por las

empresas grandes, habrá un riesgo moral para las grandes corporaciones de medios porque tendrán incentivos para favorecer la imagen de sus mayores patrocinadores.

Surge otra problemática, las grandes superficies o corporaciones tienen cientos de proveedores, controlar sus prácticas es una tarea demasiado compleja, por lo que el camino, de nuevo, es la estandarización de la calidad y asumir mayor responsabilidad. El compromiso no puede ser únicamente verbal.

### **Conclusiones y recomendaciones finales**

El objetivo de la investigación fue encontrar las últimas investigaciones sobre el tema, de forma que la comunidad académica reconozca como se está abordando actualmente la RSE. Frente a esto, antes de realizar el trabajo se consideraba que la RSE es un tema que compete exclusivamente a la firma, pero al desarrollar el contenido del artículo fue posible evidenciar que la RSE afecta también a los Estados, a la sociedad en su conjunto y a los consumidores.

Como resultado encontramos que nuestras sociedades se construyen sobre la base de principios, virtudes, moral y ética. De nosotros mismos depende si esas formas culturales que esperamos heredar a las generaciones venideras prevalezcan sobre los mandatos de los grandes productores del mercado y nuestros deseos particulares de consumo.

Es cierto que las corporaciones son cada vez más grandes y poderosas, pero también es cierto que a lo largo de la historia, los imperios y los Estados no han ejercido del todo bien su poder. La carga que recae hoy sobre las empresas es la misma que ha recaído en general sobre la humanidad y consiste en el imperativo categórico de ser cada vez mejores.

El flagelo de la corrupción está presente y la moral del dinero fácil es presa de la pereza mental y la inmisericordia. Las empresas pueden y deben mejorar su relación con las comunidades, pero necesitan ser acompañadas por mejores Estados, sociedades y personas. Las

empresas son instituciones conformadas por seres humanos y sólo cuando estos sean mejores, las empresas lo serán.

Los que más tienen, más tienen que ayudar porque son los que más usan los recursos del planeta. Toda estructura social, política o económica que ha terminado en despotismo tarde o temprano ha sido sustituida por una mejor institución, las empresas que hoy conocemos no serán las mismas en un par de décadas, pero sus acciones serán el principal precedente. Hoy en día somos conscientes de que nuestro planeta está sufriendo las consecuencias de nuestra ambición y soberbia, está en nuestras manos si logramos que también disfrute de nuestra grandeza.

Queda un amplio campo para las investigaciones futuras, habrá que responder ¿Qué deben hacer las empresas que operan en zonas de conflicto? ¿Cómo deben actuar cuando la pobreza y la miseria no les permiten tener en el corto plazo los medios para florecer? ¿Qué hacer cuando el lobby es un requisito para poder operar? Las empresas definitivamente no pueden hacer todo, pero su acción no se puede limitar en ningún caso exclusivamente a aumentar sus ganancias cortoplacistas.

## Referencias Bibliográficas

- Abellán, S. y Fernández A. (productores). (2009). No a la venta. Responsabilidad Social Corporativa [Documental]. España: Observatorio de Responsabilidad Social Corporativo, Red Puentes y Avatar Producciones. Recuperado de: [https://youtu.be/u\\_FUW6aFmdM](https://youtu.be/u_FUW6aFmdM)
- Adam, A. (2002). Enron-Andersen. Un caso para el análisis y reflexión. *Revista Contaduría y Administración*, (207), 31-37. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/395/39520704.pdf>
- Agencia de Noticias -AP- (2009, junio 20). Mattel paga multa por juguetes con plomo. [expansion.mx](http://expansion.mx). Recuperado de <http://expansion.mx/negocios/2009/06/05/mattel-paga-multa-por-juguetes-con-plomo>
- Alarcón, K. (2017). Los efectos de la responsabilidad social y la reputación corporativa sobre el rendimiento de la marca. Caso de reflexión, Coca Cola Femsa Colombia. *Dimensión Empresarial*, 15(2), 73-85. doi:10.15665/rde.v15i2.912

- Alonso, E.; Fernández, C.; y Ibáñez, R. (2017). Juventud y percepciones de la crisis: precarización laboral, clases medias y nueva política. *EMPIRIA: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (37), 155-178.
- Álvarez, E.; Barrera, M.; Cruz, E.; Vianey, M. (2017). La responsabilidad social empresarial: estudio diagnóstico en empresas de Tuxpan, Veracruz. *Revista de la Alta Tecnología y Sociedad*, 9(2), 38-44.
- Amnistía Internacional (2004). Las normas de derechos humanos de la ONU para empresas: hacia la responsabilidad legal. España: Editorial Amnistía Internacional. Recuperado de <https://www.amnesty.org/download/Documents/96000/ior420022004es.pdf>
- Antunes, M., de Oliveira, L., de Vasconcelos, E., Ruppenthal, J., & Santini, S. (2015). Fatores de mortalidade em micro e pequenas empresas: um estudo na região central do rio grande do sul. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 8(1), 145-169.
- Arévalo, D.; Bustamante, M.; Padilla, C.; y Vidal, C. (2017). Responsabilidad social empresarial y desempeño financiero en la industria del plástico en Ecuador. *Información Tecnológica*, 28(4), 93-102. doi:10.4067/S0718-07642017000400012
- Armstrong, F. [Director]; y Battsek, J. [Productor] (2009). The age of stupid [Documental]. Reino Unido: Spanner Films y Passion Pictures. Recuperado de [https://youtu.be/NabD\\_a7rwIA](https://youtu.be/NabD_a7rwIA)
- Bajo, A.; Marrero, F.; Nicado, M.; y Plasencia, J. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 63-73. doi:10.18046/j.estger.2018.146.2662
- Banco Mundial (2018, julio 25). PIB (US\$ a precios actuales). Banco Mundial Datos. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD>
- Barrón, J. (2018). Rawls y la responsabilidad social empresarial: ¿podrían los empresarios ser justos? *Gestión y Estrategia*, (53), 43-53. Recuperado de <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/viewFile/632/574>
- BBC Mundo. (2016, agosto 30). US\$14.500 millones: por qué Irlanda no quiere que Apple le pague el equivalente a su presupuesto anual de salud en impuestos atrasados. BBC. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-37221382>
- BBC Mundo. (2017, agosto 22). Condenan a Johnson & Johnson a pagar US\$ 417 millones a mujer que desarrolló cáncer tras usar sus productos de talco. BBC. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-41009768>
- Benito, S.; y López, C. (2017). Responsabilidad social empresarial en la industria manufacturera: ámbitos social y económico. *DYNA - Ingeniería e Industria*, 92(3), 308-313.
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Estados Unidos: Harper.
- Cardona, D.; del Río, J.; y Guacará, A. (2017). Responsabilidad social empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión. *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación*, 8(1), 49-60. doi:10.19053/20278306.v8.n1.2017.7370

- Chicaiza, T. (2018). La responsabilidad social empresarial: ¿herramienta para combatir la pobreza? Análisis crítico del pensamiento de Bernardo Kliksberg. *Gestión y Estrategia*, (53), 33-42. Recuperado de <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/viewFile/630/573>
- Danone. (2018) Brands. danone.com. Recuperado de <https://www.danone.com/brands.html>
- Davis, M., & Grant, L. (2002). Experiencias de instauración de normas relativas al contenido de plomo en aire y en agua, en los Estados Unidos de América. *Salud Pública de México*, 45, 237-245. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v45s2/v45s2a11.pdf>
- de la Cuadra, J.; Granados, M.; y Zamora, C. (guionistas) (2017). Cerrejón esclaviza explota La Guajira [video]. Colombia: Cinep y Programa por la paz. Recuperado de <https://youtu.be/U2neSKafE2Y>
- de Oliveira, L., & Vasconcelos, G. (2010). Redes sociais na criação e mortalidade de empresas. *Rae: Revista de Administração de Empresas*, 50(3), 325-337. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155115775008>
- DiCaprio, L. (productor); Scorsese, M. (productor ejecutivo); Steven, F. (director). (2016). Antes que sea tarde [Documental]. Estados Unidos: Ratpac Documentary Films, Appian Way y National Geographic. Recuperado de <https://vimeo.com/190040122>
- Dinero (2016, noviembre 24). Warren Buffet le está apostando a las aerolíneas. *Revista Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/warren-buffet-le-esta-apostando-a-las-aerolineas/239306>
- Ferguson, C. (Dirección). (2010). Inside Job [Película]. Estados Unidos: Sony Pictures Classics.
- Forbes (2018, junio 8). The World's Largest Public Companies. *Revista Forbes*. Recuperado de [https://www.forbes.com/global2000/list/9/#header:marketValue\\_sortreverse:true](https://www.forbes.com/global2000/list/9/#header:marketValue_sortreverse:true)
- Forbes (2018a, octubre 3). The Definitive Ranking Of The Wealthiest Americans. *Revista Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/forbes-400/#770f71c37e2f>
- Freeman, E. (2010). Strategic management: a stakeholder approach. Estados Unidos: Cambridge University Press.
- Fuente, C. y Morales, B. (2018). Confianza de las audiencias en las marcas televisivas: propuesta de indicadores de responsabilidad social y reputación corporativa. *El Profesional de la Información*, 27(3), 537-547. doi:10.3145/epi.2018.may.07
- García, M (2017). La responsabilidad social empresarial, pública e individual en la obra de Rousseau. *Gestión y Estrategia*, (52), 29-36. Recuperado de <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/viewFile/621/566>
- Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71. doi:/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34
- Ghiotto, L., y Saguier, M. (2018). Las empresas transnacionales: un punto de encuentro para la Economía Política Internacional de América Latina. *Desafíos*, 30(2), 159-190. doi:10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.6222



- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.
- González, M. (2018). Repensando la responsabilidad social y ética empresarial. Una revisión del pensamiento de Gilles Lipovetsky. *Gestión y Estrategia*, (53), 83-91. Recuperado de <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/635>
- González, O.; Molina, R.; U.; y Niño, A. (2017). Revisión epistemológica del gobierno corporativo y la responsabilidad social empresarial. Contexto: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, (6), 43-56. Recuperado de <http://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/798/1182>
- Granados, M.; Múnera, L.; Naranjo, J.; y Teherán, S. (2014). Bárbaros Hoscos. Historia de resistencia y conflicto en la explotación del carbón en La Guajira, Colombia. *Opera*, (14), 47-69. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/3840/4095>
- Guevara, D. (2015). *Auge de las finanzas y desigualdad en la distribución del ingreso. Un estudio desde la perspectiva de la financiarización para Colombia 1980-2008*. [Tesis Doctorado] Bogotá DC: Universidad Nacional de Colombia.
- Hanich, L. y Holtzman S. (producción), Braga, B., Druyan, A., & Pope, B. (dirección). (2014). *Cosmos: A Odisey Spice Time* [Serie]. Estados Unidos: FOX.
- Herrera, B. (2012). Académicos Notables UN Beethoven Herrera [Video]. Facultad de Ciencias Económicas. Recuperado de [https://youtu.be/IXu4\\_n85YKM](https://youtu.be/IXu4_n85YKM)
- Hierro, A. (2005). Occidentalización de las instituciones políticas en África. Anotaciones sobre la cooperación al desarrollo de España a Mozambique. *Confines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, 1(2), 81-92. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/confines/v1n2/v1n2a6.pdf>
- Ibarra, D. (2017). *Mercados abiertos y pactos sociales. Democracia arrinconada*. México: Fondo de Cultura Económica
- Informe foro de expertos sobre Responsabilidad Social Empresarial (2007). Recuperado de [https://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2013/07/foroexpertos\\_rse\\_informe.pdf](https://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2013/07/foroexpertos_rse_informe.pdf)
- International Consortium of Investigative Journalists -ICIJ- (2018a). Panama Papers. ICIJ. Recuperado de <https://www.icij.org/investigations/panama-papers/>
- International Consortium of Investigative Journalists -ICIJ- (2018b). Bahamas Leaks. ICIJ. Recuperado de <https://www.icij.org/tags/bahamas-leaks/>
- Izcara, S. (2017). La precarización extrema en el mercado de trabajo agrario en Estados Unidos. *Colombia Internacional*, (89), 109-132. doi:10.7440/colombiaint89.2017.04
- Johnson & Johnson. (2018). Products. [jnj.com](http://www.jnj.com). Recuperado de <https://www.jnj.com/healthcare-products>
- Kelloggs. (2018). Brand portafolio. [kelloggcompany.com](http://www.kelloggcompany.com). Recuperado de [http://www.kelloggcompany.com/en\\_US/brandportfolio.html](http://www.kelloggcompany.com/en_US/brandportfolio.html)

- Kozakai, T. (2005). Cambio y permanencia. Identidad colectiva y aculturación en la sociedad japonesa. *Trayectorias*, 7(18), 33-45. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60722195005>
- Laverde, D. (2012, diciembre 12). Los 'pecados' de Chiquita Brands. *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/los-pecados-de-chiquita-brands-articulo-391790>
- León, B. y Magallón, T. (2017). John Locke: el liberalismo, la responsabilidad social empresarial y la cuestión social. *Gestión y Estrategia*, (52), 37-51.
- Llaver, M. (2014). *Columnas de El Sentinel*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Loy, D. (1977). La religión del mercado. *Cuadernos de Economía*, 16(27), 199-217. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/12681/20642>
- Luque, A. (2018). Exploración de la corrupción textil transnacional: ¿Excepcionalidad o norma sistémica? *Revista Empresa y Humanismo*, 21(2), 123-184. doi:10.15581/015.XXI.2.123-184
- Malinowitz, S. (2013). La crisis económica en Estados Unidos: profundas raíces, grandes problemas, pequeñas reformas. En: Gustavo Puyo (editor), *Relaciones Internacionales. La posición de Colombia en el mundo*, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, p. 119-141.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía* (6ta Ed.). Guadalupe Meza y Pilar Carril (Traductoras). Estados Unidos: Harvard University Press. Recuperado de <http://www.jaimedv.com/eco/1c1-micro/mankiw-principios-eco-ed6.pdf>
- Medina, A. (15 de febrero de 2017). En celulares, Huawei le 'pisa los talones' a Samsung y Apple. *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/en-celulares-huawei-le-pisa-los-talones-samsung-y-apple-articulo-680040>
- Méndez, C. (2007). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Bogotá: Limusa.
- Millones, M. (2012). Límites del Trabajo Decente: la precarización laboral como problema estructural en América Latina. *Gaceta Laboral*, 18(1), 87-106. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/336/33622312004.pdf>
- Naciones Unidas. Asamblea General. (2011). Tercer informe conjunto de los siete expertos de las Naciones Unidas sobre la situación en la República Democrática del Congo. ONU. Oficina del Alto Comisionado. Recuperado de <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G11/116/59/PDF/G1111659.pdf?OpenElement>
- Nestlé. (2018). Brands. [nestle.com](http://www.nestle.com/brands). Recuperado de <https://www.nestle.com/brands>
- Netmarketshare (2018, julio). Operating System Market Share. Recuperado de <https://netmarketshare.com>
- Núñez, C. (2018). La formulación de la responsabilidad desde la ecología política: hacia una crítica a la modernidad. *Gestión y Estrategia*, (53), 69-82. Recuperado de <http://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/634/576>
- Organización Internacional del Trabajo -OIT- (2017). *Panorama laboral 2017*. América Latina y el Caribe. Lima: Oficina Regional para América Latina y el Caribe. 157 p.

- Padilla, C. y Silva, J. (2013). La monopolización y transnacionalización del capital. *Apuntes del CENES*, 32(56), 9-36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4795/479549579002.pdf>
- Pepsico. (2018). Brands. pepsico.com. Recuperado de <http://www.pepsico.com/Brands>
- Procter & Gamble. (2018). Marcas e innovación. pg.com/es. Recuperado de [http://www.pg.com/es\\_LATAM/CO/marcas-productos-p-and-g.shtml](http://www.pg.com/es_LATAM/CO/marcas-productos-p-and-g.shtml)
- Redacción Reuters. (2016, diciembre 8). La UE abre expediente a España y seis países más por el escándalo VW. Reuters. Recuperado de <http://es.reuters.com/article/businessNews/idESKBN13X17T>
- Rohbeck, J. (2018). Globalización e historia. *Diánoia*, 63(80), 119-147. doi:<https://doi.org/10.22201/iifs.18704913e.2018.80.1529>
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- Sanabria, M. (2017). Crear y consolidar empresas sostenibles sustentadas en principios de responsabilidad social empresarial. *Revista Contexto*, (6), 101-113.
- Sanborn, C. (2008). Filantropía en América Latina, tradiciones históricas y tendencias actuales. En: C. Sanborn y F. Portocarrero, *Filantropía y cambio social en América Latina*, Lima: Universidad del Pacífico, pp. 25-52. Recuperado de <http://blogs.up.edu.pe/csanborn/wp-content/uploads/2012/02/Filantropia-y-cambio-social-para-web.pdf>
- Semana (2017, enero 24). Lo que debe saber del escándalo de corrupción de Odebrecht. *Revista Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/odebrecht-escandalo-de-corrupcion/513209>
- Serra, F. (2005). El triángulo septentrional: las relaciones entre Estados Unidos, la UE y Rusia. *Revista CIDOB D'afers Internacionals*, (69), 21-38. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/40586136>
- Slutsken, H. (2018, enero 24). Four million parts, 30 countries: How an Airbus A380 comes together. CNN. Recuperado de <https://edition.cnn.com/travel/article/airbus-a380-parts-together/index.html>
- Sorkin, A. (2009). *Too big to fail: the inside story of how Wall Street and Washington fought to save the financial system—and themselves*. Estados Unidos: Viking Press.
- Taplin, J. (27 de abril del 2017). Google, Facebook y Amazon son monopolios; es hora de desintegrarlos. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2017/04/27/google-facebook-y-amazon-son-monopolios-es-hora-de-desintegrarlos/>
- Tedesco, M. (2013). Responsabilidad social como motor de negocio [video]. TEDxGuadalajara. Recuperado de <https://youtu.be/rzN2hFE0sDw>
- Unilever. (2018). Nuestras marcas. unilever.com.ar. Recuperado de <https://www.unilever.com.ar/brands/?page=1>
- Vanberg, V. (1999). Markets and regulation: the contrast between free-market liberalism and constitutional liberalism. *Constitutional Political Economy*, 10(3), 79-116.
- Vidal, M. (2015): La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial. Actores y disputas en el contexto de la economía neoliberal globalizada. España: Ed. Bomarzo, 218 pp.

Wehbe, P. (2018, agosto 15). Entrevista UNAnálisis Franja Internacional. Unimedios. Recuperado de <http://unradio.unal.edu.co/nc/detalle/cat/un-analisis-franja-internacional/article/15-de-agosto-12.html>