

Tramas tecnológicas, relaciones laborales y responsabilidad social empresarial en México

Boris Marañón Pimentel
María del Carmen del Valle Rivera
coordinadores



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS



RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS EN MÉXICO: EL MERCADO, EL ESTADO Y LA SOCIEDAD CIVIL COMO REGULADORES

Mónica Tapia,* Francisco J. Morales Camarena**
y Beatriz Campillo*

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) empezó a ser parte del lenguaje y de la estrategia de negocios del sector privado mexicano en los últimos 10 años. Varios factores explican el surgimiento de este discurso y prácticas que se revisan en este artículo. Pero, habría que preguntarse: ¿en qué medida la RSE significa sólo un discurso que ayuda a que las cosas se mantengan igual?, ¿o realmente puede guiar al sector privado hacia nuevas perspectivas de inclusión social y hacia una nueva lógica de aportar recursos para el desarrollo nacional? Claramente, la RSE debe alinearse a las es-

* Alternativas y Capacidades, A.C.

** Comisión Nacional para el Ahorro de Energía (Conae).

Agradecemos las contribuciones y comentarios de Michael Layton, Felipe Agüero, Daniela González, Adriana Abardía, Gabriela Moya y Patricia Carrillo.

trategias de rentabilidad que subyacen tras la naturaleza de toda empresa privada [Zadek, 2001] y, por lo mismo, no podría esperarse que se contraponga al negocio. Sin embargo, para responder a esas preguntas, es necesario replantear algunas concepciones tradicionales sobre la división entre lo público y lo privado.

Las actividades empresariales suelen enmarcarse dentro del sector privado, en contraposición con el ámbito público. Sin embargo, la RSE se puede concebir como una oportunidad que busca reconocer las externalidades del sector privado, es decir, los costos y efectos ambientales y sociales –de naturaleza precisamente pública– en la producción de bienes y prestación de servicios, que por lo general no se toman en cuenta como costos dentro de sus estrategias de negocios y generación de ganancias [Johnson, 1991].

El reconocimiento de las externalidades no es nuevo, pues desde hace más de dos siglos el Estado y un cuerpo de leyes, normas y políticas regulatorias producidas por los gobiernos nacionales y locales se han construido justamente para acotar la maximización de ganancias, en busca de un comportamiento responsable por parte de las corporaciones económicas. Lo novedoso es que ahora hay expectativas sobre el comportamiento de las empresas implícitas en la sociedad, que van más allá del cumplimiento de las leyes, a las cuales deben sujetarse y cuya desviación puede traer críticas y problemas [Bonini *et al.*, 2006].¹ Dónde termina la obligación de una empresa por cumplir y dónde comienza lo que se espera que cumpla es un asunto público que se debate y se redefine constantemente. Así, el Estado, los ciudadanos, las organizaciones civiles y los medios de comunicación –como actores interesados en la construcción y deliberación de los asuntos públicos– participan de manera explícita e implícita en darle forma al concepto de responsabilidad social empresarial. De esta manera, no sólo la compañía define lo que implica una empresa socialmente responsable, sino que las expectativas y exigencias del Estado y la sociedad influyen en gran medida.

¹ Se ponen como ejemplo la adhesión a estándares laborales y sociales globales, las normas de la industria y las promesas de las propias marcas, desprendidas de la publicidad y mercadotecnia.

Según diversos autores latinoamericanos [Bresser y Cunnill, 1999; Dagnino, 2003], la construcción del espacio público no depende sólo de la fuerza del Estado; también del desarrollo de una sociedad civil que defienda las necesidades, intereses, problemas y proyectos de alcance general. En esta misma línea, Utting [2000 y 2002] observa la tendencia internacional de mecanismos multisectoriales de RSE (*multistakeholder initiatives*) y reconoce la importancia de la regulación civil para limitar el comportamiento de las empresas, junto con la regulación gubernamental y la autorregulación. Así pues, la regulación gubernamental se caracteriza por su formalidad y porque su incumplimiento da lugar a sanciones, sean multas o restitución del costo económico. La autorregulación se refleja en códigos de conducta, políticas internas, sistemas de quejas y denuncias, y reportes ambientales, que las mismas empresas establecen, por lo que no hay una obligación sancionable en la materia y pueden eliminarse de manera unilateral.

A raíz de denuncias y documentación de violaciones, han surgido iniciativas promovidas por organizaciones de la sociedad civil (OSC), gobiernos, empresas y organizaciones multilaterales para “fomentar que las empresas participen en esquemas que establecen estándares sociales y ambientales, obligan al monitoreo externo, promueven reportes sociales y ambientales y auditan, certifican buenas prácticas y animan el diálogo entre distintos actores interesados” [Utting, 2002: 61]. La regulación civil o *accountability* social, al igual que la autorregulación, es de carácter voluntario y en buena parte se basa en construir mecanismos multisectoriales de estándares, verificación y certificación. Éstos se definen fundamentalmente como “dos o más actores o *stakeholders* que se involucran en el diseño e implementación de normas e instrumentos que intentan mejorar el desempeño social y ambiental de las empresas” [Utting, 2002: 65]. Por lo general, esos estándares y el proceso para verificarlos y monitorearlos son de carácter público, de manera que pueden ser corroborados por otros actores interesados, más allá del auditor o verificador designado.

La RSE, concebida y definida de esta manera, contrasta con la tendencia de responsabilidad de los empresarios que ha predominado en América Latina y que se refleja más como una tradi-

ción piadosa y caritativa del sector privado. Bajo esta tradición, el comportamiento de la empresa, incluidos sus impactos sociales y ambientales y sus apoyos filantrópicos, se enmarca en la esfera privada y por ello le compete únicamente a la empresa y a sus dueños.²

En el presente artículo se describen, en primer lugar, los antecedentes y actores de la responsabilidad social en México. En segundo lugar, dada la dificultad para evaluar el desempeño de cada empresa en lo particular, se analizan los estándares y procedimientos de los sistemas nacionales de certificación voluntaria que se han puesto en práctica. Dichos esquemas se examinan bajo el referente de la regulación estatal, la autorregulación y la regulación civil. En una reflexión final, se integran las ideas centrales de los diferentes subapartados con el argumento de que, aunque en México se distinguen múltiples actores y empresas involucrados en la RSE, se denota una debilidad institucional y un enfoque superficial que la incorpora más en el discurso y la imagen de las empresas con pocos cambios en sus prácticas reales.

ANTECEDENTES Y ACTORES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En el México posrevolucionario, el gobierno desarrolló una fuerte presencia en la vida de distintos grupos sociales, con políti-

²El contraste entre filantropía tradicional y la RSE se ilustra bajo la idea de que la primera "sigue motivaciones altruistas, con pocas o nulas expectativas de beneficios directos para la empresa, usando recursos provenientes de las utilidades e involucrando tan sólo a individuos o cuando mucho al consejo directivo... En contraste, la RSE en su versión ideal busca beneficios para la empresa que incluyen imagen y reputación, mejoras en la productividad, aumento en los ingresos junto con la búsqueda de un mejoramiento de la comunidad. Se basa principalmente en el presupuesto general de la empresa, así como en su equipo y recursos humanos y, aún bajo el modelo ideal, en la participación de los trabajadores de todos los niveles de la empresa y a veces de sus accionistas. De esta forma, la RSE trae consigo una perspectiva más estratégica que involucra planeación, objetivos, impacto y evaluación" [Agiéro, 2005: 103].

cas y programas sociales y de asistencia pública. Aunque desde la Colonia los hombres de negocios han practicado la filantropía mexicana, sus acciones, trascendencia y montos han tenido una importancia limitada en comparación con los de la Iglesia y el Estado [Morales, 2004].

Desde mediados de los años noventa, y aún más en los últimos cinco años de la actual década, la RSE ha cobrado mayor importancia y se ha convertido en una tendencia creciente. Los diagnósticos de filantropía corporativa, elaborados por la organización Alternativas y Capacidades, A.C., estiman que los recursos en efectivo y en especie se incrementan cada año y hay un campo que poco a poco se ha profesionalizado [Carrillo *et al.*, 2006 y 2009]. El número de empresas que recibe los distintivos y sellos de RSE aumenta cada año. Las empresas que reciben el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR[®]) han pasado en sólo seis años de 17 a 124 [Cemefi, 2006]. El Pacto Mundial, promovido desde 2005 por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), ha contado con más de 300 empresas afiliadas durante su primer año de funcionamiento. Lo mismo ha sucedido en el ámbito de la promoción y educación sobre la responsabilidad social empresarial. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), por medio de su Departamento de Desarrollo Sostenible (SDS), promovió en 2004 la II Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa en México, y desde entonces cada año se organizan innumerables simposios y cursos sobre el tema. Además, en 2006 la Universidad Anáhuac abrió la primera maestría sobre RSE en México, y el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) en colaboración con Alternativas y Capacidades ofreció a partir de 2008 un seminario sobre inversión social empresarial.

¿Cómo se explica la repentina adopción por parte de las empresas más grandes de prácticas responsables con el medioambiente y el bienestar? Patricia Greaves establece que hay una heterogeneidad de visiones y prácticas, con predominio en ciertas regiones de uno u otro modelo de responsabilidad social empresarial:

Tanto la visión como la postura de los empresarios mexicanos frente a su responsabilidad social están influenciadas por una multiplicidad de

factores históricos, económicos, sociales, políticos y culturales. Entre éstos se encuentran el concepto mismo del negocio, la situación financiera de la compañía, su relación con el mercado nacional e internacional, su nivel de competitividad, la capacidad de liderazgo de los empresarios y su trayectoria, su conformación como grupo, así como sus relaciones con el poder político [Greaves, 2006: 46].

Aquí se enumera un conjunto de factores que han contribuido a crear un clima de opinión adverso al sector privado, en un contexto de democratización, liberalización económica y movilidad social con expectativas insatisfechas. Ante la crisis de legitimidad del capital privado, la RSE se ha convertido en una estrategia de defensa frente a la crítica de la sociedad y la fragilidad del Estado.

En primer lugar, las crisis de los años setenta y ochenta, y las políticas de ajuste estructural tuvieron un fuerte impacto en el crecimiento de la pobreza y el deterioro del poder adquisitivo de los grupos medios, abriéndose aún más una brecha de riqueza que de por sí era bastante amplia. Según Berry [1998], el salario real disminuyó 30% entre 1982 y 1986; y de acuerdo con Alarcón y McKinley [1998], el coeficiente de Gini (medida de la desigualdad) aumentó de 0.43 en 1989 a 0.475 en 1992. El gran ganador fue el decil más alto, cuyo porcentaje en la distribución del ingreso aumentó de 32.8 en 1984 a 37.9 en 1989 [Altimir, 1998; Helwage, 1995]. Aunque se sigue debatiendo con mediciones más recientes acerca de si la desigualdad ha empeorado, en realidad las tendencias de mejoría resultan marginales.

En segundo lugar, el lentísimo crecimiento de los años posteriores a las crisis no ha podido compensar ni siquiera el incremento de la población que año con año ingresa al mercado de trabajo. La liberalización y apertura económicas han traído como secuela quiebras y pérdidas de patrimonio de pequeñas empresas, al igual que una enorme vulnerabilidad a la competencia global. Esto ha creado un sector que vive en el empleo precario, la informalidad y la inseguridad pública. Aunque entre 2000 y 2006 la población ocupada creció en 2.6 millones de personas, sólo se generaron 738 000 empleos formales. En 2006, sólo 8.7% de la población

ocupada trabajaba en grandes empresas; 10.2%, en empresas medianas; y 81.1%, en pequeñas y microempresas. Se calculaba un total de 9.1 millones de personas trabajando de manera informal (27.2% de la población ocupada), a lo que habría que agregar 6% de subempleo y 3.16% de desempleo.³

En contraste, en México vive uno de los hombres más ricos del mundo, Carlos Slim, poseedor de una fortuna que asciende a 23.8 mil millones de dólares y dueño de la compañía de telecomunicaciones con mayores márgenes de ganancia en el ámbito internacional, que le permite controlar 76% del servicio telefónico de larga distancia del país [Dresser, 2005]. Esto se explica, como tercer factor, por una economía política que ha favorecido la inmensa concentración de la riqueza por medio de privatizaciones, protección de monopolios privados y rescates bancarios y carreteros, en que la intervención del Estado y la asignación de recursos públicos han beneficiando sobre todo a grandes capitales. Quizás el mayor oprobio sucedió cuando el costo fiscal del rescate bancario y de ahorradores, según la propia autoridad en la materia (Instituto de Protección al Ahorro Bancario, IPAB), representó 16.98% del producto interno bruto (PIB), con alrededor de 124.8 billones de dólares.⁴

En realidad, el rescate bancario, más que favorecer a pequeños ahorradores, ayudó a los grandes deudores, pues una tercera parte consistía en créditos mayores a 2 millones de dólares concentrados en 400 deudores. En 1998, la Cámara de Diputados publicó la lista de los beneficiarios, entre ellos banqueros multimillonarios y grandes empresarios del negocio inmobiliario, de la construcción, de los autoservicios, del transporte y del turismo.⁵ En este contexto, resultó difícil explicar por qué esos millonarios no usaron sus

³ Cifras del VI Informe de Gobierno de la República y la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) [Reforma, 2006a y 2006b].

⁴ El Banco Mundial y el BID lo colocaron en cerca de 20% del PIB [Reforma, 2006c].

⁵ En agosto 1998, el Partido de la Revolución Democrática (PRD) llevó a cabo un referéndum (sin validez legal) en el cual 3.5 millones de personas votaron en contra del rescate bancario. Durante este periodo, Andrés Manuel López Obrador, jefe de gobierno del Distrito Federal entre 2000-2005 y candidato presiden-

fortunas personales para pagar sus deudas, y por qué el gobierno las cubría con recursos públicos cuando se reportaba una escasez de medios para satisfacer necesidades de educación, salud, seguridad social e infraestructura.

Por esas razones, hay la percepción generalizada en la opinión pública de que el sector empresarial ha sido fuertemente beneficiado y protegido durante las crisis y reformas económicas, mientras que la mayoría de la población aún vive en una situación precaria. El cuestionamiento y desprestigio del sector empresarial también se vincula con el proceso de democratización, movilización autónoma de grupos civiles y construcción de un espacio público plural. La sociedad civil mexicana ha actuado poco sobre el sector privado, concentrando sus demandas sobre todo en la transformación del Estado y el control de la clase política [Isunza Vera y Olvera, 2006; Olvera, 2003; Reygadas, 1998; Canto, 1998]. Sin embargo, sus denuncias e incidencia sobre la agenda pública han formado la concepción de las empresas como actores desprestigiados y depredadores. Para responder a ese desprestigio, en 2005 el propio Consejo Coordinador Empresarial (CEE) realizó una campaña publicitaria, cuyo mensaje principal era "México necesita empleos. México necesita empresas. Apoyar a las empresas es empresa de todos".⁶

Finalmente, es necesario entender que los cambios políticos han ocasionado que el poder y la autoridad estén mucho más dispersos que en el régimen priísta posrevolucionario. En particular, el poder legislativo desempeña ahora un papel más activo en la promoción de leyes, presupuestos y política tributaria. Al mismo tiempo, los funcionarios de instancias reguladoras del ejecutivo no responden a un mando jerárquicamente centralizado desde la presidencia. El clima de opinión adverso influye también en una buena parte de los reguladores del sector privado, que en ocasiones

cial del PRD en las elecciones de 2006, acumuló su prestigio de luchar contra los grandes capitales y los favores políticos del gobierno.

⁶ En Greaves [2006: 36], se recoge también una cita de esta mala reputación: "A pesar de ser los únicos generadores de riqueza en el país, se nos ve como evasores, explotadores, depredadores, abusadores y todas las dependencias están sobre nosotros".

enfrentan presión ciudadana y buscan presentarse como defensores de intereses populares.⁷ En la actualidad, resulta inoperante el sistema tradicional de oportunidades para influir en políticas públicas, por medio del cual contactos formales e informales de las cámaras empresariales trataban de convencer al presidente o a un puñado de secretarios [Schneider, 2002]. Sin embargo, la opinión favorable de medio millar de diputados y senadores, más otro número incierto de funcionarios medios, sólo puede lograrse por medio de un cabildeo sistemático y una buena reputación.

La RSE —acompañada de una buena imagen mediática— ayuda de manera sustancial a la formación de esta reputación y a dar legitimidad a las empresas cuando se quiere influir en políticas públicas y, en particular, lograr decisiones de funcionarios y diputados. Así pues, se ha convertido en un asunto de interés para las empresas, por su potencial para mejorar la percepción social acerca de los capitales privados y las grandes brechas en la distribución de la riqueza, tanto en la opinión pública y la sociedad general, como entre los responsables de tomar decisiones sobre políticas y regulaciones que las afectan.

Entre los actores que la han promovido se encuentran las principales agrupaciones nacionales empresariales, como la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) y el CCE, que básicamente se han sumado a iniciativas de RSE y la han incorporado en su discurso institucional, estableciendo lineamientos y promoviendo la cultura de responsabilidad social entre sus miembros. Aunque por tradición la Coparmex ha desempeñado un papel activo como representante del empresariado en la arena pública, actualmente tiene un enfoque de mayor vinculación con otros actores sociales, como organizaciones de la sociedad civil (OSC), universidades y sindicatos, en ejercicios de vigilancia de campañas electorales, promoción del voto consciente y demanda

⁷ También la no reelección de diputados federales, la inestabilidad de la carrera civil y los recursos económicos para campañas electorales (en particular la publicidad en medios de comunicación) ofrecen numerosas oportunidades de corrupción e intercambio de favores entre el sector privado y la clase política. Los casos más conocidos al respecto son los de la llamada "Ley Televisa" y el cabildeo de empresas tabacaleras durante 2005 y 2006.

de transparencia en el ejercicio público.⁸ Siguiendo la tipología propuesta por Greaves [2006], la Coparmex, el CCE y los principales gremios empresariales entienden la RSE como “filosofía de la empresa” y como un asunto ético y de “conciencia del sector privado”. En este sentido, no la conciben como una estrategia del negocio ni en función de su competitividad. Sin duda, la formación de esta filosofía en los círculos empresariales se debe en gran parte a la Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM) y a la influencia de la democracia cristiana –uno de los principios fundadores del Partido Acción Nacional (PAN)– como “una economía de mercado con responsabilidad social, basada en el respeto a las libertades de los seres humanos”.

En ese contexto, sobresale el activismo y liderazgo ejercido por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), organización fundada por Manuel Arango en 1988 con la misión de promover la cultura de la filantropía y la responsabilidad social.⁹ En 1997, el Cemefi inició su Programa de Responsabilidad Social Empresarial “con el reto de apoyar a las empresas en la implementación, desarrollo, evaluación y mejora de prácticas socialmente responsables” [Cemefi, 2006]. Como parte de esta labor, en 2001 estableció la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliarSE) con las organizaciones empresariales Administración de Valores (Aval), Impulsa, la USEM, la Coparmex, el CCE y la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (Concamin). Aunque formalmente el Cemefi es una OSC, estas alianzas y el Distintivo ESR[®] que otorga –el cual se describe más adelante– se enmarcan en la lógica de una asociación gremial de interés empresarial.

⁸ Algunos ejemplos incluyen el proyecto “Lupa Ciudadana”, la promoción del Consejo Económico y Social y la participación en el colectivo Ciudadanos por Municipios Transparentes (Cimtra) en Jalisco.

⁹ Manuel Arango era uno de los principales accionistas del grupo más importante de tiendas de autoservicio, el cual posteriormente fue adquirido por la transnacional Walmart. Hasta la fecha se le reconoce como uno de los líderes de la RSE en México, pues ha promovido el involucramiento de la élite empresarial en la filantropía, así como en causas sociales y ambientales. Buena parte del consejo directivo del Cemefi integran la clase empresarial.

En el ámbito regional, destaca la formación de fundaciones de empresariados locales, siguiendo el ejemplo de la Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C. (Fechac). Las fundaciones se han convertido en un mecanismo efectivo para que empresarios locales participen en iniciativas de mejora social, por medio de la donación de recursos, pero también seleccionen proyectos para apoyar y, en ocasiones, se articulen y pronuncien en torno a problemas públicos locales.¹⁰ Desde 1998, las fundaciones del empresariado local se han articulado en torno a un grupo de fundaciones comunitarias en los estados de Oaxaca, Guanajuato, Jalisco, Sonora, Baja California, Morelos, Puebla y Querétaro y en las ciudades de Córdoba (Veracruz) y Cozumel (Quintana Roo).¹¹ Estas fundaciones se han convertido en actores privilegiados para colocar el tema de la filantropía en la agenda local, sobre todo entre pequeños y medianos empresarios.

No obstante lo anterior, el panorama actual refleja que pocas fundaciones comunitarias tienen a la RSE entre sus programas de trabajo, aunque es obvio que la utilizan como primer argumento para la recaudación de fondos y la atracción de empresarios a sus consejos. Asimismo, aquellas que la contemplan asumen el enfo-

¹⁰ La Fechac se formó en 1990, a raíz de un desastre natural en el estado de Chihuahua. Los líderes empresariales locales decidieron contribuir a la reconstrucción y solicitaron al gobierno estatal un impuesto adicional sobre la nómina, que hasta la fecha se deposita en un fondo operado por la Fundación. El impuesto se ha renovado y se calcula que alrededor de 26 000 empresas contribuyen a la fundación, que se organiza por medio de consejos locales. Éstos seleccionan los proyectos a los que se asignan los fondos recaudados de las empresas locales, aunque una buena parte se destinan a la sierra tarahumara, la región indígena y más marginada del estado de Chihuahua [Winder, 2004; Agüero, 2002].

¹¹ Inspiradas en el modelo originario de Estados Unidos que se ha popularizado con rapidez en el ámbito mundial, estas fundaciones han buscado movilizar y canalizar recursos de la comunidad, sobre todo de empresas locales, para resolver problemas en una región geográficamente delimitada. Sus consejos por lo general se integran por personalidades destacadas de la localidad, pertenecientes a distintos sectores, y han incluido al sector empresarial en mayor o menor medida. Las fundaciones comunitarias en México son muy variadas en su origen, tamaño y operación; algunas pueden clasificarse en realidad como canalizadoras e intermediarias de fondos locales, mientras que otras se acercan más a la figura de una organización de la sociedad civil que opera sus propios proyectos.

que de autorregulación y adopción de principios por parte de los empresarios como individuos, y no la consideran un fundamento rector de la empresa, su presupuesto y su personal.¹² En ese sentido, la mayoría de las fundaciones empresariales y comunitarias se encuentra en el proceso de profesionalizar la filantropía y definir las causas que interesan a los empresarios, pero hasta la fecha ninguna de ellas ha formulado estándares o procedimientos para agregar estos conceptos en las prácticas de las empresas locales.

En este contexto, la mayoría de las empresas mexicanas juzga la filantropía como el aspecto más visible y asequible de la RSE, como "la forma de ayudar a la comunidad y a su entorno". Las encuestas disponibles muestran las razones que motivan a una empresa a realizar acciones filantrópicas: la responsabilidad social, las convicciones religiosas y el propósito de mejorar su imagen. Esta última, junto con la lealtad de los empleados, se citan como los beneficios que reciben las empresas por esas acciones [Cemefi e ITESM, 1999]. Aunque hay actitudes positivas y un ambiente empresarial propenso a las alianzas, la operación de las actividades filantrópicas de las empresas aún no se traduce en confianza hacia las OSC ni en procesos institucionales de colaboración. El nivel de profesionalización es heterogéneo, y se distinguen algunas empresas con fundaciones constituidas, personal contratado y cierto perfil de preparación, presupuestos y objetivos planeados, así como con procedimientos de solicitud y criterios de selección más o menos establecidos. En otras empresas, la filantropía aún depende de la voluntad del dueño o director general, se opera con personal voluntario y poco calificado para estas labores; se carece de procesos institucionalizados y predominan las causas asistenciales, la informalidad, las decisiones orientadas más por las relaciones públicas y el azar, que por estrategias planeadas de inversión social [Carrillo *et al.*, 2009]. Las temáticas que más se respaldan son la educación, el medioambiente, el desarrollo comunitario y los niños; las menos favorecidas incluyen el VIH/sida, los microcréditos o proyectos productivos y los derechos humanos. Por lo menos

¹² La Fechac cuenta con un "Decálogo de la empresa socialmente responsable", modelo que Greaves [2006] llama de "adopción de principios".

una tercera parte de las empresas encuestadas, reconoció como principal criterio *el conocimiento previo de las organizaciones o grupos de beneficiarios con los que se trabaja* frente a sólo 23% que se refirió a la *viabilidad del proyecto* [Carrillo *et al.*, 2009].¹³

Algunas empresas han desarrollado fundaciones legalmente constituidas y programas corporativos de filantropía más formales en sus criterios, decisiones, transparencia y rendición de cuentas respecto a la selección de causas, proyectos y organizaciones apoyadas.¹⁴ Sin embargo, los nexos personales y el protagonismo de las figuras empresariales continúan siendo factores determinantes. Como explica Felipe Agüero [2005: 122]:

A pesar de las señales de mayor institucionalización, mucha de la actividad en el ámbito de la RSE ha girado en torno al trabajo de individuos influyentes de grandes empresas y sus fundaciones. Tal es el caso de Lorenzo Servitje (de grupo Bimbo), Roberto Hernández (de Banamex), y Carlos Slim (de Telmex). [...] Aunque estos individuos participan en consejos y en alguna coordinación de manera informal, lo cierto es que en su mayor parte las interacciones sistemáticas permanecen limitadas y muchas actividades permanecen altamente personalizadas.

A diferencia de otros países, el gobierno federal en México se ha transformado en un actor fundamental en la promoción de la responsabilidad social empresarial. La regulación gubernamental en materia ambiental se ha construido de manera más reciente.

¹³ El estudio de Carrillo y colaboradores [2006] muestra una tendencia a la profesionalización, con 23% de las empresas encuestadas que manejan sus acciones filantrópicas mediante una fundación, un comité de donativos o área de RSE; otro 23%, por medio del área de recursos humanos; 21%, por medio del área de relaciones públicas o comunicación, y 14%, desde la dirección general o presidencia. Las áreas de inversión más mencionadas por estas empresas fueron educación (76%), niños (73%), salud (56%), medioambiente (56%) y desastres naturales y discapacitados (51 por ciento).

¹⁴ De las 69 empresas participantes en el estudio, una tercera parte declaró tener fundaciones legalmente constituidas [Carrillo *et al.*, 2006]. En términos del marco legal, la constitución legal de fundaciones resulta para las empresas más costoso que benéfico en términos fiscales.

Ante la falta de recursos financieros y capacidad de supervisión y sanción, el gobierno federal ha promovido un esquema de adopción voluntaria de estándares y certificaciones, iniciando así su promoción de la RSE. Desde 1992, con el sello Industria Limpia, ha elegido el camino de promover las certificaciones y distintivos de carácter voluntario para encauzar ciertas conductas y objetivos dentro de las empresas, con el propósito de lograr avances en el entorno ambiental y de equidad en las condiciones laborales. Sin embargo, estos mecanismos no suponen un cumplimiento exigible y sancionable a los negocios privados que no los asumen.

Por otra parte, en las primeras dos administraciones de principios del siglo XXI, el gobierno federal ha buscado a las empresas para complementar con recursos privados los recursos públicos destinados a programas sociales. Durante la presidencia de Ernesto Zedillo (1994-2000), se promovió un fideicomiso público-privado desde la Secretaría de Educación Pública (SEP) para el programa Ver Mejor para Aprender, con el fin de entregar anteojos a niños en escuelas de escasos recursos. Durante la administración de Vicente Fox (2000-2006), esas gestiones se intensificaron para respaldar programas como Microrregiones, en el que empresas y empresarios fungieron como padrinos de regiones rurales e indígenas marginadas que necesitaban infraestructura de servicios básicos; y el programa Arranque Parejo en la Vida, que implicó asignar recursos a infraestructura y equipo médico para salud materna e infantil en zonas marginadas. Asimismo, de manera más efectiva, la Unión Nacional de Empresarios para la Tecnología en la Educación (UNETE) promovió la dotación de equipos de cómputo a escuelas públicas, por medio de alianzas con gobiernos estatales. Un estudio reciente muestra que 56% las empresas encuestadas otorgan donativos a gobierno [Carrillo *et al.*, 2009] y el marco fiscal mexicano permite que estas donaciones sean deducibles de impuestos.

Hasta aquí se describen los antecedentes de la RSE en México y algunos actores que han adoptado este término en sus discursos y estrategias, bajo diversos modelos que incluyen la filantropía. Es necesario ir más allá de señalar quiénes promueven el tema en distintos espacios, por lo que se evalúan los esfuerzos instituciona-

les que hasta ahora se han puesto en práctica para internalizar los costos ambientales, laborales y sociales de las empresas en México. El análisis de los mecanismos de responsabilidad social y de los estándares y procedimientos explícitos de certificación permite construir una mejor aproximación al cumplimiento y la adopción de medidas (más allá del discurso) por parte de las empresas mexicanas en el tema. A continuación se analizan estos mecanismos, en busca de esclarecer si México sigue las mismas tendencias internacionales en torno a las tres regulaciones que se mencionan en la introducción (estatal, autorregulación y civil).

LOS ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES VOLUNTARIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ÁMBITO NACIONAL

En el supuesto de que los mecanismos institucionales reflejan prácticas y dinámicas reales, a continuación se describen brevemente los sistemas voluntarios de certificación y entrega de distintivos en el ámbito nacional. Se incluyen estándares, requisitos y procedimientos, ventajas e incentivos de los distintivos y el actor que predomina en cada uno de los seis mecanismos descritos.

Distintivo ESR® (empresa socialmente responsable)

Desde 2001, el Cemefi otorga este distintivo a las empresas públicas o privadas que cuenten con al menos dos años de operación en México y cumplan con la autoevaluación de 120 indicadores, los cuales se relacionan con calidad de vida en la empresa, cuidado del medioambiente, vinculación con la comunidad y principios del Pacto Mundial. Para obtener el distintivo, la empresa debe haber aplicado estas prácticas por lo menos un año antes de su postulación y entregar una carpeta con evidencia para sustentarlas,¹⁵ avalada por la firma del presidente de la empresa. Un comité téc-

¹⁵ Se incluyen códigos de ética y políticas de ética empresarial, comunicación interna y externa, promoción de mujeres, balance entre vida y trabajo, en contra

nico y monitores designados revisan los materiales entregados por las empresas. El Cemefi otorga el certificado bajo cláusulas para la suspensión del distintivo, que se aplican si la empresa deja de cumplir con los criterios por los que se le otorgó dicho distintivo o si se comprueba la falta de veracidad de la información presentada [Cemefi, 2006].

El Distintivo ESR® es uno de los más reconocidos en México, y el número de empresas que lo obtienen va en aumento. Debido a su carácter anual, muchas empresas aprovechan el acto de entrega del distintivo como un insumo útil para el manejo de sus relaciones públicas, su presencia en los medios de comunicación y su mercadotecnia. El Distintivo ESR® podría clasificarse como un proceso de autorregulación de las empresas, puesto que emana de un proceso de autoevaluación otorgado por el Cemefi y su alianza con cámaras empresariales. El comité y los monitores que revisan los materiales presentados son en su mayoría pares empresariales y hay una escasa presencia de otros actores en el diseño y aplicación de este sello. Citando a Cardozo [2003: 7]: “se trata de un proceso endógeno a Cemefi, donde las empresas asociadas han definido el concepto y diseñado los criterios que deben cumplirse en materia de RSE y las participantes son jueces y parte en la evaluación y decisión de su entrega. Se carece de un jurado evaluador, integrado por especialistas en la materia, que garantice decisiones imparciales”.

Una característica del Distintivo ESR® es su cláusula de confidencialidad: el reporte que las empresas entregan al Cemefi no es público y, a diferencia de los subsecuentes certificados, no cabe la posibilidad de una solicitud para acceder a esos datos [Cemefi, 2006]. Se entiende que en el expediente se presentan información y políticas internas, de modo que la confidencialidad ha sido un incentivo para que más empresas estén dispuestas a obtener el distintivo, lo cual impide la transparencia y la verificación de la información por parte de terceros.

de discriminación y acoso; también de seguridad, reciclaje y manejo de desechos, entre otras.

Certificado Industria Limpia

Desde 1992, el gobierno federal ha promovido la realización de auditorías ambientales voluntarias por medio de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (Profepa). Las empresas —o instituciones públicas, municipios y parques industriales, para los cuales también está disponible— se someten a una revisión para evaluar el cumplimiento de políticas y requerimientos normativos ambientales, con un examen de sus equipos y procesos, así como de las emisiones y riesgos que generan [Profepa, 2000 y 2005]. En paralelo, aunque en menor medida, la Profepa lleva a cabo verificaciones industriales con carácter de actos unilaterales de inspección para comprobar el cumplimiento de la regulación ambiental, a diferencia de la *auditoría ambiental*, que representa un acuerdo de voluntades entre la autoridad y la empresa interesada [Barkin, 1999].

Un auditor ambiental privado, aprobado por la Profepa y contratado por la empresa, efectúa la auditoría. El auditor verifica las actividades, las emisiones, el personal involucrado, las instalaciones y equipos y las políticas y documentos que norman las prácticas de la empresa, para elaborar un reporte que después se convierte en un “plan de acción”, en el que se recomiendan medidas preventivas y correctivas, así como plazos para su realización. La Profepa y la empresa firman un convenio conforme al cual la empresa se compromete a desarrollar el plan de acción recomendado y, una vez que se verifica su cumplimiento, la Profepa le otorga el certificado Industria Limpia.¹⁶

Las primeras auditorías ambientales, 78 en total, se realizaron en 1992. Para 2005, se contó con un acumulado de 4 625 auditorías [Profepa, 2006a y 2006b], con lo que este certificado se convirtió en el más extenso en número. Aunque la certificación es voluntaria, no va “más allá de la ley”, pues los estándares que busca hacer cumplir se basan justamente en la normatividad am-

¹⁶ Además del certificado Industria Limpia, también se cuenta con el certificado Excelencia Ambiental, que incluye la revisión por parte de un comité externo y uno internacional.

biental vigente. Sin embargo, el gobierno sí traslada los costos de la verificación a un tercero (el auditor ambiental) cuya consultoría paga la empresa.¹⁷ Si bien la lista de empresas e instituciones certificadas se halla disponible en línea, los expedientes de cada industria certificada se clasifican como reservados¹⁸ y los miembros del Grupo de Ética se comprometen a mantener la confidencialidad de los asuntos tratados, por lo que otros actores no pueden verificar o cuestionar la información del procedimiento.

Reconocimiento de Empresa Incluyente

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) del gobierno federal otorga este reconocimiento con el fin de distinguir a compañías que hayan hecho cambios o adaptaciones en sus procesos productivos o instalaciones para incluir la participación de trabajadores con alguna discapacidad (auditiva, intelectual, motora, visual), adultos mayores y personas con VIH/sida. Como requisito, los trabajadores con esas características deben tener una antigüedad mínima de un año en la empresa y estar contratados en condiciones de igualdad con los demás trabajadores. El proceso consiste en que la empresa describe las condiciones laborales, las características de las personas con discapacidad y las adecuaciones realizadas, y un comité verifica las condiciones y asienta en un acta la veracidad de los datos proporcionados por la compañía.

¹⁷ Este tercero se encuentra bajo supervisión de un Grupo de Ética de la Profepa, integrado por colegios de profesionistas, como el Colegio de Biólogos de México, Colegio de Ingenieros Civiles de México, Colegio de Ingenieros Ambientales de México, Colegio de Ingenieros Mecánicos y Electricistas (CIME), Colegio Nacional de Ingenieros Químicos y de Químicos, Academia Mexicana de Auditoría Ambiental, ITESM y la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos. Hay además un Código de Ética y Conducta Profesional del Auditor Ambiental [Profepa, 2002].

¹⁸ Se realizaron las solicitudes de información ante el Sistema Informatizado de Solicitudes de Información, del Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (SISI-IFAI), con los siguientes números: 1613100015406_065, 1613100015406_065, 1613100017306_075, 1613100014906_065, 1613100016606_075, 1613100017206_075, 1613100017406_075, 1613100016506_075 y 16131000157506_075.

Aunque el promotor del procedimiento es también el gobierno, tiene la ventaja de contar con una verificación independiente que incorpora a actores de manera más plural.¹⁹ El distintivo es uno de los más recientes, pues durante 2005 se efectuó la primera entrega a 96 empresas y se tenía previsto reconocer a otras 100 empresas en 2006.²⁰ La información sobre los expedientes de empresas que cuentan con este sello puede solicitarse por medio de la Ley Federal de Acceso a la Información (IFAI), por lo que se puede clasificar como pública y verificable por otros interesados.²¹

Certificado del Modelo de Equidad de Género MEG:2003

El Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), encargado de instrumentar la política de género del gobierno federal, promueve la adopción del Modelo de Equidad de Género MEG con el propósito de certificar la incorporación de políticas de equidad de género en compañías privadas, para "promover la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres en el acceso al empleo, remuneraciones equitativas, capacitación, desarrollo profesional y participación en la toma de decisiones" [Inmujeres, 2005]. El procedimiento consiste en que la empresa diseñe un plan para desarrollar acciones afirmativas que corrijan las diferencias en materia de oportunidades, contratación y ocupación entre hombres y mujeres, y se establezca un proceso de revisión y valoración del nivel de cumplimiento de la organización hacia el MEG. Bajo este modelo, los directivos y la corporación de forma global asumen respon-

¹⁹ El Centro de Atención Múltiple (CAM Laboral), un sistema educativo para jóvenes con discapacidad y necesidades educativas especiales de 15 a 22 años; la Confederación Mexicana de Organizaciones en Favor de la Persona con Discapacidad Intelectual, A.C. (Confé), una organización de la sociedad civil integrada por padres y amigos de personas con discapacidad intelectual, así como por profesionistas dedicados a su atención; y la Fundación Manpower, que respalda programas dirigidos a impulsar el empleo, autoempleo o capacitación para el trabajo de sectores marginados [STPS, 2006].

²⁰ En 2005, sólo se incluía a personas con discapacidad, y a partir de 2006 también se incluyó a adultos mayores y personas con VIH-sida.

²¹ Se presentaron solicitudes ante el SISI-IFAI, con números 0001400009906 y 0001400009706.

sabilidades para crear políticas de recursos humanos y acciones de seguimiento y mejora, junto con el compromiso de ofrecer pláticas acerca de la vida familiar y laboral, y entorno laboral y salud en el trabajo. Se promueve la evaluación interna periódica sobre el sistema de gestión, así como la elaboración y difusión de un informe para que sea integrado en las revisiones de los directivos. El MEG busca que la empresa establezca indicadores de equidad de género para evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización.²²

Ese mecanismo se sostiene en la idea de los sistemas de gestión, dirigido al enfoque de la RSE como modelo de gestión y a la influencia de la administración gerencial dentro de dicho modelo. El MEG se otorgó por primera vez en 2003 a 20 organizaciones públicas y privadas, y en 2005 lo recibieron 23 organizaciones y 17 renovaron su distintivo por dos años más.

Consejo Nacional Empresarial sobre Sida

El Consejo Nacional Empresarial sobre Sida (Conaes) está formado por empresas y tiene el objetivo de erradicar el estigma y la discriminación relacionados con el VIH/sida en el lugar de trabajo. El Conaes opera con el respaldo de una instancia gubernamental, una OSC y apoyo internacional.²³ Hasta el momento agrupa a 28 empresas privadas y su órgano de gobierno consta de 10 empresas que toman las decisiones más relevantes. La membresía al Conaes es voluntaria y se otorga cuando se cumple con los requisitos de tener operaciones y empleados en México, diseñar y poner en práctica políticas laborales sobre VIH/sida, y participar en la conferencia anual del Conaes destacando las acciones realizadas en la lucha contra el estigma y la discriminación.

²² Algunos estándares se toman de los distintivos ESR® y Mejores Empresas para Trabajar® (del *Great Place to Work® Institute*, GPTW).

²³ Proyecto de Responsabilidad sobre Sida (*Aids Responsibility Project*, ARP), Centro Nacional para la Prevención y el Control del VIH/sida (Censida), AVE de México, Proyecto POLICY/México (Futures Group) y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) [Conaes, 2005a].

Futures Group y ARP operan de manera temporal el proyecto, con el objetivo a mediano plazo de que los propios miembros se hagan cargo del Consejo. El Conaes trabaja con una red de OSC mexicanas, especializadas en la prevención del VIH/sida.²⁴ Este equipo brinda la asistencia necesaria para desarrollar una política laboral sobre VIH/sida, de manera que todos los miembros cumplan con una política que aborde directamente la prevención y la discriminación. Cuando ya se tienen políticas corporativas, la asistencia se da en términos de mejorarlas y desarrollar programas coherentes con ellas.

El Conaes es una iniciativa de RSE en construcción, que tiende a formarse como una regulación civil con la participación de múltiples interesados, entre ellos empresas y organizaciones civiles nacionales e internacionales. Actualmente, no cuenta con un sello o distintivo a la manera de reconocimiento público, aunque al interior del Consejo se manejan categorías de membresía conforme a los resultados obtenidos en las políticas laborales y se presenta un informe anual a la prensa. Durante el periodo de construcción, los organismos internacionales han aportado financiamiento y asesoría en cuanto a políticas laborales y relación con el sector empresarial, y los organismos civiles han contribuido en la verificación del cumplimiento de los lineamientos e, incluso, a petición de la empresa pueden apoyarla en la implementación de su política laboral.

El cuadro 1 permite comparar en términos cuantitativos y cualitativos el panorama actual de las certificaciones y distintivos nacionales.

La comparación muestra que dos mecanismos de certificación (ESR® y Pacto Mundial) tienen el propósito de evaluar la responsabilidad social con un enfoque global, mientras que los otros cuatro adoptan un carácter más bien temático: tres sobre condiciones laborales, y uno sobre medioambiente. Como ya se había adelantado, el gobierno federal es el actor fundamental en la RSE en México, pues promueve la mitad de los seis certificados analizados. Es sugerente que la tradición histórica de una fuerte presencia

²⁴ La Red Impulso está formada por AVE de México, La Manta de México y Red Mexicana de Personas que Viven con VIH.

CUADRO 1. CARACTERÍSTICAS DE CERTIFICADOS Y DISTINTIVOS EN MÉXICO

Certificado o mecanismo de certificación	Temática	Evaluador-certificador	Costo	Vigencia	Beneficios
ESR® RSE		Representantes de organizaciones promotoras de Aliarse, miembros del Comité RSE del Cemefi y grupo de "expertos".	Cuota de inscripción (incluye materiales, asesoría, taller de inducción y retroalimentación del proceso).*	Un año	Autorización durante la vigencia del distintivo para utilizar el sello en la imagen corporativa de la empresa, papelería, productos e instalaciones.
Industria Limpia	Medioambiente	Auditor contratado por empresa. Profepa (gobierno federal) promueve y supervisa.	Contratación de auditor.	Dos años, con posible prórroga acreditada por auditor.	1.Reducir emisiones, residuos, descargas y riesgos. 2.Disminuir las primas de seguros y la depreciación acelerada en inversiones y equipos. 3.Preferencia de la sociedad de los productos o servicios en el mercado, por reconocimiento de cuidado del medio ambiente. 4.Mejoría de imagen pública y disminución de denuncias. 5.Baja prioridad de inspección de esas industrias.
MEG	Condición laboral de equidad de género	Empresa evaluadora verifica mediante auditorías periódicas cumplimiento de sistema de gestión del MEG. <i>Evaluación es revisada</i> por el Inmujeres y el Comité Dictaminador,** el cual entrega distintivo. Inmujeres (gobierno federal) promueve.	No se menciona quién asume costos de evaluación externa.	Dos años, con renovación	1. Utilizar el distintivo en productos, servicios, imagen institucional y áreas de actuación de la empresa. 2. Promover institucionalización de políticas de equidad en actividad <i>directiva y gerencial</i> de empresa.
Conaas	Condición laboral frente a VIH/sida	Consejo formado por instancia gubernamental, osc y organizaciones internacionales. En proceso de desarrollo.	—	No especificado	Aplicar políticas laborales sobre prevención del VIH/sida y evitar discriminación. 1. Seguimiento interactivo de las empresas adheridas. 2. Participación en una red de conocimiento. 3. Un conjunto de acciones de promoción y comunicación.
Pacto Mundial	RSE				

* Se aplican cuotas diferenciadas para empresas micro, pequeñas y grandes, y corporativos (dos o más empresas).

** Los documentos oficiales no mencionan quiénes forman el Comité Dictaminador ni se definen mecanismos de información pública del proceso de certificación y de las evaluaciones al interior de las empresas.

del Estado mexicano se refleja incluso en este tema, pues incluso antes de que los sectores empresarial o civil desarrollaran sus propios mecanismos de certificación, el gobierno ya había construido mecanismos en el tema del medioambiente.

Aunque queda fuera del alcance de este trabajo una explicación exhaustiva sobre el papel activo del gobierno federal en la promoción de la RSE, se pueden delinear dos razones: en primer lugar, la incapacidad gubernamental para inspeccionar y sancionar el incumplimiento de la regulación vigente, como lo sugiere el certificado Industria Limpia, que traslada los costos de auditoría/inspección a la propia empresa; en segundo lugar, una posible respuesta del gobierno a las demandas y presiones de grupos específicos (mujeres, discapacitados y adultos mayores), que buscan mejorar sus condiciones laborales. Ante la dificultad de introducir normas de carácter general –en un contexto de estándares altos y presión por reformas de flexibilidad laboral– y tomando en cuenta la precariedad de la empresa mexicana promedio, quizás el gobierno opte por mecanismos voluntarios y establezca incentivos para las compañías que estén en posibilidades de “ir más allá de la ley”.

Bajo el marco teórico establecido en la introducción, la promoción de la RSE por parte del gobierno no se clasifica como regulación estatal, pues todas las iniciativas se distinguen por ser acciones voluntarias de las empresas. Ninguno de los mecanismos descritos se puede calificar propiamente como regulación civil o impulsada por instancias ciudadanas. Aunque en algunas iniciativas se está avanzando para incluir verificaciones externas independientes –que es la tendencia internacional predominante, según Urting [2002]–, la formulación, implementación y resultados de la evaluación de esos sistemas se mantienen restringidas entre los sujetos evaluados (las empresas) y la institución que otorga el distintivo (el gobierno federal o la asociación gremial). Por tanto, entre los mecanismos de certificación sobre RSE en México predominan los de autorregulación empresarial.²⁵

²⁵ El caso de Pacto Mundial se encuentra en construcción, por lo cual no es posible evaluarlo en este sentido y sólo se toma como indicador de la importancia del discurso, interés y buena disposición de las empresas. Cuando éstas

Con el propósito de evaluar si las certificaciones señaladas pueden evolucionar hacia mecanismos de múltiples partes interesadas (*multistakeholders approach*) y regulación civil, conforme a la tendencia internacional, los temas del acceso a la información, la transparencia y la rendición de cuentas resultan un punto débil de la mayor parte de los sistemas nacionales. Dar un carácter más abierto a los sistemas permitiría que poco a poco otros actores (en particular los civiles) se involucren en denuncias o verificaciones, para convertirse en auditores o certificadores informales y, en algún momento, incorporarse con más formalidad a estos esquemas. Los certificados del Cemefi y la Profepa mantienen el acceso más cerrado a la información y hasta la fecha no hay sustento legal para demandar su apertura. Los distintivos Empresa Incluyente y MEG son más abiertos, en realidad porque el gobierno federal está obligado a responder a solicitudes de información conforme a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPIG). Los distintivos no exhiben un diseño institucional específico de transparencia y rendición de cuentas, que permita a terceros verificar o cuestionar la información que entregan las empresas.

Como se observa en el cuadro 2, el certificado Industria Limpia de la Profepa es el de mayor antigüedad y, por lo mismo, tiene el mayor número de certificaciones.²⁶ En segundo lugar, se encuentra el Distintivo ESR® otorgado por Aliarse-Cemefi, que ha crecido con rapidez en aceptación. Le sigue de cerca el de Empresa Incluyente, por su origen reciente y la sencillez de cumplimiento del proceso. El número de empresas y organizaciones civiles adheridas al Pacto Mundial de Naciones Unidas también es bastante alto, si se considera que dicho esfuerzo se lanzó apenas en junio de 2005. El problema es que hasta ahora, como ya se mencionó, las empresas únicamente han tenido que externar su intención de cumplir con los principios del Pacto.

tengan que demostrar su cumplimiento, tal vez se pueda reevaluar en términos distintos.

²⁶ Por la certificación de las plantas o fábricas, y no de la empresa en su totalidad, resulta difícil distinguir el número real de empresas certificadas y compararlo con los demás distintivos [Profepa, 2006c].

CUADRO 2. NÚMERO DE EMPRESAS CERTIFICADAS O CON DISTINTIVO

Certificado	Temática	Año de inicio	Empresas certificadas (2005-2006)	Empresas certificadas en el ámbito internacional (2002)
ESR®	RSE	2001	124	
Industria Limpia	Medioambiente	1992	4 625 (plantas)	
Empresa Incluyente	Inclusión laboral de grupos vulnerables	2005	96	
MEG	Condición laboral de equidad de género	2003	60	
Conaes	Condición laboral frente a VIH/sida	2005	28	1 184*
Pacto Mundial	RSE	2005	289 adheridas**	49 462*
ISO 14001	Medioambiente		177+	
ISO 9001:2000	Gestión de calidad		3 100+	

Fuentes: * univiso (2004). ** Pacto Mundial México (2006). Secretaría de Economía (2006a y 2006b). Incluye organismos no empresariales como gobierno y de educación.

Como en otras partes del mundo, el número de empresas que participan en esfuerzos de RSE es pequeño, si se consideran los casi 2 800 000 establecimientos registrados en México. También cabe notar la escasa tradición de las empresas por acreditar procesos de certificación, pues el ISO 9001 (la certificación más común) se encuentra en números equivalentes, y más de 80% de las empresas certificadas corresponden a grandes consorcios [El Financiero, 2006].

Hasta aquí se han descrito los actores y los mecanismos para certificar y distinguir a las empresas que cumplen con políticas y programas de RSE en México. Este panorama arroja el peso relativo de los distintos actores; el gobierno otorga tres de los seis distintivos revisados, mientras los tres restantes se acercan más a la autorregulación que a instancias civiles. Dado su carácter voluntario, no se puede hablar de predominio de la regulación estatal, pero sí de esquemas de regulación civil más bien débiles en comparación con la tendencia internacional.

CONCLUSIONES

La RSE constituye un discurso hace un decenio prácticamente desconocido en México. Hoy en día, es un tema de actualidad que empresarios, organizaciones gremiales, gobierno, medios de comunicación y algunas OSC no dudan en asumir. Los factores explicativos de este ascenso incluyen el contexto político, social y económico —marcado por una profunda polarización y por procesos de democratización, liberalización económica y movilización social con expectativas insatisfechas—, el cual ha llevado a que la sociedad cuestione el papel de las empresas, más allá de su función como generadoras de empleo y contribuyentes fiscales. Como respuesta, ha aumentado la filantropía corporativa, aunque con un perfil conservador y poco profesionalizado en el que la informalidad, las relaciones personales y las causas asistenciales predominan por encima de estrategias planeadas de inversión social. Las compañías también participan con recursos en programas

sociales implementados por el gobierno. Ante todo, la RSE se ha convertido en una estrategia de defensa ante la desaprobación implícita de la sociedad, la fragilidad de la regulación y la falta de mecanismos redistributivos por parte del Estado.

La relación entre la clase empresarial y el Estado ha cambiado también, de tal forma que para la primera resulta difícil influir en las políticas públicas por medio de los mecanismos tradicionales (organismos empresariales). Actualmente, el sistema de oportunidades está disperso y es mucho más fluido, por lo que incidir en los medios de comunicación es más rentable en términos políticos que cabildar ante funcionarios que tienen demasiados obstáculos políticos frente a sí para actuar. Una buena reputación, una buena imagen mediática y un buen discurso sobre RSE contribuyen a la urgente legitimidad que las empresas requieren para lograr decisiones de funcionarios y diputados, así como para cotizar en el ámbito internacional. Por ello, la RSE se convierte en un medio para mejorar la percepción social sobre el capital privado, tanto de la opinión pública como de quienes toman decisiones sobre regulaciones que afectan a las empresas.²⁷

²⁷ La opinión de Denisse Dresser ilustra muy bien este argumento: "Hoy por hoy, el poder de Carlos Slim en México es un poder innombrable. Del que casi nadie habla; del que casi ningún medio se ocupa; del que casi ningún periodista escribe; del que casi ningún intelectual habla; ése que ningún regulador mexicano se atreve a tocar. Por lo menos es un empresario nacional, dicen. Por lo menos invierte en México, dicen. Por lo menos está preocupado por el desarrollo del país y da discursos al respecto. Pero hay un serio problema con estos razonamientos. Eluden el hecho innegable de un juego suma-cero: lo que entra al bolsillo de Carlos Slim sale del bolsillo de los consumidores mexicanos. Y la porción que se embolsa es más de lo que le debería tocar. Más de lo que el gobierno debería permitir. No tenía que haber sido así. Todos los países enfrentan los mismos dilemas pero muchos han sabido resolverlos mejor. Todos los gobiernos negocian con las compañías de telecomunicaciones y llegan a acuerdos aceptables sobre los márgenes de ganancia y las tarifas ofrecidas. Todas las economías exitosas y competitivas cuentan con una buena regulación. Tienen a alguien que pelea en favor de los precios bajos y las tarifas reducidas y la competencia y la buena calidad y los intereses del público. Tienen telecomunicaciones que fomentan la competitividad como en la India, donde una llamada a Estados Unidos es increíblemente barata. México jamás va a ser así mientras el gobierno se sienta en la mesa de Carlos Slim en vez de regularlo. Mientras la clase empresarial lo perciba

En este proceso, la RSE se vuelve una oportunidad para que las empresas tomen en cuenta las externalidades que producen, es decir, los costos y efectos ambientales y sociales, como costos de su propio negocio. Las empresas que la asumen, incluso como discurso, reconocen la dimensión pública de su actuar y, por lo mismo, crean nuevas expectativas sobre lo que es un comportamiento deseable, más allá del cumplimiento de las leyes a las cuales deben sujetarse. Las empresas deben prever entonces que en la definición de una empresa socialmente responsable no sólo participan ellas, sino sobre todo las expectativas y exigencias de la sociedad, los medios de comunicación y el Estado. Por tanto, han comenzado a asumir un papel más público, aunque con un alto componente filantrópico y asistencial, ya sea publicitando sus donaciones o cabildeando ante un sistema político más plural.

El análisis de los procedimientos de certificación en México permite construir una mejor aproximación al cumplimiento y, sobre todo, a las exigencias que los actores establecen sobre qué es una empresa socialmente responsable. Bajo este enfoque, se concibe que las leyes emitidas por el Estado no son el único mecanismo para regular el comportamiento de las corporaciones; también hay mecanismos de autorregulación y de regulación civil, que junto con las leyes componen los estándares, procesos de verificación y monitoreo que las empresas deben de cumplir. Desde 1992 el gobierno federal ha elegido el camino de promover las certificaciones y distintivos de carácter voluntario para encauzar ciertas conductas y objetivos dentro de las empresas, con el propósito de lograr avances en materia ambiental y de equidad en las condiciones laborales. Así, ha agregado a sus instrumentos jurídicos regulatorios obligatorios, un número creciente de distintivos voluntarios para reconocer prácticas de RSE, y a su capacidad tributaria, un

como un ejemplo a seguir en vez de un cuello de botella. Mientras los medios no hagan las preguntas necesarias y la investigación indispensable. Mientras la población siga pagando la cuenta porque cree que no tiene otra opción... Cuando el poder de Carlos Slim deje de ser un poder innombrable y se convierta en un poder regulado. Cuando importe más el consumidor que el multimillonario que ha contribuido a crear" [Dresser, 2005].

portafolio de proyectos sociales para que las empresas aporten recursos adicionales.

Al analizar las certificaciones voluntarias nacionales, se observa que de las seis iniciativas identificadas de RSE, tres son promovidas por el gobierno federal. El Distintivo ESR[®] del Cemefi, aunque nace en el seno de una organización civil, entraña alianzas con los principales organismos empresariales y en la práctica se acerca más a un esquema de autorregulación que de regulación civil. Una de las certificaciones más importantes, Industria Limpia, aunque es voluntaria, no va “más allá de la ley”, pues justamente certifica el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente. Quizás estos mecanismos voluntarios se utilizan debido a la incapacidad gubernamental de inspeccionar y sancionar el incumplimiento de la regulación vigente, trasladando los costos de inspección a la propia empresa. Otra razón sería el propósito del Estado por responder a las demandas de grupos de mujeres, discapacitados, adultos mayores y personas con VIH/sida, que buscan mejorar sus condiciones laborales. Ante la dificultad de introducir normas de carácter general y en reconocimiento de la precariedad de las empresas mexicanas promedio, el gobierno optaría por mecanismos voluntarios que van “más allá de la ley”, sin implicar un cumplimiento exigible y sancionable a los negocios que no las asuman.

Según una encuesta realizada en 2005, cuatro de cada 10 consumidores expresaron que decidieron hacer la compra de un producto con proyecto de RSE, y 38% señalaron como buenas empresas a las que apoyan causas [Vivian Blair y Asociados y Latin American Marketing Consultants, 2008]. Aunque estos porcentajes son altos, reflejan sólo buenos propósitos: sólo hay una incipiente intención de contribuir como consumidor de productos y servicios con causas sociales, ya que la ciudadanía mexicana es probablemente la parte más débil. Asimismo, el surgimiento de organizaciones civiles que defienden causas de responsabilidad social es un tanto precario y existen muy pocas OSC especializadas en vigilar e influir en las prácticas de las empresas.²⁸

²⁸ Red Puentes, capítulo México, busca “fomentar la cultura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la visión de las Organizaciones de la Sociedad Civil, a fin de contribuir a la justicia social”. Está formada por CAMFO, CIDHAL, Co-

La RSE busca garantizar voz y control a distintos *stakeholders* —como los trabajadores, consumidores y comunidades donde operan las empresas—, sobre el desempeño ambiental, ético y social de éstas; prácticamente no hay en México iniciativas destacables de organizaciones que avancen hacia la denuncia y la verificación externa independiente. Sin una presión ciudadana auténtica, los estándares se convierten en pisos mínimos y no en estándares para un desempeño de excelencia. La debilidad de las organizaciones sociales para interactuar con organizaciones empresariales, la falta de diálogos intersectoriales y las incipientes alianzas estratégicas entre los diferentes sectores reflejan un significativo desequilibrio de fuerzas y una falta de mecanismos civiles de articulación.

Además, aun cuando los temas de transparencia y rendición de cuentas han avanzado de manera sustancial en el país, están ausentes en relación con la RSE, pues sólo en dos certificaciones se manejan expedientes abiertos y públicos, gracias a circunstancias más bien fortuitas debidas a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. Todo esto dificulta sobremanera la posibilidad de construir un auténtico esquema de RSE en el país. En comparación con otros casos latinoamericanos, en México se observa un déficit de regulación civil, organizaciones civiles independientes y profesionales con agendas de responsabilidad y un gran trecho por recorrer en las prácticas de reportes y actuación transparente de las empresas.

La RSE requiere institucionalizarse y profesionalizarse en las empresas mexicanas, bajo un enfoque que busque un mayor impacto en el desarrollo social de las comunidades. La ampliación y diversificación de las actividades relacionadas con ella carece de sentido si no cuenta con la participación y presencia de actores civiles independientes, que puedan ayudar a dar coherencia y solidez a las iniciativas, así como evitar que se limiten a constituir estrategias de promoción de la imagen corporativa. Por ello, si bien la RSE se

mercio Justo México, Enlace Comunicación y Capacitación, Fundación Rostros y Voces, Fundación Comunitaria Querétaro, Frente Auténtico del Trabajo (FAT), Fundación Comunidad Morelos, El Poder del Consumidor y GEA. Hasta la fecha, sus aportaciones en el campo no son claras (véase www.redpuentesmexico.org).

ha identificado como una actividad propia de la administración empresarial, se trata de un asunto que rebasa a este sector. Claramente, la tendencia internacional actual es agregar la regulación civil a las autorregulaciones empresariales y las regulaciones gubernamentales, mediante esquemas de certificación y verificación por parte de terceros. En este contexto, se requiere complementar la promoción de distintivos, códigos de conducta y publicación de reportes voluntarios, actividades aún incipientes en México, con legislación, reforzamiento de la inspección y sanciones por incumplimiento y, por otro lado, con mecanismos de certificación en que participen distintos actores civiles, estableciendo mayores estándares y verificaciones independientes.

Si bien la regulación civil garantiza mayor sustentabilidad que la autorregulación, porque involucra a más actores y compromisos, potencialmente también es sujeta de reversión, puesto que las sanciones de estas iniciativas se vinculan sólo de modo indirecto con las finanzas de la empresa, en tanto que afectan su imagen y prestigio frente a una ciudadanía no necesariamente dispuesta a sancionar los mercados. Por consiguiente, el actuar de organizaciones civiles y una mayor conciencia de los consumidores y los ciudadanos son de igual modo indispensables, para que no sólo denuncien y reprueben la explotación, la desigualdad y el privilegio, sino que desarrollen expectativas más claras de lo que debe ser una empresa responsable, sustentable y rentable.

BIBLIOGRAFÍA

- Agüero, Felipe [2005], "The promotion of corporate social responsibility in Latin America", Cynthia Sanborn y Felipe Portocarrero (eds.), *Philanthropy and social change in Latin America*, Cambridge, Harvard University Press, pp. 103-134.
- ____ [2002], "Mexico business social responsibility", reporte para Fundación Ford.
- Alarcón, Diana y Terry McKinley [1998], "Increasing wage inequality and trade liberalization in Mexico", Albert Berry

- (ed.), *Poverty, economic reform and income distribution in Latin America*, Boulder, Lynne-Rienner.
- Altimir, Oscar [1998], "Inequality, employment and poverty in Latin America: an overview", Victor Tokman y Guillermo O'Donnell (eds.), *Poverty and inequality in Latin America. Issues and new challenges*, Notre Dame, Indiana, The University of Notre Dame Press.
- Araya, Monica [2005], "GRI reporting in Latin America and the Caribbean", *Empresa Informa Forum*, Brief 1, marzo 2005, <<http://www.yale.edu/empresainforma/filebin/brief1.pdf>>, 3 de abril de 2006.
- Barkin, David [1999], "The greening business in Mexico", *UNRISD Discussion Paper*, núm. 110, Ginebra, UNRISD.
- Berry, Albert (ed.) [1998], *Poverty, economic reform and income distribution in Latin America*, Boulder, Lynne-Rienner.
- Bonini, Sheila et al. [2006], "When social issues become strategic. Executives ignore sociopolitical debates at their own peril", *The McKinsey Quarterly*, núm. 2, <<http://www.mckinseyquarterly.com>>, 31 marzo de 2006.
- Bresser Pereira, Luiz Carlos y Nuria Cunnill (orgs.) [1999], *Lo público no estatal en la reforma del Estado*, Venezuela, CLAD.
- Canto Chac, Manuel (coord.) [1998], *De lo cívico a lo público: una discusión de las organizaciones civiles*, México, Red Mexicana de Investigadores sobre Organizaciones Civiles/Centro de Estudios Sociales y Culturales Antonio Montesinos.
- Cardozo Brum, Myriam [2003], "Gobiernos y organizaciones no gubernamentales ante la responsabilidad social empresarial", *La Alianza Global Jus Semper*, Salarios Dignos Norte y Sur, (Breviario Temático LISDINYS/Responsabilidad Social Corporativa), p. 7.
- Carrillo, Patricia, Mónica Tapia, Adriana Abardía e Ida Rosell [2006], "Tendencias de la filantropía corporativa en México", Reporte para Fondo Unido México, United Way International y la Fundación General Electric, México, Alternativas Sociales en Planeación y Evaluación, S.C.
- ____, Mónica Tapia, Socorro Vargas y Michael Layton [2009], "El diagnóstico sobre filantropía corporativa", México, Alternativas y Capacidades/ITAM.

- Cemefi [2006], "Convocatoria Mejores Prácticas y Empresa Socialmente Responsable, 2006", México, Cemefi <<http://www.cemefi.org.mx/esr> y http://www.cemefi.org/index.php?option=com_content&task=view&id=391&Itemid=66>, 22 de febrero de 2006.
- _____ e ITESM [1999], *Los factores que impactan a las empresas para el desarrollo de la filantropía corporativa*, México, Cemefi-ITESM.
- Conaes [2005a], Agencia EFE, 15 de febrero.
- _____ [2005b], *La Jornada*, 16 de febrero.
- _____ [2005c], *Notimex*, 15 de febrero.
- _____ [2005d], *Reforma*, 19 de febrero.
- Dagnino, Evelina [2003], *Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina: Brasil, México, FCE-UV*.
- Dresser, Denise [2005], "El verdadero innombrable", *Reforma*, 28 de marzo.
- El Financiero* [2006], "Boom de empresas certificadoras fantasma", <<http://www.qualitylink.com.mx/qlnoticias.html>>, 3 de abril de 2006.
- Greaves, Patricia [2006], *Empresarios mexicanos ante la responsabilidad social*, México, Instituto de Investigaciones sobre Desarrollo Sustentable y Equidad Social.
- Helwege, Ann [1995], "Poverty in Latin America: back to the abyss?", *Journal of Inter-American studies and World affairs*, 37(3): 99-123.
- Inmujeres [2005], *Programa de adopción del Modelo de Equidad de Género*, México, Inmujeres, <<http://www.inmujeres.gob.mx>>, 30 de marzo de 2006.
- Isunza-Vera, Ernesto y Alberto Olvera (coords.) [2006], *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: participación ciudadana y control social*, México, CIESAS/Porrúa/UV.
- Johnson, David B. [1991], *Public choice: an introduction to the new political economy*, Mountain View, California, Bristleclone Books, pp. 67-70 y 10-110.
- Morales Camarena, Francisco J. [2000], "Volunteerism in Mexico", <<http://www.servicelider.org/new/international/articles/2004/03/000210.php#1>>, 3 de enero de 2007.

- Olvera, Alberto [2003], *Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina: México, México, Fondo de Cultura Económica/Universidad Veracruzana*.
- Pacto Mundial México [2006], <http://www.unglobalcompact.org/ParticipantsAndStakeholders/search_participant.html?pc=250&submit_x=page>, 4 de enero de 2007.
- Profepa [2000], "Reglamento de la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Auditoría Ambiental", artículo 2º <<http://www.profepa.gob.mx/NR/rdonlyres/36D89C9A-5D05-4526-BE90-E9FF099FED0E/1795/REGLAMENTO20EN20MATERIA20DE20AUDITORIA20AMBIENTAL.pdf>>, 5 de marzo de 2006.
- _____ [2002], "Código de ética", <<http://www.profepa.gob.mx/recursos/Código%20Ética%20AA.pdf>>, 5 de marzo de 2006.
- _____ [2005], "Términos de referencia para la realización de auditorías ambientales a organización no industriales", <<http://www.profepa.gob.mx/NR/rdonlyres/8151EA51-EF0E-4AAF-9A24-B7092C99D7B2/1793/PPASAA152DTR02rev0.pdf>>, 5 de marzo de 2006.
- _____ [2006a], "Tabla de Evolución de las Auditorías Ambientales a través de la vida del Programa", <<http://www.profepa.gob.mx/PROFEPA/AuditoriaAmbiental/ProgramaNacionaldeAuditoriaAmbiental/EstadisticasdelPNAA/TablaDeEvolucioDeLas+AuditoriasAmbientalesATravesDeLaVidaDelPrograma.htm>>, 8 de enero de 2007.
- _____ [2006b], "Listado de instalaciones certificadas", <<http://www.profepa.gob.mx/PROFEPA/AuditoriaAmbiental/ProgramaNacionaldeAuditoriaAmbiental/ListadoDeInstalacionesCertificadas.htm>>, 8 de enero de 2007.
- _____ [2006c], "Programa Nacional de Auditoría Ambiental", <<http://www.profepa.gob.mx/PROFEPA/AuditoriaAmbiental/ProgramaNacionaldeAuditoriaAmbiental>>, 8 de enero de 2007.
- Reforma* [2006a], "Surgen 1.3 millones de nuevos informales", 9 de septiembre.
- _____ [2006b], "Toca nivel mínimo el empleo informal", 25 de agosto.

- Reforma* [2006c], "Defienden rescate bancario", 30 de agosto y 1 de septiembre.
- Reygadas Robles Gil, Rafael [1998], *Abriendo veredas. Iniciativas públicas y sociales de las redes de organizaciones civiles*, México, Convergencia de Organismos Civiles por la Democracia.
- Schneider, Ben Ross [2002], "Why is mexican business so organized?", en *Latin American Research Review*, 37(1): 77-117.
- Secretaría de Economía [2006a], <<http://www.maquilaportal.com>>, 3 de abril de 2006.
- _____ [2006b], <<http://www.economia-iso9000.gob.mx/cgi-bin/iso9000.sh/cgis/criterios>>, 4 de abril 2006.
- STPS [2006], Presentación elaborada por la Dirección de Equidad y Desarrollo Laboral para Adultos Mayores, Personas con Discapacidad y Personas que viven con VIH/SIDA, México, STPS.
- UNRISD [2004], "Responsabilidad social y regulación de las empresas", *UNRISD Investigación y Política- Síntesis I*, Suiza.
- Utting, Peter [2000], *Business responsibility for sustainable development*, occasional paper 2, Ginebra, UNRISD.
- _____ [2002], "Regulating business via multistakeholder initiatives: a preliminary assessment", Ryhs Jenkins, Peter Utting y Renato Alva Pino, *Voluntary approaches to corporate responsibility: readings and a resource guide*, Ginebra, UNRISD.
- Vivian Blair y Asociados y Latin American Marketing Consultants [2008], "¿Buenas causas o buenas ventas", *Expansión*, 7-20 de julio de 2008.
- Winder, David [2001], "Local vision plus international influence: the case of Cemefi", *Alliance*, vol. 3, núm. 1, marzo.
- _____ [2004], "Innovations in strategic philanthropy. Comparative lessons from Asia, Africa, Latin America and Central and Eastern Europe: the case of Mexico", paper prepared for International Network on Strategic Philanthropy 2004 <<http://www.synergos.org>>.
- Zadek, Simon [2001], *The civil corporation. The new economy of corporate citizenship*, Londres, Earthscan-The New Economics Corporation-Alternativas y Capacidades, A.C.

MÁS ALLÁ DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL: DESAFÍOS PARA LA CONSTRUCCIÓN
DE UN NUEVO PARADIGMA ECONÓMICO
DESDE AMÉRICA LATINA

Miguel Ángel Paz Carrasco*

El resquebrajamiento de los dogmas neoliberales de la privatización y la desregulación con el colapso de la economía real, cuestiona de fondo la política macroeconómica implantada en México desde la crisis de 1982 y pone de manifiesto la degradación de las instituciones y la desintegración de la moral pública que llevan al desmantelamiento del Estado.

En la actualidad se cuestiona el modelo de desarrollo hegemónico y las instituciones que han impuesto una estrategia económica de producción para el mercado que coloca a nuestro país en un nivel de economía primario-exportadora (mano de obra y recursos naturales) y con el récord de recesión en forma de L más larga del mundo. La crisis de credibilidad no es exclusiva de las instituciones políticas en sus tres órdenes: legislativa, judicial y ejecutiva (principalmente partidos políticos y cuerpos de seguridad); tam-

* Director general de Enlace, Comunicación y Capacitación, A.C. Desde 2007 es coordinador de Red Puentes México.