

RSE y los consumidores

Alejandro Calvillo Unna

El Poder del Consumidor, A.C.

La responsabilidad social empresarial difiere por países, aunque se trate de las mismas empresas, y esto se debe a la falta de legislación y/o a la falta de implementación de la existente. Esta situación impacta sobre los consumidores, su economía, su calidad de vida, su salud e, incluso, sobre aspectos que son cada vez más de intereses de los ciudadanos como consumidores: la economía, los derechos laborales, la cultura y la democracia. Estos aspectos aparecen en la escena de los intereses de los consumidores y sus organizaciones cuando surge el interés por saber qué hay detrás de un producto. Existe una larga historia al respecto que podemos remontar a las campañas entre la población inglesa en contra de consumir azúcar proveniente de las plantaciones esclavistas. De ahí hasta el comercio justo, los productos orgánicos y las campañas contra las empresas que se abastecen de productos elaborados bajo condiciones, de lo que el Congreso de los EUA reconoce como formas de esclavitud moderna. Los consumidores ponen el interés en lo que hay detrás del producto por una sola razón, saben que al adquirir un producto o servicio están favoreciendo una forma de producción, de relación y condiciones de trabajo, de cuidado o no con el medio ambiente, con su propia salud, con la justicia social, la cultura y la democracia.

Los impactos directos sobre el consumidor por una falta de legislación o su implementación en las prácticas empresariales se manifiestan en el sobreprecio y la mala calidad de los productos y servicios, así como en la impunidad frente a contratos abusivos. El origen de estas prácticas parte, entre otras cosas, de las prácticas monopólicas tan extendidas en el país, tanto de empresas privadas como públicas. Se fortalecen por la falta de herramientas legales para la defensa efectiva por parte de los consumidores de sus derechos. Desde una débil Procuraduría Federal del Consumidor cuyas facultades se limitan a la conciliación, en la mayoría de los casos; pasando por una Comisión Federal de Competencia sin el marco legal requerido para que de manera efectiva impida las prácticas monopólicas; hasta la falta de herramientas legales como lo son las acciones colectivas que existen en otros países desde hace varios decenios y que en México no existen por la fuerte resistencia de las mismas empresas que en otros países conviven con ellas.

El Consejo Coordinador Empresarial y las prácticas monopólicas. El CCE ha sido la máxima expresión de la oposición a los derechos de los consumidores por parte de las empresas. Por dar un par de ejemplos recientes: el CCE se ha opuesto a que las multas por prácticas monopólicas en México aumenten para ubicarse entre los estándares internacionales.

Un comparativo entre las multas establecidas en México contra este tipo de prácticas con las existentes en otros países explica por qué este tipo de prácticas son tan comunes en México:

Multas por prácticas monopólicas absolutas (en pesos)

En México la multa máxima es de 76 millones; Francia en 2005 en telefonía celular multó con 3,148 millones a Orange France, 2,705 millones a SFR y 713 millones a Buygues Telecom; Estados Unidos en 1999 en vitaminas aplicó una multa a Hoffman-La Roche de

4,667 millones y 2,100 millones a BASF AG; la Comisión Europea en 2007 en elevadores multó a ThyssenKrupp con 6,916 millones, a Otis con 3,242 millones, a Kone con 2,048 millones.

Multas por prácticas monopólicas relativas (en pesos)

En México la multa máxima es por 45.5 millones; la Comisión Europea en 2007 multó a Telefónica con 2,225 millones, en 2004 a Microsoft con 6,675 millones; Francia en 2005 multó a France Telecom con 1,012 millones

Un ejemplo es la sanción que se aplicó a Coca Cola después de que la Comisión Federal de Competencia (Cofeco) comprobó, tras una denuncia, que esta empresa estaba realizando contratos de venta exclusiva de sus productos en tiendas de abarrotes en toda la República con el fin de desplazar a la competencia. Comprobó que solamente en 1999 las erogaciones de la empresa para incentivos a cambio de exclusividad fueron de 634.8 millones de pesos. La multa impuesta a The Coca Cola Export Corporation, Coca Cola Femsa y sus embotelladoras fue de 10.5 millones de pesos respectivamente, 60 veces menos de lo que la corporación erogó en incentivos para lograr su exclusividad sólo en el año 1999.

EL CCE y la regulación de los alimentos en las escuelas es otro caso ejemplar. Desde junio de este año comenzó una actividad pública del CCE en contra de la regulación de los alimentos al interior de las escuelas. Contrariando toda la evidencia científica que demuestra que los alimentos que se ofrecen en las escuelas contribuyen de manera significativa a los hábitos alimentarios, lanzaron una campaña en contra de esta regulación, articulándose con la Secretaría de Economía como su principal cabildero ante Presidencia para tirar abajo la regulación elaborado por los expertos del país que retomaba las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud y las políticas públicas desarrolladas en otras naciones. El CCE junto con Conmexico, que agrupa a las empresas procesadoras de alimentos deformaron la regulación original dejando la comida chatarra en las escuelas e introduciendo los alimentos y las bebidas con edulcorantes no calóricos en primarias y secundarias en contra de las propias recomendaciones que había elaborado la Secretaría de Salud y la protesta de los expertos del Instituto Nacional de Salud Pública.

El tercer ejemplo es el del CCE en contra de que los ciudadanos mexicanos contemos con el derecho a las acciones colectivas. La reciente reforma del artículo 17 de la Constitución obliga al legislativo a establecer el marco legal para las acciones colectivas. El CCE se opone a que las acciones colectivas sean un derecho efectivo para equilibrar las relaciones entre las corporaciones y los consumidores. La legislación de protección al consumidor en México y el resto del mundo reconocen que la relación entre proveedores y consumidores y usuarios es desigual, tratando que la legislación pueda compensar esas desigualdades. Sin embargo, un instrumento básico para compensar esas desigualdades, las acciones colectivas, es bloqueado permanentemente por el CCE. El CCE ha pretendido que las acciones colectivas sean un monopolio de instituciones como Profeco, Conducef y Profepa y no un derecho ciudadano, se niega a aceptar que exista una reparación del daño, exige que las acciones colectivas sólo beneficien a quienes las sustentan y no a todos los afectados, etc., etc.

En este contexto se vuelve ya anacrónico el intento empresarial de confundir la RSE con la filantropía en México, como lo ha hecho el Centro Mexicano de Filantropía cuando da un sello de reconocimiento de empresa socialmente responsable a Walmart y a Telmex. La RSE no tiene ninguna relación con las obras de caridad y el maquillaje social de las empresas, con una telefónica que da becas y al mismo tiempo mantiene contratos abusivos y hace cobros ilegítimos, o una panificadora industrial que promueve el deterioro de los hábitos alimentarios y engaña a los consumidores mientras su fundador aparece como uno de los grandes filántropos del país, confundiendo esto con la RSE.

Desde nuestro punto de vista, de las organizaciones civiles, la RSE tiene que ver con las prácticas que están en el corazón de las empresas, con la relación de la empresa con sus trabajadores, su salario, sus condiciones de trabajo; con el impacto de la empresa sobre las comunidades y la economía local y regional; con los consumidores, con la calidad y el precio de sus productos, así como con los contratos que establece con ellos; con la salud de la población; con la cultura y con la democracia. En estos dos últimos aspectos caben las preguntas: ¿no tiene responsabilidad Televisa y TV Azteca en el deterioro de la cultura infantil en México?, ¿no tienen responsabilidad las empresas, estas mismas televisoras y otras más, como el propio CCE, en el daño a la democracia que provocan al querer influir con su poder en los procesos electorales? A continuación presentamos los aspectos que consideramos centrales en la definición de la RSE:

RSE con los trabajadores y la economía

La dignidad en el salario y en las condiciones de trabajo significa una remuneración económica que permita a la persona y su familia condiciones de vida satisfactorias. Un salario digno debe permitirles cubrir sus necesidades básicas: alimentación, vivienda, educación, salud y transporte. Esto no tiene que ver con un salario "legal", es decir, con el pago del salario mínimo establecido por las autoridades, pues éste no permite llevar una vida digna. Desgraciadamente, las grandes corporaciones se trasladan a las regiones donde los salarios mínimos son los más bajos o no existen, y donde la legislación laboral no se cumple o sólo favorece sus intereses. Así contribuyen al deterioro de las condiciones laborales, fenómeno que hoy se observa en casi todo el mundo y que afecta la calidad de vida de las personas y destruye estabilidad mínima necesaria para el desarrollo de una familia. Más aún, este deterioro del salario y de las condiciones de vida está provocando una descomposición social profunda.

Es por lo anterior que la mayor parte de las grandes corporaciones ha establecido su base de producción en China, por los muy bajos salarios, la casi nula legislación laboral y la enorme fuerza de trabajo. Se estima que entre 100 y 300 millones de chinos podrán ingresar a las fábricas en los próximos diez años. Sin embargo, los trabajadores chinos están reclamando cada vez con mayor fuerza mejoras en sus condiciones de trabajo, a tal grado que el gobierno ya propuso una nueva ley laboral.

La respuesta fue una inmediata oposición empresarial, a pesar de que esta propuesta legal reconocía hasta ahora algunos de los derechos laborales básicos, como la obligatoriedad de contratos laborales y la indemnización en caso de despido. Quienes se oponen a esta ley y están presionando para que estos derechos no sean reconocidos a los

trabajadores chinos son empresas transnacionales como Wal-Mart, Google, Microsoft y Nike, entre otras, a través de las organizaciones empresariales de las que forman parte como la Cámara de Comercio de Shanghai y el Consejo Empresarial USA-China.

Aunque las empresas Google y Microsoft, particularmente Bill Gates, aparecen como las corporaciones con mayores acciones filantrópicas por otorgar grandes donativos a causas humanitarias, la realidad es que no están dispuestas a reducir su margen de ganancias aunque esto signifique violar los derechos laborales de quienes producen sus artículos y mantenerlos en condiciones de explotación, lo cual exhibe la falsedad de presentarse como empresas socialmente responsables.

Por otro lado, las empresas tienen una responsabilidad directa en cuanto a sus prácticas comerciales. No podría hablarse de que una empresa es socialmente responsable si realiza prácticas monopólicas u oligopólicas. Es un hecho que la concentración del poder económico en unas cuantas empresas está ocurriendo tanto a escala global como nacional. En México, empresas con prácticas monopólicas u oligopólicas, como las de televisión y telecomunicaciones, y transnacionales como Monsanto, han desarrollado un control casi absoluto sobre la legislación de su ramo, imponen precios y no permiten la competencia. Esta situación afecta el derecho de los ciudadanos a tener opciones de información, cultura y entretenimiento, de acceso a precios justos por los servicios y amenaza las formas tradicionales de producción agrícola. Incluso las empresas han redactado legislaciones que les favorecen, afectando derechos básicos de los consumidores, cuyos intereses no están representados en el poder legislativo.

Las empresas tienen también responsabilidad sobre las economías locales. Un ejemplo muy claro es el de los impactos de la cadena Wal-Mart sobre las redes de comercio en las localidades donde instala sus megatiendas. Las campañas internacionales contra esta empresa manejan el lema "bajos precios a altos costos" y con ello se refieren, entre otras cosas, al daño a la economía de los pequeños y medianos comercios. El balance entre el número de empleos que genera y los empleos que destruye y los daños económicos que provoca a la localidad, resulta totalmente negativo para Wal-Mart.

Otro ejemplo con un impacto mayor, a nivel nacional, es el que pueden provocar empresas como Monsanto en la economía de millones de productores agrícolas. De darse la difusión del maíz transgénico en México y la entrada de las estructuras genéticas de este producto a las variedades criollas del maíz mexicano, esta empresa estará en posibilidades de demandar a los campesinos mexicanos el pago de regalías cada vez que quieran sembrar maíz ya que este grano tendrá la estructura genética patentada por la empresa.

La responsabilidad económica empresarial está en la base de la salud material y económica de una comunidad, de un estado o de un país. Las empresas pueden contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa o, por el contrario, pueden agudizar las diferencias y aumentar la pobreza. Y al final de la cadena, los consumidores también participamos en la generación de impactos económicos positivos o negativos sobre nuestra sociedad, al elegir qué artículos o servicios adquirimos y dónde lo hacemos

RSE y la salud de la población

Las empresas pueden afectar la salud de las personas a través de los productos o servicios que proporcionan, o por los impactos que provocan sus actividades productivas sobre el medio ambiente y los individuos. Para una empresa responsable, bastaría la duda sobre la seguridad de sus procedimientos o sobre un elemento que utiliza como ingrediente en un producto para que tomara medidas correctivas. Sin embargo, esa no es la regla. Por eso es necesario exigirles que asuman su responsabilidad sobre la salud de la población, desde la empresa que comercializa los agroquímicos peligrosos que permanecen en los alimentos hasta la que los procesa esos alimentos con una cantidad enorme de aditivos, azúcar, grasas o sal.

Este problema es serio, como lo han demostrado los múltiples estudios que se han realizado para medir la presencia de compuestos tóxicos en el cuerpo humano. En 2004 se analizó en los Estados Unidos la presencia de toxinas en la sangre del cordón umbilical de diez niños recién nacidos. Se encontró un promedio de 200 químicos peligrosos utilizados tanto en empaques de comida rápida como en plaguicidas, retardantes de flama y residuos del teflón. Varias de estas sustancias han sido relacionadas con cáncer, defectos de nacimiento, afectaciones al desarrollo cerebral, entre otros daños.

Otro estudio ilustrativo es el realizado con ministros de trece países de la Unión Europea durante una conferencia sobre salud en 2004, que accedieron a dar muestras de sangre para ser analizadas. Se sorprendieron al ver que los resultados mostraban la presencia de químicos sintéticos presentes en el empaque de comida rápida, en plaguicidas, en residuos de químicos añadidos a los plásticos, en fragancias y solventes industriales. Incluso había residuos de 22 químicos peligrosos que fueron prohibidos en Europa desde la década de 1970.

Se estima que alrededor de 100 mil químicos sintéticos han sido liberados al ambiente. Esto es grave por los efectos que produce cada uno de ellos y por los efectos adicionales que ocasionan al mezclarse entre sí, pues generan millones de posibles combinaciones con distintas consecuencias.

Nos centramos en el caso de los químicos sintéticos por el volumen de su producción, la extensión de su presencia y la magnitud de su impacto. Pero a ello debemos añadir los daños en la salud que pueden ser provocados por los cambios en los hábitos alimenticios que ha inducido la publicidad y la intensa comercialización de "alimentos" de baja calidad nutricional y con altos contenidos de azúcar, fructuosa u otros endulzantes, así como de alimentos con altos contenidos de sal, acidulantes y grasas saturadas o grasas trans - provenientes de aceites hidrogenados.

Estos cambios en los hábitos alimenticios y el consumo de esos "alimentos chatarra" constituyen hoy el más grave problema para el sistema de salud en México. En lo que el sector salud ha llamado la "epidemia" de sobrepeso y obesidad, que deriva en un incremento en diabetes, enfermedades del corazón y cáncer, las empresas productoras de alimentos procesados tienen una importante responsabilidad.

RSE y su impacto sobre la cultura

El impacto de la actividad empresarial sobre la cultura puede observarse nítidamente en los efectos provocados por la publicidad dirigida a los niños y la influencia que sobre ellos ejerce la televisión. Los estereotipos que promueve la publicidad entre los niños es una muestra de los impactos negativos de las empresas en la cultura.

La cultura es una expresión que reside en el ámbito social, aunque se ha convertido en un producto empresarial, por lo menos, en lo que se conoce como cultura masiva o cultura de masas. En este aspecto, la televisión juega un papel preponderante en la generación de los gustos de la población. Por eso, en México las empresas televisivas ya no ofrecen sus espacios para que los artistas tengan mayor proyección, sino estas empresas crean a sus propios "artistas", cancelando la presencia de la cultura popular. El resultado es un deterioro de la calidad y una mercantilización de lo que difícilmente se podrían llamar "valores".

No se puede hablar de una hegemonía televisiva sobre los gustos de la población, pero es un hecho su preponderancia en la creación de modelos de vida y consumo, principalmente entre los adolescentes. Asimismo, las tendencias mercantiles han logrado meter a los niños en los modelos dirigidos a los adolescentes. Y para todas las edades, la televisión establece valores centrados en la competencia, la posesión material, la dominación y el derroche. La televisión comercial es la cuna del consumismo y todas sus consecuencias ambientales, económicas, psicológicas y sociales.

En un país con más de la mitad de la población viviendo en la pobreza, lo que se difunde como modelo de vida es el de los habitantes extremadamente ricos (menos del 5% de la población). No se puede culpar a la televisión de su visión clasista y racista, esta es una realidad en todo México; sin embargo, la televisión y la publicidad en todos los medios reproducen y exacerba esta visión.

Por otro lado, la cultura es también información. La concentración de los medios y su falta de cultura ciudadana restringe el acceso a la información, limitando el ejercicio pleno de la democracia ya que éste requiere que los ciudadanos estén bien informados. Entre más se concentran los medios en pocas manos más facilidades hay de manipular la información, de dar "verdades a medias", de destacar lo insignificante y minimizar lo trascendente.

Las empresas socialmente responsables tienen un compromiso con la defensa y el enriquecimiento de la cultura. Son responsables de los impactos que los valores que promueven tienen sobre la sociedad.

Por nuestra parte, los consumidores tenemos la responsabilidad de ejercer nuestros derechos, de estar representados en organismos como la Comisión Federal de Competencia y la Comisión Federal de Telecomunicaciones para defender los valores culturales y fortalecer el desarrollo de opciones ciudadanas en los medios de comunicación. Es nuestra responsabilidad generar un diálogo público, una reflexión sobre los "valores" que se están creando, sobre las formas culturales que se están produciendo.

RSE con la democracia

Los valores básicos de la democracia moderna son: la libertad, la igualdad y la fraternidad. De ellos se desprenden el pluralismo, la tolerancia, la legalidad, la convivencia en la diversidad, la participación y la representación, entre otros.

Las empresas que buscan ser socialmente responsables deben ser promotoras y ejecutoras de los valores democráticos en su actividad cotidiana.

Desafortunadamente, las empresas pueden discriminar, explotar, infringir la legalidad, violar el derecho a la diversidad religiosa, sexual e ideológica, o negar la representación de los trabajadores. Es decir, pueden ser profundamente antidemocráticas.

En cuanto a los procesos electorales, las empresas no deben participar públicamente en ellos, no deben aportar recursos a las campañas políticas, ni dar donativos a los legisladores, ni expresar sus preferencias políticas, ya que las elecciones son un derecho exclusivo de las personas, de los ciudadanos. Las empresas son entidades morales, no físicas, y no están reconocidas como sujetos con voto en los procesos electorales. Su poder económico no debe intervenir en las elecciones, ni con apoyos a los candidatos y partidos políticos, ni con publicidad a favor de uno u otro.

Más allá de las preferencias electorales, es importante reconocer que México vivió un proceso electoral en el 2006 que fue manchado por la intervención ilegal del Consejo Coordinador Empresarial y varias empresas que buscaron, a través de la publicidad, influir en el voto ciudadano.

La responsabilidad social empresarial va de la mano del ejercicio y promoción de los valores de la democracia. Los consumidores tienen derecho a conocer las prácticas de las empresas en relación a los valores democráticos y son responsables de darlas a conocer para que el acto del consumo de productos o servicios se realice con plena conciencia.