

Tres perspectivas sobre cómo pueden las empresas multinacionales contribuir efectivamente a la consecución de los ODM

Carmen Valor*

resumen

Este artículo trata de responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿puede o no la empresa multinacional, a través de la llamada responsabilidad social corporativa, contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio? Para ello, analiza la postura de los distintos agentes implicados: políticos (especialmente Naciones Unidas, pero también OCDE y la Unión Europea), económicos (asociaciones empresariales) y sociales (organizaciones de la sociedad civil). Tras revisar los documentos emanados de estas organizaciones sobre el particular, se concluye que hay una divergencia fundamental entre los agentes económicos, que concluyen que siempre la empresa hace una contribución efectiva a los ODM, y los sociales, que en general se manifiestan en contra, ocupando los agentes políticos un punto intermedio en el continuo. Estas divergencias se dan en tres planos: motivación de la empresa para erradicar la pobreza, formas de realización y papel de la responsabilidad social corporativa.

Palabras clave: Objetivos de Desarrollo del Milenio, empresa, pobreza, responsabilidad social corporativa.

abstract

Three perspectives regarding how multinational companies may effectively contribute towards attaining MDG

This article tries to deal with the following research question, "Can a multinational company contribute towards achieving Millennium Development Goals (MDG) through so-called corporate social responsibility?" The position of the different agents involved was thus analysed: political (especially the United Nations, but also OECD and the European Union), economic (business associations) and social ones (civil society organisations). After reviewing the documents on this particular matter stemming from these organisations, it was concluded that there was a fundamental divergence between economic agents (where the company always makes an effective contribution to MDG) and social ones (generally declaring themselves against it), political agents occupying an intermediate point on the continuum. Such divergences occur on three planes: company motivation for eradicating poverty, how this is done and the role of a company's social responsibility.

Key words: Millennium Development Goals, company, poverty, corporate social responsibility.

Introducción

En 2000, 189 países se comprometieron a adoptar lo que se conoce como Declaración del Milenio (ONU, 2000, A/RES/55/2). Los ODM tienen como fin último eliminar la pobreza extrema. Esta deja de definirse únicamente en términos económicos (aquéllos que viven con menos de un dólar al día) para proponer un concepto multidimensional de pobreza, basado en la falta de oportunidades. Cada una de las dimensiones de esta forma de

entender la pobreza da lugar a un ODM. Por último, se añade un ODM dirigido a los países desarrollados, urgiéndoles a participar en una alianza global por el desarrollo (ONU, 2000, A/RES/55/2).

La Declaración del Milenio propone ocho objetivos. Éstos se dividen, a su vez, en 18 metas, y se acompañan de 48 indicadores que permiten a gobiernos y agencias internacionales examinar el grado de cumplimiento de cada objetivo.

* Profesora colaboradora de la Universidad Pontificia de Comillas-Icade.

Correo electrónico:
 cvalor@cee.upcomillas.es

Valor, C. (2009). Tres perspectivas sobre cómo pueden las empresas multinacionales contribuir efectivamente a la consecución de los ODM. *Innovar*, 19(33), 131-141.

Clasificación JEL: I38, M14	Recibido: enero de 2008	Aprobado: febrero de 2009
Correspondencia: Carmen Valor, Dpcho 402, Universidad Pontificia de Comillas-Icade, Alberto Aguilera, 23, 28015 Madrid.		

CUADRO 1. Objetivos y metas de Desarrollo del Milenio

Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre
Meta 1: reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas con ingresos inferiores a 1 dólar diario
Meta 2: reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padecen hambre
Objetivo 2: lograr la educación primaria universal
Meta 3: velar por que, para el año 2015, los niños y las niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de educación primaria
Objetivo 3: promover la equidad de género y autonomía de la mujer
Meta 4: eliminar las desigualdades de género en la educación primaria y secundaria preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la educación antes del final de 2015
Objetivo 4: reducir la mortalidad infantil
Meta 5: reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la tasa de mortalidad de los niños menores de 5 años
Objetivo 5: mejorar la salud materna
Meta 6: reducir, entre 1990 y 2015, la tasa de mortalidad materna en tres cuartas partes
Objetivo 6: combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
Meta 7: detener y comenzar a reducir, para el año 2015, la propagación del VIH/SIDA
Meta 8: detener y comenzar a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo y otras enfermedades graves
Objetivo 7: garantizar la sostenibilidad ambiental
Meta 9: incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos ambientales
Meta 10: reducir a la mitad, para el año 2015, la proporción de personas que carecen de acceso sostenible a agua potable
Meta 11: mejorar considerablemente, para el año 2020, la vida de por lo menos 100 millones de habitantes de los barrios más precarios
Objetivo 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo
Meta 12: desarrollar aún más un sistema financiero y de comercio abierto, regulado, previsible y no discriminatorio (incluye el compromiso de lograr una buena gobernabilidad y la reducción de la pobreza, en cada país y en el plano internacional).
Meta 13: atender las necesidades especiales de los países menos adelantados, lo que incluye el acceso libre de aranceles y cupos para las exportaciones de los países menos adelantados, el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres muy endeudados y la cancelación de la deuda bilateral oficial así como la concesión de una asistencia oficial para el desarrollo más generosa a los países que se hayan comprometido a reducir la pobreza
Meta 14: atender a las necesidades especiales de los países sin litoral y de los pequeños Estados insulares en desarrollo (mediante el Programa de Acción para el Desarrollo Sostenible de los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo y las disposiciones de la XXII Asamblea General).
Meta 15: encarar de manera general los problemas de la deuda de los países en desarrollo aplicando medidas nacionales e internacionales, con el fin de garantizar la sostenibilidad de la deuda a largo plazo
Meta 16: en cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo
Meta 17: en cooperación con los laboratorios farmacéuticos, proporcionar acceso a los medicamentos de primera necesidad y a precios asequibles, en los países en desarrollo
Meta 18: en colaboración con el sector privado, velar por que se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Los ODM son, sobre todo, un marco político. Representan un compromiso para los Estados, no para los demás agentes: son los poderes públicos de los países miembros de Naciones Unidas los que deben establecer las políticas adecuadas para conseguir las metas en el plazo marcado.

Pese a que los ODM son una estrategia política, se ha reiterado la necesidad de una alianza global para su cumplimiento, alianza que da lugar al objetivo 8. Esta alianza global implica, además de la colaboración de los gobiernos del Norte y del Sur, la participación y coordinación con las organizaciones de la sociedad civil y el sector empresarial. El informe final del Proyecto del Milenio de Naciones Unidas (2005) insta a la elaboración de estrategias en “estrecha colaboración con la sociedad civil y el sector privado nacional” p. 36.

Quedan menos de diez años para llegar a la fecha límite y todos los informes apuntan a que, en general, no se cumplirán los objetivos. Entre las razones ofrecidas para explicar por qué no (Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional, 2005; Proyecto del Milenio de Naciones Unidas, 2005), se hace alusión a la necesidad de involucrar de forma efectiva a las empresas, especialmente a las grandes multinacionales, tal como se recogía en el documento final de la Cumbre de Monterrey (A/CONF.198/11).

A pesar del ímpetu dado al tema por parte de los organismos multilaterales, lo cierto es que la relación entre ODM y empresa multinacional es todavía un asunto poco tratado en la literatura y poco desarrollado en la práctica. Las encuestas muestran que los directivos no conocen esta estrategia global para acabar con la pobreza (Edelman *et al.*, 2005). Sólo 10 empresas

(aproximadamente el 20% de las mayores empresas que publican informes de RSC) informan sobre cómo están contribuyendo a alcanzar los ODM en sus memorias de RSC o sostenibilidad (Sustainability, 2006).

El debate sobre la contribución de la empresa multinacional a los ODM es paralelo al más antiguo sobre el papel de la empresa multinacional en el desarrollo del Sur. Este debate debe entenderse como un continuo, cuyos polos están representados por los que llamaremos “neoliberales” y “revolucionarios”. Los “revolucionarios” entienden que la empresa multinacional tiene siempre y necesariamente un efecto negativo en los países del Sur: destrucción de empleo, alteración del capital social, corrupción, etc. Los neoliberales, al contrario, entienden que la contribución al desarrollo es siempre positiva. La entrada de empresas multinacionales en el Sur permite la creación de empleo, la creación de infraestructuras, desarrolla la formación de los empleados, etc. Por lo tanto, este grupo sostiene que la estrategia de “*business as usual*”, sin introducir ningún cambio en las operaciones, es, siempre, beneficiosa para el desarrollo.

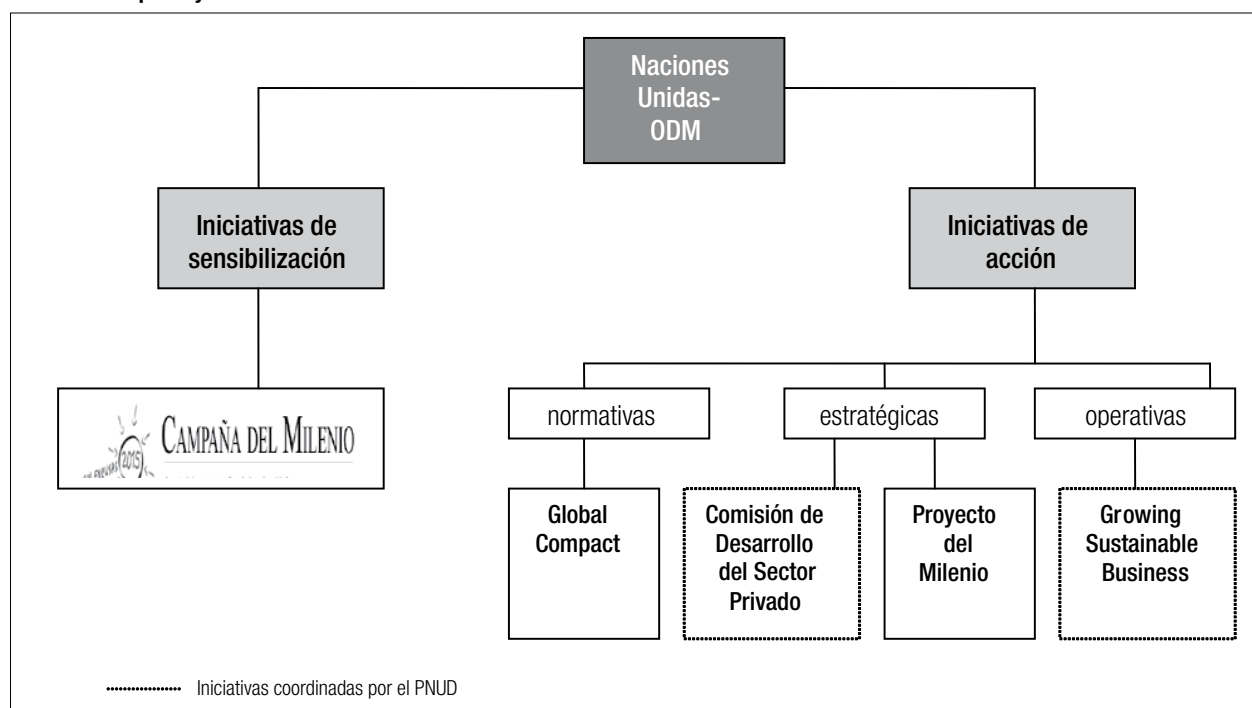
Estas dos posturas han sido suficientemente analizadas en la literatura y no se volverá sobre ellas (Michael, 2003). Entre ambas, caben muchas posturas intermedias, que se caracterizan por establecer ciertas condiciones que la empresa debe cumplir para poder decir que sus operaciones benefician al Sur. Este artículo

trata de dar respuesta precisamente a esta pregunta de investigación: ¿en qué condiciones contribuirá la empresa a la consecución de los ODM? Para dar respuesta, en este documento se expone la visión de las distintas partes implicadas: Naciones Unidas y otros organismos supranacionales (OCDE y Unión Europea, principalmente), asociaciones empresariales y sociedad civil. Se concluye ofreciendo un análisis comparativo de estas tres perspectivas, como paso previo para responder a la pregunta de investigación que da origen a este trabajo.

La perspectiva de Naciones Unidas

Naciones Unidas hace referencia a la empresa en distintas iniciativas creadas para impulsar los ODM. Estas iniciativas son de dos tipos: de sensibilización y acción. Las iniciativas de sensibilización tienen como objetivo primario extender la notoriedad de los ODM y conseguir apoyo público y político en el Norte y en el Sur. El objetivo primario de las iniciativas de acción es ofrecer marcos y soluciones prácticas encaminadas a facilitar la consecución de los ODM. Las iniciativas de acción se dividen, a su vez, en tres tipos: normativas, cuando proponen normas de comportamiento para la empresa; estratégicas, cuando proponen estrategias o políticas concretas a la empresa; y operativas, cuando están orientadas a motivar a la empresa para que realice una acción concreta en el campo.

CUADRO 1. Empresa y ODM en el sistema de Naciones Unidas



Fuente: Elaboración propia a partir de <http://odm.pnud.org.co>

Dentro de las iniciativas de sensibilización, destaca la “Campaña del Milenio”, que trata de aumentar la notoriedad de los ODM tanto en el Norte como en el Sur, así como motivar su cumplimiento. En la versión internacional del sitio web¹, se incluyen iniciativas y planes de empresas para conseguir los ODM. Sin embargo, localmente no se sigue la misma estructura. En las versiones locales de la campaña se mantienen también las referencias al sector privado. Por ejemplo, la página electrónica para España² muestra un catálogo de iniciativas agrupadas por el agente de origen. En el apartado “sector privado” se listan algunas iniciativas globales que involucran empresas en los ODM (y que serán revisadas en este artículo) y se insta a la empresa a que su política de responsabilidad social se convierta en un “aliado estratégico que contribuya a lograr los objetivos del milenio”.

En cuanto a las iniciativas de acción de tipo operativo, destaca el programa denominado Growing Sustainable Business (GSE)³, impulsado y coordinado por el PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo). Este programa facilita soluciones a la pobreza, en cualquiera de las dimensiones contempladas en los ODM, creadas y gestionadas por empresas, en el convencimiento de que “este tipo de soluciones empresariales aceleran y mantienen el acceso a bienes y servicios necesarios y mejoran las oportunidades de las comunidades locales”. El objetivo principal del programa es involucrar al sector privado en modelos de partenariado, siempre basados en incentivos de mercado, para acelerar el progreso en la consecución de los objetivos. El programa ayuda a las empresas a gestionar los riesgos normalmente asociados con este tipo de iniciativas, de forma que se reduzca el coste de la inversión (Day *et al.*, 2005).

En cuanto a las iniciativas de tipo estratégico es preciso destacar, en primer lugar, el “Proyecto del Milenio”. Según el documento final de esta iniciativa (Proyecto Milenio de Naciones Unidas, 2005) no se requiere una orientación especial de la actividad de la empresa para conseguir las metas propuestas, ya que, según los autores del informe, la mera presencia empresarial en un país supone una ayuda efectiva para el cumplimiento de los objetivos. La reducción de la pobreza es la consecuencia del crecimiento económico. El crecimiento económico, a su vez, necesita un sector privado “dinámico”, que pueda acometer las infraestructuras y acumular el capital humano imprescindible para el desarrollo. Así, la primera contribución empresarial a los

ODM es mediante la inversión, el pago de impuestos y la creación de puestos de trabajo, actividades consustanciales al sector empresarial.

En segundo lugar, cabe mencionar la Comisión para el Desarrollo del Sector Privado, creada por el PNUD. Esta Comisión ha elaborado un informe marco donde se proponen medidas de tipo estratégico para fortalecer el sector privado, entendiendo que es uno de los motores del crecimiento, y medidas para que la empresa haga una verdadera contribución en el objetivo global de reducir la pobreza. El informe final de la Comisión (“El impulso del empresariado. El potencial de las empresas al servicio de los pobres”, 2004) integra estudios anteriores y experiencias sobre cómo iniciativas empresariales pueden contribuir a mitigar la pobreza.

La Comisión señala dos grandes tipos de estrategias: las impulsadas por el mismo sector privado y las impulsadas por el sector público. Entre las primeras, se citan la creación de vínculos empresariales y asociaciones, la inversión (incluida la inversión extranjera directa) y la tutela de empresarios. Entre las segundas, la creación de asociaciones público-privadas (por ejemplo, para la prestación de servicios básicos), organismos consultivos público-privados, la privatización o contratos, el fomento de la inversión, los servicios directos de desarrollo empresarial y la financiación directa.

Se proponen tres formas básicas de contribución empresarial: a través de las actividades empresariales, la filantropía empresarial y el diálogo o *lobby*. En relación con la filantropía empresarial o acción social de la empresa, es preciso aclarar que ésta es una actividad de tipo discrecional, no exigible. Por tanto, su importancia de cara a evaluar la contribución de la empresa a la consecución de los ODM debe ser menor. Como señala la Comisión (2004), la filantropía puede ser un modelo valioso y necesario, pero resulta más “un escaparate que una contribución sustancial o sostenible a la vida de los pobres”, ya que “los compromisos pueden ser tan perecederos como los cambios en la gestión o en el clima empresarial”. p. 35.

De modo más específico, se indican a continuación algunas áreas de acción que las empresas y algunos de sus grupos de interés más relevantes pueden abordar, considerando tanto la acción individual como la colectiva (Nelson, 2006):

- *Definición de una estrategia corporativa para contribuir a los objetivos de desarrollo*, estableciendo metas para hacer frente a los desafíos de desarrollo que puedan ser abordados a través de la aplicación de los recursos y competencias esenciales de la compañía.
- *Asociación con agencias de desarrollo y ONG* en iniciativas de desarrollo dirigidas a apoyar el fortale-

¹ <http://www.millenniumcampaign.org>

² <http://www.sinexcusas2015.org>

³ <http://www.undp.org/business/gsb/>

- cimiento de las economías locales y a mejorar la capacidad de las instituciones públicas.
- Introducción en los esquemas de pensiones corporativas, de opciones de *inversión socialmente responsable*.
 - *Colaboración con gobiernos y agencias de desarrollo* para diseñar herramientas fiscales que incentiven iniciativas de desarrollo y desincentiven los comportamientos social y ambientalmente irresponsables.
 - Influencia en los comportamientos corporativos, a través de la imposición de la *exigencia del cumplimiento de estándares sociales* para la provisión de recursos materiales y financieros.
 - *Apoyo a los estándares, principios y normas sobre el comportamiento responsable en países del Sur*.
 - Cooperación entre empresas, agencias de desarrollo e instituciones académicas para *introducir* de modo más amplio *cuestiones de desarrollo en los programas de escuelas y universidades*.
 - Por su parte, la Comisión para el Desarrollo del Sector Privado propone, de forma más concreta, las siguientes acciones:
 - *Ayudar al desarrollo de la capacitación y el conocimiento*. Colaborando tanto en la formación de trabajadores, como de potenciales trabajadores (sistemas de formación profesional y escuelas de comercio), así como en la capacitación y tutela de microempresarios y empresarios locales.
 - *Habilitar la prestación de servicios básicos, especialmente agua y energía*. Bien mediante la inversión directa, bien en fórmulas de co-gestión y/o co-propiedad con el sector público, garantizando unos precios asequibles para los consumidores de la base de la pirámide económica.
 - *Encauzar la iniciativa privada en materia de desarrollo*, coordinando y divulgando iniciativas, hasta ahora dispersas o ignoradas.
 - *Fomentar las oportunidades de negocio en la base de los mercados piramidales*. Aplicando creatividad, crear modelos de negocio viables que satisfagan las necesidades de los más pobres, al tiempo que promuevan la base empresarial local.
 - *Fijar normas de referencia*, para que el sector privado adquiera un compromiso serio con el desarrollo sostenible, la transparencia y el gobierno corporativo.
- El PNUD identifica seis áreas clave para la cooperación de la empresa con Naciones Unidas, en la lucha contra la pobreza.
- *Gobernanza democrática*. Asistencia a países en desarrollo para que fortalezcan sus sistemas políticos, legales y administrativos. Las empresas pueden participar para, en colaboración con gobiernos, organizaciones de la sociedad civil y el PNUD, crear capacidades locales, promover los derechos humanos y fortalecer las medidas anticorrupción. Todo ello se traducirá en un entorno de mayor seguridad jurídica, es decir, un mejor clima empresarial.
 - *Reducción de la pobreza*. Creación de oportunidades para los más desfavorecidos de forma que tengan acceso básico a servicios económicos, financieros, legales y sociales. Las empresas pueden participar apoyando la provisión local de servicios básicos y creando oportunidades económicas –por ejemplo, formación o creación de empleo– o apoyando a los emprendedores locales.
 - *Tecnologías de la información y comunicación (TIC)*. Promoción de un acceso más fácil a la información, junto con una mejor capacidad para comunicar y ofrecer servicios sociales, formación y oportunidades económicas mediante el uso de las nuevas tecnologías. Las empresas pueden participar apoyando la creación de infraestructura, favoreciendo la conectividad y la formación para expandir el acceso a las TIC y cooperando con el PNUD para dar asistencia técnica a los países.
 - *VHS/SIDA*. Apoyo a los países para gestionar tanto los aspectos sociales como los económicos del SIDA, y fomentando una mayor sensibilización ante la enfermedad. Las empresas pueden participar utilizando sus recursos y capacidades clave para, en colaboración con el PNUD y otros sectores de la sociedad civil, definir e implantar estrategias y políticas de sensibilización y prevención.
 - *Energía y medio ambiente*. Promoción de un desarrollo sostenible y de energías limpias y baratas. Las empresas pueden colaborar con gobiernos, organizaciones de la sociedad civil y con el PNUD en la reducción de los impactos negativos del desarrollo, mediante políticas encaminadas a la reducción de la contaminación, la utilización sostenible de recursos naturales, y contribuyendo proactivamente para resolver el problema del acceso a la energía, el agua, la gestión de residuos, así como al del cambio climático y la conservación de la biodiversidad.
 - *Prevención y recuperación de crisis*. Actuaciones encaminadas a resolver situaciones de emergencia, de forma que se sienten las bases para el desarrollo social y económico a largo plazo, con el fin de prevenir futuras crisis. Las empresas pueden participar invirtiendo y apoyando la recuperación económica

pos-conflicto y tratando de satisfacer necesidades básicas, tales como comida, agua y alojamiento.

Pese a reiterar en numerosas ocasiones que un sector privado dinámico es clave para reducir la pobreza⁴, la Comisión para el Desarrollo del Sector Privado subraya que no siempre la actividad empresarial conduce al desarrollo económico, ya que depende de cómo se realice en la práctica esa actividad. Así, el informe señala los riesgos derivados del poder de las grandes empresas, especialmente cuando no existe un marco regulatorio: creación de barreras anti-competencia, poner frenos al desarrollo de mercados financieros que puedan nutrir a las empresas locales, aprovechamiento de la corrupción local para reforzar su posición de poder.

Por eso, el informe hace referencia también a las medidas de tipo normativo, especialmente, a las de tipo regulación suave, que el informe denomina “asociaciones público-privadas”, en materia de responsabilidad social, transparencia y gobierno corporativo. Se hace referencia explícita, entre otros, al Pacto Mundial, a la iniciativa Publish What You Pay, a los Principios de Ecuador, al AA1000, a la norma ISO 14001 y a la Global Reporting Initiative.

Así, aunque en varias publicaciones se insiste en que la presencia empresarial es, *per se*, un motivo de crecimiento económico y una forma de mitigar la pobreza, lo cierto es que los documentos de Naciones Unidas hacen referencia, tácitamente, al modelo de gestión empresarial que se conoce como modelo sostenible o de responsabilidad social de la empresa. Así, Naciones Unidas, especialmente a través de las iniciativas impulsadas por el PNUD, insiste en que para que la empresa contribuya a los objetivos del milenio, debe ser responsable; no basta con desarrollar las operaciones como siempre.

Y no sólo hay referencias tácitas, sino también explícitas. La condición de la responsabilidad social para que la empresa contribuya eficazmente a los ODM ya se mencionaba en el plan de acción para la consecución de los objetivos del milenio aprobado en Johannesburgo: se proponía la RSC como una de las herramientas para conseguir una globalización más justa y equitativa⁵. También en las iniciativas de sensibilización, como

la ya mencionada Campaña del Milenio española, se hace referencia a la RSC como modelo de gestión que permitirá a la empresa contribuir a los ODM.

Además, otros organismos intergubernamentales, como la OCDE o la Unión Europea, hablan de la RSC como la principal forma de contribución de la empresa a la consecución de los objetivos y metas del milenio. La OCDE cita los Principios-Guía para Empresas Multinacionales como marco normativo que pueden utilizar las empresas. La Unión Europea (Comisión Europea, 2005), en el documento síntesis presentado a la Cumbre de Naciones Unidas de 2005, formulaba recomendaciones específicas que ayudarían a conseguir las metas propuestas. Una de éstas, dirigida a conseguir el ODM7 Meta 9, hace especial referencia a la empresa: fomentar la responsabilidad social y medioambiental de la empresa, tanto en Europa como internacionalmente. Así, se hace referencia específica a la RSC como marco o sistema de gestión. Las empresas que adopten este marco estarán haciendo una contribución eficaz y directa al objetivo 7 y, de forma indirecta, a los demás objetivos. También la última Comunicación sobre RSC⁶ de la Unión Europea sostenía que la RSC debía utilizarse como instrumento para conseguir los Objetivos de Desarrollo del Milenio, en estos términos: “la Comisión seguirá fomentando la RSC en todo el mundo con miras a aumentar al máximo la contribución de las empresas a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas” (2006, p. 8).

Sin embargo, aunque se menciona la RSC como estrategia paraguas para conseguir que la actividad de la empresa multinacional suponga una contribución efectiva a los ODM, no se define qué debe entenderse por RSC. Así lo han puesto de manifiesto otros autores: no hay acuerdo sobre lo que significa RSC y qué obligaciones cabe incluir bajo esta denominación (Blowfield y Frynas, 2005; Sharp, 2006). La falta de acuerdo implica que determinadas obligaciones económicas de la empresa en países del Sur están ausentes del discurso y no son mencionadas en los principales estándares sobre RSC. Por ejemplo, no hay mención a aspectos como precios de transferencia (*transfer pricing*), paraísos fiscales, evasión de impuestos o abuso de poder de mercado (Blowfield, 2005; Jenkins, 2005).

El modelo normativo más veces citado en el sistema de Naciones Unidas es el Pacto Mundial. El Pacto Mundial es una plataforma global para la promoción de un adecuado comportamiento empresarial en RSC. El objetivo era crear una red en donde es-

⁴ “Así, el sector privado mitiga la pobreza mediante las siguientes acciones: su contribución al crecimiento económico; el poder que les confiere a los pobres al suministrarles servicios y productos de consumo, aumentar sus oportunidades de elección y bajar los precios. La primera acción favorece la creación de empleo y el incremento de la renta; la segunda mejora la calidad de vida”. 2004, p. 8.

⁵ Opinión del Consejo Europeo Económico y Social, SOC/192 “Information and measurement instruments for CSR in a globalised economy”, Bruselas, 8 de junio de 2005.

⁶ COM (2006) 136 final.

tuvieran presentes las más grandes empresas globales con el fin de fomentar el buen comportamiento en sus prácticas empresariales y el respeto a los principios de los derechos humanos, los derechos laborales y el medioambiente. Con este fin, el Pacto Mundial (PM) ha aprobado diez principios básicos sobre respeto al medio ambiente, la protección de los derechos laborales básicos y no corrupción. Escapa a los objetivos de este trabajo hacer una revisión en profundidad del Pacto Mundial (véase De la Cuesta y Valor, 2004, para más información).

La perspectiva de las asociaciones empresariales

Son pocas las organizaciones empresariales internacionales activas en la promoción específica de los ODM⁷. Destacan dos organizaciones: the Prince of Wales International Business Leaders Forum (IBLF) y World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Otras asociaciones han realizado contribuciones parciales a los ODM; por ejemplo, GRI al proponer un modelo de *reporting* para empresas sobre los ODM. En el mismo sentido, el Instituto Ethos propone indicadores de resultados en relación con el Pacto Mundial y los ODM. En España, el Foro de Reputación Corporativa ha lanzado la campaña “Un mundo mejor para Joana”. Esta campaña pretende sensibilizar a los ciudadanos españoles sobre los ODM, sin suponer un plan de mejora específico para las empresas que la impulsan.

El análisis de la literatura empresarial sobre empresa y ODM se estructura en dos partes: por qué debe la empresa contribuir a los ODM, qué puede hacer y cómo debe hacerlo. Pese a que el informe del Proyecto del Milenio (2005) destaca que los objetivos del milenio “son fines en sí mismos”, en los documentos de las asociaciones empresariales se construye un *business case* para motivar a la empresa a comprometerse en la consecución de los objetivos. En la documentación analizada no hay ninguna referencia a un *moral case*, esto es, no se dan argumentos normativos para justificar que la empresa se comprometa con la Declaración del Milenio.

Así, se argumenta que la empresa debe comprometerse con los objetivos del milenio porque es bueno para el negocio: “development is good for business and business is good for development” (WBCSD, 2005). Esta mejora se da tanto en el entorno empresarial –ya que

se estabiliza la situación macroeconómica y política, ganando en seguridad jurídica– como en las oportunidades de negocio, ya que la empresa puede generar beneficio dirigiéndose a la base de la pirámide. Aunque el *business case* parece suficientemente desarrollado en las publicaciones de Naciones Unidas sobre partenariado y en los documentos de las citadas asociaciones empresariales, según el documento síntesis de la Reunión Internacional del IBLF (2005), para crear las condiciones que permitan a la empresa involucrarse en el desarrollo es preciso, entre otros, desarrollar el *business case* en un lenguaje que las empresas puedan entender, esto es, proponiendo la colaboración en términos de recompensas y oportunidades.

Forstater y cols. (2002) proponen una formulación muy simple y completa del *business case*. Si la empresa mitiga la pobreza se beneficiará en tres niveles. En el nivel general, se recogen los beneficios derivados de un mejor clima empresarial. Al trabajar por los ODM, la empresa consigue un mejor entorno, con políticas económicas estables, una mayor seguridad jurídica, ausencia de corrupción y otros problemas que distorsionan la competencia. Se beneficia también de una mejor base de trabajadores, más formados, más sanos, menos pobres, y, por tanto, más productivos.

En segundo nivel, se recogen los beneficios derivados de mantener una actuación responsable; tanto los beneficios directos, en captación de capitales, atracción de clientes o proyectos, o atracción, retención y satisfacción de empleados, como los indirectos, derivados de la mayor reputación. Además, cabe incluir aquí los beneficios que se consiguen gracias a una disminución en los riesgos (financieros, políticos, de mercado) y en los costes asociados con los problemas que los ODM tratan de resolver. Finalmente, las empresas innovadoras se benefician de desarrollar modelos de negocio en comunidades locales, que generan empleo local, satisfacen las necesidades de los más desfavorecidos e incentivan el desarrollo de los emprendedores locales.

En cuanto al cómo pueden hacerlo, las asociaciones empresariales entienden que la mejor contribución de la empresa al desarrollo se deriva de ser responsable y rentable (IBLF, 2005). Según el WBCSD (2005) no basta con hacer lo de siempre (crear empleo, pagar impuestos, ofrecer productos y servicios). Es preciso encontrar soluciones creativas a los problemas de las comunidades donde la empresa trabaja, cooperando con las organizaciones locales de la sociedad civil, los gobiernos y los financiadores multilaterales y bilaterales. Las recomendaciones de las asociaciones empresariales redundan en las ya propuestas por las organizaciones del sistema de Naciones Unidas.

⁷ Es preciso puntualizar que algunos de los informes, reuniones o propuestas de estas organizaciones han sido realizados en colaboración con Naciones Unidas o con otras organizaciones (por ejemplo, el International Institute for Sustainable Development).

La perspectiva de la sociedad civil

El debate sobre la potencial contribución de la empresa a la consecución de los ODM no es muy activo entre las organizaciones de la sociedad civil. Tras consultar varias bases de datos así como las páginas electrónicas de las ONG líderes en las campañas del milenio⁸, no se ha encontrado ningún documento conjunto de toma de postura sobre cuál debería ser la participación de la empresa en la alianza global para el desarrollo. Las ONG denuncian el papel de los gobiernos y sólo de forma tangencial hacen referencia a la empresa. Sí se han pronunciado sobre el debate de RSC en general, y, en particular, en relación con la RSC y el desarrollo. Tienen en común una postura crítica respecto al posible vínculo entre RSC y desarrollo en el Sur. En concreto, las ONG europeas hicieron un llamamiento a la Comisión Europea para pedir que la RSC “demuestre su credibilidad de forma global, especialmente en los países en desarrollo” (citado por Blowfield, 2005, p. 515). Sin embargo, de forma privada, las ONG están participando en las iniciativas voluntarias de control de la empresa, lo que denomina Utting (2005) *co-regulación* y Bendell (2000) *regulación civil*, a título individual.

Otra conclusión destacable del análisis de los documentos encontrados es que, a diferencia de las organizaciones empresariales, las ONG tienden a resaltar más los aspectos estructurales del sistema, y el papel que juegan las empresas en esa estructura, antes que mencionar iniciativas concretas realizables por la empresa. Sus propuestas son, por tanto, de tipo macroeconómico o político, en vez de estar dirigidas a la empresa multinacional. Esta visión es compartida por algunos autores, que enfatizan la necesidad de atender y modificar el sistema en el que se enmarca la estrategia empresarial (Singer, 2006). Así, entre las medidas propuestas por el GCAP, no dirigidas directamente a los gobiernos, destaca el comercio justo. Este es un ejemplo de enfoque solucionador de problemas estructurales.

Así mismo, la gran mayoría de documentos emitidos por organizaciones de la sociedad civil (CIDSE/Ca-

ritas, 2005⁹; Gray *et al.*, 2005; Oxfam, 2005; Terán *et al.*, 2006; WIDER, 2005¹⁰) critican los resultados de las políticas impulsadas bajo el llamado “acuerdo de Washington”: liberalización de los mercados, especialmente los financieros; restricciones a la entrada de inversión extranjera directa; fortalecimiento de los grupos empresariales; confianza en que los mercados globales resolverán el problema de la pobreza, etc. En resumen, las organizaciones sociales no creen que el crecimiento económico resulte en menor pobreza, como tampoco creen que pobreza deba medirse sólo en términos económicos. En consecuencia, se muestran más escépticos sobre el papel que la empresa deba jugar, que los otros agentes analizados.

Es también destacable que en tanto las organizaciones empresariales e intergubernamentales inciden más en la potencial contribución positiva del sector privado a la consecución de los ODM y, en general, al fortalecimiento de los países del Sur, las organizaciones sociales ven la presencia de las transnacionales como un impacto negativo (Kolk y Van Tulder, 2006; Edelman *et al.*, 2005): a partir de la creación de puestos de trabajo con salarios bajos, con aumentos en la desigualdad; la salida de empresas locales del mercado porque no pueden competir frente a las empresas multinacionales; el abuso de poder y el *lobby* ante gobiernos locales e internacionales; la “americanización” o “mcdonalización” de estilos de vida; la orientación cortoplacista que les lleva a no mantener un compromiso con el desarrollo de la comunidad; o por impactos medioambientales negativos.

Jenkins (2005) ofrece algunos datos tentativos para apoyar este argumento. Una de las formas de contribuir a la erradicación de la pobreza es mediante la creación de empleo. Sin embargo, los datos de la ONU muestran que la proporción de personas viviendo con menos de un dólar al día, que han sido empleadas por empresas multinacionales es ínfima (19 millones frente a 1 200 millones). Además, las empresas suelen requerir trabajadores cualificados, y éstos no suelen ser los más pobres. Otra de las formas de contribución es mediante la formación. Sin embargo, señala Jenkins que la formación suele concentrarse en los niveles superiores de la escala, por lo que esta potencial contribución no se materializa en la práctica. Por otro lado, la presencia de multinacionales supondría una mayor contribución si se instalaran en regiones más desfavorecidas. La evidencia muestra, sin embargo, que las

⁸ La principal organización, socio oficial de la Campaña del Milenio globalmente, es GCAP, coalición mundial de más de 100 países, integrada por una amplia gama de grupos comunitarios, coaliciones, sindicatos, organizaciones, particulares, grupos religiosos y activistas, todos comprometidos en la lucha contra la pobreza. Otras organizaciones mencionadas por el PNUD y que han sido objeto de análisis en profundidad son: Social Watch, CIVICUS, Oxfam, ICFTU, PSI, ActionAid, CIDSE, Global Youth Action Network, Global Campaign for Education, Micah Challenge, World Vision, World AIDS Campaign.

⁹ Extraído en febrero de 2007 desde <http://www.cidse.org/docs/200504061003441430.pdf?username=guest@cidse.org&password=9999>

¹⁰ Extraído en febrero de 2006 desde <http://www.wider.unu.edu/newsletter/newsletter.htm>

empresas suelen instalarse en las regiones más desarrolladas de los países del Sur, por lo que este potencial impacto tampoco se materializa en la práctica.

Una forma más de erradicar la pobreza es mediante la creación de productos y servicios para la base de la pirámide (Prahalad y Hart, 2006). Jenkins (2005) no encuentra evidencia de que esta forma de contribución haya supuesto un impacto positivo en las comunidades del Sur. En primer lugar, porque la mayoría de esos productos y servicios no se dirigen verdaderamente a la base de la pirámide sino a consumidores afluentes, comparados con los estándares occidentales. Además, los productos y servicios ofrecidos no resuelven las necesidades prioritarias de los más pobres ni consiguen contribuir al desarrollo sostenible; al revés, algunas multinacionales han dirigido productos y servicios a los más pobres, consiguiendo una reducción neta de su bienestar social (caso de Nestlé y la leche en polvo infantil). Por último, a veces las empresas multinacionales han desplazado a proveedores locales orientados a este segmento, con consecuencias graves para el desarrollo económico de la comunidad.

Varias organizaciones (CIDSE/Caritas, 2005; Kolk y Van Tulder, 2006; Oxfam, 2005¹¹) critican la falta de consulta y diálogo con las comunidades locales en el Sur. Esta falta de diálogo es una de las razones que evidencia la falta de enfoque holístico frente al desarrollo (económico, social y medioambiental) y la que impide que los proyectos empresariales supongan una contribución efectiva a la reducción de la pobreza.

Se han encontrado también opiniones críticas sobre iniciativas de otras organizaciones para promover la RSC en países del Sur. Por ejemplo, CIVICUS publicó un artículo de opinión poniendo de relieve las limitaciones del Pacto Mundial (García-Delgado, 2004)¹² para generar cambios. En concreto, se hacen eco de las voces que alertan contra el peligro de que Naciones Unidas se esté “vendiendo” a las empresas multinacionales, ofreciendo un instrumento de legitimización pública a empresas que están violando los estándares internacionales, antes que ser una guía para la mejora de los resultados sociales y medioambientales. El Pacto Mundial necesita demostrar que han habido verdaderos progresos para ganar en credibilidad entre las organizaciones de la sociedad civil, así como mandar un mensaje claro a las empresas: su asociación con el Pacto debe implicar una contribución activa a la sostenibilidad.

También Social Watch (2005)¹³ pide a los gobiernos internacionales que cumplan con lo acordado en la cumbre de Johannesburgo (2003) sobre la promoción de la responsabilidad social y la rendición de cuentas de las empresas. Para ello, antes que el Pacto Mundial, solicitan que se apoyen y se incorporen los marcos jurídicos nacionales, las Normas para Empresas Transnacionales de Naciones Unidas, así como demandan la creación de un instrumento internacional que facilite la transparencia entre empresas y gobiernos, tal como se trata de conseguir con la iniciativa “Publish what you pay”.

Conclusiones

Este artículo se proponía analizar la visión que los distintos agentes tienen de la potencial contribución de la empresa multinacional a la consecución de los ODM en países del Sur, a través de la RSC. La conclusión más destacable del análisis es que hay una divergencia fundamental entre los agentes económicos y los sociales, ocupando los agentes políticos un punto intermedio en el continuo. Esta divergencia o desacuerdo se da en varios planos: la motivación de la empresa para erradicar la pobreza, las vías de solución y el papel que debe jugar la RSC.

En primer lugar, los distintos agentes no coinciden en su interpretación sobre la motivación de la empresa en la contribución. Mientras que las asociaciones empresariales y algunos organismos o iniciativas del sistema de Naciones Unidas (por ejemplo, el Proyecto del Milenio) entienden que la empresa debe reducir la pobreza para mejorar el negocio, las organizaciones de la sociedad civil y la Comisión para el Desarrollo del Sector Privado aluden de forma implícita a un *moral case*: la empresa debe reducir la pobreza porque es moralmente bueno. Conseguir los objetivos es un fin en sí mismo, no un medio para mejorar la cuenta de resultados.

En segundo lugar, hay divergencias entre las soluciones aportadas por los distintos agentes. Las asociaciones empresariales y los organismos e iniciativas del sistema de Naciones Unidas tienden a enfatizar el mismo tipo de actuaciones. Éstas se dividen en tres grandes grupos: operaciones empresariales, filantropía y sensibilización o *lobby*. Además, se presenta el modelo de *partenariado público-privado* como la forma óptima de orientar los proyectos hacia los ODM. Todas las iniciativas específicas presentadas por los organismos de Naciones Unidas y por las asociaciones empresariales, hacen referencia a aspectos micro, controlables por

¹¹ Extraído en febrero 14 de 2007 desde http://www.oxfam.org.uk/what_we_do/issues/debt_aid/downloads/mdgs_price.pdf

¹² Extraído en febrero 10 de 2007 desde <http://www.civicus.org/new/content/monthcolintro6.htm>

¹³ Extraído en febrero 10 de 2007 desde http://www.choike.org/documentos/benchmark_millennium.pdf

la gestión empresarial. En cuanto a las iniciativas de tipo o normativo, cuando se mencionan (sólo lo hace la Comisión para el Desarrollo del Sector Privado), se enfatizan las de tipo privado o voluntario, como el Pacto Mundial.

Sin embargo, las organizaciones de la sociedad civil insisten en la necesidad de modificar las estructuras políticas y económicas globales si se quieren conseguir los objetivos. Las organizaciones de la sociedad civil ponen en duda que el negocio, o más específicamente, la entrada de empresas multinacionales, sea bueno para el desarrollo del Sur. Al revés, entienden que es necesario aumentar el control sobre ellas si se quiere generar un impacto positivo, al tiempo que se modifican las reglas del comercio internacional.

Finalmente, mientras que el sistema de Naciones Unidas, la OCDE y la Unión Europea defienden el papel que la RSC debe jugar como instrumento para la consecución de los ODM, las organizaciones de la sociedad civil, aunque no utilizan este término, entienden que las estrategias y tácticas actuales en este ámbito son todavía demasiado *light* y cosméticas, como para suponer un verdadero impacto en el Sur. Algunas van

más allá y advierten el peligro de que organismos públicos legitimen este tipo de actuación no estratégica y no orientada por valores, como hace, en su opinión, el Pacto Mundial.

En conclusión y respondiendo a la pregunta de investigación que dio origen a este artículo, parece que la empresa puede hacer una contribución efectiva al desarrollo del Sur. Sin embargo, no hay acuerdo entre los distintos agentes analizados sobre las condiciones que deben cumplirse para que haya una contribución efectiva a la reducción de la pobreza, en general, y a la consecución de los ODM, en particular. Mientras que las asociaciones empresariales tienden a proponer un modelo tradicional de empresa, que paga impuestos y genera empleo, los organismos del sistema de Naciones Unidas entienden que la empresa debe comportarse de forma responsable y orientar deliberadamente sus estrategias empresariales a este fin, para que haga una contribución efectiva a la reducción de la pobreza. Finalmente, las organizaciones de la sociedad civil van más allá, al proponer un cambio en las estructuras macroeconómicas y políticas en las que las empresas actúan, si se quiere garantizar que el sector privado contribuya eficazmente al desarrollo del Sur.

Referencias bibliográficas

- Banco Mundial & Fondo Monetario Internacional. (2005). Global monitoring report. Millenium development goal, from consensus to momentum. Extraído el 1 de agosto de 2006 desde <http://siteresources.worldbank.org/GLOBALMONITORINGEXT/Resources/complete.pdf>.
- Bendell, J. (2000). Civil regulation. A new form of democratic governance for the global economy? En J. Bendell (Ed.). *Terms for endearment. Business, NGOs and sustainable development* (pp. 239-254). Sheffield: Greenleaf Publishing/New Academy of Business.
- Blowfield, M. (2005). Corporate social responsibility: Reinventing the meaning of development? *International Affairs*, 81(3), 515-524.
- CIDSE/CARITAS. (2005). More than a numbers game? Ensuring that the millennium development goals address structural injustice. Extraído el 12 de febrero de 2007 desde <http://www.cidse.org/docs/200504061003441430.pdf>.
- Comisión Europea. (2005). *EU report on millenium development goals 2000-2004*. Documento de trabajo de la Unión Europea, presentado a la Reunión de Alto Nivel de Naciones Unidas. Extraído el 1° de agosto de 2006 desde http://ec.europa.eu/comm/development/body/communications/communications_en.htm.
- Comisión para el Desarrollo del Sector Privado. (2004). El impulso del empresariado. El potencial de las empresas al servicio de los pobres. Extraído el 2 de agosto de 2006 desde http://www.undp.org/cpsd/documents/report/spanish/chapter2_s.pdf.
- Cuesta, M. & Valor, C. (2004). Fostering corporate social responsibility through public initiative: from the EU to the Spanish case. *Journal of Business Ethics*, 55(3), 275-293.
- Day, W., Gandhi, S. & Giersing, J. (2005). Partnering for poverty reduction: The growing sustainable business initiative. *The Global Compact Quarterly*, 1(3). Extraído el 2 de agosto de 2006 desde http://www.enewsbuilder.net/globalcompact/e_article000427880.cfm?x=b11,0,w.
- Edelman. (2005). Business and international development: Opportunities, responsibilities, and expectations. Corporate Social Responsibility Initiative, Kennedy School of Government, CSRI Report No. 5. Extraído el 15 de febrero de 2007 desde www.edelman.com/image/insights/content/Perception%20Report%20FINAL.pdf.
- Forstater, M., Macdonald, J. & Raynard, R. (2002). Business and poverty: Bridging the gap. Extraído el 3 de agosto de 2006 desde <http://www.iblf.org/docs/DevelopmentActors.pdf>.
- García, V. (2004). The UN global compact: A big red herring disguised in UN blue? Extraído el 10 de febrero de 2007 desde <http://www.civics.org/new/content/monthcolintro6.htm>.
- Gray, R., Bebbington, J. & Collison, D. (2006). NGOs, civil society and accountability: Making the people accountable to capital. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(3), 319-348.
- IBLF. (2005). Business action for development. Report from the symposium. Extraído el 3 de agosto de 2006 desde http://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/7.3/7.3.1/mdg_london.pdf.
- Jenkins, R. (2005). Globalization, corporate social responsibility and poverty. *International Affairs*, 81(3), 525-540.
- Kolk, A. & Van Tulder, R. (2006). Poverty alleviation as business strategy? Evaluating commitments of frontrunner multinational corporations. *World Development*, 34(5), 789-801.
- Michael, B. (2003). Corporate social responsibility in international development: An overview and critique. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 10, 115-128.
- Nelson, J. (2006). *Leveraging the development impact of business in the fight against*

- global poverty*. Documento de Trabajo, Corporate Social Responsibility Initiative, 22 de abril. Extraído el 19 de diciembre de 2006 desde http://sparky.harvard.edu/m-rcbg/CSRI/publications/workingpaper_22_nelson.pdf.
- Oxfam. (2006). *Offside! Labour rights and sportswear production in Asia*. Extraído el 18 de febrero de 2007 desde http://www.oxfam.org/en/files/offside_labor_report/download.
- Prahalad, C. K. & Hart, S. L. (sin fecha). The fortune at the bottom of the pyramid. Extraído el 20 de febrero de 2007 desde <http://www.changemakers.net/library/temp/fortune pyramid.cfm>.
- Proyecto del Milenio de Naciones Unidas. (2005). *Invirtiendo en desarrollo: un plan práctico para conseguir los Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Panorama. Extraído el 31 de julio de 2006 desde http://www.unmillenniumproject.org/documents/overviewSpanLowRes_i-1.pdf.
- Singer, A. E. (2006). Business strategy and poverty alleviation. *Journal of Business Ethics*, 66, 225-331.
- Terán, A. S. (2006). Investments that do not guarantee rights. Extraído el 14 de febrero de 2007 desde <http://www.socialwatch.org/en/informesNacionales/480.html>.
- Utting, P. (2005). Corporate responsibility and the movement of business. *Development in Practice*, 15(3-4), 375-388.
- WBCSD. (2005). *Business for development. Business solutions in support of the millennium development goals*. Extraído el 31 de julio de 2006 desde <http://www.wbcd.org/web/publications/biz4dev.pdf>.