

EL COMERCIO JUSTO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Reflexiones desde los sistemas de certificación autónoma

Carlos Chávez Becker
Verónica Patraca Dibildox*

El trabajo contrasta procesos de certificación autónoma desarrollados dentro de dos modelos diferentes de gestión empresarial pero que plantean un compromiso social y medioambiental con el entorno en el que operan: El comercio justo (CJ) y la responsabilidad social empresarial (RSE). Ambos proyectos tienen misiones y objetivos disímiles, sin embargo, una de sus aristas más importantes es la preocupación por los mecanismos de certificación autónoma. Desde esta lógica, las dos iniciativas se preocupan por ofrecer información veraz, confiable y fidedigna a los públicos sobre los servicios, bienes y productos que entregan a la sociedad. La hipótesis es que el CJ ha desarrollado un modelo de certificación autónoma mucho más acabado y estandarizado que los que ha desarrollado la RSE, en buena medida, debido a la gran heterogeneidad y diversidad de procedimientos que contempla esta última. Por ello, entre otras, la RSE tiene en el tema de la certificación autónoma una importante veta de desarrollo, lo que constituye una de las principales conclusiones del trabajo. Esta podría ser una ruta importante que permita a la RSE afirmarse como una herramienta que valore, divulgue y diferencie a las empresas que efectivamente tienen una responsabilidad social.

Palabras clave: comercio justo, responsabilidad social empresarial, certificación autónoma, transparencia, información.

ABSTRACT

This paper makes a contrast of autonomous certification processes within two different models of corporate management that raise a social and ecological commitment with the environment in which both are developed: Fair Trade and Corporate Social Responsibility. Both projects have dissimilar missions and objectives; nevertheless, one of their important angles is the concern on methods of autonomous certification. From this logic, both initiatives are deeply

* Agradecemos las observaciones hechas por los dictaminadores del artículo. Igualmente, agradecemos a Edgar Esquivel por los comentarios hechos a una versión previa del trabajo.

interested in offering true, precise, reliable and opportune information to the public about the services, goods and outputs that deliver to society. The hypothesis is that FT has developed a much more effective and much better standardized model of autonomous certification than the ones that the CSR has developed, mainly due to the great heterogeneity and diversity of the procedures that compose the latter. For this reason, the CSR has, from the point of view of the autonomous certification, an important alternative –among others– in which it could be enormously developed, assumption which is one of our main conclusions. This could be the route that finally allows CSR to establish itself as a tool to value, divulge and differentiate corporations that effectively have a social responsibility.

Key words: fair trade, corporate social responsibility, self certification, transparency, information.

INTRODUCCIÓN

Primero el ascenso y posteriormente el fortalecimiento de los sistemas democráticos en el mundo, ha generado una creciente participación y visibilización de las sociedades, sobre todo, después de las llamadas segunda y tercera olas de la democracia en el mundo.¹ En efecto, en la medida en que los valores del ideal democrático permean y se decantan en los distintos países y sociedades, cada vez mayores grupos y conglomerados poblacionales intervienen (y se interesan por hacerlo) en el terreno público buscando la defensa de sus intereses y, más en general, lo que genéricamente se ha llamado “el bien común” o el “bien público”. Una parte de esta creciente participación de la sociedad y, más específicamente, de la sociedad civil,² ha generado paulatinamente la necesidad de establecer mecanismos más claros de intervención e incidencia de los diversos actores públicos³ o que intervienen en el espacio público,⁴ en la arena social. Hoy por hoy, hablar de acceso a la información,

¹ Samuel Huntington, “The third wave of democracy”, en Larry Diamond y Marc Plattner (eds.), *The global resurgence of democracy*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1991, pp. 3-24.

² Entendida básicamente como la explican Cohen y Arato (2000), dentro de la teoría de las tres partes del triángulo habermasiano en donde aparecen como categorías analíticas similares el Estado (o más precisamente el entramado institucional de gobierno), el mercado y la sociedad civil.

³ La expresión de actores públicos hace referencia a empresas, organizaciones y agencias gubernamentales que buscan incidir de alguna manera en el espacio público con el objetivo de contribuir, de alguna forma, en el “bien común”.

⁴ La noción de espacio público se entiende como “un ámbito o escenario de la conflictividad social” que puede ser interpretado y asumido de formas diversas, “dependiendo de los pesos y contrapesos sociales y políticos”. Según Carrión, las diversas interpretaciones del concepto van desde una posición en la que se entiende como “un espacio de aprendizaje”, el “ámbito de la libertad” o el *locus* “del control

transparencia⁵ y rendición de cuentas es común debido a que estas prácticas o valores devienen día a día en elementos constitutivos de la democracia.

Sin embargo, la demanda de información no sólo se refiere a una cuestión de acceso y volumen, sino también de calidad. Es decir, si bien ahora se tiene acceso a información que hasta hace no mucho tiempo era considerada confidencial y se guardaba con el mayor celo,⁶ ahora en la llamada “era de la información”, se hace necesario que ésta sea asimilable y entendible paulatinamente por mayores porciones de la sociedad. Si bien es una demanda permanente que los actores públicos den a conocer la información sobre sus organizaciones y actividades, también lo es que esta información sea precisa, veraz, fidedigna, oportuna y confiable. Esta creciente demanda social no se trata de una demanda discursiva, sobre todo en la medida en que los procesos de tecnologización, creciente complejización y ultradesarrollo en las sociedades modernas hacen cada día más difícil la codificación y comprensión de la información. Se trata, en resumidas cuentas, de tener información veraz y fidedigna pero además de fácil acceso y lectura por los distintos y diversos grupos que conforman las sociedades modernas.

Una de las respuestas que se ha dado al problema de la heterogeneidad y la poca claridad de la información que los actores públicos entregan a las sociedades son el diseño, utilización y, más recientemente la refinación y perfeccionamiento de sistemas de verificación y certificación de procesos, procedimientos, formas organizativas, resultados, productos, beneficios repartidos, etcétera, por parte de empresas, organizaciones, instituciones gubernamentales y otras entidades (como algunas universidades o centros de investigación). El punto central de estas entidades autónomas de certificación, según Tanner,⁷ es que sean realmente independientes y no caigan en un “conflicto de

social”. Fernando Carrión, *Espacio público: punto de partida para la alteridad*, Flacso, Quito, s/f, en internet. Para nosotros, más desde una visión habermasiana (1986) y en concordancia con los fines del presente escrito, uno de los elementos más importantes del concepto es el de la “publicidad”, en el sentido de la amplia difusión de la información y los temas de debate mediante los medios de comunicación. Esto porque implica una dimensión constitutiva de la opinión pública como principio del control social. Así, la idea de espacio público nos permite pensar en un ámbito en el que la información, y más concretamente la información veraz, correctamente codificada, sustentada, etcétera, se hace un elemento primordial.

⁵ Transparencia es “la condición de abrir y hacer accesible la información” generada por, o vinculada con, los diferentes actores de lo público, sin importar que su matriz analítica (o su área de influencia) resida en el sector estatal, mercantil o social.

⁶ Como por ejemplo las posesiones, sueldos y salarios de los servidores públicos, las cuentas y carteras de agencias gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas, etcétera.

⁷ Bob Tanner, “Independent assessment by third-party certification bodies”, *Food control* 11, 2000, p. 415.

intereses” con el actor público que solicita ser certificado o acreditado. Por su parte, para Deaton⁸ la “independencia” reside en que los distintos involucrados en la certificación reconozcan como imparcial y objetiva, la información que dichas entidades dan a conocer. Fundamentalmente, las entidades autónomas de certificación deben desarrollar un conocimiento amplio y preciso sobre las materias a evaluar, puesto que su viabilidad descansa en el prestigio.

Los esquemas y mecanismos de certificación y evaluación por parte de entidades y organizaciones autónomas, se han multiplicado en el mundo para resolver los problemas de veracidad de la información difundida por los actores públicos. Surgen ante la posibilidad real de que estos actores publiquen en la sociedad información imprecisa, tendenciosa, ininteligible o, incluso, fraudulenta. Son la respuesta a la creciente demanda social no solo por más, sino por mejor información.

Todavía sería muy prematuro pensar si este siglo que inicia será el siglo de la certificación y la evaluación autónoma; pero lo que sí es un hecho es que su importancia ha crecido significativamente en los últimos años. Hoy, diversas organizaciones y entidades autónomas han desarrollado complejos y refinados esquemas de certificación en ámbitos tan diversos como la ecología, el respeto a los derechos humanos o la simplificación administrativa; o en temáticas tan variadas como las cadenas agroalimentarias, planes y programas de estudio universitarios o programas computacionales. Lo interesante es que cada vez más actores públicos, como empresas, agencias gubernamentales, organizaciones y asociaciones, entre muchos otros, se interesan por contratar los servicios de estas entidades (muchas veces con un alto costo económico) con el fin de dar garantía a la sociedad o a sus clientelas que la información que le entregan es veraz.

En el presente trabajo, se analizan, ponen a discusión y contrastan los sistemas de certificación creados, fomentados y empleados por dos modelos de gestión empresarial diferentes: Por un lado, los del Comercio Justo (CJ en lo sucesivo), con los que se certifica el pago del llamado precio justo, la producción ecológica y diversos estándares de producción, procesamiento y comercialización por parte de los productores primarios. Un proyecto muy concreto y delimitado en el que la certificación juega un papel central. Por el otro, las variadas herramientas de certificación (que solo implican una parte de numerosos rubros que la componen) de la llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE en adelante) que diversas instituciones y entidades han desarrollado con el objetivo de verificar que las empresas y grupos corporativos respetan estándares laborales, ambientales y sociales. Una iniciativa todavía poco concreta y coordinada, muy heterogénea y compuesta por diferentes y diseminados esfuerzos.

⁸ James Deaton, “A theoretical framework for examining the role of third-party certifiers”, en *Food control* 15, 2004, p. 615.

De manera general, el objetivo de esta investigación es reflexionar acerca de dos modelos de gestión empresarial diferentes (el CJ y la RSE) y analizar los sistemas de certificación que utilizan ambos con miras a ofrecer información fidedigna y veraz a los consumidores. Más particularmente, se trata de explicar la naturaleza de cada uno de los esquemas o sistemas de certificación referidos, con el objetivo de ponderar y evaluar la forma en la que pueden o no contribuir a que ambos modelos se desarrollen. No se trata, en este trabajo, de hacer un análisis profundo sobre los sistemas de certificación que cada modelo emplea. Más bien el interés de esta investigación está puesto en la relación que el CJ, por un lado, y la RSE, por el otro, tienen con los respectivos esquemas de certificación. Se busca, primordialmente, observar hasta qué punto cada uno de estos modelos de gestión promueven y toman en cuenta los sistemas y mecanismos de certificación que surgieron como producto de su propio crecimiento.

Para ello, primero se hace una breve descripción sobre el movimiento del CJ a nivel global. En este apartado, se analizan los mecanismos de certificación que emplea este enorme conglomerado de asociaciones y organizaciones diseminadas en más de cien países del mundo. La atención se centra, finalmente, en los denominados sellos nacionales de CJ y en la explicación de los procesos de certificación empleados por el movimiento. En el segundo apartado del artículo se discuten someramente los supuestos principales de la RSE. Se rastrean sus orígenes y desarrollo y se explica de forma breve cómo funcionan o hacia a dónde apuntan los principales instrumentos que dan forma y moldean a la RSE, en donde se incluyen los mecanismos de certificación que emplea esta reciente (y cada vez más en boga) gestión de negocios en el mundo, poniendo particular atención en América Latina y México. En el tercer apartado, a manera de conclusión, se analiza por medio de un ejercicio comparativo los esquemas de certificación empleados, por el CJ y la RSE. En él se contrastan los mecanismos, formas, dimensiones y profundidad de ambos sistemas de certificación para sacar algunas conclusiones sobre ciertas pautas y patrones más generales que pueden y deben seguir este tipo de herramientas de transparencia y rendición de cuentas como mecanismos de acceso a la información y, más en general, de fortalecimiento de la democracia.

Por último, conviene hacer dos advertencias antes de entrar en materia: La primera es que los dos proyectos analizados en este trabajo (el CJ y la RSE) parecieran ser iniciativas difícilmente comparables debido a que, inclusive, son modelos de gestión ubicados en esferas analíticamente diferenciadas en los estudios de la sociedad o de las nuevas formas de coordinación social.⁹ Sin embargo, el tema de la certificación, que toca a ambas

⁹ Lechner y Mesner discuten con amplitud los nuevos mecanismos de coordinación social. Norbert Lechner, "Tres formas de coordinación", *Revista de la Cepal*, s/p, núm. 61, 1997; D. Mesner, "Del Estado céntrico a la 'sociedad de redes'. Nuevas exigencias a la coordinación social", en Norbert Lechner,

propuestas, puede funcionar como eje de comparación a lo largo de la exposición. La segunda es que este texto sólo ofrece una visión introductoria al tema propuesto, debido a que una comparación tal como se piensa implica una investigación mucho más larga y compleja que la que los autores están, por ahora, en posibilidad de hacer. Sin embargo, aún en estado preliminar, dentro de las conclusiones que se pueden obtener al realizar una reflexión y un trabajo de investigación de esta naturaleza, es posible encontrar algunos planteamientos generales sobre el alcance, profundidad y validez de los sistemas de certificación por entidades y organizaciones autónomas.

EL COMERCIO JUSTO

BREVE CARACTERIZACIÓN

El CJ (o *Fair Trade*) es una forma comercial alternativa puesta en práctica por un movimiento social de dimensiones globales que tiene como objetivo principal disminuir las condiciones de pobreza y marginación en las que viven millones de campesinos y productores primarios pobres provenientes de países en desarrollo de América Latina, el sudeste asiático y el continente africano. A partir del lema de “comercio, no ayuda” (*trade not aid!*), este enorme movimiento está conformado por miles de organizaciones de productores, importadores, procesadores, distribuidores, activistas, empresarios, consumidores, etcétera, localizadas en más de cien países.¹⁰ El movimiento del CJ se plantea como premisa fundamental una significativa disminución en el número de intermediarios que participan en la cadena comercial como mecanismo para pagar un “precio justo” a los productores primarios,¹¹ quienes se encuentran en el primer eslabón y generalmente reciben la menor parte del precio pagado por el consumidor final.¹² De esta manera,

René Millán y Francisco Valdés (coords.), *Reforma del Estado y coordinación social*, IIS-UNAM/Plaza y Valdés, México, 1999, pp. 77-121.

¹⁰ Daniel Jaffee, *Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability and Survival*, University of California Press, Los Ángeles, 2007, p. 3.

¹¹ Douglas Murray, Laura Reynolds y Peter Taylor, “The Future of Fair Trade Coffee: dilemmas facing Latin America’s Small-Scale Producers”, *Development in Practice*, vol. 16, núm. 2, abril, 2006, pp 179-192.

¹² Oxfam hizo un estudio de la estructura del precio de un kilo de café soluble producido en Uganda y vendido en el Reino Unido en 2001. Examinó cada uno de los pasos entre el primer eslabón de la cadena, el productor rural que vende el kilo de café aún en granos sin tostar al intermediario local, y el último, el consumidor que lo compra en una tienda en el Reino Unido, pasando por los puntos intermedios del empacador en la capital Kampala que lo exporta, el importador que lo entrega al

enlazando a consumidores solidarios del norte (países desarrollados) con productores primarios del sur (países en desarrollo), el CJ se ha constituido como una novedosa y excéntrica alianza social conformada por dos comunidades epistémicas enormemente diferentes.¹³ De la misma manera, se le puede ver como un movimiento posrevolucionario y posliberal en el sentido de que, por un lado, no se plantea “la transformación de las relaciones de propiedad y no proponen refundar la sociedad” y, por el otro, su forma de operación “cae fuera de la lógica liberal de la representación territorial” aunque ello no significa que se oponga al quehacer de los partidos políticos o que niegue la validez de las elecciones y la representación en general.¹⁴

Desde la década de 1960, el movimiento del CJ ha logrado constantes e impresionantes avances. De ser un movimiento errático, fraccionado, aislado y voluntarista (de lo que no se ha desprendido totalmente), hoy en día representa la esperanza para más de un millón y medio de productores pobres y sus familias (unos 7.5 millones de personas) provenientes de casi 60 países en desarrollo, quienes, de alguna manera, se ven beneficiados por la comercialización de sus productos con los llamados “precios justos”.¹⁵ En efecto, el movimiento ha logrado enormes progresos, que se pueden observar en el volumen de productos de CJ negociados anualmente,¹⁶ en el número de organizaciones de productores

tostador y empacador para continuar finalmente con quien lo distribuye entre los consumidores en países en desarrollo. El estudio demostró que la parte más grande corresponde a quienes se encargan de transportar y tostar el café y a quienes se encargan de venderlo. Entre ambos, se quedan con casi 80% de los ingresos. La cadena comienza con 14 centavos de dólar que recibe el productor, luego pasa a 45 cuando es puesto en el puerto, sube a USD 1.64 al llegar a la fábrica que lo tuesta y empaca (principalmente las plantas de Nestlé y Kraft, empresas que controlan la mitad del mercado mundial de café soluble) y termina en USD 26.40 cuando el consumidor lo adquiere en un supermercado. El salto entre 1.64 y 26.40 se da en los dos últimos pasos de la cadena, el tostado y la comercialización. Si bien la elaboración de café soluble requiere más de un kilo de café en grano, recordemos que el campesino de Uganda vendió el kilo de granos verdes por sólo USD 14 centavos.

¹³ Gavin Fridell, “Fair Trade and Neoliberalism, Assessing Emerging Perspectives”, *Latin American Perspectives*, Issue 151, vol. 33, núm. 6, noviembre, 2006, p. 8.

¹⁴ Benjamín Arditi y Carlos Chávez, “Del comercio libre al comercio justo: las iniciativas de los nuevos defensores de la equidad en las relaciones norte-sur”, revista *Sistema*, núm. 195, noviembre, Fundación Sistema, Madrid, p. 77.

¹⁵ FLO, “Annual Report 2007” [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_AR2008.pdf], fecha de consulta: noviembre de 2008.

¹⁶ Unos 800 millones de euros en 2004, 1 600 millones de euros en 2006, 2 300 millones de euros en 2007 y se espera que al cierre de 2008 esta cifra supere los 3 000 millones de euros. FLO, *ibid.*, p. 5.

que se han incorporado a su estructura¹⁷ o en el aumento de las ventas certificadas¹⁸ en prácticamente todos los productos que se han incorporado al mercado justo: cocoa, flores, azúcar, miel, artesanías, té, vino, entre muchos otros.

No obstante estos números, no debemos perder de vista que el CJ, frente al volumen del comercio convencional y frente a la magnitud de los problemas que se plantea resolver (pobreza, marginación y desigualdad), es más una prometedora alternativa que un proyecto acabado.¹⁹ Lo importante, en todo caso, radica en que ha logrado impresionantes avances en poco tiempo, y éstos se han traducido en mejorar, aunque sea levemente, las condiciones de vida de millones de personas en distintos países en desarrollo. Con todo, cabe preguntarse: ¿cómo un movimiento tan reciente y, al menos en un inicio, errático y poco estructurado, pudo alcanzar un crecimiento tan amplio, dinámico y veloz? Son varias razones las que explican esto:

1. Se trata de una bandera (la del CJ) ideológicamente poco atacable, o políticamente muy correcta. Prácticamente sin demandar fondos públicos, ha logrado poner en marcha un complejo e intrincado mecanismo para hacer llegar recursos a algunos productores pobres (cada vez más) de numerosos países en desarrollo.
2. Debido al intenso trabajo político y de concientización que hicieron y siguen haciendo miles de activistas y promotores del CJ, quienes explican (comúnmente mientras ofrecen los productos del CJ) las pésimas e injustas condiciones de intercambio y comercialización que sufren los campesinos del sur.
3. Porque ha crecido la demanda social, aunque moderadamente, por productos que no sólo sean competitivos dentro del esquema clásico de oferta, demanda y precio, sino que además ofrezcan un avance ético, de calidad, respeto al medio ambiente, etcétera.²⁰
4. En cuarto lugar se propone una explicación más de tipo organizativa: el movimiento del CJ supo estructurarse burocráticamente²¹ para profesionalizar una buena parte

¹⁷ Particularmente a una de las organizaciones integradoras —o paraguas— del movimiento: Fairtrade Labeling Organizations International (FLO, en lo sucesivo). El número de organizaciones democráticas de productores que se han sumado al movimiento del CJ pasó de 224 en 2001 a 432 en 2004 y a 632 en 2007. *Idem*.

¹⁸ Por ejemplo en 2006 se comerciaron bajo el esquema del CJ, 135 763 toneladas de plátano. Mientras que esta relación ascendió a 233 791 toneladas a fines de 2007. En el caso del café, varió de 52 064 en 2006 a 62 609 toneladas en 2007. *Ibid.*, p. 13.

¹⁹ Gavin Fridell, "The Fair Trade Network in Historical Perspective", *Canadian Journal of Development Studies*, vol. XXV, núm. 3, 2004, p. 411.

²⁰ En particular, cabe señalar que una buena parte de los productos del CJ son orgánicos (es decir, están libres de cualquier tipo de agroquímicos) y procuran la conservación de los ecosistemas.

²¹ En el sentido weberiano de la expresión.

de sus muy diversas y variadas áreas y actividades. Hoy es un movimiento con una estructura compleja y vasta, pero racional y estable,²² fundamentalmente a partir de los esquemas de certificación orgánica, ecológica y de transacciones justas.

5. Finalmente, porque se trata de una iniciativa que ha generado creciente confianza social puesto que opera con mecanismos que garantizan y certifican los procesos²³ y resultados que el propio movimiento ofrece y difunde públicamente. Estos procesos y mecanismos constituyen justamente el tema del trabajo que a continuación se explica más detalladamente.

LA CERTIFICACIÓN EN EL COMERCIO JUSTO

El movimiento del CJ comenzó a estructurarse y a ganar formalidad en la década de 1980. Fue en esos años cuando se establecieron los primeros acuerdos formales de importación-exportación de café hacia el Viejo Continente.²⁴ Posteriormente se han ido introduciendo otros productos y como se ha señalado más atrás, paulatinamente la demanda y el interés por los productos “éticos” ha ganado terreno, lo que no ha implicado resolver el complejo aspecto del abasto. Lo problemático ha sido ampliar el mercado, principalmente introducirlos a los supermercados, porque esto supone una forma completamente diferente de importación y comercialización, procesos en los que uno de los obstáculos más importantes²⁵ es el de dar confianza a los consumidores en cuanto a que los productos que se ofrecen son efectivamente el resultado de transacciones justas. Más aún, cuando ciertas empresas y compañías, como reacción al creciente éxito de algunos productos del CJ, han comenzado a promocionar sus productos como productos “éticos”, “responsables”, “sociales”, etcétera, sin ningún sustento y sólo para aumentar las ventas.²⁶ Ante esto: ¿cómo hacer que los consumidores de los productos del CJ tuvieran

²² En este aspecto, uno de los elementos que denotan con mayor claridad la creciente organización, estructuración y profesionalización del movimiento del CJ ha sido la creación y puesta en marcha de los esquemas de certificación de transacciones justas, en las que también, sin embargo, se toman en cuenta aspectos sobre temas ecológicos y de producción orgánica.

²³ Peter Taylor, Douglas Murray y Laura Reynolds, “Keeping Trade Fair: Governance Challenges in the Fair Trade Coffee Initiative”, *Sustainable Development* 13, 2005, p. 199.

²⁴ Particularmente algunos grupos ecuménicos y de activistas comenzaron a relacionarse con grupos de productores en México y Centroamérica.

²⁵ Más allá de los problemas técnicos de comercialización, transporte, procesamiento, empaque, etcétera.

²⁶ Franz Vanderhoff y Nico Roozen, *La aventura del comercio justo, una alternativa de globalización por los fundadores de Max Havelaar*, El Atajo Ediciones, México, 2002.

certeza de que efectivamente se cumplieran los preceptos del movimiento y que no se trataba simplemente de un ardid publicitario?

Para eso se crearon los sellos de certificación del comercio justo (SCJ en adelante). El primero de ellos nació en 1988 en Holanda y se le denominó Max Havelaar. Posteriormente, y sobre todo durante la década de 1990, se crearon 19 iniciativas de certificación en países desarrollados de Europa, Asia y América del Norte. Recientemente se creó el primer sello de certificación en un país en desarrollo: se trata de Comercio Justo México pero hasta ahora esta iniciativa no ha alcanzado el estatus de socio de pleno derecho ante FLO, lo mismo que ocurre con el primer sello de certificación africano: Sudáfrica. En total suman 21 los SCJ afiliados a FLO hoy en día.

El SCJ es un pequeño distintivo que se coloca en el empaque de cada producto de transacciones comerciales justas para que sea identificado por el consumidor. Tres ejemplos de ellos son los siguientes:



Fuentes: FLO (2008b), Transfair EUA (2008) y Comercio Justo México (2008), respectivamente.

El SCJ es el certificado que garantiza que se ha pagado un precio justo al productor primario y que el producto llega a las manos del consumidor final casi sin haber pasado por intermediarios; garantiza también que las organizaciones de productores que reciben los beneficios del comercio justo están democráticamente organizadas y que respetan una serie de estándares medioambientales y laborales que más adelante se abordarán y que, además, destinan parte de dichos recursos a proyectos de desarrollo local.

Para determinar si un precio es justo o no, las distintas Organizaciones de Comercio Alternativo establecieron desde 1988 los Estándares Internacionales de Comercio Justo con los que se evalúa el precio inicial del producto en relación con su precio final, frente a la ganancia neta recibida por el productor. Con la creación de FLO en 1997 se estandarizaron los indicadores para medir anualmente el precio de los productos que pretenden ser certificados. Estos indicadores son: el Costo de Producción Sostenible (CoP) y el Costo de Vida Sostenible (CoL). Un precio justo debe cubrir ambos costos e, incluso,

ofrecer un extra para la inversión en proyectos de mejoramiento social, medioambiental o productivo.²⁷ Los dos primeros componentes conforman el denominado Precio Mínimo de CJ *FAIRTRADE*, el tercer elemento es la Prima de CJ *FAIRTRADE*. La normatividad relativa a los sellos de CJ hasta ahora abarca Criterios Genéricos y Criterios Específicos (por producto). Así, cada productor o comerciante que pretenda ostentar el logo del CJ debe cumplir con ambos.²⁸

Por principio de cuentas, el movimiento del CJ establece que no se trabaja con productores individuales, sino que tienen que estar organizados.²⁹ Ahora bien, la evaluación del cumplimiento de dichos criterios la realiza una entidad autónoma de inspección y certificación denominada FLO-Cert GMBH, la cual coordina la inspección de productores y comerciantes.

Básicamente, los Criterios Genéricos y Específicos apuntan a cumplir metas en tres ámbitos específicos: la promoción del desarrollo social, económico y medioambiental. Adicionalmente, se plantea un ámbito de evaluación destinado para el análisis de organizaciones y empresas que contratan personal para la producción. El primer ámbito se refiere a la exigencia que se hace a las organizaciones de pequeños productores para que tengan una estructura organizativa en la que todos los miembros de la organización participan en la toma de decisiones³⁰ y, en la medida de lo posible, en las actividades de la organización. Esta última debe funcionar con toda transparencia y no deberá permitir ni fomentar ningún tipo de discriminación en perjuicio de algún miembro o grupo social al interior o a nivel comunitario o social. El segundo tiene que ver con la exigencia que se hace a la industria (que decide entrar a la red del CJ) de pagar un Precio Mínimo de CJ *FAIRTRADE* así como la Prima de CJ *FAIRTRADE*. Ésta se debe invertir en proyectos de desarrollo local que deciden las propias organizaciones, pero lo importante es que FLO certifica que efectivamente todos los miembros de la organización de productores participaron en la decisión sobre el uso de dichos recursos. Por la parte de los comercializadores, importadores y exportadores de los productos del CJ a éstos se les obliga a pagar anticipos (conocidos como prefinanciamiento) a los grupos de productores, con los que tienen recursos durante todo el proceso de producción y no sólo hasta el momento de la cosecha como habitualmente ocurre.

²⁷ Benjamín Arditi y Carlos Chávez, “Del comercio libre al comercio justo...”, *op. cit.*, p. 62.

²⁸ Cabe aclarar que hasta ahora ambos niveles de certificación han sido desarrollados con mucho mayor detalle para las organizaciones de productores. En estos momentos se preparan los criterios para comerciantes y empresas que desean trabajar con productos del comercio justo.

²⁹ Con esto se busca fomentar la rearticulación del tejido social y la construcción de capital social y se motiva a que los campesinos emprendan esfuerzos colectivos.

³⁰ En términos llanos se refiere a que debe ser democrática.

Con respecto al apartado medioambiental los Criterios de CJ *FAIRTRADE* incluyen requisitos para las prácticas agrícolas respetuosas del medio ambiente. Se pone especial énfasis en el uso reducido (o muy limitado) de agroquímicos, un manejo apropiado y seguro de residuos, el mantenimiento de la fertilidad de los suelos y de los recursos hidrológicos, y el no uso de organismos genéticamente modificados (transgénicos).³¹

En el caso de las situaciones de trabajo contratado, es decir, cuando alguna organización de pequeños productores o alguna firma de comercialización, importación-exportación, procesamiento, etcétera, desee trabajar con productos del CJ, los Criterios Genéricos exigen a la compañía que otorgue derechos sociales y seguridad laboral a sus trabajadores. Los principales elementos son: brindar constantemente oportunidades de formación y capacitación, ausencia de toda práctica discriminatoria respecto al empleo, ausencia de trabajo infantil, así como de cualquier otra forma de trabajo forzado, acceso permanente a procesos de negociación de contratos colectivos y libertad para formar y participar en sindicatos, condiciones de empleo que sobrepasen los requisitos mínimos legales (sobre todo en términos salariales), adecuadas condiciones de seguridad, higiene y sanitarias, así como suficientes facilidades para que los trabajadores administren la Prima de Comercio Justo *FAIRTRADE*.³² El patrón de medida en este criterio son los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En el Cuadro 1 se muestran los cuatro ámbitos gráficamente.

Para la operacionalización y puesta en práctica de los Criterios Genéricos del CJ, se crearon los requisitos (que ocupan la columna de la derecha en el Cuadro 1). Hay dos tipos de requisitos: los “mínimos” y los de “progreso”. Los primeros deben cumplirse en el momento mismo “de unirse al Comercio Justo *FAIRTRADE*, o dentro de un periodo establecido”. Los segundos apuntan a aspectos en los que las organizaciones de productores y empresas que se plantean participar en el esquema del CJ deben mostrar una continua mejora en un periodo establecido.³³

Sumada a estos criterios, está la permanente exigencia de FLO para el cumplimiento de las legislaciones nacionales en materia laboral, de derechos humanos, de desarrollo social y económico, de protección al ambiente, etcétera.

³¹ Sin embargo, hay que decir que aunque no se exige certificación orgánica dentro de los Criterios de Comercio Justo *FAIRTRADE*, una buena parte de los productos comercializados bajo esquemas de transacciones justas se hacen tomando en cuenta y aplicando los procedimientos de la agricultura orgánica. La principal razón para ello, radica en que si bien los costos para la producción orgánica son altos, éstos se pueden incluir dentro de los Precios Mínimos de CJ, así la carga de la certificación orgánica la paga el principal beneficiario de los productos orgánicos certificados: el consumidor final.

³² FLO, *Criterios genéricos de comercio justo FAIRTRADE para organizaciones de pequeños productores*, 2007, en internet.

³³ *Idem*.

CUADRO 1
Criterios para la certificación de pequeños productores

Criterios generales	Requisitos
Desarrollo social	<ul style="list-style-type: none"> • El comercio justo como capacidad de desarrollo • Los miembros son pequeños productores • Democracia, participación y transparencia • Contra la discriminación
Desarrollo económico	<ul style="list-style-type: none"> • Prima de comercio justo • Capacidad de exportación • Fortalecimiento económico de la organización
Desarrollo medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del impacto, planificación y monitoreo • Agroquímicos • Residuos • Suelo y agua • Fuego • Organismos modificados genéticamente
Criterios generales sobre condiciones de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar cualquier modalidad de trabajo forzoso e infantil • Libertad de asociación y negociación colectiva • Condiciones de empleo • Salud y Seguridad Laborales

Fuente: elaboración propia con base en FLO, *Criterios genéricos de Comercio Justo FAIRTRADE para organizaciones de pequeños productores*, 2007.

Para finalizar este apartado, conviene señalar que las agencias autónomas que certifican y hacen las inspecciones para FLO, y en general para el CJ, están acreditadas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés), es decir, están sujetas a estándares internacionales. Es por eso que en México la única agencia que hace la certificación para FLO en materia de CJ es la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos SC (Certimex), ya que Organic Crop Improvement Association (OCIA) y Bio Agri Cert³⁴ únicamente hacen certificación en el aspecto orgánico.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Ahora, se propone desplazar la mirada a la RSE, debido a que está conformada por un conjunto de certificaciones que pueden contribuir a la gestión de negocios socialmente

³⁴ Ambas, agencias internacionales autónomas de certificación en materia de producción orgánica.

responsables y a la transparencia de las empresas, particularmente en su relación con el ámbito público. Cabe aclarar que la RSE se compone, entre otros rubros, de una serie de instrumentos dirigidos a la verificación y certificación que por su reciente aparición y complejidad hoy en día están aún en proceso de desarrollo.

ASPECTOS GENERALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Si bien el origen de la RSE está sujeto a debate, en las últimas décadas se pueden encontrar momentos clave que han determinado su existencia como hoy la conocemos. En la década de 1960 la teoría económica consideraba que la empresa tenía la responsabilidad de limitarse a generar ganancias respetando la normativa legal del contexto en el que se desenvolvía. Posteriormente, en la década de 1980, al surgir la teoría de los grupos de interés o participantes involucrados (*stakeholders*) se propagó la idea de que las empresas deben rendir cuentas y satisfacer demandas sociales debido al impacto directo e indirecto que causan a la sociedad.³⁵ Pero es realmente en la década de 1990 cuando se da el auge de la RSE al multiplicarse su uso, debido a una serie de factores como el debilitamiento del Estado como rector de la economía, la globalización (principalmente en su acepción económica), el aumento de la inequidad social, los adelantos tecnológicos, la mayor participación e influencia de las empresas en lo público y la creciente conciencia de la sociedad civil sobre problemas sociales y ambientales.

En este marco, desde algunos enfoques, “se acusa al mundo de los negocios de contribuir a la aparición de nuevos riesgos ambientales y sociales asociados a un crecimiento económico sin control”³⁶ y por tanto, la sociedad civil y diversos actores públicos en todo el mundo exigen de manera creciente que las compañías se responsabilicen de sus acciones, que impactan el entorno en donde se desenvuelven. Comienza a hablarse entonces de que la empresa no sólo debe limitarse a cumplir con la ley,³⁷ sino que su comportamiento debe tener un sentido de corresponsabilidad con el gobierno y la sociedad, al formar parte de una realidad compleja de interacciones y relaciones dialécticas entre fenómenos sociales, económicos, políticos y medioambientales, así como de una multiplicidad de sectores y actores que conforman el todo social.

³⁵ Bernardo Kosacoff, *El modelo de un empresario socialmente responsable*, CEPAL, 2006, pp. 4-5.

³⁶ Tomás G. Perdiguer, *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, Colección Argumentos, Anagrama, Barcelona, 2003, p. 100.

³⁷ Joaquín Trigo Portela, “Relación de la empresa con agentes sociales e institucionales”, en Joan Josep Artells Herrero, Juan Fernández de Castro, *Ensayos sobre la RSE*, Foment del Treball Nacional, España, 2008, p. 117.

El tema de la RSE es sumamente complejo por la diversidad de ámbitos que abarca (derechos humanos, medio ambiente, desarrollo comunitario, transparencia y rendición de cuentas, ética empresarial, etcétera) y de actores que involucra, mejor conocidos en la materia (y más en general en la literatura sobre las organizaciones) como grupos de interés, participantes involucrados o *stakeholders*, que son quienes se interrelacionan con la empresa en lo interno (accionistas, empleados, inversionistas y socios) y en lo externo (proveedores, la comunidad, agentes gubernamentales, los consumidores o clientes, organizaciones de la sociedad civil, entre otros).

Esta complejidad se observa incluso en la definición del propio concepto, ya que, aún no existe delimitación conceptual, ni una sola visión acerca de qué es la RSE. Sin embargo, es posible rescatar elementos comunes en distintas definiciones que han aportado entidades como la Business for Social Responsibility³⁸ (Negocio por la Responsabilidad Social), la Unión Europea a través del Libro Verde (Comisión de las Comunidades Europeas 2001), el Instituto Ethos,³⁹ y en México el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)⁴⁰ o la Red Puentes.⁴¹ Gran parte de las concepciones sobre RSE coinciden en que es una forma de actuación empresarial voluntaria que concilia sus intereses con los del entorno social, económico y medio ambiental de manera sustentable.

Debido al incremento de las prácticas de RSE, pero también a la desconfianza social y a las crecientes demandas ciudadanas de mayor y mejor información para conocer los impactos de los negocios en la sociedad, han surgido una serie de herramientas e instrumentos nacionales e internacionales que posibilitan el aprendizaje y la constante transformación del modelo de RSE y que además permiten reportar, comunicar y

³⁸ Business for Social Responsibility es una organización sin fines de lucro con seis oficinas localizadas en Asia, Europa y Norteamérica y conformada por más de 250 compañías de todo el mundo. Su objetivo es ofrecer a las empresas estrategias y soluciones en RSE a partir de consultorías, investigación y colaboración intersectorial.

³⁹ El Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social, creada en 1998 en Brasil, es una asociación de compañías que se interesa en el desarrollo de sus actividades de una manera socialmente responsable, en un proceso permanente de aprendizaje y evaluación.

⁴⁰ El Centro Mexicano para la Filantropía es una asociación civil sin fines de lucro fundada en 1988, integrada por más de 680 miembros entre los que se encuentran empresas, fundaciones, organizaciones civiles y personas, cuya misión es “Promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos y sus organizaciones, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera”. Centro Mexicano para la Filantropía, *Información institucional*, México, 2008a, en internet, fecha de consulta: noviembre de 2008.

⁴¹ La Red Puentes es una alianza internacional constituida en 2003 por organizaciones sociales de América Latina y Europa que se unieron para promover el desarrollo de los conceptos e instrumentos de la RSE desde la perspectiva de la sociedad civil. La integran organizaciones de Argentina, Brasil, Chile, España, Países Bajos, México, Perú y Uruguay.

encaminar el desempeño de las empresas en materia de responsabilidad social. Sin embargo, aún no hay un criterio unificado de certificación de la RSE sino una serie de estándares que apuntan de manera muy específica a diferentes aspectos que se relacionan con esta nueva gestión de negocios.

Los instrumentos clave que marcan los principios que dan sustento a la RSE son convenios multinacionales derivados de la necesidad de proteger los derechos humanos y mejorar las condiciones sociales y ambientales, debido al rápido proceso de globalización y sus consecuencias, en términos de sostenibilidad, desequilibrios y desigualdad. Los documentos base que nutren a la idea de la RSE son:

- a) La Declaración de los principios y los derechos fundamentales en el trabajo OIT.
- b) Las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para empresas multilaterales, que contiene recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales.⁴²
- c) El Pacto Mundial que fue lanzado en el año 2000 después de una serie de consultas con gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil como un marco de acción para que las empresas incorporen en sus operaciones diez principios relacionados con los derechos humanos y laborales, el medioambiente y la lucha anticorrupción.⁴³

Existen además otras herramientas que al igual que los principios o líneas directrices de la RSE proporcionan elementos para su continua construcción y promocionan derechos humanos, laborales y ambientales, trasladando sus principios a prácticas concretas; se trata de los índices globales y los instrumentos de asesoría.

Debido al incremento de la Inversión Socialmente Responsable (ISR)⁴⁴ han surgido los Índices Globales ligados a instrumentos financieros éticos para proporcionar información sobre la sustentabilidad y la responsabilidad social de las empresas. Entre algunos de los Índices Globales se identifican el “Dow Jones Sustainability” (DJSI) y el “FTSE4Good”.

Los índices *Dow Jones Sustainability* (DJSI) se lanzaron en 1999 para observar el comportamiento financiero de compañías sustentables en lo social, lo económico y

⁴² Sandra Benbeniste, *El alcance del concepto de la responsabilidad social corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema*, 2002, p. 1, en internet, fecha de consulta: octubre de 2008.

⁴³ Pacto Mundial, *Apartado web*, 2008, en internet, fecha de consulta: octubre de 2008.

⁴⁴ Inversión socialmente responsable es un término referido a prácticas de inversiones que consideran no sólo los aspectos financieros de una inversión sino también los asuntos sociales y ambientales para lograr su sostenibilidad y generar retornos y activos para la empresa. La ISR no sustituye a la RSE, es más bien un instrumento para su materialización.

lo medioambiental. Estos índices no sólo implican un compromiso con la solución de problemas sociales sino que también han demostrado ser más rentables: “La rentabilidad de los fondos de inversión cuya gestión incorpora criterios de valoración de la Responsabilidad Social de las Empresas, es superior a la del resto de los fondos. Durante el periodo 1993-2002, el Dow Jones Sustainability Index ha crecido 39%, en comparación con 19% del Dow Jones Global Index, en el mismo periodo”.⁴⁵ Las empresas participantes entran a la clasificación de sostenibilidad por industria, en la cual se les ubica según la puntuación obtenida. Por su parte, el FTSE4Good creado en 2001 por el Financial Times Stocks Exchange y la Bolsa de Valores de Londres, lidera el mercado europeo de fondos éticos. Para seleccionar a los grupos de empresas que se evalúan, se aplican los siguientes criterios: trabajar por una sostenibilidad medioambiental, desarrollar relaciones positivas entre los participantes involucrados y defender y apoyar los derechos humanos. FTSE4Good funciona a partir del criterio de exclusión, ya que no permite la participación de empresas dedicadas a la industria del tabaco, armas nucleares, alcohol, químicos, entre otros.

Hay, además, una gran diversidad de instrumentos de asesoría. Se pueden identificar entre muchos otros, el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, por sus siglas en inglés) y en la región latinoamericana Forum Empresa. La WBCSD es una asociación de cerca de 200 compañías que se relacionan con negocios y desarrollo sustentable, cuya misión es “proporcionar liderazgo empresarial hacia un desarrollo más sostenible promoviendo la ecoeficiencia, innovación y responsabilidad social empresarial” a partir del intercambio de experiencias, reuniones y programas conjuntos, principalmente en cuatro áreas: Energía y cambio climático, desarrollo, rol de los negocios y ecosistemas.⁴⁶

En América Latina la red de organizaciones empresariales, Forum Empresa, articula y fortalece a las organizaciones empresariales nacionales y regionales interesadas en la RSE y apoya el establecimiento de nuevas organizaciones afines en los países americanos que aún no cuentan con ellas;⁴⁷ trabaja también en proyectos conjuntos con organizaciones internacionales y organismos multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el enfoque específico de promover la RSE en un país o región determinada. A esta red pertenecen 19 organizaciones latinoamericanas que se dedican a fortalecer y a asesorar a empresas en la región. Entre algunos de los miembros de esta red se encuentran

⁴⁵ Alianza Social VenAmCham, *Inversión social empresarial. Instrumento para la sostenibilidad. Principios y prácticas*, Cámara Venezolano Americana de Comercio e Industria, Caracas, 2004, p. 45.

⁴⁶ World Business Council for Sustainable Development, *Apartado web*, 2008, en internet, fecha de consulta: noviembre 2008.

⁴⁷ Forum Empresa, *Apartado web*, 2008, en internet, fecha de consulta: octubre 2008.

Acción RSE en Chile, Perú 2021, Fundemás en El Salvador y el Instituto Ethos que es uno de los referentes más importantes en la región. Mediante los Indicadores Ethos de RSE se apoya la gestión de las actividades de responsabilidad social en las empresas y se busca que el uso de dichos indicadores contribuya a la expansión de la generación de conocimiento e información sobre el tema.⁴⁸ Una buena parte de las organizaciones que integran la red, promueven la RSE mediante investigaciones, la publicación de manuales, la organización de conferencias y foros, orientación a consultores, la realización de campañas publicitarias, etcétera. Como parte de esta red latinoamericana se encuentra también el Cemefi que promueve la RSE por medio de talleres, asesorías, la promoción del diálogo y la vinculación entre empresas y organizaciones de la sociedad civil y sobre todo por medio del denominado “Distintivo ESR”.⁴⁹

Dentro de la diversidad de instrumentos que pretenden garantizar la rendición de cuentas de las prácticas empresariales, el Global Reporting Initiative (GRI), merece especial atención pues desde su creación en 1997 cerca de 350 empresas se incorporaron a él y desde entonces la aceptación por este tipo de reportes ha ido en aumento: “Durante el 2005 el 64% de las 250 empresas más grandes del Fortune 500 publicaron información sobre su desempeño en RSE”.⁵⁰ El modelo de reporte del GRI empezó a funcionar por una iniciativa *multi-stakeholder* para satisfacer la demanda de mayor transparencia de los diferentes grupos de interés relacionados con las empresas. El GRI proporciona una guía para que las empresas brinden una visión transparente sobre su actuación a partir de reportes que incluyen información cualitativa de difícil medición. Aunque en países como el Reino Unido, Suecia u Holanda existen otras herramientas similares, hasta ahora el GRI es el intento más sólido de reportes de RSE conocido internacionalmente.⁵¹

⁴⁸ Instituto Ethos, *Apartado web*, 2008, en internet.

⁴⁹ El cual es un reconocimiento que se entrega a aquellas empresas que, según un auto diagnóstico de 120 indicadores, un análisis y la posterior validación por parte del equipo técnico de la información entregada por la empresa, han asumido en su estrategia de negocios al menos una política y/o práctica de responsabilidad social en cualquiera de los cuatro ámbitos que son considerados: ético, laboral, ambiental y social. Centro Mexicano para la Filantropía, *Información institucional*, México, 2008a, en internet, fecha de consulta: noviembre de 2008. Sin embargo, en 2010, a 428 empresas latinoamericanas les fue negado el reconocimiento. Lo interesante está en que según ExpokNews (2010), “han transcurrido 10 años desde que se realizara la primera entrega” [del reconocimiento] “contando en aquel entonces sólo con un puñado de compañías”. No obstante, “a una década del esfuerzo, son ya casi 500 las empresas que han transitado por este camino”, lo que demuestra un importante crecimiento en el número de corporaciones que están interesadas en mostrar a sus grupos de interés que trabajan bajo uno o varios parámetros de los que propone la responsabilidad social empresarial.

⁵⁰ KMPG, Estudio internacional 2005 sobre informes de responsabilidad corporativa, 2006, en internet, fecha de consulta: abril de 2010.

⁵¹ Alianza Social VenAmCham, *Inversión social empresarial...*, *op. cit.*, p. 40.

A pesar de que el distintivo de ESR o el GRI pueda llegar a parecerse a algunos instrumentos de certificación, es importante hacer hincapié en que ninguno de ellos garantiza la transparencia a partir de estándares de certificación.⁵² Sin embargo, todos ellos en conjunto con las normas técnicas de certificación analizadas a continuación, dan forma y moldean el actual panorama y desarrollo de la RSE, reforzándose unos a otros y complementando la legislación nacional e internacional, el diálogo social y las negociaciones colectivas para promover mejores prácticas empresariales en nuestras sociedades.

CERTIFICACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: NORMAS Y ESTÁNDARES TÉCNICOS

Los mecanismos internacionales que apuntan hacia la certificación en RSE son múltiples y cada uno se enfoca en diferentes ámbitos. Las normas y estándares técnicos están conformados principalmente por la norma ISO⁵³ 14000, Eco-management and audit scheme (EMAS), AA (*AccountAbility*) 1000, y SA (*Social Accountability*) 8000, los cuales brindan un conjunto de procedimientos, pasos y especificaciones para que las empresas puedan gestionar y sistematizar sus actividades por medio de consultas y auditorías con los diferentes participantes involucrados. A continuación se presenta cada uno de ellos.

ISO14000

Después de haber sido discutido en la Cumbre Mundial de Río en 1992, el estándar ISO 14000 fue publicado en 1996 para medir el impacto ambiental de las empresas en relación con las actividades, productos o servicios que provee.⁵⁴ Mediante la ISO14001 las empresas que participan de manera voluntaria pueden obtener un certificado por el cumplimiento de requisitos documentados que pueden ser revisados objetivamente por auditores externos y diversos grupos de interés.

⁵² Ante esta situación, varias empresas optan voluntariamente por algún tipo de auditoría para revisar los procedimientos de trabajo con el propósito de mejorarlos y señalar errores. En este sentido, la auditoría puede reforzar y complementar en gran medida la credibilidad de estos instrumentos.

⁵³ La ISO es una organización no gubernamental establecida en 1947 e integrada por cuerpos de estandarización nacionales de 157 países. Su misión es promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales. ISO, *About ISO*, 2008, en internet, fecha de consulta: noviembre de 2008.

⁵⁴ El estándar se complementa con el ISO14004, que reparte guías para la puesta en práctica de mejoras y la gestión ambiental.

Los requisitos para obtener dicho certificado se dividen en cinco etapas sucesivas con las que se busca la mejora continua en cuanto a las acciones de protección al medio ambiente por parte de la empresa en cuestión:⁵⁵

1. Política medioambiental: definida por la alta dirección de la empresa, busca mitigar la magnitud e impacto medioambiental de las actividades, productos o servicios proveídos por la empresa. La política medioambiental debe incluir un plan de mejora continua y prevención de la contaminación, además de un compromiso de cumplir con la legislación y reglamentación medioambiental aplicable y con otras obligaciones que la empresa suscriba. Dicha política debe estar documentada, implantada, mantenida al día y comunicada a todos los empleados y editada a disposición del público. Es importante subrayar que esta norma comprende solamente aquellos requisitos que pueden ser auditados objetivamente a partir de la política ambiental de la empresa y no por requisitos más allá del compromiso declarado en dicho documento.
2. Planificación: la empresa debe mantener al día los procedimientos para identificar los aspectos medioambientales, por tanto debe conocer todos los requisitos legales existentes, establecer metas para lograr sus objetivos en materia de medio ambiente y definir el programa de Gestión Medioambiental.
3. Implantación y funcionamiento: la empresa debe definir su estructura y las responsabilidades de sus miembros en materia de protección al medio ambiente. Además, debe sensibilizar y capacitar al personal para el cumplimiento de dicho objetivo. Por otro lado, debe comunicar y documentar el Sistema de Gestión Medioambiental, controlando el manejo de dicha información. Por último, debe realizar el control de operaciones y debe elaborar planes de contingencia, así como preparar la capacidad de respuesta ante posibles emergencias medioambientales.
4. Control y acción correctora: en este nivel es necesario el seguimiento y la medición de acciones, la no conformidad, acción correcta y acción preventiva, los registros medioambientales y la auditoría del Sistema de Gestión Medioambiental.
5. Revisión por la dirección: la alta dirección de la organización debe revisar el sistema de gestión medioambiental, a intervalos definidos, que sean suficientes para asegurar su adecuación y su eficacia continua.

Aunque la realización de ISO14000 es voluntaria y se aplica únicamente a aquellos aspectos medioambientales que la organización se comprometió a controlar, la certificación bajo estos estándares puede llegar a ser prerrequisito legal para participar en concursos

⁵⁵ Proyecto SICA, Certificación ISO14000, *Apartado web*, 2008, en internet, fecha de consulta: octubre de 2008.

y licitaciones, o en el mercado de la Unión Europea (UE). En efecto, en la UE existe un modelo de certificación parecido al ISO14000 denominado Eco-management and audit scheme (EMAS), el cual va más allá del ISO14000, al exigir a las empresas una revisión preliminar de su relación con el medio ambiente, regular la información y obligar a publicarla, imponer frecuencia y metodologías de auditoría, permitir la influencia de contratistas y proveedores en los procedimientos, involucrar a los empleados y exigir una mejora continua en cuanto a la actuación conforme a la legislación ambiental. A pesar de que EMAS es de carácter voluntario, tiene un estatus legal entre los Estados miembros de la Unión Europea, lo que garantiza un mayor alcance a dichas normas.⁵⁶ Es quizá por ello, que dentro de los certificados que involucran a la RSE es en el que más empresas participan pues desde su creación cerca de 1 300 miembros se le han adherido.

AA1000 *AccountAbility*

A fines de 1999 el Institute For Social and Ethical Accountability, organización internacional sin fines de lucro con sede en el Reino Unido, diseñó estos indicadores para guiar a las empresas en la elaboración de informes para mejorar su responsabilidad y desempeño, por medio de un proceso de aprendizaje que implica la participación de los *stakeholders*. AA1000 es un estándar o norma que pretende garantizar la calidad en la rendición de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial. El principio de inclusión es primordial para AA1000, ya que a partir del diálogo con los grupos de interés y participantes involucrados (*stakeholders*), la empresa identifica indicadores clave para su desempeño. La AA1000 no establece los niveles de desempeño que la empresa debía alcanzar en los indicadores sociales, ambientales y económicos, ni ofrece una estructura para la solución de conflictos entre la organización y sus participantes, solamente se remite a construir relaciones de confianza mutua. La AA1000 se divide en cinco fases: 1) Planificación (identificación de los objetivos y valores sociales y éticos de la organización y sus *stakeholders*), 2) Responsabilidad (información recogida y analizada, identificación de indicadores y objetivos y desarrollo de un plan de mejora), 3) Auditoría y elaboración de informes para recibir comentarios de los participantes involucrados, 4) Integración (creación de los sistemas de gestión y obtención de información, implantación de valores, auditoría interna para integrarlos), y 5) Implicación de los *stakeholders* en todas las fases del proceso. La certificación de esta norma puede ser auditada interna y externamente.

⁵⁶ Fernando Llena, ISO14001: sistemas de gestión medioambiental, 2008, en internet, fecha de consulta: octubre de 2008.

SA (*Social Accountability*) 8000

Creada en 1998 por el Consejo de Prioridades Económicas⁵⁷ (CEP) y acreditado por la Agencia de Acreditación del Consejo de Prioridades Económicas (CEPAA), es un estándar internacional y un proceso de auditoría y monitoreo que apunta a la mejora de las condiciones de trabajo y procura la producción ética de bienes y servicios por parte de las empresas. Es una norma voluntaria de aplicación universal en lo que respecta al trabajo infantil, trabajo forzado, salud y seguridad, libertad de asociación y sindicalización y derecho de negociaciones colectivas, discriminación, medidas de disciplina, horas de trabajo, remuneraciones y relaciones con proveedores. Actualmente es la norma más aplicable y auditable globalmente en materia de derechos laborales. Quienes buscan dicho certificado deben someterse a una auditoría externa, y adoptar e implementar un programa para alcanzar la certificación en el transcurso de un año. El certificado es válido por tres años y se audita cada seis meses.

ISO26000

Es importante hacer mención de la ISO26000 en el rubro de estándares técnicos. Sin embargo, debe hacerse hincapié en que a pesar de que es avalada por la ISO, esta norma no es certificable como la ISO14001 ya que su objetivo no es establecer requerimientos para obtener certificados. Su objetivo se limita a constituirse como una guía de responsabilidad social para encaminar las acciones de entidades del Estado, organizaciones de la sociedad civil, universidades, trabajadores, consumidores y no sólo de empresas, que originalmente concentrarían la aplicación de la norma, con lo que se perdería el carácter universal que pretende. La norma ISO26000 representa una herramienta muy importante porque es un conjunto de directrices que incluyen las necesidades del sector público y privado para la responsabilidad social. La importancia de la ISO26000 radica en que es la primera herramienta que engloba todo lo relacionado a la RSE, a diferencia de los instrumentos y certificados existentes (de los que se han citado sólo algunos ejemplos) que cubren alguno de sus rubros y por tanto no han permitido un consenso internacional sobre las formas de gestión y realización de la responsabilidad social empresarial.⁵⁸

⁵⁷ El CEP es un centro de investigaciones ubicado en Estados Unidos y fundado por Alice Tepper Marlin. El trabajo del CEP se enfoca en la investigación de tres temáticas generales: seguridad nacional, energía y ambiente y responsabilidad de las empresas. Prensalibre.com, Personaje Alice Marlin (1945), 2008, en internet, fecha de consulta: noviembre de 2008.

⁵⁸ ISO26000, *op. cit.*

CONCLUSIONES

Hasta aquí se han revisado dos proyectos (el CJ y la RSE) que contemplan e implican mecanismos, procesos y procedimientos de certificación y evaluación como herramientas para dar a conocer a la sociedad las actividades y formas de funcionamiento⁵⁹ de organizaciones y empresas que se han planteado o que, en los hechos, participan, intervienen y afectan (o modifican) el espacio público.

Del contraste entre ambas iniciativas es posible sacar algunas conclusiones en términos de la amplitud y la validez de la certificación, en torno a sus objetivos y alcance y sobre algunos aspectos que pueden resultar problemáticos.

Por principio de cuentas se debe señalar que los certificados de CJ y RSE constituyen interesantes e innovadoras alternativas que buscan transformar una preocupación social en una acción positiva y que pretenden generar un impacto directo sobre los consumidores;⁶⁰ ambos desarrollados por fuera del rectorado del Estado. En efecto, esto tiene una enorme importancia porque permite constatar la idea, sostenida por diferentes autores,⁶¹ de que crecientemente la sociedad civil se involucra en la promoción del desarrollo social.

Ahora bien, ambas iniciativas hasta hoy han tomado caminos diferentes para conseguir su objetivo: El CJ ha centrado su desarrollo y actividades en torno a la certificación, mientras que la RSE ha encontrado en estos instrumentos sólo una vertiente para su desarrollo. Esto tiene una enorme implicación analítica debido a que el movimiento del CJ descubrió en la certificación autónoma el mejor camino para generar confianza entre los clientes y potenciales clientes de los productos de transacciones éticas. En cambio, para la RSE no ha sido fácil generar una herramienta de certificación uniforme, globalmente aceptada y con criterios homogéneos para determinar si una empresa es socialmente responsable, pues país por país, región por región, rubro por rubro, sector por sector, en

⁵⁹ Así como el compromiso con el respeto a los derechos humanos, al medio ambiente, los derechos laborales, etcétera.

⁶⁰ European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs, Unit D-1, *ABC of the main instruments of Corporate Social Responsibility*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburgo, 2004, p. 43.

⁶¹ Edgar Esquivel, “Tres perspectivas teóricas sobre la sociedad civil”, en Edgar Esquivel e Israel Covarrubias (eds.), *La sociedad civil en la encrucijada. Los retos de la ciudadanía en un contexto global*, ITESM-Porrúa-Cámara de Diputados, México, 2005, pp. 101-151; A. Olvera, *Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina: México*, Fondo de Cultura Económica/Universidad Veracruzana, México, 2003; M. Canto, “Las organizaciones civiles en la transición”, en M. Canto (coord.), *Las organizaciones civiles en la transición, programa de análisis de la realidad y alternativas*, Red de Centros y Organismos Ecuménicos de Latinoamérica y el Caribe, México, 1998, pp. 1-22; entre otros.

la RSE existen criterios diferenciados, lo que probablemente sea, a la vez, causa y efecto de un desarrollo todavía poco coordinado y errático y, en ocasiones, escasamente consistente. Por esta razón, al menos desde el enfoque de la certificación, el CJ resulta un proyecto más desarrollado y acabado que el de la RSE, ya que se observan en el primero, esfuerzos mucho más concretos por generar información precisa, transparente y estandarizada (codificada), para entregarla a la sociedad. Existen tres alternativas para explicar lo anterior: 1) porque por sus dimensiones y rubros de difícil medición, enorme heterogeneidad y número de actores involucrados, así como la falta de delimitación conceptual y de consenso en su significado, en la RSE no se han podido alcanzar acuerdos que pudieran derivar en mecanismos más homogéneos de certificación. 2) porque simplemente no es el objetivo primordial de la RSE. 3) porque no hay “voluntad política” para generar estos mecanismos y herramientas de certificación.

De cualquier manera, sea cual sea la respuesta correcta a esta cuestión o que se deba a una explicación multicausal, en la que se entremezclan las tres posibilidades, la RSE, como proyecto, resulta muy interesante, estimulante e importante, pero como realidad aún tiene un largo camino por recorrer para que su desarrollo despeje dudas y lagunas todavía existentes. En efecto, el proyecto de la RSE debe generar estándares globales y homogéneos⁶² que permitan a las sociedades saber con claridad qué empresas efectivamente respetan el medio ambiente, los derechos humanos y laborales, además de otros criterios que se podrían sumar a esta lista.⁶³ Sobre todo en momentos en que se corrobora que hay empresas que defienden todo menos una responsabilidad social, como lo demuestran los casos de escándalos contables y financieros que llevaron al colapso de los gigantes Enron, Parmalat y WorldCom.

Es importante entender que, normativamente hablando, el objetivo central de la RSE es contribuir al mejoramiento del entorno social por medio de prácticas empresariales y

⁶² Aunque la estandarización y homogenización de criterios en RSE puede abrir el riesgo de que se pierda la diversidad y heterogeneidad que actualmente caracteriza a esta iniciativa global, que, de cualquier manera, es un riesgo que se debe correr. En el CJ se han dado pasos significativos en esta dirección y, sin embargo, sigue siendo un movimiento al alza, que no ha perdido su diversidad constitutiva.

⁶³ Al preparar este trabajo existía el supuesto de que el estándar ISO26000 iría en esta dirección, porque en parte, se planteó la integración de la multiplicidad de estándares de certificación y las líneas directrices de la RSE en un solo marco, buscando garantizar que sea más fácil para las empresas la realización de los principios constitutivos de esta nueva práctica corporativa a partir de un modelo único. Sin embargo, recientemente se confirmó que este estándar no será certificable. ISO26000, *op. cit.* Con ello, se pierde una importante ventana de oportunidad dentro de la RSE para la unificación y estandarización de criterios.

corporativas que se caractericen no sólo por la maximización del lucro. En este sentido, entonces, la estandarización, homologación y precisión de los criterios de medición de la RSE podría significar un paso muy importante para avanzar en la consecución de su objetivo central, como lo fue en el caso del comercio justo.

Es probable que si no se estandariza y homogeniza la noción de RSE, puede correr el riesgo de continuar por el derrotero actual de indefinición, multiplicidad de mecanismos de certificación, heterogeneidad de criterios y de esfuerzos fragmentados para promoverla; pero incluso puede definitivamente convertirse en un mecanismo que sirva únicamente para legitimar o “lavar la fachada” de empresas que no están comprometidas con el mejoramiento del entorno social o con el bien público. Por el contrario, si se avanza en la estandarización y unificación de criterios de certificación, la RSE puede constituirse paulatinamente en una herramienta sumamente útil para fomentar una participación creciente y más activa por parte de las empresas en la búsqueda del desarrollo de nuestras sociedades. En pocas palabras, un modelo de certificación autónoma adoptado con claridad en la RSE puede ser la diferencia para que esta idea de nuevas prácticas corporativas no sea una moda pasajera o simplemente una estrategia de negocios.⁶⁴

Adicionalmente, la estandarización de procesos de certificación de RSE puede ofrecer, con una visión a más largo plazo, una serie de incentivos selectivos, tal como Olson⁶⁵ los pensaba; como aumentar la rentabilidad, tener mayores posibilidades para obtener financiamiento por parte de organizaciones intergubernamentales⁶⁶ y, en general, un mayor reconocimiento y aceptación social. Desde esta perspectiva, se plantea que la RSE puede resultar no un juego de suma cero sino una relación gana-gana entre la sociedad y las empresas. Y en esto, de nuevo, la estandarización de los procesos de certificación de la RSE podría desempeñar un papel enormemente significativo.

Por el lado del CJ, este punto resulta también muy importante, porque no hay hasta ahora un solo sello de certificación para las distintas iniciativas dentro del mercado alternativo. Esto abre la posibilidad de que cualquier empresa que agregue al empaque de sus productos sellos que digan “café con responsabilidad social” o “empresa comprometida con el medio ambiente” confunda a la opinión pública y la haga pensar que paga los precios de CJ. En este punto, también el movimiento del CJ tiene una asignatura pendiente respecto a la homologación y homogenización de la información que se presenta a la sociedad (y los consumidores).

⁶⁴ Andrés A. Thompson, *Una visión sistémica sobre la responsabilidad social empresarial. Notas sobre una conferencia*, Fundación W.K. Kellogg, 2008, p. 2, en internet, fecha de consulta: octubre de 2008.

⁶⁵ Mancur Olson, *La lógica de la acción colectiva. Bienes públicos y la teoría de grupos*, Limusa, México, 1992.

⁶⁶ Aunque eventualmente podría ocurrir que las instituciones privadas de crédito establecieran como requisito tener un nivel mínimo de responsabilidad social empresarial.

Todo esto lleva a pensar en la naturaleza misma de la certificación por parte de entidades autónomas, porque puede constituirse (y en los hechos lo está haciendo), en un mecanismo de transparencia y acceso a la información que fortalece a la democracia. Sin embargo, de ninguna manera puede considerarse una opción ajena de problemas y contradicciones. En cuanto a la agenda de la certificación por entidades autónomas existen al menos cuatro temas pendientes:

1. En la actualidad, la certificación autónoma generalmente resulta costosa y se carga directamente a los consumidores y productores, ya sean de los productos del CJ o del comercio convencional o a las empresas en el caso de la certificación de RSE. Esto puede generar, por un lado, que sólo las grandes empresas y organizaciones⁶⁷ tengan la posibilidad de certificarse⁶⁸ y, por el otro, desincentivar el interés por esta clase de procedimientos. Por ello conviene buscar alternativas para disminuir los costos de las certificaciones.
2. Hasta ahora, al menos en el caso de la RSE y del CJ, los consumidores de productos certificados o de productos de empresas que ostentan alguna certificación de responsabilidad social representan un nicho de mercado. Aunque crecientemente se ensancha la base de consumidores responsables, todavía prevalece una enorme mayoría de consumidores que deciden en función del precio de los productos. En este punto la meta es ampliar la base de consumidores preocupados no sólo por la maximización de la oferta-demanda-precio, sino también en términos del impacto del consumo en la sociedad y el medio ambiente.
3. Como se afirmó en la introducción, en el mundo se vive un creciente interés por la certificación por parte de entidades autónomas. Sin embargo, esto puede acarrear un problema que podríamos llamar “saturación social de certificados”. Esto implica que en la medida en que se amplíen los rubros y áreas de certificación, se corre el riesgo de que las sociedades se llenen de certificaciones y sellos, hasta un punto en el que sea prácticamente imposible reconocer unos y otros. El reto es generar certificaciones que, paulatinamente, como en el CJ, integren diversos aspectos en menos procesos y procedimientos, lo que probablemente y de manera adicional, también podría ayudar a disminuir costos.

⁶⁷ Aunque en el CJ, las pequeñas organizaciones de productores han desarrollado la habilidad para conformar redes que, en buena medida, les han ayudado a solventar este problema.

⁶⁸ Si bien esto se señala particularmente para el caso de la RSE, parece que también ocurre en el caso del CJ. European Commission, Directorate General for Employment and Social Affairs, *ABC of the main instruments op. cit.*, p. 43.

4. El hecho de que las organizaciones o empresas que buscan la certificación atiendan sólo los aspectos considerados en los procedimientos para tal efecto. Esto es, en los mecanismos de certificación, por la naturaleza compleja de los fenómenos que tratan, como el CJ y la RSE, se seleccionan sólo algunos indicadores dentro de una larga lista de posibilidades. Esto puede generar que los sujetos a evaluar se concentren en mejorar esos indicadores y dejar el resto. El reto radica en hacer comprender a organizaciones y empresas que el fondo de las certificaciones, concretamente en los casos aquí analizados, es probar las contribuciones al mejoramiento social. Por ejemplo, no se trata de ofrecer mejores condiciones de empleo, porque así mejorará el indicador laboral en las evaluaciones y certificaciones, sino porque así se construye un mejor entorno social.

Conviene, por último, señalar que hasta hoy, pudiera existir una vinculación orgánica de los proyectos del CJ y la RSE, pero sobre todo relaciones empíricas que pueden anticipar un camino de creciente cercanía entre ambas iniciativas. Algunas fuentes,⁶⁹ afirman que crecientemente el CJ se ha considerado como una posible herramienta o dimensión de la RSE. Esta opinión puede ser polémica, sobre todo para quienes ven en el primero la construcción de un mercado-movimiento alternativo al mercado convencional y no sólo un grupo de estándares para promover mejores prácticas empresariales o un modelo de gestión empresarial responsable.

En todo caso, lo importante es reconocer que estos esfuerzos y la certificación por parte de entidades autónomas tienen como objetivo ofrecer mejor y más información a las sociedades, uno (el CJ) para garantizar que los consumidores adquieren productos “éticos” en varios sentidos, el otro (la RSE) para garantizar que las empresas que producen y brindan los bienes y servicios que consumen sus clientes a diario lo hacen bajo esquemas de responsabilidad social. Al parecer, en ambos casos los consumidores son quienes tienen la última palabra en la búsqueda de un mejor entorno social para todos.

⁶⁹ Graham Young, “Fair trade’s influential past and the challenges of its future”, reporte preparado para la conferencia “Fair Trade, an Asset for Development. An International Dialogue”, Fundación Rey Balduino, Bruselas, 28 de mayo de 2003, pp. 9-10 [www.kbs-frb.be.] fecha de consulta: enero de 2006; Red Puentes, “Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial”, 2006, en internet, fecha de consulta: noviembre de 2008; entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Alianza Social VenAmCham, *Inversión social empresarial. Instrumento para la sostenibilidad. Principios y prácticas*, Cámara Venezolano Americana de Comercio e Industria, Caracas, 2004, pp. 34-46.
- Arditi, Benjamín y Chávez, Carlos, “Del comercio libre al comercio justo. Los nuevos defensores de la igualdad en las relaciones norte-sur”, en *Revista Sistema*, núm. 195, noviembre, Fundación Sistema, Madrid, 2006, pp. 53-82.
- Benbeniste, Sandra, *El alcance del concepto de la responsabilidad social corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema*, 2002 [<http://www.ecodes.org/documentos/archivo/Alcance%20del%20concepto%20RSC.PDF>], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Canto, M., “Las organizaciones civiles en la transición”, en M. Canto (coord.), *Las organizaciones civiles en la transición, programa de análisis de la realidad y alternativas*, Red de Centros y Organismos Ecuménicos de Latinoamérica y el Caribe, México, 1998, pp. 1-22.
- Carrión, Fernando, *Espacio público: punto de partida para la alteridad* (s/f: 3) [<http://www.flasco.org.ec/docs/artfcalteridad.pdf>], fecha de consulta: noviembre de 2008, Flasco, Quito.
- Cemefi, *Información institucional*, 2008a [<http://www.cemefi.org/spanish/content/category/1/2/6/>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- , “Apartado web”, 2008b [www.cemefi.org], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Cohen, Jean y Andrew Arato, *Sociedad civil y teoría política*, FCE, México, 2000.
- Comercio Justo México, “Apartado web”, 2008 [<http://www.comerciojusto.com.mx/>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Comisión de las Comunidades Europeas, *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas, 2001 [<http://www.jussemp.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/Resourses/Libro%20verde.pdf>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Deaton, James, “A theoretical framework for examining the role of third-party certifiers”, *Food control*, núm. 15, 2004, pp. 615-619.
- Esquivel, Edgar, “Tres perspectivas teóricas sobre la sociedad civil”, en Edgar Esquivel e Israel Covarrubias (eds.), *La sociedad civil en la encrucijada. Los retos de la ciudadanía en un contexto global*, ITESM-Porrúa-Cámara de Diputados, México, 2005, pp. 101-151.
- European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs, Unit D-1, *ABC of the main instruments of Corporate Social Responsibility*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburgo, 2004.
- ExpokNews, “El distintivo ESR en números”, *ExpokNews, información y noticias de responsabilidad social empresarial*, 19 de marzo de 2010 [<http://www.expoknews.com/2010/03/19/el-distintivo-esr-en-numeros/>], fecha de consulta: abril de 2010.
- FLO, *Criterios genéricos de comercio justo FAIRTRADE para organizaciones de pequeños productores*, 2007 [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Generic_Fairtrade_Standard_SF_Dec_2007_SP.pdf], fecha de consulta: noviembre de 2008.

- FLO, "Annual Report 2007", 2008a [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_AR2008.pdf], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- , "Apartado web", 2008b [<http://www.fairtrade.net/>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Forum Empresa, "Apartado web", 2008 [http://www.empresa.org/que_somos.html], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Fridell, Gavin, "The Fair Trade Network in Historical Perspective", *Canadian Journal of Development Studies*, vol. XXV, núm. 3, 2004, pp. 411-428.
- Fridell, Gavin (), "Fair Trade and Neoliberalism. Assessing Emerging perspectives", *Latin American Perspectives*, Issue 151, vol. 33, núm. 6, noviembre, 2006, pp. 8-28.
- KMPG, "Estudio Internacional 2005 sobre informes de responsabilidad corporativa", 2006 [www.hacienda.go.cr/centro/seminarios/auditoria_interna/MetodologiadeAuditoriassocialesSA80002066.pdf], consultado en abril de 2010.
- Kosacoff, Bernardo, *El modelo de un empresario socialmente responsable*, CEPAL, 2006.
- Global Reporting Initiative, "Apartado web", 2008 [<http://www.globalreporting.org/Home>], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Gutiérrez, B., *Inversión socialmente responsable*, 2001 [<http://www.angelfire.com/journal2/comunicarse/nolucra3.pdf>], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Hollenhorst, Tirza y Johnson Chris, *Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial*, Red Puentes, México, 2008.
- Huntington, Samuel, "The third wave of democracy", en Larry Diamond y Marc Plattner (eds.), *The global resurgence of democracy*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1991, pp. 3-24.
- Instituto Ethos, "Apartado web", 2008 [<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?Alias=Ethos&Lang=pt-BR> <http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3354&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>].
- Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, "Apartado web" [http://www.imnc.org.mx/acercadelimnc_c_396.html].
- ISO, "About ISO", 2008 [<http://www.iso.org/iso/about.htm>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Jaffee, Daniel, *Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*, University of California Press, Los Ángeles, 2007.
- KMPG, "Estudio Internacional 2005 sobre informes de Responsabilidad Corporativa", 2006 [www.hacienda.go.cr/centro/seminarios/auditoria_interna/MetodologiadeAuditoriassocialesSA80002066.pdf], fecha de consulta: abril de 2010.
- Lechner, Norbert, "Tres formas de coordinación", *Revista de la CEPAL*, núm. 61, 1997.
- Llena, Fernando, *ISO14001: sistemas de gestión medioambiental*, 2008 [http://www.observatoriorsc.org/nuevaweb/images/documentos/rsc/herramientas/iso_14001.pdf], fecha de consulta: octubre de 2008.

- Messner, D., "Del Estado céntrico a la 'sociedad de redes'. Nuevas exigencias a la coordinación social", en Norbert Lechner, René Millán y Francisco Valdés (coords.), *Reforma del Estado y Coordinación Social*, Plaza y Valdés/IIS-UNAM, México, 1999, pp. 77-121.
- Murray, Douglas, Raynolds, Laura y Taylor, Peter, "The Future of Fair Trade Coffee: dilemmas facing Latin America's small-scale producers", *Development in Practice*, vol. 16, núm. 2, abril, 2006, pp. 179-192.
- Normas ISO, "Apartado web", 2008 [<http://www.iso.org/iso/home.htm>], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Norma SA8000, "Apartado web", 2008 [<http://www.oei.es/salactsi/rtsc8000.pdf>], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Norma ISO26000, *Guía sobre la Responsabilidad Social*, "Apartado web", 2008 [http://209.85.173.104/search?q=cache:GJclogDJYdUJ:isotc.iso.org/livelink/livelink/5687802/021-JUNIO_2006-Norma_ISO_26000.doc], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Olson, Mancur, *La lógica de la acción colectiva. Bienes públicos y la teoría de grupos*, Limusa, México, 1992.
- Olvera, A., *Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina: México*, Fondo de Cultura Económica/Universidad Veracruzana, México, 2003.
- Pacto Mundial, "Apartado web", 2008 [<http://www.pactomundialmexico.org.mx/>], <http://www.unglobalcompact.org> y <http://www.pactomundialmexico.org.mx/documentos/PACTO%20UNDIAL%20HERRAMIENTA%20DE%20INNOVACIÓN.pdf>], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Perdiguerro G., Tomás, *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, Colección Argumentos, Anagrama, Barcelona, 2003, pp. 99-165.
- Prensalibre.com, *Personaje Alice Marlin (1945)*, 2008 [<http://www.prensalibre.com/pl/2006/mayo/27/142634.html>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Proyecto SICA, *Certificación ISO 14000*, "Apartado web", 2008 [http://www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20invertir/organicos/certific/iso14_archivos/iso.html], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Red Puentes, "Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial", 2006 [<http://www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Comercio%20Justo.pdf>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Social Accountability 8000, "Apartado web", 2008 [<http://www.saintl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=473>], fecha de consulta: octubre de 2008.
- Tanner, Bob, "Independent assessment by third-party certification bodies", *Food control* 11, 2000, pp. 415-417.
- Taylor, Peter, Murray, Douglas y Reynolds, Laura, "Keeping Trade Fair: Governance Challenges in the Fair Trade Coffee Initiative", *Sustainable Development* 13, 2005, pp. 199-208.
- Thompson, Andrés A., *Una visión sistémica sobre la responsabilidad social empresarial. Notas sobre una conferencia*, Fundación W.K. Kellogg, 2008 [<http://www.gdfe.org.ar/files/Doc04%20Thompson%20Una%20vision.pdf>], fecha de consulta: octubre de 2008.

- Transfair EUA, “Apartado web”, 2008 [<http://www.transfairusa.org/>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Trigo Portela, Joaquín, “Relación de la empresa con agentes sociales e institucionales”, en Joan Josep Artells Herrero, Juan Fernández de Castro, *Ensayos sobre la RSE*, Foment del Treball Nacional, España, 2008, pp. 93-124.
- Urdanivia Gómez, Almudena, *Certificación de instrumentos financieros éticos*, AENOR, 2008 [<http://www.conama8.org/modulodocumentos/documentos/CTs/CT234.pdf>], fecha de consulta: octubre de 2008, p. 3.
- Vanderhoff, Franz y Roozen, Nico, *La aventura del comercio justo, una alternativa de globalización por los fundadores de Max Havelaar*, El Atajo Ediciones, México, 2002.
- World Business Council for Sustainable Development, “Apartado web”, 2008 [<http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?type=p&MenuId=NjA&doOpen=1&ClickMenu=LeftMenu>], fecha de consulta: noviembre de 2008.
- Young, Graham, “Fair trade’s influential past and the challenges of its future”, reporte preparado para la conferencia “Fair Trade, an Asset for Development. An International Dialogue”, Fundación Rey Balduino, Bruselas, 28 de mayo de 2003 [[www.kbs-frb.be.](http://www.kbs-frb.be/)] fecha de consulta: enero de 2006.