

DETRÁS DEL PACTO MUNDIAL

Por Rodrigo Kambayashi



El Pacto Mundial (GC¹) ha sido clasificado por numerosos académicos como uno de los programas más importantes en cuestiones de RSE² a nivel mundial. Comunicado en 1999 y lanzado oficialmente en el 2000 por iniciativa de Koffi Anan, en sus primeros 4 años el GC ya contaba con más de 1600 empresas que habían firmado los principios que promueve este Pacto. Hoy en día esta iniciativa cuenta con más de 10,000 empresas en 150 países, en los cinco continentes. Por su cobertura y difusión el GC ha alcanzado dimensiones que ninguna otra herramienta en el campo de la RSE. Referencia imperativa en el campo. Sin embargo, el objetivo de este artículo es mostrar que existe una realidad escondida de la que pocas veces se ha hablado. En la primera parte se analiza de manera crítica el GC en sí, para que en la segunda parte gracias al análisis de la base de datos del GC este artículo ofrezca pistas para reflexionar sobre el rol de las empresas signatarias del Pacto.

¹ Global Compact, GC por sus siglas en inglés

² Por sus siglas, Responsabilidad Social Empresarial

Una de las ventajas del GC frente a otras herramientas de referencia³ es su claridad y accesibilidad. Todos los principios se pueden consultar sin haber firmado el pacto, tan solo hace falta entrar en la página web del GC⁴. La simplicidad que caracteriza esta iniciativa, factor clave de su éxito, sigue la misma lógica en cuanto a las barreras de entrada: Firma de la carta compromiso por el director general y una aportación anual que se va directamente a la fundación del GC. Para mantenerse, es igualmente fácil: Enviar una comunicación anual donde se detalle cómo se han tratado los principios a los que se comprometió la empresa.

Uno de los detalles clave consiste en ¿seguir o no al GC? La pregunta es inocente: ¿Una simple comunicación basta? Sí; pero ¿esta puede ser cualquiera? Sí. El GC no cuenta con un sistema de verificación para analizar a consciencia la comunicación de las empresas adheridas al pacto. El nivel de escrutinio depende de la madurez y la visibilidad de la oficina donde se encuentre. Este puede ir desde un simple acuse de recepción hasta una rápida revisión del índice en el mejor de los casos. El enviar una “comunicación” es el único criterio, junto con la aportación anual, para mantenerse en el GC.

La consecuencia lógica del hecho de no contar con un sistema de vigilancia ayuda a entender mejor la diferencia entre lo que sea hace y lo que se comunica. Muchas empresas se han visto envueltas en temas de corrupción, evasión fiscal, lavado de dinero y no han sido increpadas al respecto. Tal es el caso de Alstom Transporte por su participación en la construcción de la fallida línea 12 del Metro⁵. Grupo ICA y Alstom siguen siendo miembros activos, lo cual quiere decir que envían sus comunicaciones a tiempo y pagaron su contribución a la fundación del GC. Mismo caso para British Petroleum por el caso del derrame en el golfo de México en abril del 2010.

Bluwashing es el derivado del término *Greenwashing* aplicada al hecho de que sea la ONU quien está detrás de esta gran iniciativa con su pesado color azul. El GC ha sido calificado como un “tigre feroz sin dientes”, (Declaración de Verna en 2007) moción apoyada por Amnistía Internacional y Greenpeace. En este foro que se realizó como sede alterna del WEF⁶, las críticas en torno al GC fueron homogéneas: El GC juega un papel importante en la difusión de principios de la RSE pero sin un sistema de vigilancia robusto, el potencial para promover la RSE estará siempre limitado.

La tercera crítica se basa en las intenciones de las empresas que firman este pacto. Arévalo⁸ muestra cómo las empresas tienen diferentes motivaciones para adherirse al pacto en el contexto español (Arévalo, 2013), donde la más importante es el poder mejorar la imagen en el mercado y el posible incremento de ganancias en un

futuro próximo. Pero, ¿cómo está relacionado una mejor imagen con una mejor ganancia si el GC no está presente dentro de los consumidores finales como un factor decisivo de consumo? (Arévalo, 2013) La respuesta está en que son los proveedores de las empresas que firman el GC para obtener contratos con nuevos clientes.

Para confirmar esta hipótesis, se realizó un análisis⁹ de la base de datos del GC¹⁰ a nivel mundial. Los resultados muestran que el tiempo promedio de las empresas signatarias es de solo 3.4 años. Estadísticamente hablando, los miembros del Pacto Mundial se han reciclado más de 4 veces.

Esto nos llevó a hacer análisis más profundos, enfocándonos no en las empresas activas sino en aquellas que han sido expulsadas. Los resultados muestran un patrón que se repite. Existe una cantidad considerable de empresas que firman el Pacto y salen solamente 4 años después. Por ejemplo, de todas las empresas expulsadas que firmaron el Pacto en 2004, el 71% de éstas salieron en el 2008, justo 4 años después de su adhesión. De la misma manera, de todas las empresas expulsadas que firmaron en 2005, 63% de ellas salieron 4 años después, en el 2009. Este patrón se repite hasta el 2011, donde este pico se reduce a solamente al tercer año.

Las conclusiones aún requieren de más elementos, sin embargo los resultados preliminares nos dan pistas para sugerir que las empresas se alinean al Pacto Mundial antes de firmar el Pacto y lo usan por un periodo que tiende a disminuir. Es decir, podemos hablar de la curva de aprendizaje de las empresas con respecto al GC, misma que está ligada a su ciclo de vida dentro de las empresas. Las pistas sugieren que una vez firmado el GC, las empresas lo aprovechan como herramienta de gestión para satisfacer sus necesidades de información, sobre todo en la creación de lazos estratégicos a través de la red local del GC. Estas redes son muy útiles al principio: intercambian prácticas, comparten experiencias, contactos e incluso forman grupos de trabajo. Esta etapa dura alrededor de 3 años¹¹. Una vez que las empresas han instalado una infraestructura más madura y operacional de RSE al tiempo que el Pacto Mundial, junto con la red local del Pacto Mundial, no ofrecen ninguna ventaja extra, las empresas pierden interés; entonces, optan por utilizar referenciales más ajustados a su realidad, tales como la guía ISO 26000 o incluso, las guías de ayuda para del IPC sustentable.

El GC es sobre todo un referencial, apoyado por una red local que no obliga a las empresas a desarrollar acciones socialmente responsables. La pregunta, por inocente que se escuche, sigue en el aire. ¿El hecho de firmar el Pacto Mundial implica un mejor desempeño social de las empresas o no¹²? ●

³ Como por ejemplo frente a la ISO26000 o a las guías de la OCDE, e incluso frente al distintivo ESR del CEMEFI

⁴ Además de que se ofrece un Modelo de gestión para acompañar la realización de los principios.

⁵ Junto con el grupo ICA que también firmó el pacto, y grupo Carso que no lo ha hecho

⁶ World Economic Forum, WEF por sus siglas en inglés

⁷ Haciendo especial énfasis, en la doble contabilidad de las empresas

⁸ The Global Compact: an analysis of the motivations of adoption in the Spanish context, JBE 2013

⁹ Investigación del autor en curso

¹⁰ Proporcionada por la UNGC, actualizada a finales del 2012

¹¹ Las empresas son expulsadas después de no mandar su comunicación un año.

¹² Investigación en curso del autor