

# SOBRE LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL \*

EDUARDO DACASA LÓPEZ\*\*

## Resumen

En el presente trabajo abordamos el tema de la ética y la responsabilidad social empresarial como una nueva manera de dimensionar la actividad de la empresa en cuanto a sus conexiones con las partes relacionadas o *stakeholders*, para ello planteamos el desarrollo económico de la empresa y la ética aplicada en materia empresarial, enfocándonos a analizar el concepto de reputación de la misma y los principios de gobierno corporativo así como las actividades y políticas encaminadas al desarrollo sustentable de la empresa, finalizando con un panorama de la materia en el contexto de nuestro país.

## Abstract

In the present work we approach the subject of ethics and corporate social responsibility as a new way of dimensioning the activity of the company in terms of its relations with related parties or stakeholders, for this we propose the economic development of the company and ethics applied in business matters, focusing on analyzing the concept of cor-

---

\* Fecha de recepción: Abril, 2017. Aceptado para su publicación: Junio, 2017.

\*\* Licenciado en Derecho por la Facultad de Derecho de la Universidad La Salle (México), Especialidad en Derecho Financiero y Comercial Internacional, Especialidad en Derecho Económico y Corporativo por la Facultad de Derecho de la Universidad Panamericana, Maestría en Derecho Área Empresarial, Doctorado en Derecho por la Facultad de Derecho de la Universidad Marista. Diversos cursos y seminarios en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Correo electrónico: eduardodacasa@yahoo.es

porate reputation and principles of corporate governance as well as activities and policies aimed at sustainable development of the company, ending with a panorama of the matter in the context of our country.

**Palabras Clave:**

Agentes Económicos, Desarrollo Sustentable, Corporaciones, Empresa, Gobierno Corporativo, Gobernanza, Partes Relacionadas, Reputación, Responsabilidad.

**Key Words:**

Economic Agents, Sustainable Development, Corporations, Business, Corporate Governance, Governance, Related Parties, Reputation, Responsibility.

## 1. Consideraciones sobre la ética

No podemos entender la existencia del hombre como especie si no lo hacemos atendiendo a sus relaciones con otros hombres dentro del contexto de un grupo social, con independencia de la teoría que aceptemos para explicar la naturaleza del mismo, es un hecho incontrovertible que el ser humano como un animal gregario y social, requiere necesariamente convivir con otros hombres para lograr su supervivencia.

De esta convivencia con otros hombres, surgen inevitablemente relaciones de la más diversa naturaleza entre los miembros de la comunidad social, relaciones de interdependencia y colaboración que, a diferencia de otras especies animales, no se rigen por los instintos naturales de los miembros, sino por la razón, como elemento determinante de la naturaleza propia del ser humano.

Estas relaciones se producen entre los hombres en un plano de igualdad y cooperación, adquiriendo un carácter ético, siendo así que, cuando tratamos sobre el concepto de ética en un *lato sensu* debemos de hacer una referencia necesaria a la agrupación humana social que es donde se producen las normas de conducta calificadas como aceptables y deseables por una sociedad en atención a sus propios intereses, es decir, que resulten benéficas para el desarrollo del grupo social al que nos referimos.

El plano ético está siempre relacionado con la comunidad humana, no podemos entender una ética en un individuo aislado sino en cuanto a su pertenencia a un grupo social y en atención a las relaciones de este

individuo con otros similares, si bien las normas éticas se refieren a la conducta de este individuo en particular, siempre lo serán en atención a su dimensión como integrante de un grupo social en su calidad de ser humano.

En este orden nos apunta el Doctor Loza Macías:

La sociabilidad propia del ser humano para existir y subsistir sería nula si, en contraparte, no se diera la correlativa obligación o responsabilidad de los demás, como individuos y como grupo, de poner de su parte cuanto esté en sus manos para que efectivamente cualquier ser humano exista y subsista como persona.<sup>1</sup>

Para poder referirnos a la ética en general, resulta indispensable remitirnos al concepto de moral en un sentido amplio, entendiendo por ésta las costumbres que se arraigan en una sociedad como resultado de la repetición de actos que son aceptados como usuales y reconocidos como válidos por el grupo social en el que se desarrollen.

Por su parte, en un sentido jurídico nos referimos a una costumbre cuando se presenta una repetición de conductas aceptadas por un grupo social que les otorga una carga obligatoria para su realización, es decir, son conductas aceptadas por el grupo social que considera su realización con un contenido obligacional estricto sin que por ello gocen de una sanción específica por su incumplimiento, más allá del posible repudio social, si bien su uso es reconocido por distintas ramas del Derecho como la mercantil, donde es común que la legislación haga referencia al empleo de usos y costumbres.

La moral como tal proviene de la expresión latina *mores* que significa costumbres, así podemos entender a la moral como un conjunto de juicios y principios relativos a la calificación valorativa de bondad o maldad que se realice a los actos humanos, materializándose en normas de conducta para los individuos.

La ética se relaciona así con el estudio de la moral y de las acciones humanas, el término proviene del griego *ethicos* que significa carácter, siendo así una ciencia moral que determina las conductas humanas valorándolas conforme al interés de la sociedad como conductas buenas o malas atendiendo a los resultados que éstas generen sobre el grupo social, obligatorias en atención a la necesidad de su repetición y su aceptación por el grupo, y en el mismo orden de ideas, califica lo aceptado o permitido y lo que será prohibido en atención del interés particular del grupo social.

La ética se refiere necesariamente a las relaciones conductuales del hombre en sociedad, a aquellos comportamientos adquiridos (no innatos

---

<sup>1</sup> Loza Macías, Manuel, *Reflexiones empresariales de carácter social*, p. 22.

o naturales) que son asimilados por el individuo y que manifiesta en su relación con otros seres dentro de su grupo, así podemos considerar, en un sentido lato, la ética como la ciencia del comportamiento moral.

Debemos de partir de la valoración de carácter ético que otorgamos a un acto, así como nos apunta el Dr. Sanabria la valoración ética es la atribución de un valor a una acción aprobándola o reprobándola, el acto se juzgara como bueno o malo en tanto un acto humano según su valoración moral.

El Valor moral tiene características propias:

- a) Objetivo-subjetivo: Es objetivo porque necesariamente se refiere al mismo acto y al objeto de éste, por su parte es subjetivo porque el valor moral debe ser realizado con libertad, siendo que una acción no es moral si no es libre.
- b) Amable por sí mismo: Trasciende todo interés o conveniencia, en sí mismo representa un valor.
- c) Personalizante: Es propio de la persona, quien es libre de aplicarlo, de actuar conforme al mismo.
- d) Absoluto: Es un valor supremo que no requiere de la existencia de otro valor.
- e) Universal: El valor tiene un carácter general aplicable a toda persona.
- f) Obligatorio: Es el deber de una conducta exigible para su valoración moral.

En este sentido una norma de moralidad como nos señala nuestro autor implica una línea de conducta con relación a la cual se dan los juicios de valor ético.

La Obligación moral es absoluta en cuanto representa el deber ser de una conducta; y es incondicional pues como tal no se encuentra sujeto a ningún elemento condicionante, se impone *per se*.

Para que se presente responsabilidad moral en una actuación se requiere:

- a) Un sujeto libre de actuar.
- b) Una norma moral.
- c) Un acto.
- d) Las consecuencias de ese acto.

Al tratar de conductas humanas desde su perspectiva ética debemos referirnos necesariamente al concepto de libertad del individuo, éste como un ser único e irrepetible posee la facultad de determinar en el empleo de su libertad cuál será su conducta frente a otros individuos, ya sean considerados como tales o conformando un grupo determinado. El actuar humano en cuanto individuos se encuentra determinado por la voluntad de cada uno de ellos, pero al trascender de un plano individual y constituirse como un grupo, la libertad del individuo se encuentra tamizada por los intereses de ese grupo como tal, mismo que impone los valores que considera adecuados a su propio desarrollo como tal en forma de imposiciones y deberes, como conductas aceptadas y obligatorias a todos los miembros del grupo en atención a los intereses y objetivos del mismo.

La libertad del individuo es un elemento determinante en sus interrelaciones con otros seres en un contexto social, al formar parte de un grupo, en un acto libre, limita su propia libertad posibilitando así sus relaciones con otros individuos, así *si quiero el bien que me dicta la razón, obro éticamente bien. Si quiero algo que me dicta mi razón como contrario a mi naturaleza considerada en su integridad (con Dios, conmigo, con los demás), obro mal éticamente. Por eso también, si la ley civil honesta, justa y posible me dicta un comportamiento y lo acepto, obro civil y éticamente bien; si no lo aceptara obraría civil y éticamente mal.*<sup>2</sup>

Por su parte la ética se refiere a la reflexión filosófica que se realiza sobre la validez y el fundamento de esas normas sociales de conducta que dicta la moral, compara pautas morales existentes entre las diversas sociedades, investiga los elementos que le son específicos al comportamiento moral, y determina los principios y teorías con un valor general y universal en los cuales se encentra el sustento moral de esas conductas.

La podemos encontrar dividida en distintas ramas, mismas que atienden al ámbito de la misma que tratamos, así podemos referirnos:

- a) Ética normativa: entendiéndola como el conjunto de teorías que analizan la axiología moral y las cuestiones deontológicas.
- b) Ética aplicada: por la cual podemos entender la aplicación de los principios y valores éticos a una condición determinada.

Siguiendo los planteamientos realizados, si nos enfocamos a la ética en su acepción normativa, nos referimos a una ciencia que atiende los conceptos morales en cuanto a teorías y principios científicos determinados, no pudiendo considerar la existencia de ramas o clases, sino dimensionada como un conocimiento común y uniforme; sin embargo, considero

---

<sup>2</sup> Loza Macías, *op. cit.* p. 19.

que en donde podemos diferenciar la existencia de diversas ramas, es al referirnos a la concepción de la ética aplicada, pues, es al llevar a la ética al plano cotidiano donde podemos diferenciar los principios y valores aceptados y aplicables al conjunto de relaciones sociales que se producen bajo determinadas condiciones, en este sentido, podemos considerar que se presenta una ética en atención al conjunto de conductas referidas a la actividad humana que desarrollemos.

Entendemos que toda actividad humana, en cuanto a sus relaciones con otros seres humanos y en tanto que los mismos conforman parte de un grupo social determinado, se encuentra regido por una serie de valores y principios que se encuentran dentro del esquema de una ética que le es propia a ese grupo, es decir, si bien responden a una estructura de los mismos universal y aplicable a toda actividad humana en consideración a los principios morales válidos y aplicables en el grupo social en que la misma se desarrolla, se encuentran en múltiples ocasiones matizados por la propia actividad a que nos refiramos, pues no podemos, por ejemplo, considerar bajo un mismo criterio una actividad lúdica, o un acto de beneficencia, que una operación mercantil.

En este sentido *cuando una persona hace un juicio ético sobre determinada realidad social, está poniendo en juego sus propias convicciones éticas personales; es más, sus tomas de posición refuerzan esas convicciones e incluso le inducirán a actuar personalmente en la dirección que ellas señalan, contribuyendo así a transformar la realidad social.*<sup>3</sup>

Con independencia de las clasificaciones efectuadas por los diversos estudiosos de la materia, considero que en un sentido de pragmático, podríamos apuntar la existencia de una ética aplicada propia a cada actividad humana que responde a los valores que en los objetivos de la misma se manifiestan, en estos términos podríamos diferenciar de entre otras muchas:

- a) **Ética pública:** al referirnos a las normas éticas aplicables a la actividad pública y con otros individuos en lo particular dentro del grupo social del individuo.
- b) **Ética privada:** cuando atendemos a las normas morales y de conducta referidas a la conducta particular del individuo.
- c) **Ética política:** cuando nos referirnos al conjunto de normas y valores que rigen en la actividad político-ciudadana del individuo.

---

<sup>3</sup> Camacho, Ildelfonso, Fernández, José Luis, González, Raúl y Miralles, Josep, *Ética y responsabilidad empresarial*, p. 25.

- d) Ética ciudadana: entendida como las normas de conducta imperantes al individuo en su carácter de ciudadano.
- e) Ética familiar: refiriéndonos a las normas de conducta del individuo como integrante de un grupo social.
- f) Ética empresarial: la cual se encuentra relacionada directamente con la responsabilidad empresarial en cuanto al actuar moral de las empresas como integrantes del grupo social donde se desarrollan.
- g) Ética profesional: en cuanto a las normas éticas correspondientes a cada individuo en atención al desempeño de una actividad profesional, la cual a su vez puede dividirse en tantas ramas como profesiones desempeñe el ser humano.

No obstante lo antes apuntado, reitero que si bien los principios morales tienen un carácter universal, general e impersonal, y responden a los valores imperantes en una sociedad humana en un momento histórico determinado, la ética como ciencia que analiza la moral, responde a principios y teorías específicas que no admiten ser tamizadas; sino que responden a una estructura jerárquica determinada, entendiéndola como un conjunto de valores y principios aplicables en atención a las conductas humanas estudiadas; sin embargo, y a pesar de ello, podríamos considerar que la ética de estas conductas parte de principios generales inmutables y otros mutables que resultarían matizados de conformidad con la conducta humana a la cual nos refiramos o analicemos, sin que lo anterior reste validez a los principios generales de la ética y la moral.

En el mismo orden de ideas, cualquier actividad humana tiene un objetivo determinado, y en este sentido, los objetivos de la misma van tamizando hasta un cierto punto los valores imperantes para su realización, así, la actividad empresarial tiene por objeto la obtención de un lucro por su desarrollo, siendo una finalidad válida, siempre y cuando la misma se realice dentro de unos esquemas y parámetros de valores que podemos considerar imperantes entre los participantes en esa actividad, que permitan que dicho objetivo se realice sin generar un daño o detrimento a los demás miembros de la sociedad en la cual se produce.

La dimensión de la ética no se limita al ser humano como individuo miembro de un grupo social, sino que trasciende al ser aplicada a la sociedad:

La realidad de las estructuras sociales tiene, por consiguiente, un enorme interés para la ética, y para la vida en general, al menos en dos sentidos: por sus posibilidades de modificarlas y por su incidencia sobre los comportamientos individuales. Esto nos lleva a plantear

las complejas relaciones que existen entre persona y sociedad. No cabe pensar que sean dos realidades independientes entre sí, ni que la sociedad consista en un mero agregado de individuos. Cabe utilizar aquí la formulación de Berger y Luckmann (1972:84), en la que sintetizan una de sus principales obras: la sociedad es un producto humano, la sociedad es una realidad objetiva; el hombre es un producto social.<sup>4</sup>

## 2. El desarrollo económico de la empresa y la ética aplicada en materia empresarial

Nuestro interés en este apartado no es detenernos a analizar la naturaleza y las implicaciones jurídicas del término empresa, nuestro objetivo al referirnos a este concepto radica en dimensionar el papel ético de la empresa como agente económico y como actor social, apuntando el desarrollo que dentro del contexto económico internacional ha tomado la actividad empresarial, y ya en lo referente a nuestro tema, manifestar el papel que desempeña la empresa y el empresario en el desarrollo de la vida social, así como las repercusiones que su actividad repara en el entorno en donde manifiesta su actividad.

Sin embargo, no podemos entender el desarrollo de la economía de mercado ni de la economía en general, sin detenernos en el concepto de empresa, así, en términos de la Real Academia de la Lengua, podemos entender por empresa a la unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Atendiendo a su sentido económico, podemos considerar por empresa a aquella actividad humana de organización de los elementos tanto materiales como inmateriales de la producción, con el objeto de ofrecer al público en general bienes y servicios, con el objeto de obtener un lucro.

En su dimensión jurídica y como nos señala el maestro Barrera Graf:

La empresa o negociación mercantil es una figura esencial del nuevo derecho mercantil, que consiste en un conjunto de personas y cosas organizadas por su titular, con el fin de realizar una actividad onerosa, generalmente lucrativa de producción o de intercambio de bienes o servicios destinados al mercado.<sup>5</sup>

Sin embargo, no podemos obviar que la empresa es un factor determinante en la economía moderna, siendo imposible dimensionar la actividad industrial y comercial en gran escala si no nos detenemos a considerar el

---

<sup>4</sup> Camacho, Ildelfonso, *et al*, *op. cit*, p. 26.

<sup>5</sup> Barrera Graf, Jorge, *Instituciones de derecho mercantil*, p. 82.



concepto de empresa, en este sentido, el relevante empresario mexicano Lorenzo Servitje nos apunta:

En esta economía, como un órgano vital e indispensable está la empresa: el grupo humano al que concurren quienes aportan capital, los bienes de producción; quienes aportan la iniciativa y la dirección y quienes aportan el trabajo propiamente operativo. La empresa, independientemente de su tamaño, es la célula fundamental de la vida económica.<sup>6</sup>

Como apuntan grandes economistas como el maestro Samuelson, la figura de la empresa es un elemento indispensable para entender el desarrollo de la economía moderna, la figura de los grandes terratenientes y los comerciantes individuales, deja lugar a la figura de las grandes y pequeñas empresas concebidas como organizaciones necesarias para lograr satisfacer a mercados cada vez mayores, con una mayor eficiencia, abaratando costos y permitiendo llegar a los niveles de producción necesarios para un mercado cada vez más exigente y competido que se encuentra en constante crecimiento.

El desarrollo de la economía en el mundo occidental ha transitado por diversas etapas y modelos de desarrollo, sin embargo, desde mediados del siglo pasado, los cambios en el modelo económico se han generado con una enorme velocidad, influenciados principalmente por los acelerados desarrollos tecnológicos y la iniciativa de las propias empresas en su aplicación a nivel industrial.

A partir de la Revolución Industrial se presenta un sistema de desarrollo del denominado capitalismo multinacional, mismo que se desarrolla principalmente en Europa y los Estados Unidos de Norteamérica, proyectado hacia la exportación de productos manufacturados y con fuertes restricciones hacia las importaciones, asumiendo medidas proteccionistas que permiten el desarrollo de los mercados nacionales.

Un antecedente del pensamiento individualista liberal lo tenemos en el puritanismo religioso inglés del siglo XVII, esta corriente sostiene la relación íntima con Dios y fomentaban la participación colectiva en la toma de decisiones de la iglesia. Durante el imperio de los liberales contemporáneo a la Revolución Francesa Turgot, sostenía que el libre juego de las fuerzas económicas era la clave de la felicidad, debiendo el gobierno abstenerse de intervenir en materia económica.

Esta etapa del capitalismo presenta varias características que determinan su propia estructura, al encontrarse fundamentado en las teorías liberales, sobrepone el papel del individuo y sus intereses particulares a los

---

<sup>6</sup> Servitje, Lorenzo, *Economía de mercado con responsabilidad social*, p. 5.

intereses propios de la comunidad, y en el mismo sentido y bajo la premisa del *dejar hacer, dejar pasar, que el mundo sigue su curso*, se opone a la intervención del Estado en la economía, limitando su participación y el sentido del orden normativo a meras funciones de orientación del mercado.

Se valida el principio del lucro como el motor principal de la actividad económica, limitando la actividad estatal a ciertas funciones reguladoras y a garantizar la libertad de tránsito, asociación y trabajo como requisito indispensable para el sano desarrollo de la economía, siendo el mercado quien la regula, procurando ampliar y consolidar el mercado de productores y consumidores, al tiempo que establece restricciones a la propiedad pública, siendo que la actividad del Estado se encuentra restringida a su papel de gendarme y vigilante de las condiciones necesarias para el sano desenvolvimiento de los mercados.

Como resultado de las inconformidades generadas por los desequilibrios sociales derivadas de la Revolución Industrial, el insuficiente desarrollo de las instituciones democráticas, aunado a la desenfadada especulación financiera generó el surgimiento del Estado Socialista, si bien y el desarrollo de este sistema causó efectos en el sistema capitalista, los países que asumieron este sistema conformaron un propio bloque económico que se encontraba en oposición al sistema occidental hasta la disolución del socialismo tras la caída del muro de Berlín en el último tercio del siglo pasado.

Para llegar a la abolición del Estado y a una sociedad comunista en que cada individuo aportaría a la sociedad de acuerdo con sus capacidades y recibiría de acuerdo con sus necesidades, se tendría que pasar por un período denominado dictadura del proletariado, cuya finalidad sería abolir la democracia burguesa y la división de poderes por la unidad del poder en asambleas denominadas *soviets*, en las que se manifestarían los participantes de los obreros, los pueblos y las comunidades locales.

La supresión de la propiedad privada de los medios de producción da lugar a dos tipos de propiedad colectiva, la propiedad pública o estatal y la propiedad colectiva de los trabajadores de unidades concretas de producción, quienes no son propietarios pero participan en la toma de decisiones de la unidad productiva.

El Estado se convierte en el único rector económico, al encontrarse su desarrollo supeditado a una planificación centralizada, que se cristaliza en el sistema soviético a partir de Stalin con los denominados planes quinquenales, partiendo de la base de que la producción de bienes y servicios se regiría por las necesidades de la población y no por las preferencias y las fuerzas del mercado.

Durante la década de los años noventa del siglo pasado el sistema socialista entra en un colapso que provoca su destrucción, durante el Gobierno de Gorbachov se instituyen las políticas de la *glasnost* o transparencia en materia política y la *perestroika* en materia económica, instrumentándose un acelerado cambio hacia estructuras capitalistas de producción y consumo.

En la actualidad podemos señalar que el sistema socialista como sistema económico se practica en un reducido número de países, sin embargo en el contexto político su vigencia se presenta en el contexto internacional en varios sistemas políticos bajo el concepto de socialismo del siglo XXI, término que se atribuye en 1996 a Heinz Dieterich Steffan, y que fue empleado por Hugo Chávez en Venezuela.

En esencia, el socialismo del siglo XXI sostiene las mismas teorías y principios marxistas sobre la propiedad privada, la economía proteccionista, y un mismo corte antimperialista y antiliberal del marxismo del siglo pasado, si bien sus pensadores como Hernecker criticaron la falta de democracia, el totalitarismo y la burocracia como los principales problemas que propiciaron el colapso de la URSS.

Sin embargo, para esta corriente, la forma de alcanzar el poder no radica en la toma violenta del mismo, sino que la revolución se inicia según Gramsci si se cambian las ideas y las instituciones sobre las que descansa el capitalismo, se dará legitimidad a una nueva clase dirigente y a un nuevo sistema. El principio de la *guerra de posiciones*, implica un trabajo de penetración cultural por parte del grupo de intelectuales para lograr la hegemonía y modificar la estructura del Estado.

Para el pensador español Juan Carlos Monedero sostiene que el sistema capitalista debe de ser superado por un régimen en que primen las *necesidades sociales*, que se determinaran con el diálogo libre y abierto de la comunidad, fundándose en la estructura de las *empresas de producción social*. En este mismo orden de ideas Monedero apunta que, el proyecto supera lo puramente económico debiendo reinventar la cultura, los sistemas normativos, la política y la economía.

De forma paralela y en el contexto de los países occidentales, con posterioridad a la hecatombe económica y social generada por la devastación de la Segunda Gran Guerra, como respuesta a la Gran depresión de 1929 se imponen las teorías económicas de Keynes sobre la necesidad de la intervención del Estado activamente en la actividad económica, surgiendo en el año de 1933 con Roosevelt la llamada política del *New Deal* (nuevo trato) implementando programas a largo plazo para la recuperación agraria e industrial.

Los pensadores ordo-liberales de la escuela de Friburgo asumen y desarrollan la doctrina postulada por Keynes en la década de los años veinte y se genera el denominado Estado Bienestar, entendemos que este Estado implica una serie de políticas de orden social que buscan proporcionar a los habitantes un empleo productivo, educación básica, atención a la salud, vivienda, recreación, pensiones de invalidez, vejez y muerte, etcétera, siendo consideraciones de justicia social como un orden de las cosas y no como una beneficencia.

Sin embargo, señaladamente a partir de la última década del siglo pasado y la primera del presente, el modelo del Estado Bienestar entra en una profunda crisis, los abusos y malos manejos financieros propiciaron que múltiples Estados se vieran imposibilitados para asumir sus compromisos sociales, debiendo recurrir a la iniciativa privada para subsanar deficiencias e insuficiencias en las diversas áreas de la economía, particularmente en lo relativo a la seguridad social y el sistema de pensiones para jubilados.

En el contexto de la economía mundial y no obstante los beneficios del sistema de economía mixta, ya en la década de los años 70 el constitucionalista Habermas señala que las funciones del Estado Bienestar conducían a la estatización de la sociedad, la actividad estatal en detrimento del mercado genera una hipertrofia y disfuncionalidad del Estado, misma que debe de ser combatida por la actividad privada en el seno de la sociedad civil sin la tutela estatal.

Como una respuesta a la doctrina keynesiana en la década de los años 50 surge la denominada Escuela de Chicago, que propugna por el neoliberalismo que deja en manos del mercado el autocontrol de la economía y limita la actuación del Estado a establecer y garantizar la existencia de un orden normativo.

Von Hayek sostiene que las normas mínimas para el mercado serán el respeto a la propiedad privada y al ahorro de los particulares, propiciando el respeto a los acuerdos asumidos por los empresarios fundamentados en la honestidad de las transacciones o juego limpio entre los diversos agentes que intervienen en la economía.

La implantación de este sistema se basa en la liberalización del mercado mediante la disminución al gasto público con la reducción de subsidios a la producción de bienes y la prestación de servicios, lo que se traduce en un menor control del Estado privilegiando la libertad del empresario individual, disminuyendo la estructura burocrática de aquél al promover la privatización de las empresas públicas, favoreciendo la apertura indiscri-

minada a la inversión y a asumir leyes que posibiliten la apertura a bolsa de valores globalizadas y a la libre especulación en mercados de valores internacionales.

En nuestro país a partir de la lucha revolucionaria y durante décadas se estableció una política de desarrollo económico denominada de desarrollo sustentable, que implicaba la protección del mercado interno con la limitación a las importaciones, subsidiando a la industria y otros sectores de la actividad económica en una política de crecimiento hacia dentro, asumiendo fuertes políticas de protección a los productores internos.

Este sistema llega a su límite operativo durante las administraciones de Luis Echeverría Álvarez y de José López Portillo, degenerando en la profunda crisis económica de la década de los años 80's del siglo pasado.

Los gobiernos denominados tecnócratas de corte neoliberal se inician con la presidencia de Miguel de la Madrid, durante la cual se contempla el llamado capítulo económico de la Constitución que comprende los Artículos 25, 26, 27, 28 y 131. El Artículo 28 se reformó íntegramente agregando conceptos como prácticas monopólicas y áreas estratégicas, creándose la posibilidad de que el Estado buscara la eficiencia en el desarrollo de sus actividades valiéndose de empresas públicas, al tiempo que concesionó servicios públicos y la explotación y aprovechamiento de bienes del dominio de la Federación. Paralelamente en esos años se inicia la liquidación y desincorporación de empresas del Estado buscando el denominado adelgazamiento del Estado.

En 1990 durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari se reformó el Artículo 28 al reprivatizar el servicio de banca y crédito, en 1993 se decreta la autonomía del Banco Central. En 1995 durante el gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León se reforma de nueva cuenta contemplando el otorgamiento de concesiones y permitiendo la participación de la iniciativa privada y social, junto a la pública, en el transporte ferroviario y la comunicación satelital.

En 2013, durante el gobierno de Enrique Peña Nieto, se reforma el Artículo 28 contemplándose como autoridades en materia de competencia a la Comisión Federal de Competencia Económica, y al Instituto Federal de Telecomunicaciones. Las últimas reformas implican la participación de los particulares en el sector energético y la creación de las empresas productivas del Estado.

Las profundas diferencias de crecimiento que se han generado a partir de la imposición de las políticas neoliberales ha generado profundas diferencias e insuficiencias en el desarrollo de la economía a nivel internacional y pronunciadamente en el caso de nuestro país, las enormes

distancias entre un selecto y reducido grupo que acapara la mayor parte de la riqueza generada, se opone a la cada vez más precaria situación de un creciente número de la población que ha visto limitados sus ingresos a niveles de pobreza alarmantes, que en una gran medida llegan a niveles de subsistencia y pobreza extrema.

Como nos apunta el empresario Lorenzo Servitje *con objetividad y como principio ha de señalarse el espíritu que anima esta economía de mercado: espíritu de avaricia, de cálculo, de indiferencia ante la necesidad y el mal ajeno, de afán de poder y lucha sin cuartel. Un materialismo feroz e inhumano.*<sup>7</sup>

El panorama que hemos desarrollado hasta el momento es desolador, en nuestra sociedad actual la carencia de valores y la ausencia de principios humanistas, se ha traducido en un individualismo y un materialismo pertinaz que se manifiesta en todas las áreas de la vida, afectando de fondo las bases de la propia sociedad, la familia, las relaciones sociales y humanas han pasado a un segundo término, siendo que la adquisición de riquezas y estatus social se ha instalado como en el único ideal válido, siendo indistinta la manera de adquirirlo, lo cual se ve reflejado en los altísimos niveles de corrupción que se han gestado tanto en la esfera de la iniciativa privada como del sector público.

Y si bien las problemáticas señaladas se presentan en mayor o menor medida en el general de las sociedades, en los países de la periferia la crisis económica, la ausencia casi total de asistencia médica y social, aunado a niveles de crecimiento negativos se presentan a niveles realmente alarmantes, así *estamos asistiendo a la aparición de un nuevo concepto, más sofisticado que en épocas anteriores, de colonialismo y esclavitud, lo que llevó a decir a Juan Pablo II, que hay en el mundo personas que no tienen siquiera el privilegio de ser explotadas porque están excluidas.*<sup>8</sup>

En este sentido, sería incompleto nuestro somero análisis de las corrientes de pensamiento económico y social imperantes, si no hacemos referencia a otras corrientes que han sostenido una posición más humana sobre los mismos temas, así, no debemos excluirnos de señalar la existencia de otras corrientes de pensamiento que toman un carácter más humano para su interpretación de las problemáticas y la propuesta de soluciones.

Una corriente de pensamiento económico que se desarrolló como otra alternativa a la gran crisis de 1929, es el denominado personalismo

---

<sup>7</sup> Servitje, Lorenzo, *op. cit.*, p. 9.

<sup>8</sup> Gutiérrez, José Antonio, Jimeno, Cipriano, Narvarte, Luis, Vivaracho, Isidro, Zabala, Pedro, *Propuestas para hacer más humana esta economía*, p. 24.

o socialcristianismo cuyo principal representante es Emmanuel Mounier, propone redimensionar la economía hacendaria de la persona, su centro. Esta corriente se está sosteniendo actualmente en el contexto de la crisis europea por diversas comunidades y ONG's que sostienen la necesidad de la denominada renta mínima.

El personalismo sostiene que la libertad individual se encuentra limitada por las normas morales, siendo que la cooperación es un deber moral del individuo, encontrándose la competencia delimitada por su necesaria subordinación a la ética y el bien común, siendo que el Estado se encuentra obligado a intervenir en favor de los grupos sociales desvalidos en busca de la consecución del bien común.

Dos de los principales principios sostenidos por esta corriente se centran en la denominada renta básica, como un mínimo indispensable que el Estado se obliga a otorgar a todos los sujetos que se encuentren en su territorio, por el sólo hecho de ser seres humanos, que les permitan subsistir, partiendo de la base de que la estabilidad del sistema económico requiere de cierto grado de distribución de la renta.

Un segundo principio sostiene el concepto del salario máximo, que consiste en limitar el monto de las remuneraciones salariales de un pequeño sector que representa la aristocracia laboral, cuyas rentas resultan abusivas comparadas con el general de los trabajadores; ejemplo de lo apuntado lo encontramos en los salarios de los grandes directores responsables de la gestión de las empresas, en los descomunales *paracaídas dorados* que se traducen en absurdas sumas como indemnizaciones a los CEO de las grandes corporaciones.

Durante la década de los años cincuenta del siglo pasado surge una corriente de ética aplicada, entendida en un principio como ética de los negocios, referida a la corrección moral de las diversas relaciones que la empresa entabla en su desarrollo interno y con los diversos *stakeholders* o partes relacionadas inmediatas, comienza a formarse el concepto de la responsabilidad del empresario en el ejercicio de sus actividades y los efectos que produce en el entorno de la sociedad en que se desarrolla.

Por su parte, en la década de los años 80, en 1984, uno de los principales representantes de la corriente neoliberal el Premio Nobel, Milton Friedman, sostuvo al ser cuestionado sobre su opinión con respecto de la responsabilidad social empresarial, señaló que la única responsabilidad de los administradores de las empresas es el lograr los máximos beneficios para sus socios.

La ética aplicada a los negocios implica una nueva forma de dimensionar el papel que desempeña la empresa y el empresario en el contexto



social, contrario a lo sostenido por Friedman, la empresa tiene una repercusión inmediata sobre el entorno en que realiza sus operaciones, y los principios éticos deben de ser aplicados al desarrollo de todas las actividades sociales y empresariales, siendo que los intereses económicos privados no pueden ser considerados como el último criterio de la actividad económica.

El obtener un lucro con el desarrollo de la actividad de la empresa resulta plenamente válido y moralmente aceptable, sin embargo, el logro de ese lucro no puede ser el único parámetro rector de la actividad empresarial, la actividad de ésta repercute en la esfera de las partes relacionadas tanto directa como indirectamente, reflejando los resultados de sus actividades en diversos sectores de la sociedad y frente a los otros agentes económicos competidores.

Esta nueva forma de entender la actividad empresarial implica una manera diferente de entender el papel económico de la empresa con una dimensión social, así *a modo de resumen, podemos concluir que la dimensión ética de la empresa se descubre y se concreta a partir de sus funciones sociales. Objetivamente hablando, de acuerdo con la naturaleza de dicha institución, los fines intrínsecos de la empresa son dos: la producción de bienes y servicios y la distribución de la renta económica generada. La calidad ética de la empresa será tanto mayor cuanto mejor realice estas dos funciones.*<sup>9</sup>

### 3. Concepto de reputación

La reputación es un concepto de naturaleza social, que se manifiesta en las relaciones que se presentan entre los diversos agentes, y cuyas acciones dependen en buena medida de la opinión que los demás tienen de un sujeto en particular, circunstancia que se refleja en que en determinadas circunstancias otros agentes prefieran interactuar con una u otra institución o persona.

En el ámbito empresarial la reputación de una corporación puede resultar fundamental en el éxito de una agrupación, teniendo incluso una repercusión en el valor comercial de la propia empresa, siendo un concepto frágil que se encuentra expuesto a la influencia de múltiples factores externos, condicionados por la gestión empresarial y las decisiones económicas, una buena o mala reputación de adquiere en función de conductas visibles que son proyectadas al exterior, creando una imagen corporativa de

---

<sup>9</sup> Camacho, Ildefonso, *et al. op. cit.*, p. 33.



la organización y termina repercutiendo en los consumidores y los demás agentes económicos.

La reputación de una empresa en un mercado libre y en el cual participen varios competidores en un mercado eficiente y de libre competencia, se refleja en el valor propio de la empresa y en su éxito comercial, la imagen que una empresa presente ante el público en general como resultado de sus políticas tanto financieras como de operación, repercutirán directamente en la aceptación de esa empresa y sus productos, siendo que esa imagen no depende de la promoción publicitaria y de las técnicas de *marketing*, que pueden crear una imagen corporativa temporal, que no necesariamente refleja la reputación de la empresa en el mercado, la cual se crea como del resultado de la proyección de la identidad corporativa, siendo la aceptación y confianza pública un elemento clave en el proyecto de políticas y los productos de la empresa.

Redondeando las ideas anteriores:

La reputación depende, por tanto, de algo mucho más difícil de cambiar que la imagen de una empresa: su cultura, los hábitos y presupuestos ideológicos compartidos asentados a lo largo de su historia y transmitidos a cada nueva generación de miembros. Por eso en los índices de reputación corporativa suelen mantenerse siempre las mismas empresas a la cabeza, mientras que la “imagen corporativa” está sujeta a cambios más frecuentes.<sup>10</sup>

Si bien la reputación de una empresa resulta un concepto muy difícil de cuantificar y valorar matemáticamente con fórmulas exactas, al depender de un elemento social de percepción, el observatorio español MERCOS evalúa la reputación de las empresas en ese país basándose en seis variables:

1. Resultados económico-financieros.
2. Calidad producto-servicio.
3. Cultura corporativa y calidad laboral.
4. Ética y responsabilidad social corporativa.
5. Dimensión social y presencia internacional.
6. Innovación.

Como señalan autores como el renombrado especialista español Villafañe, la reputación de las empresas se encuentra ligada directamente con la de sus directores, requiriendo de estos coherencia, compromiso y

---

<sup>10</sup> Francés Gómez, Pedro, *Ética de los negocios. Innovación y responsabilidad*, p. 24.

transparencia, circunstancias que han cristalizado en políticas de gobierno corporativo que permiten conseguir un equilibrio sano en la alta dirección de las empresas, logrando evitar los sonados y perjudiciales casos de empresas como Enron o financieras como Mery Linch, de entre muchas otras, que tanto daño causaron en la reciente crisis inmobiliaria en los Estados Unidos y que tuvieron repercusiones a nivel mundial.

En el mismo orden de ideas y desde un aspecto contrario, la reputación corporativa de grandes empresarios mexicanos como Eugenio Garza Sada de Grupo Cervecería Cuauhtémoc y promotor del TEC de Monterrey, los Servitje de grupo Bimbo, personajes como Nemesio Diez de Cervecería modelo o Arturo Mundet de Embotelladora Mundet, lograron con su compromiso personal y sus actuaciones al frente de sus empresas, consolidar su reputación corporativa y el logro de sus idearios empresariales, imprimiendo un valor comercial y un prestigio adicional a sus empresas, que ha trascendido a lo largo del tiempo.

En el pensamiento de Eugenio Garza Sada *los principios del éxito o las causas del fracaso derivan de las actitudes que cada quien en lo individual tomara ante sí mismo, ante los demás y ante las instituciones, específicamente la empresa.*<sup>11</sup>

A las empresas en la actualidad se les exige no sólo que presenten buenos resultados financieros, sino que su actividad responda igualmente a su misión de crear empleo y ofrecer a los consumidores bienes y servicios seguros y de calidad, que estas actividades se realicen en cumplimiento de un marco normativo y de conformidad con los valores sociales, respetando los valores éticos convencionales y los valores morales, contribuyendo al bienestar social.

Incluso en la actualidad en las bolsas de valores de muchos países desarrollados, se ha dado el surgimiento de los denominados *fondos de inversión éticos*, mismos que discriminan entre sus opciones de inversión a las empresas que cotizan en bolsa en función de múltiples factores como sus convicciones éticas, sus prácticas de protección al ambiente, sus políticas laborales y sociales, e incluso por sus inclinaciones religiosas y políticas, prefiriendo invertir en aquellas empresas que se presenten como capaces de obtener buenos resultados financieros al tiempo de asumir un comportamiento razonable con la sociedad.

El concepto de reputación se convierte así en un valor agregado de las empresas, siendo que una buena parte de la aceptación social y del éxito de sus operaciones se va a ver determinado por la imagen y la reputación

---

<sup>11</sup> Ortiz Rivera, Alicia, *Eugenio Garza Sada*, p. 114.

de la que la empresa goce en el entorno de sus consumidores, competidores, proveedores y otras personas relacionadas, así:

*Como consecuencia de todo esto, Villafañe considera que la ética corporativa se ha convertido en el primer factor de legitimidad de las organizaciones por delante incluso de los resultados financieros. Quiere esto decir que, mientras que los buenos resultados sin ética, no conducen a una buena reputación corporativa, una conducta correcta permite mantener una reputación incluso en períodos de crisis de la empresa.<sup>12</sup>*

Lo que resulta indubitable es que al depender en una gran medida de la percepción que de una empresa se tenga en el contexto social, es un elemento de mucha fragilidad, que puede verse directamente afectado por diversas decisiones financieras y operativas que se puedan llegar a asumir en un determinado momento, como por ejemplo, los acontecimientos recientes de la armadora de vehículos alemana la Volkswaguen al verse involucrada en alterar los marcadores de sus vehículos sobre emisión de contaminantes, o las constantes retenciones de la armadora Toyota para cumplimentar los estándares de producción en esos parámetros, repercuten en la imagen corporativa y en la reputación de dichas empresas en los mercados internacionales.

Sobre estas conductas rechazadas socialmente por los consumidores, el maestro Francés nos refiere a un listado elaborado por Rosamund M. Thomas de trece tipos de conductas no éticas que repercuten en la mala reputación de las empresas y que consideramos de interés referir.

1. Actuaciones en interés propio, conductas abusivas, ausencia general de clima ético en la empresa.
2. Carencia de buen gobierno empresarial.
3. Prácticas de competencia desleal.
4. Uso de publicidad agresiva y violenta.
5. Soborno, fraude, corrupción.
6. Mala calidad en servicios y productos, excesiva burocracia e incapacidad de disculparse por errores.
7. Demora en el pago de facturas a sus proveedores.
8. Utilización de mano de obra infantil o ilegal.
9. Falta de cumplimiento de leyes nacionales e internacionales.
10. Carencia de buenas prácticas medioambientales.

---

<sup>12</sup> Francés Gómez, Pedro. *op. cit.* p. 29.

11. Carencia de prácticas de seguridad e higiene.
12. Tráfico de influencias.
13. Actitudes discriminatorias hacia grupos étnicos o minorías sociales.

En conclusión, podemos señalar que para muchas empresas representa un aspecto que resulta de vital importancia custodiar, reflejando en grado de penetración de las mismas entre el público consumidor y para con otros agentes económicos y sus propios competidores, la reputación corporativa se traduce en un valor agregado a la empresa, que se logra por medio de la proyección de los valores y la imagen corporativos que se logran por la actuación de sus directivos, creando ante el público en general, los consumidores y otras partes relacionadas, la proyección de los principios corporativos de la empresa, reeditando en el posicionamiento y prestigio corporativo de la misma, lo cual se traduce en un valor agregado que capitaliza a la empresa en el marco del mercado nacional donde opera o con una proyección hacia los mercados globales.

#### **4. Concepto de ciudadanía corporativa**

Debemos partir de considerar que la empresa entendida como el conjunto de actividades organizativas de los elementos de producción encaminada a la oferta y prestación de bienes y servicios al mercado en general, en nuestro sistema jurídico no goza de una definición específica ni de personalidad jurídica, a diferencia de otros sistemas como el español en que la empresa entendida como un conjunto de elementos puede ser objeto de actos jurídicos como tal; circunstancia que genera que la empresa tenga que constituirse de conformidad con alguno de los modelos societarios previstos por el Artículo 1 de la Ley General de Sociedades Mercantiles para gozar de personalidad jurídica en los términos del Artículo 2 del propio dispositivo.

Una vez que la empresa asume la figura de una sociedad mercantil y goza de la personalidad jurídica que se les reconoce en su carácter de tal, en su calidad de persona, es titular de una serie de atributos de la personalidad que se encuentran limitados por su propia naturaleza, en este sentido, si bien una sociedad mercantil tiene una nacionalidad que la vincula con un orden normativo determinado concediéndole derechos y obligaciones que son propios a dicha condición, la ciudadanía responde a un concepto de carácter político que no le corresponde a la figura de la persona moral, quien se encuentra imposibilitada en nuestro sistema jurídico para ser titular de derechos de esa naturaleza.

Si bien entendemos que el concepto de nacionalidad se encuentra vinculado con el de ciudadanía, debemos partir de considerar el despropósito aparente que se presenta al estimar el concepto de ciudadanía que se refiere a un concepto de carácter político con el de una empresa de carácter mercantil.

En la actualidad las asociaciones, fundaciones y sociedades gozan de una personalidad jurídica reconocida por el derecho al ser un conjunto organizado de seres humanos y de bienes destinados a la realización de una actividad lícita. En nuestro derecho gozan de personalidad los sujetos señalados en el Artículo 25 Código Civil Federal y en el Artículo 2 de la Ley de Instituciones de Asistencia Privada.

La nacionalidad de las personas jurídicas en nuestro sistema jurídico se encuentra contemplada en el Artículo 8 de la Ley de Nacionalidad son personas morales de nacionalidad mexicana las que se constituyan conforme a las leyes mexicanas y tengan en el territorio nacional su domicilio legal.

Por su parte la ciudadanía se entiende como lo señalan los maestros Baqueiro Rojas y Rosalía Buenrostro como una calidad de la nacionalidad que faculta a la persona para participar en la vida política de las comunidades en cargos de elección popular o para participar de manera transitoria en el momento de emitir su voto para la elección de funcionarios, siendo que *las prerrogativas o los derechos de los ciudadanos de establecen en el Artículo 35 de la Constitución Federal y se reducen, en síntesis, a la facultad de intervenir en los asuntos políticos del país.*<sup>13</sup>

Sobre el concepto de ciudadanía debemos precisar que como lo apunta el maestro Francés Gómez, es común que en el mundo y el lenguaje empresarial se hable de ciudadanía corporativa como un concepto análogo con responsabilidad empresarial, siendo que ambos se refieren a actuaciones y proyectos diferentes, sin embargo, se considera que si la ciudadanía implica una serie de obligaciones y derechos, el cumplimiento y ejercicio de los mismos delimita un conjunto de requisitos mínimos para ser considerado un miembro aceptable de la sociedad, y por ello al cumplirse las responsabilidades sociales de una empresa se convierten en buenas ciudadanas.

Desarrollando este concepto podemos considerar que la nacionalidad corporativa se refiere a la integración de una empresa en la comunidad social en la que realiza sus actividades, entendiendo que la actuación de la misma repercute directamente en el contexto social, y en este sentido,

---

<sup>13</sup> Baqueiro Rojas, Edgar y Buenrostro Báez, Rosalía, *Derecho Civil. Introducción y personas*, p. 260.

el cumplimiento de la normativa y las acciones que sobrepasan el marco normativo encaminadas a mejorar las condiciones de la sociedad en general, las actuaciones tomadas en beneficio de esta, pueden entenderse como la participación de la empresa como un buen ciudadano, buscando el beneficio de la comunidad.

En atención a lo apuntado el maestro Francés nos comenta:

Los nuevos matices tienen que ver con el poder que detentan las grandes empresas multinacionales y con la legitimidad social que necesitan. El poder permite a las organizaciones disciplinar y regular de hecho la vida de muchas personas, e influir en la de casi todos. Pero ese poder no está basado en un voto democrático o en una delegación voluntaria, si no en la habilidad o la capacidad técnica de tener éxito en el mercado. Una vez adquirido dicho poder, la legitimidad de tipo técnico-estratégico obtenida a través del mercado ya no es suficiente.<sup>14</sup>

En este punto resulta necesario que hagamos referencia al descomunal crecimiento del poderío de las empresas en el contexto internacional. Así, si bien a lo largo de la historia y hasta la década de los años ochenta del siglo pasado, la economía capitalista se basaba en el control gubernamental de sectores productivos mediante la implementación de políticas de producción, el establecimiento de un sistema amplio de protección social, y una estabilidad cambiaria internacional, sin embargo, a partir de la parte final de esa década y la década siguiente, la instrumentación de las políticas neoliberales y la globalización internacional generaron, al liberalizar los mercados, que el poder de las multinacionales se incrementara exponencialmente, mismo que en múltiples ocasiones supera incluso al de muchos países que se ven imposibilitados para limitar las actuaciones de estas grandes corporaciones transnacionales.

El poder de las grandes corporaciones genera el abuso de las mismas en los países en donde se asientan, principalmente en los países pobres, las grandes empresas buscan aquellos mercados en que la flexibilidad legislativa y las condiciones generales de trabajo y acceso a los insumos básicos faciliten su operación, siendo que su poderío económico, muchas veces superior al de los propios Estados, les permite influir, de manera legal o mediante el empleo de tácticas y argucias ilegales, en las decisiones gubernamentales, económicas y legislativas sin que los Estados receptores puedan oponerse materialmente a ello.

Sin embargo, la problemática que apuntamos sobre el poder de las grandes corporaciones no se limita a imponerse en los países con escasos recursos, siendo que igualmente en los países más desarrollados las empresas ejercen realmente el poder de decisión que repercute directamente

---

<sup>14</sup> Francés Gómez, Pedro, *op. cit.*, p. 45.

en el pueblo, sobre este punto *Noreena Hertz habla de la conquista silenciosa para referirse a la toma de los resortes del poder por parte de las corporaciones. Los niveles de control son varios. En un nivel los gobiernos emplean su poder en beneficio de las corporaciones nacionales, de modo que la competencia global queda distorsionada.*<sup>15</sup>

Dentro del contexto de una economía globalizada, el poder de regulación y control de los Estados se ve sobrepasado por el poderío global de las grandes empresas, situación que se genera por diversas razones, de entre las que podemos destacar:

- a) La internacionalización de las actividades empresariales impide que las leyes impuestas por un Estado determinado obliguen a las empresas en otros territorios.
- b) Las reglas del comercio internacional proporcionan a las corporaciones nuevas herramientas para oponerse a las legislaciones locales.
- c) Al buscar lugares que permitan obtener rendimientos óptimos, las empresas se asientan en países con legislaciones permisivas o sobre cuyos gobiernos puedan actuar, traduciéndose en el creciente deterioro de las condiciones medioambientales laborales y sociales de los Estados receptores.
- d) Los beneficios obtenidos por las empresas resultan en buena medida en beneficio de los ciudadanos de los países desarrollados, al lograr disminuir los costos de los bienes de consumo y garantizar su abasto, justificándose en cierta medida las actuaciones de las corporaciones.

Ante esta perspectiva a nivel mundial se comenzaron a presentar protestas contra las precarias condiciones a que han sometido estas empresas a una gran parte de la población mundial y a la desmesurada especulación financiera que se ha generado con la globalización de las bolsas de valores, las quejas en contra de los principales organismos internacionales en materia comercial como la Organización Mundial del Comercio y financiera como el Fondo Monetario Internacional, se han multiplicado en el contexto mundial, reclamando las precarias y prácticamente insalvables condiciones a que se encuentran sometidas la mayor parte de las economías del globo. Es en este contexto donde se fragua la idea de la ciudadanía corporativa.

---

<sup>15</sup> *Ibidem*, p. 53.



Los grandes académicos internacionales se han pronunciado sobre el particular:

Tapscott y Williams defienden que las obligaciones de la ciudadanía son verdaderos deberes morales de las organizaciones. La razón es que la sociedad concede a las corporaciones el derecho para operar (y obtener un beneficio), y todo derecho lleva aparejado obligaciones. Dados los recursos de las grandes organizaciones, y la capacidad de producir una diferencia significativa, su responsabilidad de contribuir con el bien común tiene el carácter de una verdadera obligación moral.<sup>16</sup>

La ciudadanía corporativa surge como una respuesta ante la ausencia de un marco normativo internacional, de legitimar las actuaciones de las empresas transnacionales. En este sentido la necesidad de las empresas de manejar una buena imagen como ciudadanos responsables y comprometidos con su medio es innegable. Presentamos algunos de los argumentos que se esgrimen en defensa de esta postura:

1. El concepto de buena ciudadanía influye directamente en la reputación corporativa.
2. Al mejorar las relaciones con la sociedad y el gobierno se legitima la operación de dichas empresas en esas comunidades.
3. El manejo de valores que rijan la actividad de la empresa, resulta atractivo para muchos consumidores que hacen su elección tomando estos elementos en consideración.
4. La colaboración de las empresas con organizaciones sin ánimo de lucro genera oportunidades de innovación y desarrollo de nuevos productos.
5. Que las condiciones generales de trabajo resulten atractivas para los trabajadores y se traduzcan en el compromiso e integración de los mismos con los objetivos de la empresa, (por ejemplo evitar el trabajo de menores y las discriminaciones a empleados por motivos de raza, religión o condición social).
6. La existencia de fondos de inversión especializados e inversionistas en general, que prefieren invertir sus capitales en empresas que operen bajo estos criterios y valores.

Desprendemos que la ciudadanía corporativa implica una nueva forma de dimensionar la actuación de las grandes corporaciones en los diversos mercados en los que operan, tomando conciencia de las consecuencias

---

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 74.



que sus actuaciones acarreen, e impulsando su actuación fundamentada en valores que permitan el sano desarrollo de las comunidades donde operan, obteniendo una legitimidad económica y legal en beneficio de la economía y las condiciones de vida de la comunidad local, reparando en los efectos globales que dichas políticas generan.

Redondeando este planteamiento y como nos señala el maestro Francés Gómez:

A partir de esta idea se ha ido generando el primer consenso entre expertos. La ciudadanía corporativa no consiste única ni principalmente en desarrollar programas al margen de la actividad esencial de la empresa (como donaciones caritativas), sino en integrar determinados valores en el núcleo mismo de sus actividades. Es decir, se trata de lograr que aquello que la empresa hace para ganar dinero y ofrecer al mercado trabajo y bienes o servicios, lo siga haciendo igual de eficientemente (si es el caso) en términos económicos y lo haga de un modo socialmente legítimo.<sup>17</sup>

Pero la actuación de las empresas no debe limitarse simplemente al cumplimiento de disposiciones normativas, se debe buscar contribuir con la sociedad en la que se desarrolla su actividad, buscar soluciones a sus carencias, siendo sensible a las necesidades y valores sociales y convirtiéndose en promotor de las acciones y tendencias sociales valiéndose de la influencia que por su posición ejerce en su medio, haciendo suyas las exigencias de los grupos que se encuentran afectados por su actividad.

En 1999 Kofi Annan promovió el conocido como *Pacto Mundial (Global Compact)*, signado ya por múltiples corporaciones, que busca con fundamento en lo que se ha denominado *egoísmo ilustrado* que las grandes empresas colaboren en el bien común entendiendo dichas medidas como una obligación de política de justicia. Señalamos los nueve principios de este pacto:

a) En cuanto a los Derechos Humanos:

1. Que las empresas apoyen y respeten la protección de los derechos humanos en su ámbito de influencia.
2. Que eviten verse involucradas en violaciones a los Derechos Humanos.

b) En cuanto a los derechos laborales:

3. Respeto a la libertad de asociación y reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

---

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 61.

4. Eliminación de todo tipo de trabajo forzoso y obligatorio.
  5. Abolición efectiva del trabajo infantil.
  6. La eliminación de la discriminación con respecto al empleo y el trabajo.
- c) En cuanto al medio ambiente:
7. Que las empresas defiendan los criterios cautelares con respecto a la protección del medio ambiente.
  8. Se adopten medidas que promuevan una mayor responsabilidad en materia ambiental.
  9. Que se aliente el desarrollo y promoción de las tecnologías amigables con el medio.

## 5. Responsabilidad Social Empresarial

La actividad de la empresa necesariamente genera un efecto inmediato en su entorno en el cual se desarrolla y en las personas que de alguna manera se encuentran relacionadas ya bien sea de manera directa o indirecta (*stakeholders*) con ella, repercutiendo de una manera positiva o negativa, así, dependiendo de las políticas asumidas por esta para enfrentar los retos que se le presentan en las diversas materias de esas áreas de afectación, su repercusión en el medio ambiente, en las relaciones que se establezcan con autoridades gubernamentales de los diversos niveles de gobierno, con las organizaciones sociales, con sus propios socios, empleados, proveedores y demás personas relacionadas pueden traducirse en beneficios o por el contrario, reportar afectaciones y daños para aquellas; que en última instancia repercutirán en el desempeño de la propia empresa.

Si bien aquello referente a la responsabilidad de la empresa tiene una relación directa con la ética, no son ambos conceptos que podamos considerar iguales sino como complementarios:

La RSE y la ética empresarial son conceptos que suelen utilizarse como sinónimos cuando no lo son, la ética empresarial se aplica a todos los aspectos de conducta de la empresa, está guiada tanto por los valores de los individuos como de la organización y representa una guía para que las personas puedan identificar y analizar las implicaciones morales de sus decisiones y actividades dentro de la empresa (Hill y Jones,

2000, 58-89). Por su parte, la RSE es la expresión de estos valores a través de políticas y programas establecidos a nivel corporativo.<sup>18</sup>

Cuando hablamos de responsabilidad social empresarial nos referimos a una manera de organizar la estructura y la operatividad de la empresa, entendida como una entidad diferente de las personas que la integran, en relación con las diversas personas que en una forma directa o indirecta tienen relación con la misma al verse afectadas por las actividades que desarrolla, para que con fundamento en principios de carácter ético, la organización de la empresa y el desarrollo de su actividad se realicen tomando en consideración la responsabilidad sobre los efectos y consecuencias de los mismos.

La empresa como una actividad se puede materializar en una persona física o moral, este ente social goza de personalidad jurídica propia en los términos de la legislación civil y mercantil, siendo en atención a ello es sujeto de derechos y obligaciones, interrelacionándose por su actuación con otros sujetos jurídicos.

En este entendido las actuaciones del ente social pueden ser objeto de valoraciones de carácter ético. Las relaciones que con sus actuaciones realiza una empresa pueden tener implicaciones y responsabilidades de diversos caracteres:

- a) Económicos.
- b) Sociales.
- c) Ecológicos.
- d) Culturales.
- e) Jurídicas.

Lo cual nos trae aparejada la existencia de responsabilidades derivadas de sus actuaciones.

- a) Responsabilidad civil y/o penal por daños y perjuicios.
- b) Responsabilidad social por sus actuaciones.

La preocupación por la ética empresarial se encuentra profundamente relacionada con el concepto de responsabilidad empresarial, mismo que como nos señala la maestra Patricia Greaves Lainé, se ha desarrollado en fechas recientes en el contexto internacional y principalmente en Eu-

---

<sup>18</sup> Cárcamo Solís, María de Lourdes; Ester Arroyo López, María del Pilar y Álvarez Castañon, Lorena del Carmen, "Responsabilidad social empresarial y la ética en la pequeña empresa: el caso de una empresa consolidadora en el distrito artesanal de Tonalá, Jalisco", en *Sobre la responsabilidad social empresarial, estudios de caso en México*, p. 32.

ropa, y como respuesta a la creciente brecha de desigualdad económica imperante a nivel global, ha implicado la operación conjunta de empresas, organizaciones empresariales, la sociedad civil e incluso ha repercutido en su conformación doctrina social de la iglesia católica, repercutiendo en la consolidación de una conciencia ética y de responsabilidad empresarial.

Conforme nos dice el maestro Francés Gómez la Responsabilidad Social Corporativa se define como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.<sup>19</sup>

Por su parte para García y Llorente la Responsabilidad Social Empresarial es el conjunto de obligaciones inherentes al desarrollo de la empresa en el desempeño de sus funciones sociales, no necesariamente reconocidas por el ordenamiento jurídico, pero cuyo incumplimiento puede observarse como un atentado a la interpretación de la norma cultural vinculada a los grupos sociales relacionados con la empresa.<sup>20</sup>

En el concepto anterior, se pueden presentar políticas de ética empresarial no formalizadas que se corresponden con el modo de ejercer el liderazgo traduciéndose en la forma de desempeño de la actividad empresarial. Estas políticas pueden trascender la esfera de la empresa y verse reflejadas en agrupaciones empresariales que representen los intereses de un determinado sector.

El derecho de la responsabilidad empresarial implica la posición de la empresa frente a la sociedad en la que opera. La responsabilidad social empresarial tiene su origen en el mundo académico durante 1953 con la publicación del libro *Social Responsibilities of the Businessman* de Howard Bowen, en el cual se plantea por vez primera las responsabilidades de los empresarios en relación con la sociedad.

En 1971 Johnson determinó cuatro visiones del concepto:

1. El conocimiento que deben de desarrollar las empresas sobre el entorno en el que realizan sus actividades.
2. La realización de programas sociales de atención para la generación de mayores ganancias.
3. El interés de las empresas de obtener la máxima ganancia tanto en lo económico como en lo social con su actuación.

---

<sup>19</sup> Francés Gómez. *op. cit.*, p. 86.

<sup>20</sup> Muñiz Montero, Isabel; Ramírez-Valverde, Benito y Juárez Sánchez, José Pedro, "Ética y responsabilidad social empresarial: el caso del trabajo infantil en la industria del vestido y la confección en Tehuacán, Puebla", en *Sobre la responsabilidad...*, *op. cit.*, p. 54.

4. La atención específica a grupos de interés y la generación de riqueza.

Para 1984 Cochar y Wood plantean una responsabilidad social empresarial que debe de ser implementada mediante principios que delimitan la actuación de la empresa, la adopción de políticas para afrontar las problemáticas sociales y la creación de procesos que generen acciones sociales.

En opinión del maestro Domènec Melé, la adopción de esta clase de políticas responde principalmente a:

- ❖ Proteger a la alta dirección de riesgos y penalizaciones.
- ❖ Responder a presiones de grupos de interés.
- ❖ Reforzar el cumplimiento de normas prohibitivas.
- ❖ Implantar un conjunto de valores en la cultura empresarial.
- ❖ Contribuir al desarrollo de la excelencia humana de sus empleados.

La Responsabilidad Social Empresarial abarca conforme a Carroll y a la doctrina clásica norteamericana al menos cuatro tipos de responsabilidades:

- a) Responsabilidad económica.
- b) Responsabilidad legal.
- c) Responsabilidad social.
- d) Discrecional.

En este apartado debemos referirnos a la figura de los *stakeholders* o personas relacionadas, Freeman considera a la empresa atendiendo a sus relaciones con todos los agentes que de alguna manera se ven afectados por la operación de la empresa, en este sentido la *stakeholder theory* incide sobre los beneficios a corto plazo, proyectando las bases de sostenibilidad de la empresa a un largo plazo, partiendo de la necesidad de implementar estas políticas con el objeto de garantizar la operación futura de la misma y la generación de beneficios para los socios.

Las partes relacionadas se encuentran involucradas en mayor o menor medida con la actividades de la empresa y son afectadas por éstas dependiendo del grado de relaciones que guarden con aquélla, siendo que responden a naturalezas e intereses diversos, así, las personas que tienen un interés directo en el éxito operativo de la misma como sus socios, las actividades generales de la empresa, tendrán intereses que deberán ser atendidos de diversa manera que aquéllas que presentan una relación de dependencia económica con la misma al mantener una relación laboral

con ella; al tiempo en que los consumidores presentan intereses diversos a los que pudieran llegar a tener los proveedores, o a los que en su caso pudieran tener aquellas personas que mantienen una relación indirecta e igualmente se pueden llegar a ver afectados por las actividades de la empresa.

En este sentido podemos diferenciar entre partes relacionadas principales y secundarias:

- a) Partes relacionadas principales o directas:
  - 1. Los socios o accionistas;
  - 2. Los directivos y empleados de la empresa;
  - 3. Los consumidores; y
  - 4. Los proveedores.
- b) Partes relacionadas secundarias o indirectas:
  - 1. La comunidad social en general;
  - 2. El medio ambiente;
  - 3. Los organismos no gubernamentales; y
  - 4. Las autoridades gubernamentales.

Siguiendo el anterior planteamiento, podemos considerar que las medidas y acciones orientadas por la empresa deben de encontrarse orientadas a lograr atender a las exigencias de cada una de estas partes, tomándose medidas particulares en cada caso, guardando igualmente el interés y la rentabilidad de la propia empresa; estas medidas pueden abarcar desde la prohibición del trabajo de menores y evitar la discriminación a sectores minoritarios, políticas de buen gobierno y claridad en la administración, políticas de sustentabilidad ambiental, políticas de desarrollo e integración familiar, políticas educacionales, etcétera.

La adopción de políticas de responsabilidad social por parte de la empresa implican necesariamente tareas de autorregulación, es decir, que la propia empresa visualice las situaciones problemáticas que se presentan en sus relaciones con los diversos *stakeholders* y presente soluciones concretas a cada una de ellas, lo anterior resulta de importancia para la empresa porque le permite:

- a) Facilitar la cohesión de la organización de la empresa tanto en su plano interno como con las diversas partes relacionadas, fijando los estándares éticos de conducta que se traducirán en beneficio de los participantes con ella.

- b) Facilita la sociabilización de los nuevos trabajadores con la empresa delimitando las conductas que se exigen a estos y las conductas esperadas de la propia organización.
- c) Protege a la propia empresa de las conductas irregulares de sus integrantes que se puedan traducir en responsabilidades penales o civiles para aquélla.

El mecanismo más socorrido para la instrumentación de principios éticos en el desarrollo de las empresas es la instrucción de los directivos y empleados de la misma en los idearios y valores éticos corporativos propios de la empresa, lo anterior se logra por medio de diversos mecanismos, de entre los que podemos señalar algunos muy empleados en Europa, particularmente en España:

1. La creación de credos corporativos: que recogen la visión y los objetivos éticos de la misma.
2. Seminarios de formación y círculos de discusión ética: enfocados a la formación de cuadros directivos, empleados e incluso con proveedores.
3. Informes sobre responsabilidad social: orientados a la calificación de las políticas asumidas y a la promoción de nuevas políticas ambientales, sociales y metas económicas del negocio.
4. Oficiales y comités de ética: que pueden llegar a influir con sus opiniones sobre la toma de decisiones cotidianas de la empresa.
5. Los *ombuspersons* y las líneas de denuncia ética: que tienen en sus funciones la de atender las quejas de los diversos *stakeholders* tanto internos como externos.
6. Las auditorías éticas: que pueden ser realizadas tanto por personal propio de la empresa como por agentes externos para evaluar el funcionamiento de las políticas éticas de la empresa.

En términos generales la instrumentación de los mecanismos descritos se traducen, por una parte, en logra fijar objetivos éticos concretos, informando y preparando a las personas involucradas en su conocimiento y su forma de implementación, como en creación de los mecanismos que permitan fiscalizar y vigilar la aplicación de estos principios y permitan las actuaciones necesarias para su corrección en casos de incumplimiento.

Debemos apuntar que en el contexto internacional se presentan diversas disposiciones y organismos internacionales que mantienen una relación directa con la materia que tratamos, así podemos señalar:

- ❖ Durante la gestión de Kofi Anam al frente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el año 2000 se emitió un documento sobre la globalización con rostro humano, en la que se contienen diversas disposiciones y principios tendientes a regular el comportamiento de las corporaciones mediante normas y directivas.
- ❖ La Unión Europea publicó el denominado *Libro Verde*, con el objeto de fomentar un marco europeo para la responsabilidad de las empresas.
- ❖ Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) en el 2001 emitió un conjunto de Directrices de Empresas Multinacionales.
- ❖ En el seno de la ONU se generó el denominado Pacto Global, que contiene los principios sugeridos para el desarrollo de las empresas en el contexto internacional.
- ❖ Por su parte la Organización Internacional del Trabajo (OIT), emitió la Declaración Tripartita de principios concernientes a las Empresas Multinacionales y la Política Social.

## 6. Ética y mercadotecnia

En el contexto de la economía contemporánea globalizada en donde la competencia entre los diversos agentes se ha exacerbado a niveles insospechados, el crecimiento poblacional y el constante incremento en la demanda de bienes y servicios, como nos apunta la maestra Carrete Lucero, la mercadotecnia se presenta como el área más notoria de la relación de las empresas con sus clientes, produciéndose, reflexiones éticas sobre la misma a partir de la década de los años sesenta, incrementándose principalmente durante la década de los años noventa.

Los objetivos y las actividades propias de la mercadotecnia se han amoldado para adaptarse a las nuevas condiciones y exigencias que los mercados presentan a las empresas, así ha evolucionado a través del tiempo de ser aquella actividad que pone en contacto la producción con el consumo, es decir una connotación muy orientada a la distribución, ampliándose a una capaz de averiguar las necesidades y motivaciones del mercado, para luego concebirse como un conjunto de actividades encaminadas a planificar productos, fijar precios, distribuirlos y promoverlos a los consumidores para satisfacer sus necesidades.

Posteriormente se extiende el concepto al ámbito social para cubrir no sólo productos o servicios sino también ideas y comportamientos be-



neficiosos para la sociedad, y de igual forma se consolida su orientación estratégica, como una fuerza que puede ejercer influencia en su entorno, entendiéndose como un conjunto de procesos encaminados a crear valor para sus clientes, que se refleja en estatus, la penetración y aceptación de un producto en un determinado estrato social, en beneficio de la empresa y sus partes relacionadas.

Por la trascendencia de la función de la publicidad en la actividad de la empresa, es imposible obviar sus implicaciones éticas:

En cuanto a la ética del marketing, esta emana de la ética de los negocios y se aboca a examinar cómo los principios y estándares morales se aplican a las decisiones de la mercadotecnia. En esencia, la ética del marketing desde una perspectiva normativa es definida como “la práctica que enfatiza políticas y acciones de mercadotecnia personales y organizacionales transparentes, confiables y responsables que exhiben integridad así como rectitud hacia los consumidores y otros grupos de interés” (Murphy, 2005).<sup>21</sup>

Entendemos a la publicidad como aquel conjunto de técnicas que sirven para informar y promocionar la existencia de determinados productos y servicios entre el público en general tratando de persuadirlos para consumir dichos productos o servicios como nos apunta la maestra Carrete Lucero desde los años cincuenta los investigadores se cuestionaban sobre la influencia de la publicidad para manipular hábitos de consumo y conductas, circunstancia en que se ven necesariamente involucrados aspectos éticos, y ha obligado a varios gobiernos a regular estas actividades buscando asegurar que las empresas publicistas se valgan de publicidad engañosa o que ataque a los principios morales.

Una de las violaciones más comunes a los principios de la ética publicitaria es el referente a la publicidad engañosa de productos, ofertas y promociones que en nuestro país se encuentra reglamentada por las disposiciones del Capítulo IV de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

También se ha cuestionado el papel que las imágenes publicitarias pueden jugar en la alteración de los valores culturales de la sociedad receptora de la misma y en la estabilidad emocional de los consumidores al crear imágenes idealizadas que estandarizan los criterios de belleza, aceptación social, estatus y otros factores que repercuten en la conducta y los hábitos de consumo de la población en general.

Un tipo de publicidad engañosa que tiene profundas implicaciones de carácter moral es la referente a la denominada *Green Washing* o publici-

---

<sup>21</sup> Carrete Lucero, Lorena de la Paz, “La mercadotecnia y la ética”, en *Sobre la responsabilidad...*, op. cit., p. 100.

dad verde engañosa, ésta se refiere a aquellas empresas que sin cumplir con lo que publicitan o limitándose al estricto cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa estatal, y atendiendo al creciente interés de muchos consumidores e inversionistas sobre el tema, se ostentan como empresas que realizan actividades encaminadas a la protección del medio ambiente, buscando crearse una imagen positiva ante el consumidor y un valor añadido para su empresa.

En este sentido, en cuanto mayor sea la presión que los consumidores e inversores pueden generar sobre el particular, mayor es la tentación de las empresas a generar este tipo de publicidad engañosa. Horiuchi y otros autores consideran que es posible identificar la publicidad verde engañosa deteniéndonos a analizar los siguientes elementos:

- a) Cuando las afirmaciones sobre un producto no pueden ser probadas por datos de fácil acceso para el consumidor.
- b) Cuando las supuestas acciones verdes seguidas por la empresa resultan tan escasamente definidas que imposibilitan su seguimiento o comprobación.
- c) Cuando se enfatiza que un producto es más amigable con el ambiente que otro de la misma categoría, cuando en realidad, toda esa categoría de productos es perjudicial para el medio o la salud.
- d) Cuando a pesar de que las mejoras ambientales anunciadas son ciertas, pero resultan tan marginales que no representa importancia anunciarlas.
- e) Cuando las mejoras anunciadas se encuentran reguladas y son exigidas por la ley.
- f) Cuando se ostenta la certificación de un producto por un tercero, que en realidad no ha realizado tal certificación.

Por su parte y en particular en nuestro país:

La Asociación Mexicana de Marketing (AMA) reconoce que los profesionales de la mercadotecnia no sólo sirven a sus organizaciones, sino también actúan como administradores de la sociedad en la creación, la facilitación y ejecución de las transacciones que tienen lugar en la economía. Bajo esta perspectiva se espera que adopten las más altas normas de ética profesional y eviten conscientemente acciones dañinas u omisiones y se adhieran a todas las leyes y reglamentos aplicables en las decisiones que toman.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Carrete Lucero. *et al. op. cit.*, p. 120.

En el tono señalado por diferentes organizaciones a nivel internacional, la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad ha desarrollado una serie de principios básicos aplicables a todas las formas de publicidad:

- a) La publicidad debe ser pensada para servir al público, debiendo ser veraz y no ocultar aspectos negativos o perjudiciales e información sobre los productos al consumidor.
- b) Se deben definir claramente los términos y condiciones de las ofertas, así como las garantías de los productos.
- c) La publicidad debe ajustarse a la audiencia a quien se dirige y en función de la naturaleza del producto o servicio promovido.
- d) Los anunciantes deben respetar la privacidad del consumidor.
- e) En la llamada publicidad verde, el anunciante debe evaluar si el impacto ambiental es significativo.
- f) Los publicistas deben atender los lineamientos, normas, protocolos y leyes emitidas por las autoridades gubernamentales Federales, estatales y locales.

De lo antes expuesto, podemos concluir que la publicidad y el *marketing* no sólo tiene importancia fundamental en la actividad económica de las empresas, sino que tiene consecuencia y efectos directos en cuanto a los consumidores finales de los productos ofertados, consecuencia que trascienden a la propia sociedad, por lo cual es necesario dimensionar el papel que los aspectos éticos revisten para dicha actividad, y en tanto a estos, para la responsabilidad de la propia empresa en su realización.

## 7. Gobierno corporativo

Sin duda una de las relaciones fundamentales que se mantienen con la empresa son aquellas que se presentan con sus socios o accionistas en su calidad de miembros de la estructura de la propia corporación; las personas que participan en la integración del capital de la empresa adquieren el estatus de socio, el cual implica la adquisición de derechos tanto de naturaleza patrimonial como corporativos.

En el desarrollo empresarial de occidente, durante las décadas de los años ochenta y noventa del siglo pasado la liberalización y la globalización de los mercados financieros, las instituciones de inversión colectiva, la desincorporación de los bienes propiedad del Estado, junto con la

conformación de grandes conglomerados empresariales, dieron lugar a que las sociedades anónimas que cotizan en bolsa se convirtieran en uno de los ejes de la economía mundial.

Sin embargo, las crisis económicas, y señaladamente los graves escándalos financieros que se han producido (mismos que se repitieron recientemente con particular virulencia con el fenómeno de las denominadas hipotecas supprime, que desataron la crisis financiera del 2008 y que aún no ha sido superada), generaron la necesidad de una mayor vigilancia y una nueva regulación del funcionamiento de las sociedades anónimas en los diversos mercados financieros por parte de las legislaciones nacionales, buscando limitar la posibilidad de que se repitieran dichos fenómenos.

Como una respuesta que busca reposicionar al socio dentro de la operatividad y el control de la empresa, surge la necesidad para las corporaciones de operar bajo criterios éticos y principios de gobernanza que permitan que los socios adquieran un mayor control sobre la operación de las empresas, y en este sentido *el gobierno corporativo es un contrapeso de los accionistas que sirve de guía y contrapeso a la administración. Requiere un apoyo metodológico que asegure la comprensión integral, la definición de alternativas y el seguimiento de condiciones de alta contribución al negocio.*<sup>23</sup>

En el presente trabajo nos enfocamos a analizar en particular en la estructura de las Sociedades Anónimas como catalizadores de las actividades empresariales, pues, por una parte, el mayor grado de desvinculación de los socios con la operación de la empresa se produce en este tipo de sociedades en atención a su propia estructura jurídica y, por otra, no menos importante, estas representan la gran mayoría de las manifestaciones empresariales en el contexto de la economía nacional, sin embargo, no debemos dejar de señalar la creciente importancia que ha adquirido la figura societaria de la Sociedad de Responsabilidad Limitada, como una modalidad asumida por grandes corporativos para la estructuración de su actividad empresarial.

En este sentido podemos señalar como derechos de los socios:

- a) Son derechos pecuniarios:
  1. Derecho a utilidades.
  2. Derecho a dividendos.

---

<sup>23</sup> Ávalos del Moral, José Luis; Domínguez Ortiz, Lili; Franck Cabrera, Antonio y Villaseñor Zepeda, Salvador, *Gobierno corporativo en la empresa familiar*. p. 38.

3. Intereses constructivos (Artículo 123 LGSM).
  4. Derecho de opción (tanto).
  5. Derecho a cuota de liquidación.
- b) Son derechos corporativos el de participar en las Asambleas de accionistas y emitir libremente su voto (Artículos 111, 112 y 113 LGSM).

Por su parte en el derecho comparado se presentan dos sistemas de administración, el unimembre o francés que tiene un solo órgano de administración, y el bímembre o germánico que cuenta con un órgano de administración y uno de vigilancia.

No obstante de que el principal órgano de gobierno de la sociedad sea la Asamblea de Accionistas, la administración de las actividades cotidianas y de gestión de la empresa se encuentra depositada para su ejercicio en nuestro sistema jurídico, ya bien sea, en un Consejo de Administración o en un Administrador único.

Mientras que la Asamblea general es un órgano supremo y discontinuo, el Consejo de administración es un órgano continuo y subordinado.

Artículo 142 LGSM. La administración de la sociedad anónima estará a cargo de uno o varios mandatarios temporales y revocables, quienes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad.

El Consejo de Administración tendrá la facultad de nombrar uno o varios gerentes con las facultades que particularmente se les confieran, gozando en la esfera de las atribuciones asignadas de las más amplias facultades de representación y ejecución.

Artículo 145 LGSM. La asamblea general de accionistas, el consejo de administración o el administrador, podrá nombrar uno o varios gerentes generales o especiales, sean o no accionistas. Los nombramientos de los gerentes serán revocables en cualquier tiempo por el administrador o consejo de administración o por la asamblea general de accionistas.

Las facultades del Consejo de Administración pueden dividirse en:

1. Facultades de gestión.
  - a) Verificar la realidad de las aportaciones de los socios.
  - b) Dar cumplimiento a los requisitos exigidos para el pago de dividendos.
  - c) Proveer la existencia y mantenimiento de los sistemas de contabilidad, control, registro, archivo e información que señala la ley.

d) Efectuar el exacto cumplimiento de los acuerdos de las Asambleas de accionistas.

2. Facultades externas.

a) La representación de la sociedad corresponderá a su administrador o administradores, quienes podrán realizar todas las operaciones inherentes al objeto de la sociedad.

En nuestro entorno, y principalmente en la estructura de las grandes corporaciones empresariales, el papel de los socios en cuanto al ejercicio de los derechos que le competen en la calidad de su estatus relativos a la administración y manejo de la empresa se encuentran relegados a un segundo término, teniendo un carácter más de inversionista que propiamente de socio, pues si bien los derechos corporativos que le corresponden en esta calidad no se ven alterados, lo cierto es que en el control y manejo de la sociedad es común que el mismo se concentre en limitados grupos de interés, relegando la participación de otros socios a la simple votación y al goce de sus derechos patrimoniales.

Ante estas circunstancias y como resultado de los grandes escándalos financieros a que nos referimos con anterioridad, durante la década de los años noventa del siglo pasado, comienzan a surgir distintas normas que se identificaron como *códigos de mejores prácticas corporativas*. Los Estados Unidos de América son pioneros en la materia, apareciendo los primeros documentos sobre el gobierno corporativo con los *Principles of de American Law Institute* y el *Código de Buen gobierno* de General Motors, y el conocido como *Informe Cadbury*, que fueron regulaciones que propiciaron el interés de la comunidad internacional en regular estas materias.

El gobierno corporativo implica una nueva forma de entender el papel de los socios en el control operativo de la empresa, al presentarse el interés directo de estos para participar en la toma de decisiones sobre la dirección y operatividad de la empresa, en este sentido entendemos que:

El gobierno satisface un interés más amplio del de cada uno de sus integrantes, tiene un proyecto, cumple con una misión o servicio. De esta manera, toda organización debe tener un sistema de gobierno donde —bajo formas democráticas— se establezcan el rumbo, se diseñen estrategias, se construyan escenarios posibles y se negocien las relaciones con otros actores sociales (Etkin, 2000).<sup>24</sup>

En opinión del maestro Cervantes Penagos, la implementación de un sistema de gobierno corporativo debe de encontrarse basado en un con-

---

<sup>24</sup> Cervantes Penagos, Miguel Ángel, *Fundamentos de gobierno corporativo*, p. 29.

junto de principios, características, ámbitos y objetivos, que van a permitir en primer término, fijar las bases éticas sobre las que se va a establecer el funcionamiento de la empresa, localizando e identificando aquellas áreas que presentan problemáticas, enfocando la actuación de aquel a la realización de los objetivos que se hayan acordado.

En cuanto a los principios del gobierno corporativo podemos señalar:

1. El principio de cumplir y explicar: el cual consiste en un deber básico que tienen todas las personas que ejerzan el gobierno de la empresa en cuanto a la información y transparencia de sus actuaciones.
2. El principio de generalidad: los códigos de conducta que adopten las empresas deben de enunciar las reglas de forma general, no señalando todos los supuestos posibles en cada recomendación, dejando de esta forma un espacio necesario para admitir la existencia de legítimas excepciones.

Para complementar los principios señalados, nuestro autor cita a García-Soto, quien considera que el gobierno corporativo tiene cuatro características que deben agregarse y complementar los principios de gobierno que apuntamos:

- a) Permanencia: en el entendido de que el gobierno de la empresa es una labor permanente, por lo que las políticas que se asuman sobre el particular deben de tener una continuidad que no podemos limitar a acciones aisladas.
- b) Control: el gobierno corporativo se manifiesta principalmente en acciones de control y no de ejecución.
- c) Sujeto por controlar: las actuaciones del gobierno corporativo se enfocan a ejercer el control de la dirección de la empresa en un sentido amplio, que involucra necesariamente la dirección del futuro de la empresa.
- d) Medios de control: los mecanismos para instrumentar las políticas de gobierno corporativo se ejercen en un ámbito externo y en uno interno:
  1. En el ámbito regulatorio que se proyecta al exterior tenemos el marco regulatorio conformado por leyes, reglamentos, decretos y normas, cuyo cumplimiento es vigilado por mecanismos externos las diversas autoridades que operan en cada país.



2. El ámbito regulatorio que se proyecta hacia el interior de la corporación y se conforma por aquellos mecanismos de control interno adoptados por el gobierno de la empresa y que permiten la fiscalización de la adopción de las políticas asumidas.

En la evolución del propio gobierno corporativo, se ha dirigido a la creación de nuevos modelos que buscan nuevos objetivos para dicho gobierno y que responden a otros intereses que deben igualmente ser cuidados y se refieren a las relaciones con otros *stakeholders*, así, *El gobierno corporativo ha evolucionado para dejar de ser un instrumento exclusivo de protección para los accionistas minoritarios, y se ha convertido en una herramienta gerencial fundamental para la competitividad y el control de la discrecionalidad directiva.*<sup>25</sup>

La evolución de los esquemas de gobierno corporativo presenta tres teorías que nos permiten entender los alcances que este sistema ha ido adquiriendo como resultado de su adaptación a las cambiantes condiciones que le han determinado las exigencias de los mercados, así, en una primera teoría denominada *teoría de la firma* se señala que los terceros relacionados que pueden tener un interés en el gobierno de la empresa se limitaba únicamente a los clientes y proveedores, este concepto se vio rebasado por una segunda teoría conocida como *teoría gerencial* que integra además a los socios o accionistas, y en la actualidad se presenta la conocida como *teoría de los stakeholders* que integra además a muchos otros individuos que se encuentran involucrados interna o externamente con la empresa.

En la actualidad se ha apreciado que los empleados, proveedores, los acreedores e incluso las relaciones con sus competidores, quienes en estricto sentido no son partes relacionadas, cuando se agrupan para solucionar intereses comunes en cámaras, sindicatos patronales, confederaciones, así como otros grupos de interés resultan ejercen una función que resulta determinante para contribuir al éxito de las políticas de gobierno corporativo, en tanto no se establece un marco institucional y legal de gobierno corporativo.

En opinión del empresario Servitje el lineamiento fundamental para que permeen en la empresa los principios de gobierno corporativo se fundamenta en la adopción de una filosofía sana y que exista un código empresarial que promueva valores éticos. La confianza en el gobierno se basa en tres valores que deben de ser rectores en la toma de decisiones de toda empresa:

- a) Franqueza.

---

<sup>25</sup> Cervantes Penagos, *op. cit.*, p. 41.

- b) Integridad.
- c) Responsabilidad.

Conforme a estos principios el objetivo de la aplicación de la ética en los negocios se traduce en otorgar a los participantes las herramientas necesarias para afrontar las problemáticas a las que pudieran enfrentarse, siendo igualmente herramientas que se emplean para valorar las implicaciones morales de las estrategias que se toman.

## 8. La empresa y el desarrollo sustentable

Cuando tratamos los aspectos ecológicos de la actividad de las empresas, hablamos de una relación indirecta que se presenta entre todas las personas miembros de una sociedad determinada y la empresa, pues los efectos que la actividad empresarial puede generar en el medio ambiente de alguna u otra manera afectan a la totalidad de los miembros de la sociedad, pues los daños y repercusiones que se produzcan necesariamente van a terminar afectando nuestra calidad de vida.

Al referirnos al aspecto del medio ambiente y el ecológico, debemos partir de señalar que la actividad económica en nuestra época se ha fundamentado en la teoría de los recursos agotables, que sostiene que el sacrificio actual del consumo en pro de una mayor inversión tiene sentido en que la misma permitirá a futuro una mayor producción, que se traducirá en las sociedades del mañana serán más prosperas que la actual.

Para esta teoría, la formación de residuos y contaminantes como resultado de las actividades productivas, lo que los ecologistas llaman externalidades negativas, derivados de la producción de las empresas y que dañan directamente el medio ambiente, no se ve reflejado en la contabilidad de costes de su generadora, siendo una consecuencia de la misma que no repercute directamente en la producción y no se toma en consideración para el diseño de las políticas y sistemas de producción.

Los grandes daños que la actividad humana ha generado a los diversos ecosistemas y que se manifiestan en fenómenos como la acelerada desertización de muchas regiones del planeta, las sequías y las inundaciones recurrentes, aunado a los grandes cambios climáticos que se han generado, lesionan el derecho humano difuso o de tercera generación de la población de contar con un medio ambiente sano que repercuta directamente en los niveles y calidad de vida de las personas, circunstancias que exigen se tomen medidas rápidamente para revertir sus efectos; lo que ha propiciado el interés de las autoridades a nivel mundial para regular el uso

y aprovechamiento de los recursos naturales en el plano internacional y en el interior de los diversos sistemas jurídicos.

La que señalamos es una preocupación que se presenta a nivel global, los niveles de contaminación y daño a los ecosistemas en el orbe han alcanzado niveles alarmantes, y en muchos casos irreparables, siendo que, como nos apunta el maestro Zarkín Cortes, a partir de la *Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente* celebrada en Estocolmo en 1972, se han desarrollado tres generaciones de normas que buscan establecer un nuevo orden jurídico de protección al medio ambiente:

- a) Así una primera generación de estas normas que se presentan con una finalidad correctiva, buscan corregir los daños ambientales bajo el principio de reparación directa de quienes han generado el daño, tratando al medio ambiente de forma sectorial solucionando las problemáticas con políticas específicas, y considerando que el origen de los problemas ambientales se debe al crecimiento económico acelerado que se ha venido produciendo.
- b) Una segunda generación toma en consideración que la problemática medioambiental tiene su origen en el estilo de vida de las sociedades y el modelo de desarrollo imperante, debiendo de integrarse a las políticas públicas las políticas medioambientales, abandonando el tratamiento sectorial de los problemas.

Asumiendo un carácter preventivo partiendo de la necesidad de la participación social y la existencia de una política pública medioambiental, que tome en consideración las grandes diferencias de desarrollo entre los países del primer mundo y los tercermundistas, que permita la adopción de políticas similares que se conviertan en un factor de desarrollo y justicia.

- c) Se presenta una tercera generación parte de señalar que se ha hecho una valoración poco precisa del medio ambiente, siendo necesario encontrar los métodos adecuados para contabilizar adecuadamente los efectos de su deterioro, reorientando las políticas públicas medioambientales para lograr que sean eficientes.

La regionalización de las citadas políticas no impiden que se puedan presentar acuerdos internacionales sectoriales para combatir el deterioro ambiental, siendo que dichos programas y planes pueden tener un mayor éxito si se pactan entre  $n$  países que compartan problemáticas similares, presentando además similitudes culturales y económicas para solucionarlos.

Esta evolución en el pensamiento y la doctrina del derecho ambiental ha permitido la elaboración de principios, técnicas e instituciones propias,

y se ha generado un marco de referencia que nos permite limitar las actuaciones de las empresas en los diferentes mercados, tanto en un plano nacional como internacional. Estos principios son las bases de las disposiciones normativas que, a diferencia de etapas anteriores, inciden directamente en la contabilidad de las empresas al reflejarse como costes de producción. Podemos señalar los siguientes principios:

- a) Principio preventivo: entendiendo que la protección al medioambiente resulta más exitosa si se tomen medidas preventivas tendientes a evitar los daños que ha simplemente repararlo una vez generados.
- b) El principio precautorio: orientando las medidas de protección del medioambiente principalmente a evitar se produzcan daños al entorno, tomando las medidas que resulten necesarias para evitar en la mayor medida posible, evitar conductas y prácticas que pongan en riesgo el equilibrio de los ecosistemas.
- c) Se mantiene vigente el principio del contaminante pagador: en el entendido de que si una empresa con su actividad o su omisión en la toma de las medidas adecuadas para evitar un posible deterioro, ha generado en su operación un daño al ambiente, la misma es responsable de su actividad y por ende de reparar el daño causado.

Siendo que la persona moral, además de encontrarse obligada al pago de las responsabilidades civiles en que pudiera haber incurrido por sus operaciones, de conformidad con la doctrina de la responsabilidad penal de las personas jurídicas por daños al medio ambiente, adoptada por el derecho comunitario europeo en la *Directiva 2008/99/CE* del Parlamento Europeo y del Consejo del 19 de diciembre del 2008, relativa a la protección del medio ambiente del Derecho Penal, y que debe de ser homogenizada por los países miembros de la Unión Europea, debe, además de las sanciones penales que puedan corresponder, tanto a la empresa como sobre las personas que tomaron la decisión, asumir la responsabilidad directa de carácter penal sobre su actuación, que pudiere haberse generado, y resarcir los daños que pudiera haber causado por su actividad, omisión o por su negligencia.

Como nos apunta el maestro Roma Valdés sobre la responsabilidad penal a que nos referimos:

En la doctrina y la legislación de los estados (sic) se han distinguido dos criterios de atribución de responsabilidad penal de las personas jurídicas. El primero es su equiparación plena a la responsabilidad penal de

las personas físicas, el segundo es el de descanso en el principio de especialidad, de modo que se identifican aquellas figuras en que cabe la responsabilidad criminal.<sup>26</sup>

Sin embargo, los referidos principios requieren de la existencia de técnicas que permitan su aplicación en las políticas medioambientales que afectan la operación de las empresas en un mercado determinado, y de las cuales dependerá la laxitud o rigidez normativa sobre la materia.

El maestro Zarkín nos señala como instrumentos desarrollados por las normas del Derecho Internacional y de los cuales se valen los diferentes Estados en sus derechos locales para instrumentar un sistema de protección al ambiente:

- a) La represión y el acuerdo.
- b) Los mecanismos de planeación.
  - i. Determinación de los niveles máximos permisibles.
  - ii. Exigencias de insumos ambientales adecuados.
  - iii. Calificación de maquinarias y procesos.
  - iv. Exigencia del uso de nuevas tecnologías agradables para el ambiente.
  - v. Posicionamiento del Estado como sujeto de las normas ambientales.
- c) Medidas represivas.
- d) Medidas disuasorias.
- e) Medidas compensatorias,
  - i. Preventivas
  - ii. Reparadoras.
- f) Medidas estimuladoras.

Ya en lo particular en nuestro orden jurídico nacional, el ámbito espacial se regula en el plano constitucional en los Artículos 4, 73 frac XIX inciso Q (facultad de emitir leyes sustentables), y el 124 que establece las competencias reservadas a la federación que establece competencia concurrente en diversas materias. Conforme a las recientes reformas del

---

<sup>26</sup> Roma Valdés, Antonio. *Responsabilidad penal de las personas jurídicas. Manual sobre su tratamiento penal y procesal*, p. 29.

Artículo 1 de la Constitución, las normas ambientales internacionales de igual manera que al referirse a los Derechos Humanos, se encuentran en el mismo rango que las normas constitucionales:

Normas que aplican a toda la Federación:

1. Normas que aplican en competencia de las entidades federativas.
2. Normas que aplican en cumplimiento de instrumentos internacionales.
3. Normas que operan en cumplimiento de instrumentos bilaterales.

La importancia que en las últimas décadas ha asumido la concientización sobre las cuestiones referentes a la protección del medio ambiente, y las responsabilidades que se presentan por la repercusión negativa que la actividad de las empresas ha generado sobre ella, ha propiciado que con estos instrumentos, se generen una nueva serie de condiciones que limitan el acceso de las empresas a los mercados.

En este orden de ideas, las empresas consideradas como un sujetos pasivos de la justicia ambiental, y entendidas como responsables directas por los efectos de sus actos, tienen así una responsabilidad por el daño causado a los ecosistema en materia civil, siendo además sujetos de una posible sanción por la comisión de un acto ilícito de naturaleza penal, además de encontrarse sujetas a variadas disposiciones de carácter administrativo que limitan y restringen como un sistema precautorio la posibilidad de la generación de un daño al medio ambiente.

Independientemente de las múltiples consideraciones que pudiésemos hacer sobre este punto, podemos señalar que nuestro sistema jurídico presenta ya un marco de referencia que permitirá adecuar las políticas y previsiones de desarrollo económico dentro de un contexto que contemple la sustentabilidad del mismo, permitiéndonos enmarcarnos en el plano internacional dentro de un esquema de protección a los recursos y de desarrollo sustentable.

## **9. Panorama de la responsabilidad social en nuestro país**

En nuestro país durante los años recientes, hemos sido testigos de la creciente concientización sobre las políticas de ética y responsabilidad social empresarial que han permeado entre los empresarios, así, además de que una buena parte de estos principios en materia de gobierno corporativo y

en cuanto a la protección del medio ambiente han sido recogidos por nuestras disposiciones normativas, en términos generales, la responsabilidad social empresarial, se materializa en decisiones y acciones que trascienden el plano normativo, siendo una serie de principios y valores que son asumidos discrecionalmente por las empresas sin que sean coercibles.

Esta conciencia sobre los efectos de la actuación de las empresas en la sociedad ha permeado en los diferentes sectores sociales y ha creado unas expectativas sobre la operatividad de las empresas que terminan repercutiendo en la vida de las mismas, al grado de que para el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) afirma que dicho distintivo no sólo agrega valor a la marca e incrementa su rentabilidad, sino que acredita a las empresas ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, como una organización comprometida voluntaria y públicamente con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio.

Según señala la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), publicaciones como *Industry Week* han mostrado que, al menos la mitad del rendimiento superior a la media de las empresas de un sector de la economía de una empresa calificada como socialmente responsable, puede atribuirse a esa característica, mientras que el resto, a los resultados del sector.

Asimismo está demostrado que cuando el consumidor elige entre dos marcas de la misma calidad y precio, la cuestión de responsabilidad social afecta en la decisión de compra en un 41%; ello por encima de otros elementos que son también considerados por los consumidores como el diseño e innovación, que afectan la decisión de compra en un 32%, y la lealtad de la marca, que afecta la elección final del consumidor en un 26%. Por si fuera poco, el 70% de los consumidores dice estar dispuesto a pagar más por una marca que apoya causas sociales o medioambientales. Hoy en día, las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de Empresas Socialmente Responsables (ESR), para evaluar los riesgos de sus préstamos o inversiones.

En nuestro medio empresarial se considera que una empresa socialmente responsable, es aquella que funda sus políticas y actuaciones fundadas en principios y valores que repercuten en beneficio de su entorno y de las personas relacionadas con ella, actuando más allá de los parámetros exigidos por las normas, y que terminan repercutiendo en el beneficio directo de la misma, actuando en diversos ámbitos:

- a) Ética empresarial.
- b) Vinculación e impacto en la comunidad.



- c) Calidad de vida en la empresa.
- d) Cuidado del medio ambiente.

En nuestro país, la calificación y el reconocimiento a la aplicación de políticas referentes al tema que comentamos, se encuentra regulado por entidades no gubernamentales de carácter privado, así, el CEMEFI y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), otorgan el distintivo de Empresa Socialmente Responsable como un signo que acredita a la empresa ante sus públicos de interés, que asumen voluntaria y públicamente el compromiso, reflejado en sus políticas, estrategias y programas abarcando integralmente todos los ámbitos y niveles de actuación de la empresa, de implantación y mejora continua de una gestión socialmente responsable, como parte de su cultura y estrategia de negocio.

La obtención del distintivo de *Empresa Socialmente Responsable* (ESR), se basa en un proceso de autodiagnóstico, sustentado documentalmente por la empresa y verificado por el CEMEFI. El distintivo es otorgado a aquellas empresas que superen el 75% del índice RSE. Para la evaluación de la calificación que las empresas realizan para solicitar se les otorgue el reconocimiento que tratamos, la CEMEFI puede solicitar como evidencias que avalen su calificación las siguientes:

1. Políticas, códigos y reglamentos.
2. Manuales y procedimientos.
3. Evidencias de acción certificadas.
4. Evidencias de acción no certificadas.
5. Reconocimientos de terceros.
6. Reportes públicos auditados.
7. Reportes públicos no auditados.

El otorgamiento del distintivo en forma definitiva se encuentra condicionado a que se acredite ante la CEMEFI por parte de las empresas que participan durante su primer año, deberán obtener al menos el 65% de los puntos del índice de Responsabilidad Social empresarial del año anterior, mientras que las empresas que tienen entre dos y cinco años de participación deberán obtener el 75% del señalado índice.

Los principios de buenas prácticas corporativas contemplados por el Consejo Coordinador Empresarial han trascendido el plano de su regulación privada incorporándose a diversas legislaciones que rigen la actividad empresarial, así, disposiciones relativas a la transparencia y necesidad de

presentar la información adecuada a los socios en los plazos necesarios para permitir su análisis, las medidas referentes a la integración y responsabilidades propias de los consejos de administración, los derechos de control y supervisión de las actuaciones sociales, así como los derechos de las minorías, se han incorporado principalmente en la Ley General de Sociedades Mercantiles y en la Ley del Mercado de Valores.

A principios de 1999, se acordó entre la *Comisión Nacional Bancaria y de Valores* y el *Consejo Coordinador Empresarial* (CCE), que fuera el organismo cúpula del sector privado quien apoyara a nuestro país en el cumplimiento de uno de los compromisos con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) que como país miembro se debería difundir entre las sociedades mexicanas, como lo son los Principios de la OCDE en Gobierno Corporativo.

El Comité de Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo del Consejo Coordinador Empresarial, es el responsable en México de la emisión de los *Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo* así como de su actualización y adecuada difusión. En el 2006 se presentó la primera versión revisada del *Código*, la cual ya contemplaba su adopción en las sociedades civiles, mercantiles y de asistencia social. En esta versión se consideraron las recomendaciones de la OCDE publicadas en 2004.

Los principios de las mejores prácticas de gobierno corporativo se mantienen en constante evolución atendiendo a las nuevas circunstancias que puedan presentarse en la materia, así, la segunda versión revisada se publicó el 28 de abril de 2010, recogiendo las recomendaciones efectuadas por la OCDE.

La Responsabilidad Social Empresarial implica una nueva forma de dimensionar el papel de la empresa y sus actividades en el marco de la sociedad en la que se desempeña, partiendo de la consideración e incursión de valores morales en el desarrollo de sus actividades frente a las personas relacionadas o *stakeholders*, tanto directa como indirectamente, la proyección de la imagen corporativa frente a los posibles consumidores y competidores, la adopción de principios de gobierno corporativo que garanticen la participación de los miembros de la corporación en la gobernanza de la empresa, y de manera importante, las repercusiones medioambientales que las actividades de la empresa genera en su contexto, valorando las repercusiones de las actividades empresariales para con las personas relacionadas y en general con la sociedad.

## Bibliografía

BARRERA GRAF, Jorge, *Instituciones de derecho mercantil*, 2ª edición, México, Ed. Porrúa, 1991.

BAQUEIRO ROJAS, Edgar y BUENROSTRO BÁEZ, Rosalía, *Derecho Civil. Introducción y personas*, Oxford University Press, Colección Textos Jurídicos Universitarios, 2ª edición, México, 2010.

CAMACHO, Ildelfonso; FERNÁNDEZ, José Luis; GONZÁLEZ, Raúl y MIRALLES, Josep, *Ética y responsabilidad empresarial*, Desclée De Brower, Colección ética de las profesiones, Universidad Jesuitas, 1ª edición, Bilbao, 2013.

CERVANTES PENAGOS, Miguel Ángel, *Fundamentos de gobierno corporativo*, 2ª edición, México, Ed. Trillas, 2014.

CÁRCAMO SOLÍS, María de Lourdes; CARRETE LUCERO, Lorena de la Paz; ÁLVAREZ CASTAÑÓN, Lorena del Carmen y ARROYO LÓPEZ, María del Pilar Ester (coordinadoras), *Sobre la responsabilidad social empresarial, estudios de caso en México*, Serie las ciencias sociales tercera década, Universidad de Guanajuato, TEC de Monterrey, 1ª edición, México, Miguel Ángel Porrúa, 2016.

DOMENÈC, Melé, *Políticas de ética empresarial, posibilidades y limitaciones*, Papeles de Ética, Economía y Dirección, No. 5,200, IESE-Universidad de Navarra.

GARCÍA DOMÍNGUEZ, José, *Sociedades Mercantiles*, México, O.G.S. Ediciones, 2000.

GUTIÉRREZ, José Antonio, JIMENO, Cipriano, NARVARTE, Luis, VIVARACHO, Isidro y ZABALA Pedro, *Propuestas para hacer más humana esta economía*, Instituto de Doctrina Social Cristiana, Colección Sinergia, Salamanca, 2011.

FRANCÉS GÓMEZ, Pedro, *Ética de los negocios, Innovación y responsabilidad*, Colección ética aplicada, 1ª edición, Bilbao, Desclée de Brouwer, 2004.

GONZÁLEZ ALVARADO, Tania Elena y MARTÍN GRANADOS, V. Ma. Antonieta, (coordinadoras), *Análisis de la responsabilidad social en el siglo XXI*, Con-textos, De la Salle ediciones, 1ª edición, México, 2013.

LARREA MARTÍNEZ, Guillermo E. y VARGAS GARCÍA, Salomón, *Apuntes de gobierno corporativo*, Universidad Panamericana, Escuela Libre de Derecho, México, Ed. Porrúa, 2009.

LÓPEZ GUZMÁN, Marco Francisco (editor); ÁVALOS DEL MORAL, José Luis; DOMÍNGUEZ ORTIZ, Lilí; FRANCK CABRERA, Antonio y VILLASEÑOR ZEPEDA, Salvador, *Gobierno corporativo en la empresa familiar*, Centro de excelencia en gobierno corporativo, Colección acción empresarial, 1ª edición, México, LID editorial, 2009.

EDUARDO DACASA LÓPEZ

---

LOZA MACÍAS, Manuel, *Reflexiones empresariales de carácter social*, Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana, 2ª edición, México, 2011.

ORTIZ RIVERA, Alicia, *Eugenio Garza Sada*, Colección Grandes Protagonistas de la Historia Mexicana, 1ª edición, Barcelona, Planeta De Agostini, 2002.

SERVITJE, Lorenzo, *Economía de mercado con responsabilidad social*, Colección diálogo y autocrítica, Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana, 3ª edición, México, 2013.

ROMA VALDÉS, Antonio, *Responsabilidad penal de las personas jurídicas*, *Manual sobre su tratamiento penal y procesal*, Madrid, Rasche, 2012.

ZARKÍN CORTES, Sergio Salomón, *Derecho corporativo*, 5ª edición, México, Ed. Porrúa, 2015.