

41 Jornadas Nacionales de Administración Financiera
Septiembre 30 y Octubre 1, 2021

Actualizando el objetivo general de las organizaciones y su incidencia en las finanzas corporativas

Jorge Basualdo

Universidad Nacional de San Juan

Gustavo Tapia

Universidad de Buenos Aires

SUMARIO

1. Introducción
2. Objetivo general
3. Marco referencial
4. Consideraciones para las finanzas corporativas
6. Conclusiones

Para comentarios:
jorgeabasualdo@gmail.com
gustavo.tapia1@gmail.com

1. Introducción

En los últimos años viene creciendo en popularidad la importancia del Triple Impacto en ámbitos organizacionales y empresariales. Este enfoque considera que en muchas organizaciones su objetivo ya no solo debe pasar por obtener beneficios para sus accionistas, como históricamente se ha propiciado,¹ sino que ahora se persigue además el bienestar de la sociedad como un todo; atendiendo el aspecto ambiental y social, de la misma forma en que antes sólo sucedía con el económico.

Este incremento en la preocupación por las consecuencias de las acciones que tienen las actividades empresariales, se ha visto reconocido por diversas entidades internacionales como una necesidad insatisfecha, que lenta pero progresivamente va tomando cuerpo y las empresas lo van adoptando.

2. Objetivo general

En el año 2000 surge la primera mención al llamado *Triple Impacto*, en la Cumbre del Consejo Europeo.² Allí se estableció un primer camino a seguir para implementar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en donde el foco principal ya no estará puesto exclusivamente en maximizar las ganancias o incrementar el capital accionario, sino también, en procurar aportar valor para la sociedad en su conjunto.

A partir de allí, comienzan a emerger métodos y modelos innovadores por parte de diversas entidades internacionales, que buscan ayudar a las empresas a atravesar cambios para alcanzar estos fines.

Uno de los conceptos más utilizados para referirnos al Triple Impacto es el de Responsabilidad Social Corporativa. Este hace referencia a que una empresa u organización, voluntariamente, decide orientar sus políticas para que se alineen con metas social y ambientalmente conscientes, manteniendo valores éticos y morales. Este compromiso debe ser implementado desde un desarrollo sustentable, que mejore el proceso de gestión empresarial. El resultado final a gran escala, se presenta en forma de una economía sostenible con gran potencial de crecimiento.

A partir de esta descripción general, surgen una serie de preguntas: ¿se identifican las empresas con el concepto de RSC? ¿en qué medida? ¿hasta qué punto están dispuestas a introducir cambios para generar un Triple Impacto en la economía? ¿qué beneficios reportaría desde los tres ámbitos?

El objetivo de este trabajo es indagar sobre estas cuestiones y realizar una primera aproximación a las características distintivas de este nuevo escenario para las empresas y organizaciones, que paulatinamente generará un cambio sostenido en los sistemas productivos de las empresas, en el ambiente social y en la comunidad en su conjunto.

¹ En los textos de finanzas se asume, por defecto, que el objetivo general de las organizaciones con fines de lucro es incrementar el capital de los accionistas.

² https://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm

3. Marco referencial

3.1 El objetivo general de las organizaciones

Para llevar a cabo una inversión económica, las empresas necesitan una cantidad variable de activos reales, ya sea bienes tangibles e intangibles. Para obtener estos activos las empresas deben pagar por ellos. Para obtener los fondos necesarios las compañías emiten títulos de deuda en el mercado de capitales o eventualmente obtienen un préstamo bancario. También pueden obtener los fondos mediante aportes de capital.

El directivo financiero se encuentra con dos problemas básicos. En primer término, cuanto debería invertir la empresa y en qué activos debería colocar los fondos. En segundo lugar, debe determinar cómo conseguir los fondos necesarios para llevar a cabo tales inversiones. Al primer problema se le llama presupuesto de capital o estructura de inversión y al segundo, decisión de financiación o estructura de capital. En cualquier caso, el responsable financiero intenta encontrar las respuestas concretas que permitan que los accionistas de la empresa ganen todo lo que puedan. El secreto del éxito en la dirección financiera es incrementar el valor (Brealey & Myers).

Si imaginamos la estructura organizativa de una sociedad anónima, podemos pensar en sus cuatro niveles principales. En primer lugar, la asamblea de accionistas, luego el directorio, en tercer lugar la gerencia general y en cuarto término las gerencias departamentales.

En este formato, cada una de las áreas de cuarto nivel y todos los recursos humanos hacia abajo, deben contribuir al objetivo general de la empresa, que es crear valor para los accionistas. Pero para lograr ese objetivo general, cada área departamental debe tener sus propios objetivos. Es así que el objetivo del área de las Finanzas y Control es el de mantener una especie de equilibrio entre liquidez y rentabilidad para que la empresa funcione correctamente. Esto es, buscar rentabilidad con la aplicación de fondos en activos económicos o financieros, pero sin afectar la liquidez, ya que la empresa podría quedar descalzada y no poder cumplir con sus obligaciones que le generan salidas de fondos, hecho que eventualmente a su vez genera pérdidas que finalmente afectan la rentabilidad de la empresa y luego la riqueza de los accionistas.

Con estos parámetros y algunas otras cuestiones de manejo de planeamiento financiero y de gestión, el área de “Finanzas y Control” de la compañía, estaría contribuyendo desde su lugar a incrementar el capital accionario.

Lo mismo ocurre con las otras gerencias o áreas de cuarto nivel, y en nivel ascendente, con el CEO o gerente general y con el directorio de la compañía.

La mayoría de los textos de finanzas abordan este tema de una manera más o menos similar.

Lo que no contempla este enfoque puramente económico/financiero, es la presencia de una corriente que nació aproximadamente hace dos décadas en el mundo desarrollado y que se va expandiendo a otras regiones del mundo, incluso a nuestro país. Esto es, la consideración de que las empresas y organizaciones deben cumplir con el objetivo económico,³ sin descuidar el aspecto social y la protección y cuidado del medio ambiente en su conjunto.

³ Así se suele denominar en los artículos que se encuentran sobre RSC. Los “financistas o especialistas en finanzas” lo denominan, “crear valor para el accionista”, “incrementar el capital accionario”, etc.

3.2 Qué se entiende por triple impacto

El Triple Impacto surge con el término en inglés *Triple Bottom Line*,⁴ creado por John Elkington en la década de los '90. Fue visto como una forma de englobar la necesidad de un concepto que definiera a las empresas dispuestas a asumir un compromiso con la sociedad. De esta forma, se formalizó, difundió e impulsó el mismo en la mencionada Cumbre del Consejo Europeo del año 2000.

Esta noción incluye una selección de componentes fundamentales que son interdependientes entre sí, es decir, requieren del otro para subsistir adecuadamente. El primero es el rédito económico⁵. Este hace referencia a las ganancias que genera para los accionistas el desarrollo del negocio, de forma socialmente responsable. Para esto se requiere de un plan de negocios sostenible, sistemas de gestión (de calidad, de ambiente, etc.) que tengan un impacto positivo y hacer uso de un marketing responsable y social.

El segundo, es el objetivo o propósito social, el cual puede estar orientado a políticas intraempresariales o exteriores a ella. Las principales variables que se analizan desde la empresa son la igualdad de oportunidades sin distinción de sexo; orientación sexual; prevención continua de riesgos laborales; impulso de relaciones de confianza con clientes y proveedores que supere la relación estrictamente de negocios, entre otros.

El tercer componente es el impacto ambiental, que alude a las consecuencias negativas que pueden generar ciertas actividades económicas de las empresas sobre el ambiente y cómo eliminarlas. El mismo contempla la gestión de los residuos de la producción; inversiones destinadas a optimizar los procesos y reducir los desechos; el ahorro de energía o recursos a consumir y más.

Gracias a este nuevo paradigma, es factible pensar qué bajo estos preceptos, se amplía la visión de los negocios a todos los actores de la sociedad.

3.3 Aspectos conceptuales y normativos de la RSC

La Responsabilidad Social Corporativa, en adelante RSC, es la integración voluntaria por parte de las organizaciones, de acoplar al objetivo general y tradicional de rentabilidad o maximización del capital de los accionistas, objetivos sociales y ambientales, tanto en los procesos productivos, comerciales y en todos aquellos aspectos en los que intervienen el conjunto de stakeholders que se interrelacionan con las empresas en un determinado mercado o actividad.

Dejando de lado por el momento el objetivo de la rentabilidad, los objetivos de responsabilidad social hacen referencia a las políticas destinadas a implementar procesos de mejora en la gestión de las organizaciones que procuren minimizar el impacto negativo que su actividad genera sobre el medio ambiente y la sociedad en general.

El concepto de RSC tiene su origen en Lisboa, Portugal, en la Cumbre del Consejo Europeo que se realizó en el año 2000. Este puede considerarse el punto de partida de la necesidad

⁴ Refiere a los resultados de una empresa medidos en términos económicos, ambientales y sociales. Se presentan en los reportes corporativos de las empresas comprometidas con el desarrollo sostenible, y son datos y mediciones de carácter voluntario.

⁵ Tradicionalmente considerado por las empresas como el único objetivo que debería tener la misma.

de incluir en la estrategia empresarial, políticas referidas a aspectos sociales, como la igualdad de oportunidades en materia laboral, organización del trabajo y capacitación permanente, entre otros, complementado con políticas que procuren el cuidado del medio ambiente, enmarcando en su conjunto lo que se conoce como desarrollo sostenible.

Este es un concepto más amplio, que el de responsabilidad social empresaria, que tradicionalmente se ha usado para referirse exclusivamente a las empresas y que muchas veces no ha sido aplicado por las compañías, con la seriedad que su objetivo conlleva.

La RSC contempla el impacto de la acción de las empresas u organizaciones en un triple formato que comprende la consideración de los siguientes factores: el económico, el social y el ambiental, que en su conjunto comprenden el objetivo general de la consecución del desarrollo sostenible y la consiguiente generación de valor para todos los grupos de interés en el largo plazo.⁶

Por consiguiente, las organizaciones que procuren ser socialmente responsables, deberán cumplir con la normativa vigente y aplicar políticas en sus procesos productivos, comerciales y administrativos en general. Prácticas que tiendan a mejorar y optimizar el objetivo general tradicional de las empresas, que es acrecentar la riqueza de los accionistas, pero sin descuidar el aspecto social y ambiental en los mercados o actividad que se desempeñe.

3.4 Los tres componentes de la RSC que se corresponden con el desarrollo sostenible

1) El económico

Es el tradicional, por llamarlo de alguna manera, para los economistas y especialistas en finanzas. Se asocia al concepto que persiguen las organizaciones, que es el de incrementar el capital de los accionistas o propietarios.

Pero en un sentido más amplio y tendiendo al desarrollo sostenible, podemos pensar que las empresas pueden poner en acción ciertos planes o políticas sobre las que pueden incidir positivamente en la responsabilidad social, desde el punto de vista económico. Estas áreas de acción pueden distinguirse en: la planificación estratégica de la empresa, el sistema de producción, los sistemas de gestión que implementan y la visión respecto al capital.

Respecto a la primera, es importante que el plan estratégico de las organizaciones se encuadre en criterios de gestión socialmente responsables, esto es, que las empresas deben encauzar sus acciones estratégicas de una manera sostenible, cuidando no poner en riesgo el bienestar y seguridad de las generaciones futuras. Para ello las organizaciones pueden crear sus propios indicadores, o utilizar los formatos que ofrecen las normas o modelos de certificaciones vigentes.

El sistema de producción es fundamental en este escenario, sobre todo por su incidencia en el medio ambiente. Si bien existe una tendencia progresiva a generar sistemas productivos novedosos y crear productos que no dañen el medio ambiente, esta tendencia aún es muy lenta, pero con una conciencia cada vez mayor por parte de grandes empresas, como es el caso de las compañías automotrices o las empresas energéticas, por citar un ejemplo.

⁶ Según lo propuesto por Hill y Jones (1992), “como la ampliación de la teoría de agencia al conjunto de las relaciones contractuales en la empresa”.

Actualmente en la sociedad se está generando paulatinamente un cambio en las condiciones de mercado, donde los consumidores de determinados productos cada vez ponen más la atención en el impacto negativo de las acciones empresariales que no miden las cuestiones ecológicas, es decir, el respeto con el medio ambiente, con mecanismos de producción que garanticen la reducción de emisiones de sustancias perjudiciales y contaminantes con el entorno.

En relación a los sistemas de gestión, éstos deberán incorporar procesos de mejora continua más allá de lo referido al cumplimiento de los estatutos y normas comunes y legales aplicables a la organización.

Respecto a la gestión del capital, esta deberá estar sustentada sobre principios éticos y de transparencia, sin descuidar el objetivo general que es el de procurar el crecimiento del capital, única forma de que la organización subsista.

2) *El social*

Esta segunda variable referente a una empresa u organización que persigue el desarrollo sostenible,⁷ hace mención al aspecto social en general y al laboral en particular. Si lo llevamos al ámbito de las empresas, procurar la igualdad de oportunidades; una distribución de la riqueza de forma justa e igualitaria y de acuerdo al esfuerzo aportado; lograr un sentido de pertenencia en la organización; la profesionalización del personal; la confianza y la fidelización de los distintos stakeholders con la organización. En fin, toda una batería de recursos y políticas de las que se ocupan las áreas de Recursos Humanos y que no siempre son llevadas a la práctica o si se lo hace, es de manera parcial o deficiente.

3) *El ambiental*

Una de las mayores críticas a las empresas desde hace tiempo, viene acentuándose en el sector industrial y agrícola por su gran aporte a la contaminación del medio ambiente y su poca preocupación por el cuidado del mismo.

Afortunadamente, van apareciendo casos de grandes corporaciones como mencionamos anteriormente, que en determinadas industrias o sectores agrícolas, están empezando a cambiar el rumbo de sus acciones en procura de generar productos que protejan o al menos no dañen el medio ambiente, debido al consumo o utilización de los productos que fabrican y venden.

Se va gestando con el tiempo una creciente preocupación y ocupación, por parte de la sociedad en su conjunto, respecto a la necesidad de crear conciencia y de generar acciones a favor de la utilización de recursos y productos que protejan el medio ambiente.

⁷ Se puede interpretar el desarrollo sostenible, como aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones.

3.5 Otras normas existentes relacionadas al concepto de triple impacto

1) La norma ISO 26000

La ISO 26000 representa la incorporación de un estándar global no certificable que sirve de guía para los alcances concretos de la responsabilidad social, con un concepto más amplio que el referido únicamente a las empresas con fines de lucro y alineado con el concepto de desarrollo sostenible.

Se publica en el año 2010 y su fin fue la creación de un documento que sirva de guía para las empresas y organizaciones que quieran incorporar de manera voluntaria acciones de Responsabilidad Social Corporativa.

Se trata de una norma no certificable,⁸ cuyo propósito es que las empresas cuenten con un documento que sirve de guía a modo de recomendaciones respecto a los contenidos de la RSC, como el aspecto social, ambiental y económico.

2) La certificación SA 8000

La SA8000 es una certificación voluntaria, la cual fue creada por la organización estadounidense Social Accountability International (SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social y los derechos de los trabajadores, entre otros.

La certificación SA8000, básicamente establece condiciones mínimas para alcanzar un ambiente de trabajo seguro y saludable; la libertad de asociación y negociación colectiva y una estrategia empresarial para tratar los aspectos sociales relacionados con el trabajo. Además, contiene reglas respecto a la duración de la jornada laboral, los salarios, la lucha a la discriminación y al trabajo infantil o forzado.

Las empresas pueden solicitar la certificación SA8000 a través de una de las agencias de certificación aprobadas por la (SAI). La agencia de certificación hace la inspección inicial y una vez el sitio de trabajo es certificado, la empresa es supervisada periódicamente para asegurar que continúa cumpliendo con los requisitos del programa. La empresa productora por lo general paga los costos de la certificación, los cuales incluyen la inspección o auditoría, así como cualquier medida correctiva o preventiva que deba aplicarse para recibir la certificación.

La certificación SA8000 es uno de los programas con las normas más detalladas sobre condiciones laborales que incluye muchos aspectos de los derechos internacionales de los trabajadores. Esta certificación puede beneficiar principalmente a las grandes empresas agroindustriales, que pueden utilizar en sus relaciones públicas. El cumplimiento de los requisitos puede contribuir a mejorar la productividad, la calidad y ayudar a reclutar y conservar a los trabajadores.

⁸ A diferencia por ejemplo de la Certificación B para empresas

3) La norma IQNet SR 10

IQNet SR 10 (publicada en 2012), es una especificación que permite integrar la Responsabilidad Social en la estrategia y la gestión de la organización, conlleva un comportamiento ético, transparente y comprometido con las partes interesadas, contribuyendo al desarrollo sostenible. IQNet SR10 es un documento que contiene requisitos y por lo tanto es auditable y certificable.

IQNet, International Certification Network, es una asociación internacional no gubernamental y sin fines de lucro. Contiene prácticas y recomendaciones a nivel internacional en materia de Responsabilidad Social y compromiso con las partes interesadas, especialmente de las iniciativas internacionales de OIT, OCDE, ONU y la Norma ISO 26000.

Su diseño se corresponde con la estructura de alto nivel establecida por la ISO, compatible y de fácil integración con sistemas de gestión basados en otros estándares (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, SA 8000, etc.) y los modelos de excelencia (EFQM, FUNDIBEQ, etc.).

Esta certificación es aplicable a toda organización que desee asegurar el cumplimiento de su política de Responsabilidad Social, el código de conducta, los objetivos y especialmente los requisitos sociales y ambientales establecidos y relacionados con sus partes interesadas. Puede utilizarse en organizaciones de todo tipo, complejidad y tamaño.

La obtención por parte de las empresas de un certificado IQNet SR10 implica un reconocimiento internacional de un Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social con un enfoque estratégico, integral y extendido a toda la esfera de influencia de la organización. Supone también un incremento de la confianza y credibilidad del Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, ya que en las auditorías son entrevistadas las partes interesadas y es una entidad de certificación internacional la que emite el certificado respectivo.

El principal aporte que supone es trascender desde acciones puntuales o un programa aislado hacia un sistema de gestión de Responsabilidad Social integrado a la estrategia de la organización, de manera estructurada, medida y enfocado en la mejora continua.

Esta norma establece los requisitos de un sistema de gestión en base a los principios y recomendaciones de responsabilidad social existentes, y en especial, los principios y prescripciones de la norma internacional ISO 26000 sobre responsabilidad social, los cuales están dirigidos a todo tipo de organizaciones, ya sean públicas o privadas, de cualquier sector y tamaño. La implantación de IQNet SR10 establece un modelo de gestión para ir más allá del cumplimiento de la legislación, integrando aspectos financieros y de buen gobierno, con aspectos sociales y ambientales.

La IQNet SR10 es compatible también con otras certificaciones en materia de responsabilidad social de la empresa (RSE) como SA 8000, Empresa Familiarmente Responsable (EFR).

4) Inversión socialmente responsable (ISR)

El número de empresas que están comprendiendo la importancia de la RSC va en aumento, aunque todavía es un ámbito relativamente desconocido para muchos.

La inversión socialmente responsable es uno de los conceptos más relevantes relacionados con la RSC. El término asocia una serie de criterios éticos, sociales y ambientales que la convierten en una rama de la RSC. La diferencia entre ambas está en que la ISR incorpora su

esencia a la toma de decisiones de los inversores, complementando los tradicionales conceptos financieros de liquidez, estabilidad y rentabilidad.

La filosofía de la ISR o *Socially Responsible Investing* (SRI), por sus siglas en inglés, está dirigida a fomentar la demanda de productos financieros, con la intención de que los inversionistas incluyan en su propuestas y planes de desarrollo económico criterios explícitamente enfocados a respetar y promover la responsabilidad social y ambiental dentro de los márgenes razonables de rentabilidad.

Ejemplos de temas habituales en inversión socialmente responsables son: compromiso con la justicia social, evitar invertir en empresas que producen y/o venden sustancias o hábitos adictivos, iniciativas relacionadas con energías alternativas y tecnologías limpias, sostenibilidad ambiental, inversión en comunidades, entre otras.

Las inversiones socialmente responsables pueden llevarse a cabo invirtiendo directamente en empresas concretas o mediante fondos de inversión, es decir aquellos que se destacan como fondos de inversión socialmente responsables. Estos fondos son instituciones de inversión colectiva que eligen los activos que conforman su cartera en función de criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG). Invertir según estos criterios permite tomar decisiones de inversión más completas, al tomar en cuenta criterios financieros, pero también otros de carácter intangible.⁹

Para construir la cartera de un fondo socialmente responsable se utilizan criterios de inclusión de gobiernos o empresas con políticas de responsabilidad social. Estas empresas y gobiernos deberán realizar un buen trabajo en temas tales como reducción de la pobreza, igualdad de género y emisiones de gases tóxicos. Incluso se puede elegir dónde invertir, optando por temáticas concretas que cumplan con las características indicadas.

Existen criterios de exclusión de los fondos, como empresas dedicadas al armamento, tabaco y no cumplir con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. A su vez, estos fondos tienen que asegurar una rentabilidad a mediano y largo plazo. Por ejemplo, las compañías respetuosas con el medio ambiente y bien gestionadas minimizan los riesgos de reputación, litigios y sanciones, lo cual genera más valor a largo plazo.

En España se aprobó en 2013 la norma AENOR UNE 165001 referente a productos socialmente responsables. Lamentablemente en pocos países, principalmente de América Latina y otros países en vías de desarrollo, se tienen vestigios de tales acciones. En los peores casos, ese como otros conceptos similares han sido desvirtuados para hacerlos cómodos procesos de certificación para algunas empresas.

Existe también en España, una asociación sin fines de lucro llamada Spainsif.¹⁰ Se trata de una plataforma de encuentro y referencia en materia de inversión sostenible y responsable cuya misión primordial es fomentar la integración de criterios ambientales, sociales y de buen gobierno en las políticas de inversión mediante el dialogo con los diferentes grupos sociales, contribuyendo al desarrollo sostenible, así como concienciar e impulsar cambios en los procesos de inversión en la comunidad inversora, las administraciones públicas, las empresas y la ciudadanía en general.

Esta asociación es constituida en 2009 por entidades interesadas en promover la Inversión Sostenible y Responsable en España, creando un espacio integrado por entidades financieras,

⁹ Definición según web de BBVA

¹⁰ <https://www.spainsif.es/>

entidades gestoras, proveedores de servicios ISR, organizaciones sin ánimo de lucro vinculadas a la ISR y sindicatos.

5) EFQM (*Modelo europeo de excelencia empresarial*)

El Modelo Europeo de Excelencia en la gestión o modelo EFQM es una figura no normativa que desarrolla el concepto de la calidad total. Su objetivo es la evaluación del progreso de un Sistema de Gestión de una determinada organización, basándose en los criterios propios del modelo.

Permite introducir un enfoque estratégico de contribución a la sostenibilidad global y sus criterios (agentes-resultados) se pueden adaptar perfectamente a la gestión de los cuatro grandes aspectos clave de la RSC que deberían existir en cualquier organización pública o privada. Estos aspectos son:

1. Gestión transparente del capital.
2. Gestión de la empleabilidad socialmente responsable.
3. Gestión pública del consumo, uso de los recursos y aprovisionamientos responsables.
4. La inversión socialmente responsable (ISR).

Los criterios propios del modelo están divididos en dos grandes grupos: Los agentes y los resultados.

Los Agentes son las causas de los resultados. Deben tener un enfoque bien fundamentado e integrado con otros aspectos del sistema de gestión. Su efectividad ha de revisarse periódicamente con objeto de aprender y mejorar. Deben estar sistemáticamente desplegados e implantados en las operaciones de la organización.

Los Resultados deben mostrar tendencias positivas, compararse favorablemente con los objetivos propios y con los resultados de otras organizaciones, estar causados por los enfoques de los agentes y abarcar todas las áreas relevantes (resultados en los clientes, en las personas, en la sociedad).

6) *Modelo de certificación (Empresas B)*

Sistema B es una organización sin fines de lucro que cree que los gobiernos, las organizaciones de la sociedad civil, los movimientos sociales, los ciudadanos y la responsabilidad social de los negocios, todos juntos, no son suficientes para resolver los problemas sociales y ambientales actuales.

Las Empresas B son un nuevo modelo de negocio que aparece con la Certificación B de B Lab.¹¹ Este nace de la idea de globalizar la mentalidad de la innovación social y ambiental, pero desde el sector privado, utilizando la potencia del mercado como motor. De esta manera, se busca aprovechar la escalabilidad y eficiencia que posee el sector, en lugar de su contrapar-

¹¹ B Lab es una organización sin fines de lucro que se fundó en 2006 en Berwyn, Pensilvania. B Lab creó y otorga la certificación de corporación B para organizaciones con fines de lucro. Una empresa B debe ser evaluada por B Lab, que determina si la empresa cumple voluntariamente los estándares de responsabilidad, transparencia y desempeño social y ambiental.

te pública. Para alcanzarla se requiere cumplir con estrictas demandas en relación al Triple Impacto que suscitan, y con cierta obligatoriedad surgida de su propia convicción de cambiar.

Entre los compromisos que asumen, el principal es el de generar un valor agregado que contemple a todos los actores sociales, ya sean consumidores, inversores, trabajadores, etc.¹² Este sistema refleja lo importante que es resaltar la energía social de las empresas, ya que con ella es posible generar un cambio que impacte.

La *energía social* es aquella fuerza predominantemente positiva y de cohesión que contribuye a la sostenibilidad de un sistema, en este caso el de las Empresas B. Las mismas se clasifican como sistemas tecnológicos, teniendo en cuenta que requieren de mayor transmisión de energía entre sus partes (conectividad) y de una gestión de tipo circular. Este tipo de empresas generan valor mediante la resolución de problemas ambientales y sociales, que origina a su vez la energía social y permite la continuidad del sistema.

Actualmente, la comunidad de Empresas B en Argentina ha tenido un crecimiento importante. Hoy son 128 las empresas argentinas que cuentan con esta certificación, que avala su buen desempeño tanto social como ambiental, y se suman a las 659 de latinoamérica y a las 3.720 en el mundo.

Natura & Co se convierte en la mayor B Corp del mundo. Tras un extenso proceso de auditoría, Natura &Co¹³ fue certificada como Empresa B por B Lab. Este hito la convirtió oficialmente en la mayor B Corp del mundo. De este modo, el grupo formado por Avon,¹⁴ Natura, The Body Shop y Aesop se sigue destacando en la prestigiosa comunidad internacional B.

Esta red reúne organizaciones convencidas de que, por medio de sus productos, prácticas y gobernanza, pueden generar desarrollo socioambiental y económico.¹⁵

Para obtener la certificación, el mayor grupo de belleza de América Latina y el cuarto mayor del mundo, se sometió a una auditoría integral. Con una puntuación máxima de 110 puntos, el sello se alcanza con un mínimo de 80 puntos. Natura &Co logró 110 puntos. Y, en este camino, cada marca del grupo ha hecho su propia experiencia.

Como una de las veteranas del sector de belleza entre las Empresas B, Natura fue la primera empresa de capital abierto del mundo en conquistar la distinción. Obtuvo su certificación en 2014 y fue recertificada en 2017 y en diciembre de 2020. Esta última vez, lo hizo con un aumento del 24% en su puntuación. Pasó de los 123,8 a los 153 puntos, una de las mayores puntuaciones del Movimiento B.

Por su parte, The Body Shop fue certificada en 2019 y también tiene su propio hito. Es considerada la mayor Empresa B fundada por una mujer.

¹² Enfoque stakeholder: teoría de la agencia ampliada al conjunto de los partícipes en una organización (Hill y Jones, 1992).

¹³ El grupo brasileño Natura Cosméticos, que adquirió The Body Shop a L’Oreal en 2017 por unos 1.000 millones de dólares, adquiere en 2019 la centenaria firma estadounidense Avon.

¹⁴ La certificación de Avon está prevista según la compañía propietaria, para 2025.

¹⁵ Según Andrew Kassoy, CEO y co-Fundador de B Lab, lo que mueve a las compañías a convertirse en Empresas B es unirse a un movimiento de líderes que están estableciendo un estándar para los negocios. “*Natura &Co tiene una increíble oportunidad de comprometer a sus pares –grandes empresas de capital abierto– de una manera confiable y auténtica, ayudando así a cambiar los cimientos de nuestro sistema económico, con la redefinición del capitalismo de accionistas (shareholder) hacia un capitalismo para todos los públicos (stakeholder)*”.

En el caso de Aesop, recibió la certificación en noviembre de 2020 después de un período de dos años. El proceso involucró a participantes de múltiples funciones de la empresa, en todas las regiones del mundo.¹⁶

Natura es el mayor grupo de cosméticos en Brasil y otros países sudamericanos, tiene una destacada presencia en Francia y desembarcó en Reino Unido con la compra de The Body Shop. Natura, conocida por su modelo de negocio sostenible, fue fundada por el actual copresidente Luiz Seabra en 1969.

4. Consideraciones para las finanzas corporativas

Sin lugar a dudas, el objetivo general de las organizaciones - tal como lo exponen los textos de finanzas - es maximizar el capital de los accionistas. Esto es real y no merece ningún tipo de objeción. No obstante, creemos que ese concepto hoy en día es un tanto incompleto y con el tiempo se ampliará a los nuevos parámetros que se proponen desde la RSC.

Ya sea en el ámbito empresarial o en las aulas universitarias se pregona constantemente que los directivos financieros deben procurar que, para realizar cualquier decisión de inversión debe superar el costo de la fuente, de modo que la empresa genere rentabilidad y acumulación de riqueza de los accionistas. Esto es real, porque de no darse esta ecuación la empresa con el tiempo tendería a desaparecer. No obstante, desde hace tiempo, el mundo desarrollado viene pregonando un nuevo modelo de organización que contemple, además del aspecto económico, los aspectos sociales y el ambientales.

Se trata de una especie de ola que lenta pero persistentemente se va propagando alrededor del mundo y esto es algo que desde las finanzas corporativas no se podrá desconocer y no se podrá omitir tener que hablar con asiduidad sobre ella.

Seguramente en el futuro cercano será común hablar, escribir o conferenciar, que la rentabilidad, lo económico, o la riqueza de los accionistas, no es lo único que se debe buscar, sino que ésta se debe lograr contemplando determinados aspectos sociales y de relación con la protección medioambiental.

Se trata de conceptos que ya están instalados en el mundo desarrollado y que se van expandiendo a otros países donde a su vez, las organizaciones van congeniando con estas variables y utilizando algún modelo o certificación que avale su actividad bajo los preceptos que dan origen a la RSC.

En general, los textos de finanzas tienen un apartado en su capítulo inicial, que trata sobre “El objetivo general de las empresas, o de las organizaciones” y todos responden al mismo fin: “incrementar el capital de los accionistas”, o en un contexto de corto plazo “maximizar las utilidades de la empresa”. Este concepto, expuesto en los textos, hoy estaría un tanto desactualizado en virtud de estos nuevos argumentos.

¹⁶ En junio de 2020 anunciaron su *Compromiso con la Vida*. Se trata de un plan abarcador de sustentabilidad que viene reforzando las acciones del grupo para enfrentar algunas de las cuestiones globales más urgentes. Entre estas se cuentan la crisis climática y la protección de la Amazonia, la defensa de los derechos humanos, la garantía de equidad e inclusión en toda su red y la adopción de la circularidad y regeneración para 2030. En esta línea, obtener y mantener la certificación como Empresa B para todas las compañías del grupo es una de las principales metas del plan.

Este cambio está claro, pero no se trata de algo sencillo. Por lo general se requiere mucha inversión en activos de largo plazo y no todas las empresas están hoy por hoy en condiciones de llevar adelante estos grandes proyectos, también, no todas las industrias están en condiciones de aplicar procedimientos productivos que se aparten de lo convencional. No obstante, se pueden citar ejemplos de importantes empresas que están derivando sus sistemas productivos a formas innovadoras, que, a pesar de los altos costos de inversión, van generando estructuras productivas que tiendan a cumplir estos preceptos.

A modo de ejemplo podemos citar las industrias de la energía eólica en regiones del sur del país, la solar en la región cuyo, la hídrica en diversos sectores del país. En el ámbito automotriz, es cada día más grande la “guerra” comercial entre las distintas fábricas por ofrecer vehículos con tecnología híbrida, o eléctrica en el mejor de los casos. No será extraño ver en un futuro cercano la circulación minoritaria de vehículos que utilizan combustibles contaminantes para el medio ambiente.

5. Conclusiones

El número de empresas y organizaciones que están comprendiendo la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa va en aumento, aunque todavía es un ámbito relativamente desconocido.

La responsabilidad social corporativa RSC es la responsabilidad que cada organización tiene con el medio ambiente en que se desenvuelve y con la sociedad de la que hace parte, se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en estas áreas es conocido como el triple resultado.

En este trabajo, se ha intentado describir las características distintivas de este nuevo enfoque y de modelos complementarios para la constelación empresaria y de las organizaciones en su conjunto, respecto a la necesidad de que las compañías generen valor para sus accionistas, pero que en su cometido no se descuide y por el contrario, se protejan los aspectos sociales y medioambientales para la sociedad en su conjunto.

Quedará la incertidumbre, al menos por ahora y salvo casos excepcionales, respecto a si las empresas que se adhieren a aplicar estas prácticas, lo hacen solamente por una cuestión de mejorar su imagen y ventas en el mercado que operan, o si además lo conciben como un compromiso con la sociedad.

REFERENCIAS

- Albornoz C. y Tapia G. (Ed) (2017). *Tratado de finanzas. Negocios, empresas y organizaciones*. Ed. La Ley.
- Basualdo J. (2016). *Contratos, incentivos y creación de valor*. Ed. Ediberum.
- Brealey R. & Myers S (1996). *Fundamentos de financiación empresarial*. Mc. Graw Hill.
- Brealey, Myers, Allen. (2010). *Principios de Finanzas Corporativas*. McGraw Hill.

- Freeman, R. E. & Gilbert Jr., D. R. (1992). *Business, ethics and society: A critical agenda*. Business & Society.
- Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*. The New York Times Magazine.
- Goldmark, A. (2012). *B Corps Go Global: Sistema B Certifies South American Enterprise*. Good Magazine.
- Harriman, A. (2015). *The making of a movement: The rise of the B Corp on the global stage*. Copenhagen Business School.
- Hiller, J. S. (2013). *The Benefit Corporation and corporate social responsibility*. Journal of Business Ethics, 118: 287-301.
- Ross, S., Westerfield, R. y Jaffe, H. (2012). *Finanzas Corporativas*. Mc. Graw Hill.
- Stubbs, W. (2014). *Investigation of emerging sustainable business models: The case of B Corps in Australia*. Melbourne: Monash University.
- Stubbs, W. & Cocklin, C. (2008). *Conceptualizing a sustainability business model*. Organization Environment, 21 (2): 103-127.
- Van Horne, J. & Wachowicz J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Pearson.

Sitios web

SA8000 <http://sa-intl.org/>

ISO 26000 www.iso.org

IQNet SR 10 www.iqnet-certification.com

Modelo EFQM www.efqm.es

Global Reporting Initiative www.globalreporting.org

<http://www.fao.org/3/ad818s/ad818s06.htm>

<http://www.quaragroup.com/es/post/la-norma-iqnet-sr102015>

<https://www.gestion.org/b2c-del-negocio-al-consumidor>

<http://www.lineaverdemunicipal.com/Guias-buenas-practicas-ambientales/es/e-Modelo-EFQM.pdf>

<https://www.tresmandamientos.com.ar/2021/02/26/natura-co-se-convierte-la-mayor-b-corp-del-mundo/>