



CARRERA: CONTADOR PÚBLICO NACIONAL Y PERITO PARTIDOR

“EMPRESAS B: EL POSIBLE IMPACTO POSITIVO A LA ECONOMÍA MENDOCINA EN LOS PRÓXIMOS AÑOS”.

Alumnos:

Bressan, Camila Registro N° 31629

Díaz Dentoni, Ignacio Registro N° 31645

Director:

Ricardo A. Yagüe

San Rafael - Mendoza, 2024.

ÍNDICE

RESÚMEN TÉCNICO	4
INTRODUCCIÓN	6
HIPÓTESIS	8
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	9
1.1 Empresas B: ¿hacia un nuevo tipo societario?.	9
1.2 Principales desafíos del proceso de certificación de Empresas B en Argentina.	9
1.3 Sistema B, ensanchando el camino hacia una nueva economía.	10
1.4 Sistema B y las empresas B en América Latina: Un movimiento social que cambia el sentido del éxito empresarial.	11
1.5 Empresas y bien común Caracterización de las empresas de Economía de Comunión y empresas B en la Argentina.	11
1.6 Metodología.	12
CAPÍTULO II. DEFINICIÓN. ORIGEN. CONCEPTO. HISTORIA. RSE. VALOR COMPARTIDO. VENTAJAS Y DESVENTAJAS	17
2.1 ¿Qué son las empresas B?.	17
2.2 Origen de las Empresas B.	19
2.2.1 B Lab.	20
2.3 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).	21
2.4 Valor Compartido.	22
2.5 Ventajas y desventajas de las empresas B.	23
CAPÍTULO III. NUEVO MODELO DE NEGOCIO: IMPLEMENTACIÓN Y REQUISITOS PARA SER UNA EMPRESA B	26
3.1 Proceso de Certificación Empresa B.	27
3.2 Sellos de empresa B.	35
CAPÍTULO IV: INTERÉS DE LOS POTENCIALES ACCIONISTAS EN LAS EMPRESAS B: UN ENFOQUE ATRACTIVO PARA LA INVERSIÓN CON PROPÓSITO	39
4.1 ¿Qué son las inversiones sustentables?.	39
4.2 El inversor de empresas B.	41
4.3 Formas de inversión en empresas sostenibles.	43
4.4 La rentabilidad en las inversiones sustentables.	46
CAPÍTULO V: BENEFICIOS QUE LAS EMPRESAS B APORTAN A LA SOCIEDAD: IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL SOSTENIBLE	49
5.1 Impacto Social Inclusivo.	49
5.2 Desarrollo Comunitario.	49
5.3 Acciones Ambientalmente Sostenibles.	50
5.4 Innovación para el Bien Común.	50
5.5 Catalizadores de Cambio Cultural.	50
5.6 Fortalecimiento de la Marca y Confianza del Consumidor.	51
5.7 Empresas B en Mendoza	51



CAPÍTULO VI: EL ESTADO Y LAS EMPRESAS B. PROMOCIÓN DEL ESTADO. BENEFICIOS FISCALES. ASPECTO LEGAL	59
6.1 La situación en Mendoza - Argentina.	60
6.2 Beneficios de las Empresas B con respecto al estado.	64
6.2.1 Promoción del Desarrollo Sostenible.	64
6.2.2 Fomento de la Colaboración Público-Privada.	65
6.2.3 Generación de Empleo y Estabilidad Económica.	65
6.2.4 Promoción de la Innovación.	65
6.2.5 Mejora de la Imagen Regional.	65
6.2.6 Aprovechamiento de Beneficios Fiscales.	66
6.3 Proyecto de ley BIC.	66
CONCLUSIONES FINALES	70
BIBLIOGRAFÍA	73

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Elementos claves de las empresas B.....	26
Ilustración 2: Beneficios de un cambio en el Estatuto.....	34
Ilustración 3: Sello empresa B en proceso de certificación.....	36
Ilustración 4: Sello empresa B certificada.....	36
Ilustración 5: Panorama ESG: Pilar medioambiental.....	40
Ilustración 6: Panorama ESG: Pilar social.....	40
Ilustración 7: Panorama ESG: Pilar de gobernanza.....	41
Ilustración 8: Retroalimentación del mercado.....	59
Ilustración 9: Interrelación entre los aspectos que abarcan las empresas B.....	67

RESÚMEN TÉCNICO

Las empresas B son aquellas que persiguen fines de lucro, y además pertenecen al “Sistema B”, buscando ser “mejores para el mundo”. Realizan un plan de desarrollo que busca reducir impactos negativos y generar impactos positivos, para de esta manera contribuir a cumplir los objetivos de desarrollo sostenible planteados por la ONU.

Es por esto, que este nuevo tipo de empresas toman decisiones considerando las consecuencias que las mismas generan a largo plazo a nivel social, económico y ambiental. De esta manera, ofrecen soluciones a los problemas generados en dichos sectores y por eso se las denomina empresas de triple impacto.

En el sitio web de errepar (<https://www.errepar.com>) encontramos un artículo denominado “¿Qué son las empresas B?” en donde se menciona que “es una organización que busca cambiar el sistema económico, ¿cómo? creando políticas, programas y brindando herramientas que modifiquen el comportamiento de las sociedades, con miras hacia una economía inclusiva (que va de la mano de la sustentabilidad), generando oportunidades para todos y beneficiando al planeta tierra”.

Además hace mención a algunos de los elementos esenciales que distinguen a este tipo societario:

- Se definen por la búsqueda del triple impacto.
- Buscan ampliar el deber fiduciario de los accionistas y gestores en cuanto a la buena fe, la lealtad, sobre intereses de los empleados, consumidores, medio ambiente, etcétera.
- Y, para que cumplan con ello, como elemento esencial se deberá presentar una vez al año un “reporte de sustentabilidad”, donde se especifiquen las acciones llevadas a cabo para probar el cumplimiento. El mismo debe ser de acceso público

y gratuito, encargándose de auditar un tercero imparcial, sumando así una característica fundamental como es la transparencia en la gestión.

Esta investigación se propone estudiar los beneficios sociales, ambientales y económicos que las empresas “B” le podrían traer a la sociedad mendocina en los próximos años, abordando los mismos desde un alcance cualitativo. Con el presente trabajo se pretende demostrar: a) los beneficios que ofrecen este tipo de empresas “B” desde un aspecto social, ambiental y económico; y b) qué interés le podría generar a un potencial accionista invertir en este nuevo modelo de negocio.

Palabras Claves: Empresas B, Sistema B, Beneficios Socioambientales, Beneficios Económicos, Beneficios a potenciales accionistas, Mendoza.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se propone estudiar los beneficios sociales, ambientales y económicos que traería una compañía del tipo “B” a la provincia de Mendoza en los próximos años, analizando así también los intereses de potenciales accionistas en invertir en dichas organizaciones y la participación del Estado en este movimiento. Para ello introducimos conceptos como Sistema B, Empresas B, Responsabilidad Social Empresaria, Valor Compartido, marco legal al que están sujetas y su aplicación en el país.

El “movimiento B” comenzó en 2006 con el origen de B Lab, con la idea de un tipo de economía diferente y necesaria. Sin embargo, en Latinoamérica se comienza a implementar a partir de 2012 con la creación de “Sistema B” que se alió con B Lab para expandir el Movimiento B con una visión sistémica. Este movimiento no es la respuesta a todos los problemas socio-económicos de la Argentina, pero sí parte de la misma. Los antecedentes e investigaciones reconocen las siguientes perspectivas:

- a) Un enfoque histórico, perspectiva que analiza las nuevas empresas y economías, el movimiento B, enfatizando desde sus comienzos, su cambio de paradigma con respecto a modelos de negocio, sus características. Abramovay R, Correa E, Gatica S & Van Hoof B. - *Nuevas empresas, nuevas economías: Empresas B en Sur América.*
- b) Un enfoque socio-económico, que argumenta y explica los aportes de valor y las innovaciones que genera el movimiento B. En esta dirección, resulta clave entender cómo el modelo de negocios B puede impactar de manera positiva en las economías. Denise Campu Torrendell - Universidad Politécnica de Valencia. (2016). *Sistema B, ensanchando el camino hacia una nueva economía.*

- c) Un enfoque financiero y contable, perspectiva que enfatiza en un análisis de cómo beneficiaría a la economía regional, comprendiendo las ventajas económicas que podría generar en las empresas y al Estado en general. Cámara Argentina de Comercio (2016). Informe Las Empresas B.
- d) Un enfoque legal, perspectiva sumamente importante para lograr otorgar un respaldo jurídico a los actores económicos privados que apuntan a un impacto económico, social y ambiental. Es clave para el crecimiento la promoción de una nueva figura legal que ampare a estas empresas que abarcan fines con y sin ánimo de lucro. En esta línea encontramos el anteproyecto elaborado por los miembros del Grupo Jurídico B de Argentina, “Anteproyecto de ley de Sociedades de Beneficio de Interés Colectivo en Argentina”.

En términos concretos esta investigación propone los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Analizar los beneficios que le traería a Mendoza los modelos de negocios basados en el Movimiento B.

Objetivos específicos:

- Analizar la rentabilidad de estas empresas e investigar qué factores son los que atraerían a potenciales accionistas a la hora de invertir en las empresas B.
- Dado el contexto socio-económico del país, evaluar si éstas compañías pueden ser parte de un crecimiento para la provincia de Mendoza en aspectos sociales y ambientales.

HIPÓTESIS

La presente investigación pretende corroborar que el implemento de los modelos de negocio de una empresa tipo “B” supone grandes beneficios para la sociedad mendocina en los próximos años, y que los mismos son a nivel social, ambiental y también económico.

La metodología que se escoge es una investigación de tipo documental, cualitativa, de carácter descriptiva/ explicativa.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

El marco conceptual redacta un breve resumen de la bibliografía que consideramos más pertinente para nuestro trabajo de investigación. Se citan diversos autores los cuales en sus obras abordan distintos puntos de vista acerca del Movimiento B, brindan definiciones, desafíos del proceso de certificación, aportes sociales y medioambientales, casos de empresas reales, y el fenómeno de las empresas B en América Latina.

1.1 Empresas B: ¿hacia un nuevo tipo societario?.

En el artículo se analiza la figura de las denominadas Empresas B, surgidas en Estados Unidos (donde reciben el nombre de Benefit Corporations o B Corporations) y que se encuentran en proceso de difusión en Argentina como en el resto de Sudamérica, las cuales combinan propósitos sociales y ambientales con aquellos económicos. A tal fin, se examinan las nociones básicas de este nuevo fenómeno jurídico, sus características, similitudes y diferencias con la responsabilidad social empresaria (RSE), las posibilidades de su admisión en nuestro ordenamiento jurídico, y ciertas cuestiones atinentes a la actuación y responsabilidad de los administradores.

1.2 Principales desafíos del proceso de certificación de Empresas B en Argentina.

En el trabajo se habla sobre la actualidad, donde nos encontramos ante un proceso de formalización y legalización de nuevos tipos de organizaciones que adoptan modelos de negocios, prácticas y políticas conjugando el fin social y medioambiental como fuente para su creación, e incorporando características tipificantes de los negocios con fin de lucro como medio para lograr ese fin no económico. Aquellas organizaciones que son creadas para resolver problemas sociales y medioambientales de la realidad en la que se encuentran inmersas, a través de la búsqueda simultánea de rentabilidad económica, se denominan organizaciones híbridas. Existe una amplia categorización académica sobre

los tipos de organizaciones híbridas. Sin embargo, debido a las definiciones exploradas en el trabajo, las Empresas B pueden ser consideradas como una de ellas. En este trabajo se exploran los desafíos que se le presentan a este tipo de organizaciones híbridas en el proceso de certificarse como B en Argentina. Para ello, el trabajo basa su análisis en tres casos de estudio: Tonka, Inti Zen y Maggacup. En particular, se analizan los desafíos considerando las prácticas, políticas y modelos de negocios característicos de cada caso, aunque sobre la base de las mismas tres dimensiones que se conjugan en todas las Empresas B: la económica, social y medioambiental. Asimismo, para definir las variables sobre las cuales se analizaron los desafíos se remite a lo estudiado por Alter (2007), Boyd (2009) y Emerson (2003) sobre organizaciones híbridas. Por último, se concluye que en los tres casos el mayor desafío es el de lograr el equilibrio entre esas diferentes dimensiones, ya que, no pueden ser tratadas independientemente a la hora de analizar su generación de valor. Esto se demuestra con la existencia de problemáticas como la falta de integración entre las métricas sociales, medioambientales y económicas; la falta de acceso a inversores de impacto y la falta de escalabilidad de las Empresas B y del sistema del que son parte.

1.3 Sistema B, ensanchando el camino hacia una nueva economía.

El trabajo se propone analizar cuáles han sido los aportes y las innovaciones de este nuevo tipo de empresas, cuáles vienen siendo sus resultados concretos, y a su vez, analizar en qué medida el modelo de Sistema B agrega valor al objetivo final de generar un cambio de paradigma en la economía y en la definición del éxito para las empresas.

1.4 Sistema B y las empresas B en América Latina: Un movimiento social que cambia el sentido del éxito empresarial.

Esta publicación busca documentar y difundir la historia de Sistema B y del Movimiento de las Empresas B en América Latina, y los procesos y enseñanzas adquiridos en el camino.

Se analiza el contexto económico y social de América Latina, y cómo las empresas B pueden contribuir a enfrentar los desafíos actuales, como la desigualdad, la pobreza, la corrupción y el cambio climático. Se presentan varios casos de empresas B en América Latina que han tenido éxito en implementar prácticas sostenibles y generar un impacto positivo en sus comunidades y en el medio ambiente. Además, se mencionan los desafíos que enfrentan estas empresas, como la falta de acceso a financiamiento y recursos, la ausencia de apoyo gubernamental y la resistencia al cambio.

De esta manera, se pretende que este documento sea un referente de utilidad para que más empresas se unan a este movimiento y contribuyan con la creación de nuevos modelos de innovación social y desarrollo integral que respondan de forma colectiva a la complejidad de los desafíos sociales y ambientales que enfrentamos como sociedad.

1.5 Empresas y bien común Caracterización de las empresas de Economía de Común y empresas B en la Argentina.

El trabajo describe las características de dos tipos de empresas que presentan un concepto innovador: las empresas de Economía de Común y las empresas B. Se trata de empresas con espíritu de lucro, pero que incorporan los beneficios sociales y ecológicos –los bienes comunes– como objetivo esencial de su actividad. Llamadas "empresas civiles" por Bruni y Zamagni, constituyen un emergente que crece de manera notable en distintas partes del mundo y representan una comprensión de la empresa mucho más

integral y sostenible que el paradigma convencional de la maximización del beneficio. La investigación expone asimismo los resultados de una encuesta y de entrevistas realizadas entre estas empresas en la Argentina.

1.6 Metodología.

La metodología utilizada se orienta a la aplicación de las técnicas conocidas como análisis de contenido (AC) (Chiglione et al., 1982; Krippendorff, 1990; Piñuel Raigada, 2002) La primera de estas técnicas, interpretada como “la técnica destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto”, dispone de tres etapas:

- a) preanálisis, que constituye la etapa de organización del material, en la que se definen los ejes del plan que permiten examinar los datos y realizar el AC propiamente dicho.
- b) codificación, instancia que consiste en generar una transformación de los datos brutos en datos útiles. Las operaciones implicadas en esta etapa son la fragmentación del texto, es decir, el establecimiento de unidades de registro, y la catalogación de elementos.
- c) categorización: organización y clasificación de las unidades obtenidas sobre la base de criterios de diferenciación. En consecuencia, se agrupan las unidades por similitudes en cuanto a su significado. La categorización consiste en un proceso de clasificación de datos en torno a ideas, temas y conceptos que emergen del análisis del material de estudio. La identificación de las categorías emergentes es un proceso relacionado no sólo con el material de análisis sino con la formación y el propio marco teórico de la investigación.

Esta codificación corresponde a una transformación de los datos brutos del material, proceso que, por descomposición, agregación y enumeración concluye en una representación del contenido susceptible de ilustrar al investigador sobre las singularidades del texto. En ese sentido, “la codificación es el proceso por el que los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción precisa de las características pertinentes del contenido” y que aporta identidad a los datos recogidos. Estos últimos son examinados de acuerdo con núcleos significativos, en marcos que sirvan para “separar los datos por grupos de categorías similares”.

Piñuel Raigada (2002: 8) establece la siguiente tipología de AC:

- a) Los AC exploratorios, cuyo objeto consiste en una aproximación al diseño definitivo de una investigación, intentando registrar datos e información sobre documentos. Estos análisis se desarrollan para testear por primera vez un material de estudio, de modo que pueda determinarse la elección del corpus de documentos que se dispone para plantearse un problema de análisis en torno a situaciones que han producido aquellos textos.
- b) Los AC descriptivos, cuyo propósito es la simple identificación y catalogación de la realidad empírica de los textos o documentos, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos.
- c) El AC documental o de recuperación de información. Aparte de la identificación intratextual de la estructura del contenido, esta estrategia aborda los contextos donde se inscribe el material de análisis, es decir, de su estructura de producción. Exalta la descripción de las características de las situaciones, entornos y contextos implicados en su producción y recepción (desde los históricos a los personales, desde los públicos a los privados).

- d) Los AC verificativos y explicativos, que pretenden dar cuenta de inferencias sobre el origen, naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos comunicativos: inducir una predicción, estudiar un efecto y verificar un contenido.

El trabajo de investigación dispone de dos etapas:

1. La recolección de la fuente primaria. Se efectúa un relevamiento y análisis documental que comprende la revisión de normativa pertinente y documentos oficiales. En igual dirección, se realizan entrevistas exploratorias a informantes clave, con el propósito de acceder a diferentes perspectivas sobre el objeto de estudio y obtener información adicional a la recolectada a través del análisis de documentos. Como estrategia metodológica, la entrevista dispone de dos funciones esenciales:

- a) permite la comprensión de los fenómenos que se dan en el marco del contexto socio histórico del objeto de estudio y
- b) confiere centralidad al entrevistado en su condición de productor y constructor de la historia. Al relatar los hechos, el entrevistado se encuentra como un sujeto que se reconoce en ella misma, compartiendo y transmitiendo su propia subjetividad.

Se opta por el diseño de un cuestionario estructurado con preguntas abiertas, formuladas y concatenadas de modo tal de reducir el riesgo de introducir sesgos e inducir respuestas.

Las entrevistas se organizan alrededor de los siguientes módulos temáticos:

- La información obtenida a través de entrevistas es analizada cualitativamente, a través de la descripción e interpretación de las respuestas. En primer lugar, se efectúa una lectura comprensiva de cada entrevista. Luego se procede al AC por preguntas y se identifican líneas argumentativas, temas recurrentes, similitudes y énfasis diferenciados por entrevistado.

- De igual forma se utiliza el grupo focal (focus group), que es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en Ciencias Sociales y en estudios comerciales. Álvarez y Jurgenson (2009) especifican que se trata de un grupo artificial (ya que no existe ni antes ni después de la sesión de conversación), en el que se utiliza un determinado grupo de personas. Según Sampieri, Collado y Lucio (2010) lo ideal es utilizar entre 3 y 12 personas para que el grupo de enfoque sea efectivo, con un moderador, investigador o analista; encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de encauzar la discusión para que no se aleje del tema de estudio y, de este modo, da a la técnica su nombre en inglés ("grupo con foco").

2. En forma simultánea a la primera etapa se efectúa la realización de registros y AC de las denominadas fuentes secundarias (diarios, revistas, críticas, trabajos de investigación, artículos de especialistas, noticias y estadísticas), técnicas que permiten develar cuestiones relevantes para la investigación.

En el proceso de investigación no se omitirá la triangulación interpretada como “la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos, métodos de investigación, en el estudio de un fenómeno singular”, o bien “la combinación de múltiples métodos en un estudio del mismo objeto o evento para abordar mejor el fenómeno que se investiga”.^[3] Consiste en la aplicación de múltiples métodos/técnicas de investigación que permiten revelar diferentes aspectos del fenómeno bajo estudio, proponiendo una nueva línea de acción para el investigador y un nuevo conjunto de significados para el proceso de investigación.

Es importante resaltar que la triangulación constituye una estrategia en todo el proceso de investigación. Arias Valencia (2000: 13-26) presenta diferentes instancias en las que la triangulación se aplica:

- a) A nivel de las fuentes de datos, en el que la procedencia de la información a procesar en el análisis no encuentre su origen exclusivamente en un punto;
- b) Una segunda vía consiste en la triangulación de opiniones de investigadores, para lo cual no se descarta contar con la opinión de investigadores en torno al tema de estudio. La utilidad de esta práctica se puede extender también a las fases de codificación o de análisis de los datos recabados;
- c) La tercera opción apunta a la esfera teórica de la investigación. La pertinencia de combinar diferentes perspectivas e hipótesis generales acerca de un mismo objeto de estudio se deja ver en algunos trabajos de confrontación, evaluando la pertinencia de cada una. La posibilidad de confrontar diversas perspectivas y teorías en el mismo corpus de datos “significa la presencia de una crítica eficiente, más acorde con el método científico”, y
- d) El cuarto ámbito de intervención es el de la triangulación metodológica propiamente dicha. En ella, se explora la realidad recurriendo a diferentes técnicas de investigación, en busca de una complementariedad entre los procesos desarrollados y los resultados obtenidos.

La triangulación de la información permite comprender en profundidad el fenómeno que se propone abordar y aumentar la confiabilidad de la evidencia recolectada, contribuyendo a un adecuado control de sesgos subjetivos en el análisis de fuentes primarias y secundarias.

CAPÍTULO II. DEFINICIÓN. ORIGEN. CONCEPTO. HISTORIA. RSE.

VALOR COMPARTIDO. VENTAJAS Y DESVENTAJAS

En el presente capítulo se precisará el concepto de empresas B, su origen, historia, y también se abordarán los conceptos de responsabilidad social empresarial y valor compartido, diferenciándolos con el de empresas B.

2.1 ¿Qué son las empresas B?.

En un mundo en evolución, surge un modelo de empresa innovador que no solo busca la rentabilidad financiera, sino también un impacto positivo en la sociedad y el entorno: las Empresas B. Estas empresas, también conocidas como Empresas Benefit o Empresas con Propósito, poseen un enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social. ¿Qué tan posible es? ¿Generará un impacto positivo real en la economía y en la sociedad? ¿Es viable pensar en un triple impacto dadas las situaciones macroeconómicas y sociales del país?.

Actualmente el cliente cumple un rol fundamental, sus exigencias son cada vez mayores y no sólo en cuanto a los productos, sino también en cómo son los procesos de las organizaciones, la cadena de valor, sus consideraciones respecto del impacto ambiental y social, la sustentabilidad, si forman parte de economías circulares, de manera que cada día los clientes exigen más cuidados para el planeta.

Es por esto, que las empresas B no buscan ser "la mejor del mundo" si no que buscan ser "la mejor para el mundo".

Siguiendo el artículo de Florencia Martínez del Río nos encontramos con que dentro de este sector de empresas B se encuentran varias compañías mendocinas: “bodegas que elaboran vinos orgánicos, fábricas que prefieren contratar a personas con síndrome de

Down, compañías que reciclan materiales, organizaciones que colaboran con asociaciones civiles o que trabajan con los sectores marginados son algunos de los ejemplos que existen en la provincia” (Unidiversidad de Florencia Martínez del Río, 2019).

Además, de acuerdo con el artículo Energe es una empresa mendocina certificada como B, la cual incorporó en su estatuto los objetivos de cuidar el ambiente y generar oportunidades para personas vulnerables. Su cofundador, Alexis Atem, explicó: “Nos dedicamos a buscar soluciones a problemas mediante la energía solar, los productos que fabricamos cuidan el medio ambiente, pero además tenemos distintos programas de impacto social como el del primer empleo, que se trata de darles la oportunidad a quienes menos posibilidades tienen de dar sus primeros pasos en una empresa”. Además, Atem contó que poseían una gran cantidad de varones trabajando en comparación con las mujeres, lo que llevó a determinar como un objetivo empresarial la paridad de género. “Vimos que teníamos una proporción demasiado elevada de hombres y fuimos revirtiéndolo con el tiempo hasta lograr la equidad”, que además comentó que eligen comprarles insumos a empresas que “también tienen este concepto en su génesis”.

También se hace mención a Xinca, otra de las empresas mendocinas “B”, la cual se destaca no solo por producir calzado a partir de residuos reciclados, sino que también porque tienen la misión de darle oportunidades a la comunidad postergada. Les da trabajo a personas que se encuentran en contextos de encierro y que forman parte de talleres sociales. Alejandro Malgor, uno de sus fundadores, explica que: "Trabajamos con 80 internos del penal San Felipe. Buscamos darles herramientas para la reinserción en la sociedad. También perseguimos la igualdad de género y la creación de oportunidades".

De acuerdo a la publicación, Mendoza es la primera Ciudad+B de Argentina. La Municipalidad de Capital fue el primer municipio de Latinoamérica en dar prioridad en las licitaciones a este tipo de empresas, de hecho en 2018 aprobó una ordenanza en la que incorpora ese criterio como uno a considerar a la hora de realizar las contrataciones.

2.2 Origen de las Empresas B.

Este nuevo tipo de empresas encuentran sus orígenes en la necesidad de repensar el propósito y la función que las mismas tienen en la sociedad. A medida que la conciencia sobre los problemas sociales y ambientales crecía, surgió la pregunta: ¿pueden las empresas ser agentes de cambio y contribuir a la solución de estos desafíos?. El concepto de Empresas B descansa en la idea de que una empresa puede ser un motor de transformación, integrando los beneficios económicos con la creación de valor para la comunidad y el medio ambiente.

“¿Qué sentido tiene una economía que crece financieramente y que por su misma naturaleza genera inequidad creciente, acaba el agua y otros recursos de la Tierra, profundiza el individualismo y la exclusión de miles de personas?” señala el sitio web de Sistema B (<https://www.sistemab.org/>).

Una Empresa B va más allá de la búsqueda de ganancias económicas. Estas empresas se caracterizan por su compromiso de generar un impacto positivo tanto en la sociedad como en el medio ambiente, incorporando en sus objetivos el equilibrio del éxito financiero con la creación de valor social y ambiental.

Las empresas B se rigen por los siguientes principios:

- Propósito: crear un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, además de generar ganancias económicas.

- Responsabilidad: son responsables de sus acciones y decisiones, y buscan generar un impacto positivo en todas sus partes interesadas, incluyendo clientes, proveedores, empleados, comunidad y medio ambiente.
- Transparencia: las empresas B son transparentes en su gestión y comunicación, y buscan generar confianza y credibilidad en sus partes interesadas.
- Participación: las empresas B buscan involucrar a sus partes interesadas en la toma de decisiones y en la definición de su propósito y valores.

A medida que el mundo enfrentaba crisis ambientales, desigualdades y otras problemáticas, empresarios comenzaron a cuestionar el enfoque centrado exclusivamente en la maximización de las ganancias. A finales del siglo XX, se comienza a hablar de las Empresas B, y se exploraron nuevas formas de alinear los intereses empresariales con el bienestar social y ambiental.

La certificación "B Corp", establecida en 2006, marcó un hito en la evolución de las Empresas B. Esta certificación reconoce a las empresas que cumplen con requisitos de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad.

2.2.1 B Lab.

Si hablamos de origen, hablamos de B Lab, la organización sin fines de lucro que comenzó con la idea de que un tipo diferente de economía no solo era posible, sino necesario, y que las empresas podrían liderar el camino hacia un nuevo modelo impulsado por las partes interesadas.

B Lab impulsa este cambio a través de:

- La creación de Empresas con certificación B que cumplen con altos estándares de rendimiento social, ambiental, transparencia, y responsabilidad legal.

- Utilización de estructuras innovadoras que alinea los intereses de las empresas con los de la comunidad.
- Ayudar a empresas, inversores e instituciones a realizar la evaluación de Impacto para analizar su accionar y el de las empresas con las que trabajan.
- Inspirar a millones de personas a unirse a este nuevo movimiento.

B Lab está transformando la economía para beneficiar a todas las personas, comunidades y al planeta. Como líder en el cambio de sistemas económicos, esta red global crea estándares, políticas y herramientas para los negocios.

Sistema B nace en América Latina de la mano de Juan Pablo Larenas, Gonzalo Muñoz, María Emilia Correa y Pedro Tarak quienes se alían con B Lab para expandir el Movimiento B con una visión sistémica.

2.3 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido un concepto fundamental en la transformación de las Empresas B. Aunque muchas empresas han abordado la RSE como una forma de mejorar su imagen pública, las Empresas B la convierten en su razón de ser. La RSE en las Empresas B no es un conjunto de acciones aisladas, sino una parte integral de su estrategia de negocio y toma de decisiones diaria.

La RSE en el contexto de las Empresas B implica un compromiso profundo de crear valor compartido, donde el éxito económico convive con el desarrollo de la sociedad y la protección del medio ambiente. No sólo se busca evitar daños, sino también contribuir a la resolución de problemas y la mejora de las condiciones de vida de la comunidad.

La Responsabilidad Social Empresaria es un enfoque más amplio que abarca a todas las empresas, no solo a las certificadas como B Corp. Se trata del compromiso de las

empresas para llevar a cabo sus operaciones de manera ética y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad y el medio ambiente. Las empresas con RSE adoptan políticas que van más allá del cumplimiento de las leyes y regulaciones, y consideran los impactos sociales, ambientales y éticos de sus decisiones y acciones. La diferencia fundamental es que este tipo de empresas no deben ser validadas por una organización externa ya que sus prácticas son implementadas voluntariamente sin ninguna obligatoriedad legal detrás del mismo.

A medida que exploramos el impacto de las Empresas B en la economía mendocina en los próximos años, examinaremos su nuevo modelo de negocio, los requisitos para obtener el estatus de Empresa B, el atractivo que estas empresas pueden tener para los accionistas, así como los beneficios tangibles que pueden aportar a la sociedad, al entorno y al Estado. Las Empresas B se perfilan como agentes de cambio fundamentales en la construcción de un futuro más equitativo, sostenible y próspero para Mendoza y sus habitantes.

2.4 Valor Compartido.

De acuerdo con Porter y Kramer, el valor compartido puede ser definido como “las políticas y prácticas que incrementan la competitividad de una compañía obteniendo simultáneamente beneficios económicos y sociales en las comunidades donde las empresas llevan a cabo sus negocios”.

Es una nueva filosofía que trasciende a la responsabilidad social y que plantea la necesidad de que las organizaciones piensen el desarrollo de su negocio siendo consecuentes con la sostenibilidad social y ambiental.

Algunas de las características del Valor Compartido son:

- El valor compartido es la intersección entre el valor económico y el valor social de una empresa. La creación de valor social contribuye a crear valor económico y viceversa, por lo tanto, se produce una conexión entre ambos tipos de valores.
- Las empresas deben plantearse su oferta de productos y servicios a partir de las necesidades de sus clientes y de los problemas de la sociedad.
- Los programas para eliminar plásticos o papel en sus oficinas o en sus puntos de venta.
- Un programa de mejora de las condiciones laborales de los trabajadores tiene un impacto social evidente al mejorar la calidad de vida de las personas.

Pero... ¿Cuál es la diferencia con las empresas B?

Tanto el valor compartido como las empresas B buscan combinar propósitos sociales y ambientales con aquellos netamente económicos. La diferencia que existe entre los conceptos es que el valor compartido se enfoca en la creación de valor económico y social de manera simultánea, mientras que la empresa B, se rige por altos estándares de transparencia y responsabilidad y buscan equilibrar los intereses de las distintas partes.

2.5 Ventajas y desventajas de las empresas B.

Algunas de las ventajas que podemos mencionar sobre este nuevo tipo empresarial son:

1. **Transparencia:** estas empresas se comprometen a ser transparentes en sus operaciones y a informar públicamente sobre su desempeño en áreas sociales y ambientales. Esto fomenta la confianza entre los consumidores y las partes interesadas.
2. **Diferenciación:** la certificación B Corp demuestra el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

3. Atracción de talento: muchos profesionales buscan trabajar en empresas que compartan sus valores y se preocupen por causas más allá de las ganancias.
4. Innovación: al enfocarse en soluciones sostenibles y considerar impactos más amplios, las empresas B tienden a fomentar la innovación en sus productos y servicios.
5. Acceso a financiamiento: ciertos inversores y fondos están interesados en apoyar este tipo de empresas.
6. Red de empresas afines: ser parte de la comunidad de empresas B permite conectarse con otras organizaciones con objetivos similares, lo que puede llevar a colaboraciones y aprendizaje mutuo.
7. Resiliencia a largo plazo: al considerar cuidadosamente su impacto en la sociedad y el medio ambiente, las empresas B pueden ser más resistentes a los cambios regulatorios y las demandas cambiantes de los consumidores.
8. Mejora continua: la certificación B Corp impulsa a las empresas a mejorar constantemente su desempeño social y ambiental, lo que puede llevar a resultados positivos a largo plazo.
9. Impacto positivo: En última instancia, el mayor beneficio de ser una empresa B es el impacto positivo que puede tener en la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en general, contribuyendo a un mundo más sostenible y equitativo.

Sin embargo, las empresas B también presentan desventajas, tales como:

1. Costos iniciales: para obtener la certificación, las empresas deben cumplir con ciertos estándares y requisitos, lo que puede requerir una inversión significativa de tiempo y dinero.
2. Dificultades para medir el impacto: medir el impacto social y ambiental de una empresa puede ser difícil y costoso.

Tal como se puede observar, este nuevo tipo empresarial cuenta con más ventajas que desventajas, lo cual confirma lo beneficiosas que resultan no sólo para sus accionistas, si no también para la sociedad y el medio ambiente. Es por estas razones que hoy en día estas empresas se encuentran en crecimiento.

Las Empresas B revelan un modelo empresarial innovador, basándose en la responsabilidad social y ambiental. Estas compañías no solo buscan el éxito financiero, sino que también tienen un propósito claro de generar un impacto positivo en la sociedad y el entorno. Desde su surgimiento a través del concepto de Valor Compartido hasta su certificación como B Corp, estas empresas han demostrado un compromiso profundo con la transparencia, la responsabilidad y la creación de valor para todas sus partes interesadas.

Con un enfoque que va más allá de la rentabilidad pura, las Empresas B se perfilan como agentes de cambio que buscan un equilibrio entre los intereses económicos, sociales y ambientales, apuntando hacia un futuro más sostenible y equitativo. Es por eso que se genera un interés significativo en las Empresas B, representando un potencial camino hacia una prosperidad más inclusiva y sostenible para Mendoza y Argentina. Por ello, continuaremos analizando sus procesos de certificación, sus potenciales accionistas y explorando los beneficios sociales y estatales que podrían causar, en busca de validar su impacto transformador en el tejido empresarial y social.

CAPÍTULO III. NUEVO MODELO DE NEGOCIO: IMPLEMENTACIÓN Y REQUISITOS PARA SER UNA EMPRESA B

En este capítulo se abordarán aquellos aspectos vinculados con los requisitos necesarios para obtener la certificación de empresa B y cómo se lleva a cabo su implementación.

En Latinoamérica contamos con la existencia de una organización civil sin fines de lucro denominada “Sistema B” cuya misión es “Apoyar la construcción de ecosistemas favorables para Empresas B y otros actores económicos que utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales”.

Se exponen 4 elementos claves para las Empresas B:



Ilustración 1: Elementos claves de las empresas B.

Fuente: sitio web oficial sistema B.

Actualmente hay empresarios interesados en medir y analizar las cinco áreas más relevantes de su empresa: Gobierno, Trabajadores, Clientes, Comunidad y Medio Ambiente, con el fin de identificar puntos de mejora y oportunidades para generar un cambio en la economía e incrementar el triple impacto. La certificación se otorga a

empresas que obtienen una puntuación mínima en cada una de estas áreas y que se comprometen a cumplir con altos estándares de transparencia y responsabilidad.

La empresa que quiere obtener su certificación como empresa B se somete a una evaluación integral.

3.1 Proceso de Certificación Empresa B.

- Requisitos mínimos para ser empresa B.

Antes de comenzar con el proceso de certificación, la empresa deberá verificar si cumple con los requisitos mínimos. Deberá llevar al menos 12 meses operando, hacerlo en un mercado competitivo (no se cumpliría esto para empresas monopólicas o empresas controladas por el gobierno, por ejemplo), debe tener fines de lucro y además, la certificación debe incluir a todas las áreas de gestión de la empresa. En cuanto a este último requisito, no permite la certificación de sola una división, marca o departamento de la firma.

Una vez corroborados estos primeros requisitos, la empresa podrá pasar a la etapa evaluación y verificación para la posterior certificación.

- Evaluación de Impacto B.

Un primer paso en este proceso es realizar la evaluación de Impacto B. Se trata de un cuestionario de preguntas de múltiple opción acerca de la empresa, donde además de responder cada pregunta se debe presentar un respaldo de la misma. Cada pregunta tiene un puntaje, llegando a un total de 200 puntos y donde se requiere al menos 80 puntos para iniciar el proceso de certificación.

La evaluación se divide en 5 segmentos:

- Gobernanza:

Se trata de preguntas relacionadas a la misión, la ética, la responsabilidad y la transparencia de la empresa. Algunas consideraciones para lograr un buen puntaje en esta sección sería tener una misión escrita que incluya un compromiso con un impacto social y/o ambiental positivo, tener una integración entre el desempeño social/ambiental y la toma de decisiones, tener métricas o KPI para determinar el cumplimiento de los objetivos sociales o ambientales.

Por el lado de la ética y la transparencia, la empresa sumaría más puntos si en los niveles más altos de supervisión corporativa hay personas que no sean dueñas, si hay organigramas definidos y tareas formalizadas por escrito para todos los empleados, si existe un código de ética y controles internos. En base a su información financiera, sumaría el total si la empresa utiliza normas IFRS¹ o GAAP² mientras que sumaría la mitad del puntaje de la pregunta si aplica normas locales. Mismo criterio para la auditoría de los estados contables, si es llevada a cabo por empresas o contadores con certificación internacional o local.

Si bien son muchas las preguntas de esta sección, una empresa que busca la certificación y que está en sintonía con la sustentabilidad y el impacto social, no debería tener mayores problemas para aprobar esta sección.

- Trabajadores:

Consta de preguntas que hacen referencia al bienestar financiero, salud y seguridad, desarrollo profesional y satisfacción de los empleados de la empresa.

¹ IFRS: Normas Internacionales de Información Financiera.

² GAAP: Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

En cuanto a lo financiero, se evalúan las remuneraciones de los empleados, beneficios adicionales (ajustes por inflación, bonos o participación en ganancias), aportes jubilatorios, acceso a productos o servicios financieros (como por ejemplo préstamos con bajo interés, herramientas de gestión financiera, acceso a servicios bancarios, etc).

También se evalúa la salud y la seguridad de los trabajadores, teniendo en cuenta si hay seguro contratado, cobertura social u otros beneficios como seguros de vida o extensión de beneficios al cónyuge e hijos del empleado.

En cuanto al desarrollo profesional, por supuesto que es de vital importancia el porcentaje de empleo formal que hay en la empresa, como también las oportunidades de capacitación y *feedback* a los empleados.

En relación a la satisfacción del empleado, se tiene en cuenta si hay políticas de no discriminación, licencias parentales o beneficios adicionales (transporte, comidas, cuidado infantil, u otros servicios).

Probablemente una de las secciones donde más se debe prestar atención, dada su complejidad y sensibilidad. Consideramos que para generar un impacto social o ambiental externo positivo, primero debemos trabajar en tener un impacto positivo para los trabajadores de la empresa.

- Comunidad:

Se realizan preguntas acerca del compromiso de la empresa con respecto a las comunidades con las que se vincula, la diversidad, equidad e inclusión, impacto económico, compromiso cívico y donaciones, y gestión de la cadena de suministros.

Se analiza si la empresa genera algún impacto específico en la comunidad, como organizaciones benéficas, contrataciones con proveedores locales o que pertenecen a grupos postergados, entre otros.

Con respecto a la diversidad, equidad e inclusión, se indaga sobre la inclusión a la hora de la contratación y posteriormente si la empresa posee un ambiente laboral inclusivo y equitativo (instalaciones, capacitaciones, programas de pasantía, encuestas anónimas a los empleados: sobre identidad de género, etnia, discapacidades, igualdad salarial de género, satisfacción en el empleo). Se analiza también la diferencia entre la remuneración más alta con respecto a la más baja que abona la empresa.

Suma puntos extras si la empresa se encuentra liderada por mujeres, minorías étnicas, veteranos de guerra, miembros de la comunidad LGBT³, entre otros.

Teniendo en cuenta el impacto económico, se consulta sobre la cantidad de puestos de trabajo (jornada completa o parcial) creados en los últimos 12 meses, y el domicilio de los trabajadores, para tener conocimiento de dónde provienen y si se prioriza a la comunidad local.

En cuanto a la gestión de la cadena de suministro, se indaga si la empresa evalúa el impacto social y ambiental de sus proveedores más significativos y de las compañías con las que poseen servicios tercerizados. Se evalúa si existe una política formal y escrita en el código de conducta para la contratación de proveedores, además del promedio de duración de las relaciones con los mismos (menos o más de 12 meses, más de 36 o de 60 meses).

³ Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transexuales.

Consideramos de suma importancia esta sección debido a que analiza uno de los pilares fundamentales de las empresas “B”: el impacto social que las mismas generan. Por esta razón, si una empresa se encuentra en evaluación para lograr la certificación, debería obtener una calificación positiva en esta etapa.

- Medio Ambiente:

En esta sección se evalúan las prácticas ambientales de la empresa, su cadena de suministro, y su impacto en el aire, el clima, el agua, la tierra y la biodiversidad. Se consulta además si los procesos que lleva a cabo la empresa contribuyen a la preservación del medioambiente.

Teniendo en cuenta la gestión ambiental, se indaga sobre las prácticas que implementa la empresa en su planta para maximizar la eficiencia ambiental de sus instalaciones, como por ejemplo: monitoreo del consumo de energía, uso de artefactos eléctricos con un consumo energético eficiente, uso de energía renovable, artefactos que promuevan un uso eficiente del agua, entre otros.

Además, se consulta sobre la existencia de un sistema de gestión ambiental (EMS) que cubra la generación de desechos, el consumo energético, el consumo de agua y las emisiones de carbono, y se analiza si la empresa realizó una evaluación que mida la huella ambiental de su cadena de valor.

Con respecto a aire y clima, se consulta si la empresa monitorea y realiza informes sobre su consumo energético, la fuente de energía que utiliza para obtener electricidad, se solicita el porcentaje de equipos comprados en los últimos 24 meses que hacen un uso eficiente de la energía o son ambientalmente preferibles, gestión de los gases de efecto invernadero.

En relación al agua, se evalúa el monitoreo que realiza la empresa sobre el uso de la misma y los métodos de conservación implementados, además de la forma en la que la empresa gestiona la huella hídrica de su cadena de suministro.

Por último, con respecto a la tierra y la vida, se evalúa la producción y el tratamiento de desechos de la empresa, y si la misma cuenta con programas de reciclaje.

Al igual que la sección anterior, creemos que la evaluación con respecto al Medio Ambiente es de vital importancia ya que la empresa que quiere obtener su certificación debe procurar un compromiso tal que permita llevar a cabo sus operaciones sin comprometer la calidad de vida de generaciones futuras.

- Clientes:

En esta sección se analiza la calidad de los productos y servicios (si alguno de ellos abordan problemas sociales o económicos de sus clientes), el marketing, y la existencia de canales de retroalimentación.

Se evalúa si la empresa ofrece garantías, si sus productos o servicios poseen certificados de calidad, y si poseen canales de comunicación donde los clientes expresen sus opiniones acerca de los mismos.

La última dimensión de la evaluación resulta igual de importante que el resto, porque consideramos que el compromiso que posee la empresa con sus clientes (desde conocer sus necesidades hasta darles el medio para que puedan opinar sobre la satisfacción con el bien o el servicio) es fundamental para considerarla como de triple impacto.

Una vez completada la Evaluación de Impacto B, si se obtiene al menos 80 puntos, podrá enviar su evaluación a revisión y de esta manera se iniciará formalmente el proceso de certificación.

- **Cuestionario de Divulgación e Industrias Controversiales.**

Luego de la Evaluación de Impacto B, que nos brinda un análisis del impacto positivo que tiene la empresa, se realiza el Cuestionario de Divulgación e Industrias Controversiales. Este se enfoca en los impactos negativos significativos que produce la compañía.

La empresa manifiesta -de forma confidencial- aquellas prácticas, sanciones o resultados sensibles. Son preguntas de Si/No como por ejemplo si la empresa produce o comercializa tabaco, si se encuentra en litigios, si ha sido sancionada por sus informes financieros o pagos de impuestos.

A partir de este cuestionario, B Lab puede solicitar soluciones específicas para obtener la certificación o en casos excepcionales esta será denegada o revocada.

- **Evaluación y verificación.**

En esta etapa de evaluación y verificación, la empresa deberá aportar los documentos y las evidencias que prueben sus prácticas, políticas y procesos detallados en el cuestionario. Dada las características de la empresa, es posible que el equipo de B Lab practique una auditoría presencial.

Realizada la verificación, si la compañía sigue superando los 80 puntos, será elegible para ser Empresa B Certificada firmando el Acuerdo de Empresa B.

- **Modificaciones Legales.**

Más allá de la validación que tiene que hacer la empresa de sus prácticas, procesos y políticas, B Lab exige un cambio en el estatuto o un cambio de tipo societario.



Ilustración 2: Beneficios de un cambio en el Estatuto.

Fuente: sitio web oficial sistema B.

En este sentido la empresa argentina que quiera certificar, deberá agregar en el estatuto/contrato social, luego del objeto social el siguiente párrafo:

“En el desarrollo de las actividades descritas en el objeto social, la Sociedad además de crear valor económico procurará generar un impacto material, social y ambiental, en beneficio de la sociedad, el ambiente y las personas o partes vinculadas a ésta” sitio web de sistema B (<https://www.sistemab.org/>).

Además es necesario incluir en la sección del estatuto/contrato social que describe las facultades de los directores/gerentes/administradores:

“En el desempeño de su cargo, los administradores deberán tener en cuenta en sus decisiones y actuaciones los efectos de dichas decisiones o actuaciones con respecto a los intereses de (i) la Sociedad, (ii) sus socios, (iii) empleados y (iv) los clientes, proveedores y otras partes vinculadas a la Sociedad. Asimismo, deberán velar por la protección del ambiente. El cumplimiento de la obligación antedicha por parte de los administradores

sólo podrá ser exigible por los socios y la Sociedad.” sitio web de sistema B (<https://www.sistemab.org/>).

De esta manera, podemos concluir que en Argentina no se exige la adopción de un tipo societario específico, pero sí se exige la modificación de los estatutos sociales. Esto se diferencia de otros países en donde si es necesario el cambio de figura jurídica, tal es el caso de Uruguay, en donde quienes quieran certificar como empresa B deberán reorganizarse como Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC).

- **Costos de la Certificación.**

Para poder iniciar el proceso de certificación y enviar la Evaluación de Impacto B, la empresa deberá abonar el FEE de Aplicación. Este consiste en un monto que varía según la facturación anual. La escala comienza en un importe de USD 400 (cuando se facture menos de un millón de dólares al año) hasta un importe de USD 5000 (cuando se facture más de quinientos millones).

Luego, año a año, deberá pagarse el FEE de Certificación. Este importe también varía en función a la facturación del último año. El primer tramo de facturación es de hasta USD 500.000 y se abona USD 1.000. Este importe se va incrementando hasta llegar al último tramo que es cuando se supera la facturación de USD 750.000.000, debiendo abonar USD 50.000.

3.2 Sellos de empresa B.

“Las empresas con menos de 12 meses de operación, pueden obtener el logo de Empresa B Pendiente con vigencia de:

- 1 año → Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México.

- 2 años → América Central y el Caribe, Uruguay, Perú, Ecuador, Paraguay, Bolivia y Venezuela.

Sin posibilidad de renovación mientras esperan la certificación de Empresa B.

Para obtener el logo Empresa B Pendiente, se necesita cambiar los estatutos desde el inicio, completar el 100% de la Evaluación de Impacto B, la firma de un contrato y un pago anual de US\$500 que da derecho a usar el logo.

El logo Empresa B Pendiente podrá ser utilizado únicamente en canales digitales.” recuperado del sitio web oficial de Sistema B (<https://www.sistemab.org/>).



Ilustración 3: Sello empresa B en proceso de certificación.

Fuente: sitio web oficial sistema B.



Ilustración 4: Sello empresa B certificada.

Fuente: sitio web oficial sistema B.

Consideramos que si bien la sustentabilidad y el triple impacto van más allá de una certificación, esta es importante y valida políticas y prácticas empresariales.

Hemos visto que el proceso de certificación es un largo y costoso camino. Sin embargo, a pesar de los costos en los que se incurre, la certificación del Sistema B ofrece grandes beneficios directos e indirectos para la empresa, mencionados a continuación.

Permite accesos a cursos y capacitaciones, genera un movimiento global que logra inspirar a muchos a sumarse a la comunidad, es una herramienta de mejora continua que permite aumentar el impacto positivo permanentemente, muestra transparencia interna y con la cadena de valor con la que opera la empresa, ofrece diferenciación, posibilita un *networking* con las más de 200 empresas de Argentina y más de 6.000 en el mundo, permite soluciones conjuntas, crea vínculos y alianzas que pueden ser sumamente beneficiosa para la empresa.

Posibilita también, un nuevo *branding* para la empresa, esto significa que la certificación ayuda significativamente en la gestión de la marca, generando un gran posicionamiento y promoviendo el propósito y los valores de la empresa.

Este gran compromiso permite además, un aumento de clientes y su fidelización, ya que en la sociedad el aspecto social ambiental toma cada vez más relevancia.

Ser una empresa B certificada y reconocida en el medio también genera una mayor atracción del talento humano. Esta distinción no solo demuestra un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, sino que también actúa como un imán para profesionales que buscan trabajar en entornos con valores sólidos y una cultura empresarial consciente.

Los individuos talentosos buscan no solo un salario competitivo, sino también un propósito en su trabajo y la oportunidad de contribuir positivamente al mundo que les rodea. Por lo tanto, una empresa B certificada se destaca como un lugar donde los empleados pueden encontrar significado en su labor diaria y sentirse parte de un movimiento más amplio hacia un cambio positivo. Esto crea un ciclo virtuoso en el que la reputación de la empresa como empleador atractivo atrae a más talento, lo que a su vez fortalece aún más su posición como líder en su campo.

Creemos importante destacar que no hay restricción de tamaño ni por sector económico para lograr la certificación como empresa B. Lo importante es tener los valores reflejados en las políticas, prácticas, modelo de negocios y estatutos de la empresa. El tamaño sólo influirá en las preguntas que se deben responder en la Evaluación de impacto B. Como se menciona en el sitio oficial de Sistema B, las empresas B pueden nacer B o hacerse B.

Por lo tanto, podemos concluir, que por más que sea un camino largo en el cual se incurre en muchos costos, vemos que son muchas las ventajas que conlleva y que a largo plazo produce un incremento de los resultados producto de los beneficios mencionados anteriormente.

En el próximo capítulo se hablará del interés que le podría traer a potenciales accionistas invertir en este innovador tipo empresarial, cuánto influye en el inversor que una empresa persiga el triple impacto. Además se tratarán temas relacionados a la inversión sustentable, el “nuevo” perfil del inversor, las formas de inversión, valoración de este tipo de inversión, entre otros temas.

CAPÍTULO IV: INTERÉS DE LOS POTENCIALES ACCIONISTAS EN LAS EMPRESAS B: UN ENFOQUE ATRACTIVO PARA LA INVERSIÓN CON PROPÓSITO

En el presente capítulo trataremos el interés que potenciales accionistas podrían llegar a tener en este nuevo tipo empresarial.

Las Empresas B ofrecen a los potenciales accionistas una perspectiva de inversión refrescantemente distinta, alineada con los valores personales y la búsqueda de un impacto positivo en la sociedad y el entorno. En un escenario financiero donde el retorno económico no es el único criterio de éxito, los inversores encuentran en las Empresas B una oportunidad de conciliar sus objetivos financieros con sus aspiraciones éticas y sociales.

En este capítulo buscamos analizar cuánto influye en el inversor, que una empresa persiga el triple impacto. En esta investigación abordaremos temas relacionados a la inversión sustentable, el “nuevo” perfil del inversor, las formas de inversión, valoración de este tipo de inversión, y otros temas relevantes para este enfoque.

4.1 ¿Qué son las inversiones sustentables?.

Este es un concepto relativamente nuevo, pero podemos definirlo como aquella inversión que además de contemplar el riesgo y la rentabilidad, también considera qué impactos genera la compañía.

Este tipo de inversiones considera la toma de decisiones basándose en factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Surge entonces el concepto ASG (o ESG, en inglés): Environmental, Social and Governance.

En general, el concepto ESG hace referencia principalmente a aspectos ambientales como el cambio climático y la escasez de recursos. A pesar de que estos son elementos vitales dentro del concepto, este término abarca un espectro más amplio. Involucra también aspectos sociales, como las políticas laborales de una empresa, la salud y seguridad de sus empleados, la calidad y el trazado de los productos, así como aspectos de gobierno corporativo como la diversidad en la junta directiva, la compensación de los altos ejecutivos, la ética empresarial y la transparencia fiscal. Todos estos elementos pueden tener un impacto significativo en la generación de valor a largo plazo para la empresa.

A partir de un informe elaborado por la compañía PwC, podemos observar una visión del panorama ESG y un listado de lo que cada pilar podría comprender:

Pilar medioambiental	Cambio climático	Capital natural	Contaminación y residuos	Oportunidades ambientales
	<ul style="list-style-type: none"> • Emisiones corporativas. • Huella de producto. • Financiación de la lucha contra el cambio climático. • Riesgos climáticos. • Adaptación y mitigación del cambio climático. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrés hídrico. • Biodiversidad y uso de terrenos. • Abastecimiento de materias primas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Emisiones atmosféricas. • Residuos peligrosos y no peligrosos. • Vertidos. • Fomento de la economía circular. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades en tecnologías limpias. • Oportunidades en edificación sostenible. • Oportunidades en renovables. • Incentivos fiscales.

Ilustración 5: Panorama ESG: Pilar medioambiental.

Fuente: publicaciones de la empresa PwC.

Pilar social	Capital humano	Responsabilidad de producto	Responsabilidad en la cadena de suministro	Oportunidades sociales
	<ul style="list-style-type: none"> • Atracción, retención y desarrollo del talento. • Diversidad e inclusión. • Equidad salarial. • Salud y seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información y etiquetado de productos. • Seguridad de producto y calidad. • Seguridad y privacidad de los datos. • Inversión responsable. • Satisfacción de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estándares laborales en la cadena de suministro. • Controversias en la cadena de suministro. • Derechos Humanos. • Responsabilidad en la relación con proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución a las comunidades. • Fomento del consumo responsable. • Sensibilización y activismo social. • Inversión de impacto social.

Ilustración 6: Panorama ESG: Pilar social.

Fuente: publicaciones de la empresa PwC.

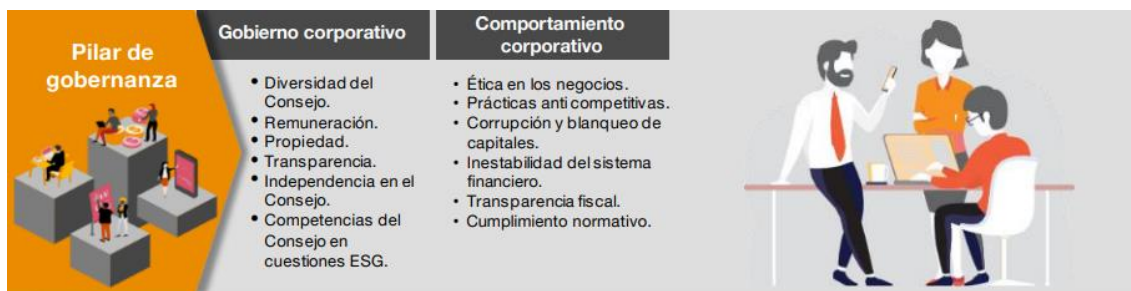


Ilustración 7: Panorama ESG: Pilar social.

Fuente: publicaciones de la empresa PwC.

En síntesis, una inversión sustentable considera los aspectos ASG. Ambientales, considerando cómo abordan las compañías el compromiso con el medio ambiente y el impacto que generan sus actividades en el planeta. Sociales, teniendo en cuenta de qué manera se relaciona la compañía con la sociedad, ya sea en lo referido a condiciones laborales como en sus relaciones con los trabajadores, y el Gobierno corporativo, reconociendo el liderazgo de la compañía en asuntos como remuneración de sus ejecutivos, diversidad, influencia política o fiscalidad.

Este nuevo concepto considera que los activos sustentables son inversiones más resilientes a largo plazo. Tiene en cuenta el potencial, y una clave para descubrir el verdadero potencial de inversión de un activo es comprender su impacto en el planeta y en sus habitantes.

A partir de este análisis, podemos diferenciarla claramente del enfoque clásico de inversión, que considera riesgo y rentabilidad, márgenes de ganancias, capitalización de mercado. De manera tal que no considera el impacto social y ambiental de la empresa.

4.2 El inversor de empresas B.

Los inversores enfocados en empresas sostenibles representan una diversidad en términos de edad y capacidades financieras, siendo su principal motor de inversión se basa en la alineación de sus valores personales con los principios de sostenibilidad.

La motivación principal de estos inversores radica en buscar empresas comprometidas con prácticas sostenibles y valores éticos. Buscan compañías que prioricen el cuidado del medio ambiente, mantengan sólidas políticas de personal y contribuyan positivamente al entorno social. La ética, la sostenibilidad y el impacto social se encuentran entre los pilares fundamentales que guían sus decisiones de inversión.

A diferencia de las estrategias tradicionales de inversión, que se centran principalmente en analizar riesgos y rentabilidades, este perfil de inversor en empresas sostenibles considera de manera integral tanto los aspectos económico-financieros como los impactos socioambientales de las compañías. La integración de criterios ESG es esencial en su evaluación de las oportunidades de inversión.

Este perfil de inversor tiende a tener un enfoque de inversión más holístico. A menudo, buscan la diversificación de sus carteras de inversión y muestran una preferencia por activos que muestren un compromiso claro con la sostenibilidad.

Además, valoran la transparencia y la calidad de la información disponible sobre las prácticas empresariales ESG al tomar sus decisiones de inversión. Consideran fundamental tener datos confiables y completos sobre el comportamiento de una empresa en aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo para fundamentar sus decisiones de inversión.

Por otro lado, aunque este perfil de inversor puede compartir similitudes a nivel global, existe una tendencia hacia la preferencia de proyectos o empresas locales. Esta inclinación puede estar motivada por un deseo intrínseco de contribuir al desarrollo sostenible, especialmente en el entorno cercano, y participar activamente en la construcción de una economía más responsable y comprometida con el medio ambiente y la sociedad.

Javier Garayoa, Director General de Spainsif (una asociación interesada en promover la Inversión Sostenible y Responsable en España) en una entrevista en la página web de Dirigentes Digital (<https://dirigentesdigital.com>), define al inversor sostenible de la siguiente manera:

“El inversor sostenible es un inversor estable, no especulativo. Se trata de un demandante de productos de medio y largo plazo, sensible a los riesgos, que tiene en cuenta los ambientales, sociales y de gobernanza y, sobre todo, con un alineamiento con sus valores personales, en relación con la protección del planeta y las mejoras sociales.”

En definitiva, en el perfil del inversor en empresas sostenibles existe una coherencia entre los valores personales con los principios de la empresa. Este tipo de inversor muestra un enfoque holístico, integrando criterios ESG en sus decisiones de inversión y valorando la transparencia en la información. Además, su inclinación hacia proyectos locales refleja su deseo de contribuir activamente al desarrollo sostenible en su entorno cercano. Como señala Javier Garayoa, esta figura inversora se caracteriza por ser estable, con visión a largo plazo y alineada con valores personales, incorporando consideraciones ambientales, sociales y de gobernanza en su estrategia de inversión.

4.3 Formas de inversión en empresas sostenibles.

En Argentina, los inversores interesados en empresas sostenibles tienen diversas opciones para participar en el mercado financiero enfocado en la sostenibilidad, aunque la oferta puede ser aún incipiente en comparación con otros países desarrollados.

1. Acciones y Bonos Verdes: Aunque las emisiones de bonos verdes y acciones específicas de empresas sostenibles no son tan comunes en el mercado argentino como en otros países, algunas empresas locales han incursionado en la emisión de bonos verdes.

De hecho, la Comisión Nacional de Valores ha puesto a disposición guías que buscan dar un marco a este tipo de inversiones. Estos bonos financian proyectos que buscan un impacto ambiental positivo, como energías renovables o eficiencia energética. Además, algunas empresas cotizadas en la Bolsa de Buenos Aires han comenzado a mostrar su compromiso con la sostenibilidad, lo que puede ofrecer oportunidades de inversión para aquellos que buscan acciones alineadas con la sostenibilidad.

2. Fondos de Inversión Sostenible: En Argentina, la oferta de fondos de inversión sostenible está en desarrollo. Algunas instituciones financieras han empezado a ofrecer fondos de inversión que siguen criterios ESG en la selección de activos. Estos fondos agrupan acciones o bonos de empresas que cumplen con criterios sostenibles y buscan ofrecer a los inversores una cartera diversificada centrada en la sostenibilidad.

3. Inversión de Impacto: La inversión de impacto en Argentina está emergiendo como una opción interesante para aquellos que buscan generar un retorno financiero al tiempo que contribuyen a generar un impacto social o ambiental positivo. A través de alianzas con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, algunos inversores han optado por apoyar proyectos que buscan mejorar la calidad de vida de comunidades locales o promover el desarrollo sostenible.

4. Plataformas de Crowdfunding Sostenible: Aunque el crowdfunding sostenible aún se encuentra en una etapa temprana en Argentina, algunas plataformas locales han comenzado a facilitar la financiación colectiva para proyectos sostenibles. Estas plataformas permiten a pequeños inversores participar en iniciativas que van desde energías renovables hasta emprendimientos sociales. En Argentina no hay una ley de crowdfunding específica, sin embargo este financiamiento colectivo está reglamentado en la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor N° 27.349.

En relación a este aspecto, vemos en Argentina grandes avances en los últimos 5 años. En 2019, la CNV implementó una guía titulada “Lineamientos para la Emisión de Valores Negociables Sociales, Verdes y Sustentables en Argentina”, haciendo aumentar la oferta de productos financieros sostenibles.

En 2021, la Resolución General 885/21 incorporó el Régimen Especial para FCI ASG, estableciendo que “Los Fondos Comunes de Inversión (FCI), cuyo objeto especial de inversión lo constituyan valores negociables con impacto Ambiental, Social y de Gobernanza (FCI ASG) se regirán por este régimen especial”.

Del haber del fondo deberá invertirse el 45% en: a) Valores Negociables Sociales, Verdes y/o Sustentables; b) Valores negociables cuyas emisoras se encuentren listadas en paneles de mercados autorizados por la Comisión que destaquen la aplicación de buenas prácticas de Gobierno Corporativo, Social y/o Medioambiental; c) Valores negociables que cuenten con revisión externa, de acuerdo con los “Lineamientos para la Emisión de Valores Negociables Sociales, Verdes y Sustentables en Argentina”. Además de este 45%, también debe invertirse como mínimo el 30% en valores representativos de deuda y/o certificados de participación de Fideicomisos Financieros destinados al financiamiento de PYMES.

Continuando estos lineamientos, en 2021, la CNV también publicó la “Guía para la inversión socialmente responsable en el mercado de capitales argentino”. Promueve estrategias y beneficios de la inversión responsable. Explica también, las opciones de inversión en el mercado local: “1) Inversión en Valores Negociables Sociales, Verdes y Sustentables (Bonos SVS); 2) Inversión en Bonos Verdes sub-soberanos; 3) Inversión en certificados de participación y/o valores fiduciarios de los Fideicomisos Financieros Solidarios; 4) Inversión en acciones de empresas que se encuentren listadas en paneles de

mercado que destaquen la aplicación de buenas prácticas de gobierno corporativo; 5) Inversión en acciones de empresas que se encuentren en índices ASG o de sustentabilidad; y 6) Adquisición de cuotas partes en Fondos Comunes de Inversión que aplican estrategias de inversión socialmente responsable”.

En conclusión, a pesar de que la oferta de inversión sostenible en Argentina se encuentra en una etapa inicial, se evidencian avances significativos respaldados por las regulaciones de la Comisión Nacional de Valores. Estos esfuerzos regulatorios están sentando las bases para el crecimiento y la diversificación de opciones de inversión que se alinean con los principios de sostenibilidad en el mercado financiero argentino. A medida que se fortalece el marco normativo y se fomenta la transparencia en las inversiones sostenibles, se espera un mayor desarrollo y accesibilidad para los inversores interesados en apoyar proyectos sostenibles en el país.

4.4 La rentabilidad en las inversiones sustentables.

¿Son las inversiones tradicionales más rentables? ¿Las compañías con prácticas sustentables incurren en mayores costos que hacen disminuir la rentabilidad? ¿Existe una verdadera diferencia entre aquellas empresas que consideran los factores ASG y las que no lo hacen?

Cada vez son más los estudios y análisis que van demostrando que las inversiones sustentables son realmente competitivas.

Segun expone Global Research Institute en *Digging Deeper into the ESG-Corporate Financial-Performance-Relationship*, “La integración de los factores ASG deriva en una mejor gestión de los riesgos, optimizando así la rentabilidad”.

Continuando en este sentido, The Blackrock Investment Institute concluye que “la transición hacia prácticas sostenibles producirá el encarecimiento de los activos, como el de aquellos con alta sostenibilidad y, en consecuencia, abaratará aquellos con baja sostenibilidad, lo cual significa que los activos con alta sostenibilidad serán recompensados durante el período de transición”.

Además, BlackRock Investment Institute (2019) en *Sustainability: the bond that endures* expone que las empresas que consideran los elementos ASG tienen una menor exposición a los riesgos de cola (eventos de muy baja probabilidad de ocurrencia, pero que en caso de que ocurran, impactan severamente).

Estas investigaciones sugieren una nueva perspectiva sobre la rentabilidad de las inversiones sostenibles. La evidencia respalda cada vez más la idea de que considerar los factores ASG implica mitigar riesgos y potenciar la rentabilidad de las inversiones.

A lo largo de este capítulo, se ha explorado en detalle el panorama de las inversiones sostenibles en Argentina. Desde su definición hasta las diversas formas de inversión disponibles, se ha trazado un recorrido que muestra tanto el progreso como los desafíos en este ámbito. Las regulaciones y las guías, implementadas por la CNV, han jugado un papel crucial en el impulso de productos financieros sostenibles, allanando el camino hacia un mercado más diversificado y comprometido con la sostenibilidad. Si bien aún se encuentra en una etapa incipiente, se perciben avances sólidos que sientan las bases para un futuro financiero más responsable en Argentina. Es por ello que creemos que se abre una gran posibilidad para las Empresas B en Mendoza, en un mercado que cada vez crece más, aumentando el interés en potenciales accionistas e inversores.

Una vez analizado el interés que potenciales accionistas podrían tener en invertir en estas innovadoras empresas, en el próximo capítulo hablaremos sobre los beneficios que las

mismas generan a nivel social y ambiental, y ejemplos de los mismos implementados en empresas de la provincia de Mendoza.

CAPÍTULO V: BENEFICIOS QUE LAS EMPRESAS B APORTAN A LA SOCIEDAD: IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL SOSTENIBLE

Las Empresas B se destacan como agentes de cambio al generar beneficios que repercuten positivamente en la sociedad mendocina. Su enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial (RSE) trasciende las ganancias financieras, abordando desafíos fundamentales y creando un impacto duradero en diversos ámbitos sociales y ambientales.

En el presente capítulo abordaremos los impactos sociales y ambientales que genera este nuevo tipo empresarial, y casos concretos donde empresas mendocinas generan este impacto positivo en la sociedad.

5.1 Impacto Social Inclusivo.

Las Empresas B están comprometidas con la inclusión y la equidad. A través de prácticas laborales justas, promoción de la diversidad y empoderamiento de las comunidades locales, estas empresas contribuyen a la creación de empleos de calidad, al desarrollo de habilidades y al fortalecimiento social. Además, sus acciones pueden inspirar a otras empresas a adoptar enfoques más inclusivos y equitativos.

Estas empresas suelen ofrecer salarios justos, beneficios, oportunidades de formación y desarrollo profesional, y promueven un ambiente de trabajo inclusivo y diverso.

5.2 Desarrollo Comunitario.

Las Empresas B actúan como impulsores del desarrollo comunitario al participar activamente en proyectos y programas que benefician a las áreas circundantes. Al colaborar con organizaciones locales, apoyar la educación, mejorar la infraestructura y

promover la participación ciudadana, estas empresas contribuyen al fortalecimiento de las comunidades y al bienestar general.

Las empresas B fomentan el desarrollo de proveedores y productores locales, contribuyendo al fortalecimiento de la economía local y reduciendo la dependencia de importaciones. Estas empresas buscan generar un impacto positivo en la cadena de suministro, promoviendo prácticas éticas y sostenibles en toda la cadena de valor.

5.3 Acciones Ambientalmente Sostenibles.

A través de prácticas comerciales responsables, reducción de la huella de carbono, gestión eficiente de recursos y promoción de la conservación ambiental, estas empresas se convierten en actores clave en la lucha contra el cambio climático y la degradación del medio ambiente. Buscan reducir su consumo de energía y agua, implementar prácticas de reciclaje y reducción de residuos, y promover la conservación de la biodiversidad.

5.4 Innovación para el Bien Común.

Buscan soluciones creativas para desafíos sociales y ambientales, impulsando avances en áreas como energías renovables, agricultura sostenible, salud y educación. Esta mentalidad innovadora no solo beneficia a la empresa, sino también a la sociedad en su conjunto.

5.5 Catalizadores de Cambio Cultural.

Al demostrar que es posible lograr un equilibrio entre el beneficio económico y el impacto social y ambiental, estas empresas inspiran a otras a seguir su ejemplo. Este efecto multiplicador puede llevar a una transformación más amplia en la forma en que se conciben y operan las empresas.

5.6 Fortalecimiento de la Marca y Confianza del Consumidor.

Las Empresas B suelen tener una reputación sólida y auténtica en términos de responsabilidad social y ambiental. Esta reputación fortalece la marca y fomenta la confianza de los consumidores, lo que puede traducirse en una mayor lealtad y preferencia por parte de los clientes.

En conclusión, las Empresas B son motores de impacto positivo en la sociedad mendocina, abordando desafíos sociales y ambientales a través de su modelo de negocio centrado en la sostenibilidad y la RSE. Su enfoque integral genera beneficios en múltiples niveles, desde la inclusión y el desarrollo comunitario hasta la conservación ambiental y la promoción de la innovación.

5.7 Empresas B en Mendoza

Como hemos mencionado anteriormente, Mendoza es la primera Ciudad+B de Argentina, y a continuación mencionaremos algunos ejemplos de Empresas B mendocinas que lo demuestran:

- **La Marchigiana:** es una empresa con una trayectoria de 70 años en la provincia de Mendoza, contando con 2 locales gastronómicos ubicados en la capital de dicha provincia. La reconocida casa de pastas fue el primer restaurante en toda la Argentina en certificar como Empresa B, allá por el año 2015.

El proyecto (hoy en día liderado por la cuarta generación de la familia Barbera), se caracteriza por su minuciosa selección de proveedores, su operatoria de separación de residuos y hasta un programa para que los empleados puedan acceder a una vivienda propia.

“La Marchi’ es una parte importante de la cultura mendocina y de la historia local, y convertirnos en empresa B es una muestra más de ese compromiso para con la sociedad. Hay una relación ‘comunidad-empresa’ que acá se respira desde siempre”, expresa Valentina Tornello, Brand Manager del Grupo Broda.

Martín Barbera, hoy al frente de los dos locales del tradicional restaurante, cuenta que a la hora de generar empleo buscaron ser una salida laboral para sectores más vulnerables. Se priorizó la contratación formal y en blanco de personas no calificadas residente en zonas postergadas como La Favorita para que inicien un proceso de formación y crecimiento dentro de la empresa que les mejore su calidad de vida. "Muchos de nuestros mejores empleados ingresaron como peones o bacheros y fueron haciendo carrera y ascendiendo dentro de la empresa", cuenta Martín a Sitio Andino (<https://www.sitioandino.com.ar/>, 2019).

Además, para los empleados se constituyó una asociación mutual, que entre otras políticas de asistencia, como créditos o círculos cerrados de compras de motos o cuentas corrientes en farmacias, se le sumó la idea de armar un barrio para los propios trabajadores, proyecto que ya tiene un loteo en Guaymallén y se encuentran avanzando con la urbanización de un lote para construir 55 viviendas para el equipo.

La Marchigiana fue uno de los colaboradores que permitieron la formación de cooperativas hoy en crecimiento como El Arca (empresa de Gestión Social que promueve Comunidades Prosumidoras (productoras y consumidoras a la vez) vinculando pequeños productores con redes de familias, empresas, organizaciones sociales). También trabajan priorizando a proveedores locales y a organizaciones de la economía social.

En cuanto al medio ambiente, la empresa se autoimpuso el reciclado de todo el cartón y plásticos que el restaurante consume. La separación y selección de residuos la hacen ellos mismos y los resultados económicos de ese reciclado se lo entregan a la asociación mutual que ofrece beneficios a sus propios trabajadores. También reutilizan todo el aceite que consumen concediéndoselo a una empresa que fabrica jabón con este material. Además buscan la eficiencia energética con paneles solares en el techo de su local céntrico ubicado en calle Patricias Mendocinas.

"Comunicar lo que hacemos en cierto punto contagia. Una vez nos dijeron: nadie prende una vela para ponerla debajo de la mesa. Y en cierto punto buscamos que haya cada vez más empresas que se preocupen y busquen generar impactos positivos. Si estás haciendo algo bueno contalo porque contagia", cuenta Martín Barbera a Sitio Andino (<https://www.sitioandino.com.ar/>, 2019).

- **Bodega Lagarde:** fue fundada en el año 1897 y se convirtió en empresa B en 2019, convirtiéndose en la bodega más antigua de América y la más grande de Latinoamérica en sumarse a la comunidad mundial de Empresas B.

“Si bien todavía somos pocas las bodegas certificadas B, se empieza a ver en la industria del vino una apuesta por la sustentabilidad. Hablamos de un sector muy inserto en el mundo y siempre atento a las últimas tendencias y a lo que el mercado pide; además de que, al estar tan en contacto con la naturaleza, nos queda claro que tenemos que tomar medidas frente al cambio climático”, menciona la CEO de Bodega Lagarde, Sofía Pescarmona.

Como menciona el sitio web de Bodega Lagarde (<https://www.lagarde.com.ar/>) desde sus inicios, la producción de sus vinos se llevó a cabo con un criterio de

sustentabilidad a través de un modelo de gestión que promueve el respeto por las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Lagarde se suma a un movimiento global de empresas que quieren generar un cambio, utilizando la fuerza del mercado para dar soluciones. Pensando en un mejor cuidado del medio ambiente, en 2018 la bodega lanzó su primera línea de vinos orgánicos, certificados por la OIA, y que luego en febrero de 2019 sumó un Malbec Orgánico.

Asimismo, la empresa colabora con diferentes asociaciones civiles, como Aves Argentinas (organización nacional que protege las aves silvestres y la naturaleza de Argentina), y desde hace años, implementa programas de reciclaje así como de tratamiento de residuos. En el último tiempo, además, viene capacitando al personal en materia de gestión de residuos.

“Con un alto compromiso, hemos asumido este desafío de ser Empresa B y ser parte del movimiento global que quiere generar un cambio para dar soluciones a problemas sociales y ambientales. Justamente, hemos medido este impacto considerando que nuestras acciones pueden tener consecuencias favorables. Creemos en una mejor manera de hacer vinos”, menciona Sebastián Barboza, gerente general de la bodega, en el sitio web oficial de Bodega Lagarde (<https://www.lagarde.com.ar/>).

- **Reciclarg:** es una empresa ubicada en Guaymallén, provincia de Mendoza, encargada de los residuos electrónicos.

Siguiendo el artículo periodístico realizado por María Belén Mas en el sitio web de Mass Negocios (<https://massnegocios.com>), Reciclarg es una empresa que recibe, separa, acopia, muele, embala y envía a Europa o Buenos Aires distintos

materiales recuperados para aprovechar hasta un 80% de los plásticos y minerales que pueden reinsertarse en el sistema productivo.

Si analizamos que en Argentina, según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, se genera un promedio de 45.000 toneladas diarias de residuos sólidos urbanos, se considera que se emite una tonelada de basura cada dos segundos. Gran parte de dichos residuos domiciliarios van a rellenos sanitarios de los centros urbanos, generando gases de efecto invernadero, principalmente metano, un gas 21 veces más reactivo que el CO₂ en relación al cambio climático. Si se agregan los metales de los residuos electrónicos y eléctricos, la contaminación es mayor al afectarse los suelos y napas freáticas.

“Sudamérica no cuenta con una planta de fundición. De alguna manera somos una planta de transición que envía a otros sitios, porque en la región no hay tecnología para procesar plaquetas”, expresó Farid Nallim, responsable de Reciclarg, a Diario Luján.

Reciclarg es una empresa que ha adquirido un “*know how*” sobre reciclado, desarmado y embalaje para procesar los residuos tecnológicos de los particulares, instituciones y empresas del Gran Mendoza.

“Tenemos 7 puntos limpios en toda Mendoza, en los departamentos del Gran Mendoza. En Luján articulamos dos campañas al año, y hasta la fecha es el segundo departamento que más aporta material, luego de Guaymallén”, expresó Nallim para el sitio web de Mass Negocios (<https://massnegocios.com>, 2021).

Uno de los proyectos de Reciclarg es la apertura de un museo de tecnología y de concientización ambiental. Otro de los proyectos es sobre arte y bijouterie.

Además, *Reciclarg* está gestionando vías para el procesamiento de pilas y baterías.

- **Villavicencio:** Villavicencio pertenece al Grupo Danone y con más de 100 años de trayectoria es la marca líder del mercado de aguas minerales. Villavicencio elabora agua de máxima pureza y calidad que conserva de manera intacta sus características únicas al nacer en una Reserva Natural protegida.

Villavicencio lleva adelante numerosas acciones de protección y conservación del ambiente y la biodiversidad. Dentro de las cuales se destacan la creación de la fundación Villavicencio y la conservación de más de 60.000 hectáreas de la Reserva Villavicencio; la promoción de la economía circular a través del desarrollo de envases con contenido de material reciclado y a través del programa de reciclaje inclusivo, con el objetivo de incrementar las tasas de recolección de las botellas de PET y fortalecer las cooperativas de recuperadores urbanos; la medición y reducción de la huella de carbono; entre otros.

Danone Argentina alcanzó la certificación como empresa B en sus negocios de logística y lácteos. Más del 75% de las ventas globales de Danone están cubiertas por la certificación B Corp, lo que marca un avance significativo hacia la ambición de Danone de convertirse en una de las primeras multinacionales certificadas.

Gonzalo Velazco, Gerente General de Logística La Serenísima destacó que “El negocio de logística recorre a diario más de 180.000 kilómetros para llegar a todo el país y obtener una certificación de estas características pone en valor el compromiso con el que lo hacemos a diario. Apostamos a impactar positivamente en toda la cadena de valor y este hito es un paso más en este camino” expresó para el sitio web oficial de Trade y Retail (<https://tradeyretail.com/>, 2023).

Danone, comprometida en el cuidado del medio ambiente y cambio climático, fue destacada en 2021 y por tercer año consecutivo como líder ambiental mundial por la organización internacional sin fines de lucro CDP, cuyo sistema de divulgación y calificación es reconocido como el estándar líder de transparencia ambiental corporativa. De las casi 12000 empresas calificadas en 2021, Danone es una de las únicas 14 empresas que lograron un lugar en la Lista A para las tres áreas ambientales cubiertas por CDP: cambio climático, preservación de bosques y seguridad hídrica.

De acuerdo con su sitio web, otras de las prácticas beneficiosas tanto para la sociedad como para el ambiente que ha realizado Danone son:

- “Fomento a la inclusión y la igualdad de oportunidades.
- Impulso de hábitos de alimentación saludables y sostenibles en niños y niñas.
- Promoción a la producción y el consumo local. Acciones: asegurando el bienestar animal; relaciones familiares y duraderas de más de 25 años con los ganaderos; leche de proximidad a nuestras fábricas; sostenibilidad económica y social con todas las familias ganaderas.
- Desde 2015, se han reducido un 17% las emisiones de CO2.
- Donaciones a bancos de alimentos de 10 millones de yogures al año.
- Objetivo 0 emisiones de carbono para 2050” sitio web oficial de Danone (<https://www.danone.es/>).

Podemos concluir entonces que Mendoza es una de las principales provincias que incentivan a las empresas a obtener la certificación “B” y generar impacto social, económico y ambiental, y los resultados están visibles en la cantidad de empresas

mendocinas que lograron su certificación o están en proceso de hacerlo, algunas de ellas fueron mencionadas anteriormente.

Cada vez existen más empresas en Mendoza que no solo se enfocan en lo económico, sino que están comprometidas también en un triple impacto, por lo que podemos concluir que estas compañías sí pueden ser parte del crecimiento provincial en aspectos sociales y ambientales. Hemos observado en casos concretos cómo esto es demostrado y validado. Casos donde empresas contribuyen a la separación y reciclaje de residuos, programas para que los empleados puedan acceder a su vivienda propia, contrataciones a personas no calificadas residentes en zonas postergadas. También que se priorizan contrataciones con proveedores locales y organizaciones de la economía social. Además de la elaboración de productos orgánicos, colaboraciones con diferentes asociaciones civiles, protección de reservas naturales, entre otros. Es por ello que, claramente este nuevo modelo de negocios sí contribuye a un crecimiento en lo social y ambiental para la Provincia de Mendoza.

A continuación, comentaremos el aspecto legal haremos menciona a los aspectos legales que respaldan a este nuevo tipo empresarial, desde su aporte al estado y la economía, la situación actual en Mendoza y en Argentina, el proyecto de ley BIC, y los beneficios que las empresas “B” le generan al estado.

CAPÍTULO VI: EL ESTADO Y LAS EMPRESAS B. PROMOCIÓN DEL ESTADO. BENEFICIOS FISCALES. ASPECTO LEGAL

En este capítulo veremos que las Empresas B no solo generan impacto a nivel social y ambiental, sino que también aportan al Estado y a la economía. A través de su enfoque en la sostenibilidad, se convierten en importantes socios para el gobierno y contribuyen de diversas maneras al desarrollo y al bienestar de la comunidad.

El mercado puede nutrirse y retroalimentarse de tres maneras, como lo explica el siguiente esquema:

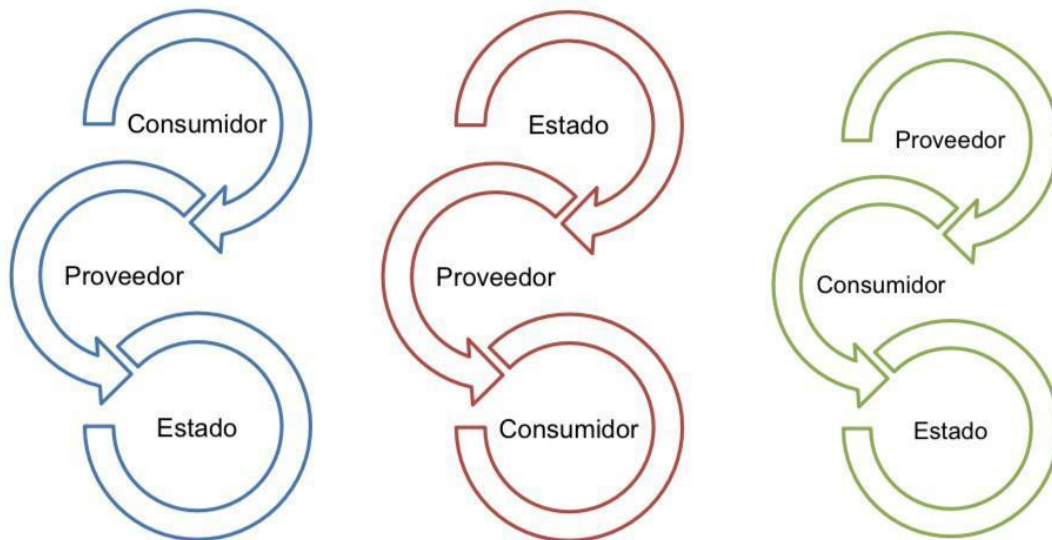


Ilustración 8: Retroalimentación del mercado.

Fuente: Material de la asignatura Administración y Contabilidad en la Hacienda Pública de la UNCuyo.

En algunas ocasiones, el consumidor es quien le exige al mercado, con determinados gustos, y los proveedores son quienes trabajan para satisfacer dichas necesidades, para que luego el Estado se adapte a ello. En otras ocasiones es el Estado quien le exige al proveedor, y este último es el que se adapta para entregar el bien o servicio al consumidor. Esto lo puede hacer mediante la obligación (a través de leyes y reglamentaciones que le

exijan a las empresas determinadas políticas de sostenibilidad) o bien por promoción y fomento.

Analizando el caso de las políticas gubernamentales en los países de Europa, ha sido muy positiva la transición a la sostenibilidad. En un primer momento se promovieron estas políticas, otorgando ciertos beneficios a quienes trabajaban con estos objetivos. En este periodo, las empresas pudieron ir adaptándose y modificando sus modelos de negocio a su ritmo y a su manera. Luego de esta primera etapa, el Estado empieza a exigir y obligar a las empresas a implementar estas políticas de sostenibilidad. Sin embargo, esto no es un problema ya que todas las empresas tuvieron el tiempo necesario para hacerlo de manera correcta.

6.1 La situación en Mendoza - Argentina.

Actualmente en Argentina contamos con el Decreto 1171/2000 que crea el Balance Social y la Reglamentación del artículo 18 de la Ley N° 25.250. Dicho decreto parte de la base de que tradicionalmente las empresas argentinas, en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Ley y los estatutos, han elaborado y entregado los resultados de labor administrativa y financiera, quedando los mismos plasmados en informes y balances anuales. Este decreto considera la Recomendación N° 129/67 de la O.I.T. (Organización Internacional del Trabajo) la cual expresa que: “Tanto los empleadores y sus organizaciones como los trabajadores y sus organizaciones deberían, en su interés común, reconocer la importancia que tiene, dentro de la empresa, un clima de comprensión y confianza mutua favorable tanto para la eficacia de la empresa como para las aspiraciones de los trabajadores”.

Además, tiene en cuenta que actualmente una empresa alcanza su objetivo a través de la relación entre personas, por lo que su objetivo económico debe realizarse en un contexto

de desarrollo integral, que permita el crecimiento tanto de la organización como de las personas que la integran. Es por esto que se estudia la necesidad de contar con un instrumento de información que hoy se plasma en el Balance Social como una técnica de evaluación periódica y sistemática de los recursos humanos de la empresa y de la proyección de ésta en la comunidad.

El decreto 1171/2000 informa que los objetivos del Balance Social son:

1. Realizar un diagnóstico de la gestión empresarial en un período determinado, permitiendo la posibilidad de redefinir políticas, establecer programas y evaluar la efectividad de las inversiones sociales;
2. Disponer de la información de la empresa y de sus trabajadores así como de los sectores que se vinculan con su actividad; y
3. Facilitar el intercambio de información a los fines de realizar de buena fe negociaciones colectivas.

Es por estas razones que el presidente de la Nación decreta que:

Las empresas con más de 500 trabajadores dependientes, están obligadas a elaborar y entregar anualmente al sindicato un documento denominado Balance Social, en el que quedará plasmada información que permita apreciar la situación de cada empresa en el campo social y evaluar las realizaciones y cambios registrados.

El Balance Social incluirá, como mínimo: información sobre el empleo, remuneraciones, cargas sociales y demás elementos integrantes de la base de cálculo del costo laboral, condiciones de higiene y seguridad de la empresa, planes referidos a la formación y capacitación, y todo lo relativo a las relaciones profesionales. Además, deberá contener

información referida a programas que prevean innovaciones tecnológicas y organizacionales que signifiquen modificaciones respecto de las dotaciones de personal y el traslado total o parcial de las instalaciones. La información sobre el empleo, deberá incluir las distintas modalidades contractuales, así como también el detalle de las altas y bajas producidas en el período indicado. El Balance Social deberá cerrarse el 30 de abril de cada año.

La resolución técnica N° 36 de la FACPCE menciona que para la preparación del Balance Social, se utiliza la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), que es el modelo internacional más reconocido. El GRI es una iniciativa internacional apoyada desde Naciones Unidas que se define como “una iniciativa internacional a largo plazo, promovida por un conjunto diverso de partes interesadas o interlocutores, cuya misión es desarrollar y diseminar a nivel global las guías necesarias para aquellas organizaciones que, de manera voluntaria, quieren emitir informes sobre la sustentabilidad de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus actividades, productos y servicios”. La Guía del GRI contempla tres dimensiones: la económica, la ambiental y la social, e identifica las categorías que comprende cada una de ellas, así como los indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten seguir la evolución de los resultados.

El Balance Social incluye:

- Memoria de Sostenibilidad.

“La memoria de sostenibilidad presenta los resultados que se han obtenido en el periodo informativo, considerando los compromisos, la estrategia y el enfoque adoptado por la organización.” ... “Permiten realizar un estudio comparativo y

valoración del desempeño con respecto a leyes, normas, códigos, pautas de desempeño e iniciativas voluntarias; demostración de cómo una organización influye en las expectativas de desarrollo sostenible; comparación del desempeño de una organización y entre distintas organizaciones a lo largo del tiempo” Global Reporting Initiative (2006). Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad.

- Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD):

“Valor económico generado es el valor creado por la organización y los grupos sociales involucrados con ella. ... Se mide por la diferencia entre el valor de las ventas y los insumos adquiridos a terceros devengados en el ejercicio. ... Algunos de los conceptos que se incluyen son: venta de mercaderías, productos y servicios, ingresos relativos a la construcción de activos propios, previsión para desvalorización de créditos, incluye los valores relativos a la constitución y reversión de la previsión, etcétera. ...

... Por otra parte, el valor económico distribuido se refiere a la retribución de todos aquellos grupos sociales que intervienen en las actividades del ente. ... Algunos de los conceptos que abarca son: remuneraciones al personal, remuneraciones al personal directivo y ejecutivo, al Estado (impuestos, tasas y contribuciones), retribuciones al capital de terceros, retribuciones a los propietarios, entre otros.” Normas Profesionales, Resolución Técnica FACPCE N°36 (2013).

“Cualquiera sea el procedimiento de selección, la adjudicación deberá realizarse en favor de la oferta más conveniente para el licitante, teniendo en cuenta, en primer término, el

mejor precio ofertado. Junto al mismo, se ponderarán mediante grillas de evaluación y puntajes, la solvencia y capacidad empresaria de los oferentes; ésta última valorada en razón de sus antecedentes y de las certificaciones de calidad de sus procesos y actividades empresarias, especialmente, entre otros, mediante **indicadores demostrativos de la observancia de los Principios y Objetivos de Desarrollo Sostenible proclamados por el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas**, conforme Resoluciones de la Asamblea General N° 70/1 del 25 de septiembre de 2015 y demás que la complementen o modifiquen.” (Art. 149 Ley N° 8.706 de 2014. Ley de Administración Financiera, 5 de Agosto de 2014)

Podemos observar la importancia que le da la provincia a este nuevo tipo empresarial, lo cual resulta beneficioso no solo para la comunidad mendocina y el medio ambiente, si no también para las empresas que han obtenido la certificación como B, ya que esta modificación al artículo supone un incentivo a que cada día más organizaciones tomen la iniciativa de obtener esta certificación.

6.2 Beneficios de las Empresas B con respecto al estado.

6.2.1 Promoción del Desarrollo Sostenible.

Las Empresas B actúan como defensores del desarrollo sostenible, alineando sus objetivos con las metas gubernamentales de promover prácticas comerciales responsables y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos. Su compromiso con la sostenibilidad ambiental, la inclusión social y la creación de valor compartido refuerza las iniciativas estatales en estas áreas y puede acelerar el logro de objetivos a largo plazo.

6.2.2 Fomento de la Colaboración Público-Privada.

Las Empresas B son catalizadoras de la colaboración entre el sector privado y el sector público. Al unir fuerzas con el gobierno en proyectos de interés público, estas empresas pueden maximizar el impacto de sus acciones y contribuir a soluciones conjuntas para desafíos sociales y ambientales. La colaboración público-privada puede resultar en resultados más efectivos y en un uso más eficiente de los recursos.

6.2.3 Generación de Empleo y Estabilidad Económica.

El enfoque en la inclusión y el desarrollo comunitario de las Empresas B tiene un efecto directo en la generación de empleo y la estabilidad económica de la región, al crear oportunidades laborales de calidad y apoyar a las comunidades locales, estas empresas contribuyen a reducir la desigualdad y a fortalecer la base económica de Mendoza.

6.2.4 Promoción de la Innovación.

Las Empresas B, con su orientación hacia la innovación con propósito, pueden impulsar la economía mendocina al generar nuevos productos, servicios y soluciones que aborden problemas sociales y ambientales. Esta innovación no solo puede abrir nuevas oportunidades de mercado, sino que también puede fortalecer el perfil de Mendoza como un centro de innovación y desarrollo sostenible.

6.2.5 Mejora de la Imagen Regional.

La presencia de Empresas B comprometidas con la sostenibilidad y la responsabilidad social contribuye a mejorar la imagen de Mendoza como una región comprometida con el bienestar de sus ciudadanos y la protección del medio ambiente. Esto puede atraer inversiones adicionales, promover el turismo responsable y posicionar a la región como un líder en prácticas comerciales sostenibles.

6.2.6 Aprovechamiento de Beneficios Fiscales.

El gobierno puede considerar la implementación de incentivos fiscales específicos para las Empresas B, reconociendo su contribución única a la sociedad y al medio ambiente. Estos incentivos podrían alentar a más empresas a adoptar un enfoque responsable y sostenible en sus operaciones, lo que a su vez podría tener un impacto positivo en la economía local. Un ejemplo de este incentivo es la preferencia que la provincia le da a este tipo de empresas a la hora de realizar contrataciones.

En síntesis, las Empresas B se consideran colaboradores valiosos para el Estado, aportando una combinación de creación de empleo, innovación y promoción del desarrollo sostenible. Su compromiso con la sostenibilidad las convierte en aliados esenciales para construir un futuro próspero y equitativo para la sociedad mendocina en los próximos años.

6.3 Proyecto de ley BIC.

El proyecto de Ley de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) surgió con la necesidad de reconocer legalmente a aquellas empresas de triple impacto, que buscan generar beneficios a nivel social, ambiental y económico.

Los socios además de obligarse a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios, participando de los beneficios y soportando las pérdidas también se obligan a generar un impacto positivo social y ambiental en la comunidad.



Ilustración 9: Interrelación entre los aspectos que abarcan las empresas B.

Fuente: Diario “La Capital”.

Sin esta ley, este tipo de empresas funcionan como organizaciones sin fines de lucro o sociedades comerciales. Esta ley conlleva la implementación de un régimen especial que identifique y regule a las mismas. Esto no significa que conlleva un nuevo tipo societario, sino que trae la posibilidad de un reconocimiento legal y una protección que logre incentivarlas y potenciarlas.

Según el proyecto de ley, las sociedades BIC están reguladas por la Ley General de Sociedades y sus modificatorias, y la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor. Es decir, se rigen bajo el mismo marco legal que el resto de las empresas, pero con la posibilidad de que a cualquiera de los tipos legales actuales se le agregue la expresión “de Beneficio e Interés Colectivo” o la sigla “B.I.C.”.

“...tanto las sociedades ya existentes como las que se creen luego de la entrada en vigencia de la presente ley, que soliciten adherirse al régimen BIC, deberán incluir en su contrato social:

a) el impacto social y ambiental, positivo y verificable, que se obligan a generar, especificado en forma precisa y determinada; y

b) la exigencia del voto favorable del 75% de los socios con derecho a voto para toda modificación del objeto y fines sociales, no correspondiendo la pluralidad de voto”
Proyecto de Ley Sociedades BIC (2021)

“El reconocimiento legal de éstas empresas de triple impacto beneficiaría a:

1. Emprendimientos de triple impacto (PyMEs y/o grandes empresas) que estén evolucionando a incorporar en sus modelos de negocios la creación de valor económico, social y ambiental;
2. Inversores de impacto que desean invertir en organizaciones impulsadas por un propósito económico, social y ambiental y que exigen una protección formal en contra del desvío de la misión;
3. Trabajadores que serán considerados por sus empleadores en la toma de decisiones;
4. La población en general, que demanda una economía más inclusiva y la inminente solución a los problemas sociales y ambientales que atraviesa el mundo contribuyendo de manera sostenida al cuidado y protección de nuestro planeta.”
comenta Nicastro Di Nieri en el sitio web oficial de Nicastro Di Nieri Abogados (<https://ndn.com.ar/>)

El desarrollo de la legislación estatal en Mendoza en relación con las Empresas B se revela como un paso significativo hacia un entorno empresarial más dinámico y sostenible. Esta legislación relacionada a la sustentabilidad, si bien está en sus primeras etapas, ofrece una panorama alentador a futuro. Es positivo que a medida que el

movimiento B ha crecido, la legislación mendocina ha ido avanzando y trabajando para potenciar y promover este tipo de empresas. El enfoque del Estado hacia estas iniciativas no debería ser de obstáculo, sino de facilitación, promoviendo y generando un marco que otorgue seguridad jurídica tanto para los empresarios emprendedores como para los potenciales inversores. Esta evolución legislativa promete ser el cimiento de un futuro próspero para las Empresas B en Mendoza, un camino que apunta a ser beneficioso tanto para los emprendedores como para el desarrollo sostenible de la región.

A continuación, en el próximo capítulo, comentaremos sobre las conclusiones a las que se han arribado luego de haber realizado la correspondiente investigación acerca de las empresas “B”.

CONCLUSIONES FINALES

Luego de haber realizado un exhaustivo análisis sobre las empresas “B”, empezando por su definición, su origen, su historia, la diferencia con respecto a la responsabilidad social empresarial y el valor compartido, sus ventajas y desventajas, los requisitos para obtener la certificación de empresa “B”, el interés de potenciales accionistas en este nuevo tipo empresarial, el impacto que las mismas generan en la sociedad, la economía y el ambiente (aplicado a empresas mendocinas), y el aspecto legal de las mismas, procederemos a realizar una conclusión sobre la investigación producida.

A medida que la conciencia sobre los problemas sociales y ambientales crecía, surgió la pregunta: ¿pueden las empresas ser agentes de cambio y contribuir a la solución de estos desafíos? surge entonces la idea de que un tipo diferente de economía no solo era posible, sino necesario.

En un mercado tan competitivo, donde las exigencias del consumidor son cada vez mayores, y ya no solo busca calidad o precio, sino que requiere además que la empresa genere impactos positivos en lo social y ambiental, lleva a las empresas a reestructurarse en busca de un mejor posicionamiento.

Sin embargo, estas empresas no deben dejar de lado el aspecto económico, es de vital importancia generar más ingresos y obtener mayor rentabilidad para poder capitalizarse en busca de más crecimiento.

Es por esta razón que surge el concepto de las empresas de triple impacto, empresas que generan beneficios económicos, sociales y ambientales. Empresas que están dentro del Movimiento B.

Las empresas “B” son aquellas que no solo buscan la rentabilidad financiera, sino también un impacto positivo en la sociedad y el ambiente, con un enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social. Surgen por la necesidad de repensar el propósito y la función que las mismas tienen en la sociedad, incorporando en sus objetivos el equilibrio del éxito financiero con la creación de valor social y ambiental.

Como punto de partida para llevar a cabo este trabajo, nos planteamos como objetivo general el análisis de los beneficios que le traería a Mendoza el modelo de negocios basados en el Movimiento B, y como objetivos específicos analizar la rentabilidad de estas empresas e investigar qué factores son los que atraerán a potenciales accionistas a la hora de invertir en las empresas B; y evaluar si éstas compañías pueden ser parte de un crecimiento para la provincia de Mendoza en aspectos sociales y ambientales.

En relación al primer objetivo, podemos observar que las inversiones sustentables son cada vez más rentables, producto de una mayor gestión del riesgo, de una mayor sostenibilidad en el tiempo, menor exposición a riesgos de cola. Son empresas de mayor transparencia interna, con vínculos y alianzas estratégicas, con diferenciación en el mercado, con mayor atracción de talento humano. Lo cual termina no solo disminuyendo costos, sino incrementando resultados por el aumento de clientes y una mayor fidelización de los mismos. Es por esto que una empresa B genera un gran impacto económico y es de gran interés para los inversionistas.

Con respecto al segundo objetivo, analizamos casos reales de empresas mendocinas que tuvieran la certificación de empresas “B” e indagamos las acciones que han llevado a cabo y el impacto que éstas han tenido a nivel social, económico y ambiental. Nos encontramos con casos donde empresas contribuyen a la separación y reciclaje de residuos, programas para que los empleados puedan acceder a su vivienda propia,

contrataciones a personas no calificadas residentes en zonas postergadas, se priorizan contrataciones con proveedores locales y organizaciones de la economía social, colaboraciones con diferentes asociaciones civiles, protección de reservas naturales, entre otros.

Por estas razones, consideramos que este nuevo modelo de negocios contribuye íntegramente al crecimiento social y ambiental de la Provincia de Mendoza. Entendemos que las situaciones sociales y ambientales son extremadamente complejas, y no basta el esfuerzo ciudadano ni las presiones estatales para un verdadero cambio, sino que es necesario que el sector más importante de la economía -el sector privado- sea el generador de este crecimiento. Y no solo es necesario, sino posible, tal como lo han demostrado los grandes emprendedores y empresarios de Mendoza.

BIBLIOGRAFÍA

- . Academia B “Sistema B” <https://www.sistemab.org/>
- . Ahumada, F (2023) “Danone logra certificación Empresa B”. Recuperado de: https://www.tradeyretail.com/industria/danone-logra-certificacion-empresa-b_3668
- . Álvarez y Jurgenson (2009). *Cómo hacer la investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México, Buenos Aires, Barcelona: Editorial Paidós.
- . Apruzzese, M. B. (2015). “Principales desafíos del proceso de certificación de empresas B en Argentina: un estudio de los casos Tonka, Inti Zen y Maggacup”.
- . Arias Valencia, Maria Mercedes (2000). "La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones". En: Investigación y educación, Vol. XVIII, N° 1, pp. 13-26.
- . Balaguer, H. G. V. (2014). “Empresas B: ¿hacia un nuevo tipo societario?”. Estudios de Derecho Empresario ISSN 2346-9404, 3.
- . Barquero, V (2022). “Ley BIC: el Congreso Nacional puede potenciar el Triple Impacto”. La Capital. Recuperado de: <https://www.lacapital.com.ar/fnga/ley-bic-el-congreso-nacional-puede-potenciar-el-triple-impacto-n10035616.html>
- . Cámara de Diputados de la Nación (2021). Proyecto de Ley Sociedades BIC. Recuperado de: <https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2023/PDF2023/TP2023/2757-D-2023.pdf>
- . Camou, D. (2016). “Sistema B, ensanchando el camino hacia una nueva economía (Doctoral dissertation, Tesis de posgrado. Universidad Politécnica de Valencia. España.)” Recuperado de: <https://academiab.org/sistema-b-ensanchando-el-camino-hacia-una-nueva-economia>.
- . Chiglione, Rodolphe et al. (1982). Manuel d'analyse de contenu. Paris: Colin.
- . Conte, S (2019) “Empresas B: se afianza como otro modo de hacer negocios”. Diario Los Andes. Recuperado de: <https://www.losandes.com.ar/empresas-b-se-afianza-como-otro-modo-de-hacer-negocios/>
- . Correa, María Emilia (2019) “Sistema B y las empresas B en América Latina, un movimiento social que cambia el sentido del éxito empresarial”. Caracas, Colombia: CAF banco de desarrollo de América Latina. <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1436/Sistema%20B%20y%20las%20empresas%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20Un%20movimiento%20social%20que%20cambia%20el%20sentido%20del%20%C3%A9xito%20empresarial%20EF%BB%BF.pdf>

- . Decreto 1171/2000. Norma reglamentaria de la Ley N°25.250 abrogada por art. 1° de la Ley N°25.877 B.O. 19/3/2004. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-1171-2000-65364/texto>
- . Errepar (2022). “¿Qué son las 'Empresas B'?”. Errepar. Recuperado de: <https://documento.errepar.com/actualidad/b-de-bueno-y-b-de-emresas-b>
- . Global Reporting Initiative (2006). Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad.
- . Gómez, A (2021) “El inversor sostenible es estable y no especulativo”. Recuperado de: <https://dirigentesdigital.com/bolsas-y-mercados/el-inversor-sostenible-es-estable-y-no-especulativo>
- . Groppa, O., & Sluga, M. L. (2015). “Empresas y bien común Caracterización de las empresas de Economía de Comunión y empresas B en la Argentina”. Cultura Económica, 33(89), 8-24.
- . Hernández Sampieri, R., & Fernández Collado, C. (2010). Baptista Lucio MDP. Metodología de la investigación, 6.
- . Manrique, F (2019) “La Marchigiana se prepara para sus 70 años siendo el único restaurante +B del país”. Sitio Andino. Recuperado de: <https://www.sitioandino.com.ar/n/303618-la-marchigiana-se-prepara-para-sus-70-anos-siendo-el-unico-restaurante-b-del-pais>
- . Más, A. B (2021) “Reciclarg, la empresa mendocina encargada de los residuos electrónicos”. Mass Negocios. Recuperado de: <https://massnegocios.com/reciclarg-la-empresa-mendocina-encargada-de-los-residuos-electronicos/>
- . Normas Profesionales, Resolución Técnica FACPCE N°36 (2013).
- . Ordoñez, María del Rosario (2019). “Amigables con el ambiente y la sociedad: empresas B en Mendoza”. Universidad. Recuperado de: <https://www.unidiversidad.com.ar/empresas-b-en-mendoza-amigables-con-el-ambiente-y-la-sociedad>
- . Ordoñez, María del Rosario (2021). “Empresas B en Mendoza”, Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. Recuperado de: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/17979/ordonez-fce-1-74.pdf
- . Proyecto de Ley Sociedades BIC (2021)
- . PwC (2021) “Guía para la integración de criterios ESG en los Consejos de Administración”. Recuperado de: https://www.pwc.com/ia/es/publicaciones/assets/guia-esg-consejos-administracion_revWEM_V2.pdf
- . Sitio web oficial Bodega Lagarde (<https://www.lagarde.com.ar/>)
- . Sitio web oficial Danone (<https://www.danone.es/>)

. Sitio web oficial Nicastro Di Nieri Abogados (<https://ndn.com.ar/>)

DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 9 de febrero de 2024



Bressan, Camila
Nº Registro: 31629
DNI: 42083182

DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 9 de febrero de 2024



Díaz Dentoni, Ignacio
Nº Registro: 31645
DNI: 42357855