

Contador Público Nacional y Perito Partidor

“EMPRESAS TIPO B: EL POSIBLE IMPACTO EN LA ECONOMÍA MENDOCINA EN LOS PRÓXIMOS AÑOS”

La incidencia social y ambiental en los próximos 5 años

Autores:

Malena Pareja Tortosa, n° de registro: 30798, malena.pareja@fce.uncu.edu.ar

Camila Belén Baquero, n° de registro: 30495, camila.baquero@fce.uncu.edu.ar

Lautaro Jeremías Contreras, n° de registro: 30571, lautaro.contrera@fce.uncu.edu.ar

Franco Marín, n° de registro: 30727, franco.marin@fce.uncu.edu.ar

Profesor Tutor:

Mariela Aloisio

Mendoza, 2024.

ÍNDICE

Resumen Técnico	3
Introducción	4
Capítulo I. Definición de empresa. RSE. Valor compartido. Triple Impacto.....	6
Conceptos Generales	6
¿Qué es una empresa?	6
Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	7
Valor Compartido	8
Triple Impacto	9
Diferencia entre conceptos	10
Metodología	10
Capítulo II. Empresa B. Origen. Concepto. Historia. RSE en empresa B. Ventajas y Desventajas	12
¿Qué son las empresas B?.....	12
Empresas B ¿Hacia un nuevo modelo societario?.....	14
Diferencia Entre Empresa B y Valor compartido	14
Origen de las empresas B	14
B Lab	16
Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas B	17
Ventajas y desventajas de las empresas B	18
Capítulo III. Nuevo modelo de negocio: Implementación y requisitos para ser una empresa B	22
Proceso de certificación Empresa B	23
Sellos de la Empresa B	36
Principales desafíos del proceso de certificación de Empresa B en Argentina ..	39
Capítulo IV. Inversiones en Empresas B. Fair for Life. Certificación BRCGS.....	40
Inversiones sustentables.....	40
Tipos de inversiones sustentables	41
Inversores sostenibles en Empresas B	43
Fair for life	44

Fair for life en Empresas B.....	45
Certificación BRCGS.....	46
Certificación BRCGS en Empresas B	48
Ejemplos de certificados que solicitan algunos países para importar productos argentinos.....	49
Capítulo V. Implementación práctica de conceptos teóricos.	52
Entrevista a Energe	52
Entrevista Rafael Kemelmajer.....	55
Conclusión	61
Bibliografía	64

RESÚMEN TÉCNICO

Las empresas B se caracterizan por su orientación hacia el lucro, al mismo tiempo que forman parte del "Sistema B", con el objetivo de ser agentes de cambio positivo en el mundo. Estas empresas se comprometen con un plan de desarrollo que busca mitigar impactos negativos y fomentar impactos positivos, en línea con los objetivos de desarrollo sostenible establecidos por la ONU.

Este tipo de empresas toman decisiones considerando las repercusiones a largo plazo en los ámbitos social, económico y ambiental. Así, ofrecen soluciones a los desafíos presentes en estos sectores, siendo conocidas como empresas de triple impacto.

Un artículo en el sitio web de Errepar titulado "¿Qué son las empresas B?" explica que estas organizaciones buscan transformar el sistema económico mediante la implementación de políticas, programas y herramientas que promuevan una economía inclusiva y sostenible, generando oportunidades para todos y protegiendo el medio ambiente.

Además, se destacan algunos elementos clave que distinguen a este tipo de empresas:

- Su enfoque en el triple impacto.
- La ampliación del deber fiduciario de los accionistas y gestores hacia aspectos como la buena fe, la lealtad y el interés en los empleados, consumidores y medio ambiente.
- La presentación anual de un "reporte de sustentabilidad" para demostrar el cumplimiento de estos compromisos. Este informe debe ser accesible al público y ser auditado por un tercero imparcial, promoviendo la transparencia en la gestión.

En esta investigación se propone explorar los beneficios sociales, ambientales y económicos que las empresas B podrían aportar a la sociedad mendocina en el futuro, abordando estos aspectos desde una perspectiva cualitativa. Se realizaron dos entrevistas, una de ellas a un integrante de una empresa B y la otra a un director de Sistema B. El objetivo principal es demostrar los beneficios que estas empresas ofrecen en términos sociales, ambientales y económicos, así como analizar el interés que podría despertar en potenciales inversionistas este nuevo modelo de negocio. Para lograr este propósito, se llevará a cabo una metodología de investigación documental, de naturaleza cualitativa y con un enfoque descriptivo/explicativo, por lo que no se plantea una hipótesis, sino que se trabaja sobre dicho objetivo.

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

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como objetivo examinar los impactos sociales, medioambientales y económicos que una empresa del tipo "B" podría generar en la provincia de Mendoza en los próximos 5 años, así como también analizar el interés de posibles inversionistas en estas organizaciones y la participación del Estado en este movimiento. Para ello exploramos conceptos como el de Empresa, Responsabilidad Social Empresarial, Valor Compartido, Sistema B, las Empresas B o Empresas de Triple Impacto y su aplicación en el país.

El "movimiento B" surgió en 2006 con la fundación de B Lab, con la visión de una economía diferente y necesaria. Sin embargo, su implementación en Latinoamérica comenzó en 2012 con la creación del "Sistema B", que se asoció con B Lab para expandir el movimiento con una visión sistémica. Aunque este movimiento no resuelve todos los problemas socioeconómicos de Argentina, sí es parte de la solución. Los estudios previos y las investigaciones reconocen las siguientes perspectivas:

- Un enfoque histórico, que analiza el surgimiento de las nuevas empresas y economías, destacando el cambio de paradigma que representan los modelos de negocio B.
- Un enfoque socioeconómico, que explica las contribuciones y las innovaciones generadas por el movimiento B, y cómo estos modelos de negocio pueden impactar positivamente en las economías.
- Un enfoque financiero y contable, que examina los beneficios económicos que estas empresas podrían aportar a nivel regional, tanto para las empresas como para el Estado en general.

- Un enfoque legal, crucial para respaldar legalmente a los actores económicos privados que buscan un impacto económico, social y ambiental. Esto incluye la promoción de una nueva figura legal que proteja a estas empresas, tanto con fines lucrativos como no lucrativos.

Esta investigación tiene los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Analizar los beneficios que los modelos de negocio basados en el Movimiento B podrían aportar a la provincia de Mendoza.

Objetivos específicos:

- Determinar si estas empresas pueden contribuir al crecimiento de la provincia de Mendoza en aspectos sociales, ambientales y económicos de los próximos 5 años

CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DE EMPRESA. RSE. VALOR COMPARTIDO. TRIPLE IMPACTO.

En este capítulo se definirán conceptos como empresa, responsabilidad social empresarial, valor compartido, sistema B y empresas de triple impacto, comenzando de conceptos más generales a más específicos.

1.1 Conceptos Generales

1.1.1 ¿Qué es una Empresa?

Una empresa es una organización o entidad dedicada a actividades comerciales, industriales o profesionales con el objetivo de producir bienes o servicios para el mercado. Las empresas pueden adoptar diversas formas legales y estructuras organizativas, y su tamaño puede variar desde pequeñas empresas unipersonales hasta grandes corporaciones multinacionales.

Desde diferentes perspectivas, las empresas se pueden definir:

1. Organización económica: Según Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P.(2006): "Una empresa es una organización económica que combina y coordina factores productivos (trabajo, capital, tierra) para la producción y distribución de bienes y servicios con fines de lucro."
2. Entidad jurídica y social: Según Chiavenato, I. (2006): "La empresa es una entidad jurídica y social que, utilizando capital y trabajo, tiene como objetivo obtener beneficios a través de su participación en el mercado de bienes y servicios."

3. Actividad comercial: Según Drucker, P. F. (1985): "Una empresa es una organización que se dedica a una actividad comercial, industrial o profesional con el propósito de producir y vender bienes o servicios para generar ganancias."

1.1.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

En los tiempos que corren algunas empresas no solo buscan generar una rentabilidad o ganancia, sino que también se interesan en producir un impacto social y ambiental positivo con la actividad que llevan a cabo. Esta idea inicial dio a luz el concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

La responsabilidad social empresarial implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente. Es el compromiso de la empresa en la contribución al desarrollo sostenible, hacer negocios de manera co-responsable con el desarrollo social; lo cual implica la adopción de una nueva ética en su actuación en relación con la naturaleza y la sociedad, un motivo de solidaridad, el sentido de responsabilidad por salvar las condiciones que sustentan la vida en el planeta, la calidad de vida de los grupos de interés (o stakeholders), sus familias y la comunidad. En estas empresas además se valoran aspectos tales como la calidad de vida laboral, el respeto y protección a los recursos ambientales, el beneficio a la comunidad, la comercialización, marketing responsable y la ética empresarial.

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.

1.1.3 Valor Compartido

De acuerdo con el artículo publicado en Harvard Business Review en 2011 por 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:

- 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.
- Las empresas deben aumentar la eficiencia y reducir costos operativos al abordar problemas sociales y ambientales.
- Las empresas deben mejorar el entorno operativo de las empresas al fortalecer a los proveedores locales, mejorar la infraestructura y elevar las capacidades de los trabajadores. Además, 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.

1.1.4 Triple Impacto

El triple impacto es un enfoque de gestión empresarial que se centra en generar valor en tres dimensiones clave: económica, social y ambiental. Este enfoque busca equilibrar y maximizar los beneficios en estas tres áreas, reconociendo que el éxito empresarial no se mide únicamente por los resultados financieros, sino también por el impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

- **Impacto Económico**: Se refiere a la capacidad de la empresa para ser financieramente viable y rentable a largo plazo. Esto incluye generar ingresos, mantener una estructura de costos eficiente y proporcionar retornos a los inversores. La rentabilidad económica debe ser sostenible y no debe comprometer el impacto social y ambiental.
- **Impacto Social**: Implica la contribución positiva de la empresa al bienestar de las personas y las comunidades. Esto puede incluir la creación de empleos, la promoción de la igualdad y la diversidad, la mejora de las condiciones laborales y el apoyo a causas sociales. Las empresas deben considerar cómo sus operaciones afectan a sus empleados, clientes, proveedores y a la sociedad en general.
- **Impacto Ambiental**: Se centra en minimizar el impacto negativo de las actividades empresariales sobre el medio ambiente. Esto incluye la gestión eficiente de los recursos naturales, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, la minimización de residuos y la promoción de prácticas sostenibles. El impacto ambiental también abarca el compromiso de la empresa con la preservación del entorno natural.

1.1.5 Diferencia entre conceptos

A partir de esta nueva tendencia que tienen las empresas por el cuidado del medio ambiente y el impacto social positivo nacen los conceptos de RSE, Valor Compartido y Triple Impacto.

La distinción entre estos conceptos radica en el grado de alcance con el que cada uno de estos se aplica dentro de una empresa.

Mientras que la RSE se enfoca en la responsabilidad de las empresas en términos sociales y ambientales, el valor compartido busca integrar la solución de problemas sociales dentro del modelo de negocio generando beneficios para todas las partes interesadas de manera holística y sostenible, permitiendo crear beneficios mutuos. El triple impacto, por su parte, aboga por una evaluación integral del desempeño de la empresa en términos económicos, sociales y ambientales. Es decir, el triple impacto es un enfoque más amplio y general que busca equilibrar tres dimensiones de impacto, mientras que el valor compartido se centra en integrar el valor social y económico de una manera que beneficie tanto a la empresa como a la sociedad en general.

1.2. Metodología

La metodología utilizada se orienta hacia el análisis de contenido (AC), que abarca la revisión de normativas relevantes y documentos oficiales. Se realiza un análisis de fuentes secundarias, como diarios, revistas, críticas y trabajos de investigación, para complementar la información obtenida de los documentos oficiales. La triangulación de datos se emplea para revelar diferentes aspectos del fenómeno en estudio y aumentar la confiabilidad de los resultados.

La metodología empleada busca proporcionar una visión completa y detallada del objeto de estudio, combinando diferentes técnicas de recolección y análisis de datos para garantizar la validez y la fiabilidad de los hallazgos.

CAPÍTULO II. EMPRESA B. ORIGEN. CONCEPTO. HISTORIA. RSE EN EMPRESA B. VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

En el presente capítulo se precisará el concepto de Empresas B, su origen y su historia además de ejemplos de empresas B mendocinas.

2.1 Definición de las Empresas B

En un mundo en constante evolución, surge un modelo empresarial innovador que no se limita únicamente a la búsqueda de rentabilidad financiera, sino que también se enfoca en generar un impacto positivo tanto en la sociedad como en el entorno. Además, las expectativas actuales y futuras de los clientes están en aumento; no sólo en relación con los productos en sí, sino también con los procesos internos de las organizaciones, la cadena de valor, las consideraciones sobre el impacto socio ambiental, la sostenibilidad y la participación en economías circulares, entre otros factores. En otras palabras, los clientes demandan cada vez más un compromiso con la protección ambiental y el impacto social generado por las organizaciones.

En consecuencia, surgen las Empresas B, también conocidas como Empresas Benefit, Empresas con Propósito o Empresas de Triple Impacto. Estas empresas integran tres dimensiones en su modelo de negocio: económica, social y ambiental. Su enfoque se basa en tomar decisiones que equilibren el éxito financiero con la responsabilidad social y ambiental.

Las empresas B no buscan ser *"la mejor del mundo"* si no *"la mejor para el mundo"*.

Un ejemplo es Energe; 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 revirtiendo 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 Xınca, 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".

Además, la provincia de Mendoza ha sido pionera en fomentar empresas B, ya que es la primera Ciudad+B de Argentina. Sumado a esto, 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.

Pero además internacionalmente existen hoy cerca de 6.000 empresas certificadas B, de las cuales 193 están en la Argentina. Sumado a las antes mencionadas, cinco son bodegas B en Mendoza: Lagarde, Penedo Borges, Araujo, Dolium y Trivento.

2.1.1 Empresas B: ¿Hacia un nuevo modelo societario?

En un artículo del sitio web de “La Escuela Comercialista de Córdoba y sus proyecciones” denominado como el título anterior, se examina la figura de las Empresas B surgidas en Estados Unidos y su creciente difusión en Argentina y Sudamérica. Estas empresas combinan objetivos sociales y ambientales con objetivos económicos, y se analizan conceptos básicos, igualdades y diferencias con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), su posible integración en el marco jurídico y en los debates que se relacionan con la gestión y responsabilidad de los ejecutivos.

2.1.2 Diferencia entre Empresa B y Valor compartido

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.

2.2 Origen de las Empresas B

A medida que el mundo enfrentaba a crisis ambientales, desigualdades y otras problemáticas, empresarios comenzaron a cuestionar el enfoque que tienen las empresas centrado exclusivamente en la maximización de las ganancias. A partir de esto nace 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.

Una empresa B va más allá de la búsqueda de ganancias económicas, se caracteriza 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 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, se creó en el año 2006 como una 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 realizan una alianza con B Lab para expandir el Movimiento B con una visión sistémica en el año 2012.

Sistema B busca principalmente expandir el Movimiento creado por B Lab con una visión sistémica en todos los países de la región de Latinoamérica.

Según la página oficial de Sistema B, desde su fundación, ya existen más de 600 empresas certificadas bajo Sistema B, que en conjunto facturan más de 5.000 millones de dólares anuales.

Al igual que Sistema B fue creado como una alianza con B Lab, también existen otros proyectos en el mundo similares como:

- B Lab UK
- B Lab Europe
- B Lab Singapore
- B Market Builder China

2.3 Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Empresas B

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido un concepto fundamental en la conversión 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 diarias.

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.

Según el artículo del Banco de Desarrollo de América Latina en agosto de 2017 “Consideradas como una de las innovaciones jurídicas, sociales y económicas más prometedoras en lo que va de siglo, las empresas B están logrando llevar la responsabilidad social corporativa a otro nivel. Ya no se trata de expresar la voluntad de tener un impacto positivo en ciertos aspectos sociales, sino de convertirlo en un objetivo prioritario como parte de su mandato.”

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 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 e 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, sino 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. 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”. (<https://www.sistemab.org/>)

Se exponen 4 elementos claves para las Empresas B:



Ilustración: elementos fundamentales de las empresas B

Fuente: sitio web oficial de Movimiento 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.

3.1.1 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 su actividad principal, las empresas que lleven menos de ese tiempo operando deberán acceder al sello B Pendiente.
- Operar en un mercado competitivo y estar expuesta a los riesgos normales de ser empresa, competidores, impuestos, cambios en el mercado. Las empresas que operan en un monopolio son controladas por el gobierno o tienen beneficios sustanciales relacionados a la paga de impuestos no serán elegibles para la Certificación B.
- Debe ser una entidad con fines de lucro, ya que la filosofía de las Empresas B es probar que las empresas pueden hacerse cargo de resolver problemáticas socioambientales a través de su negocio. De este modo, entidades sin fines de lucro no podrán acceder a la certificación de Empresa B dado que han sido creadas específicamente para resolver esos problemas.
- Y, además, la certificación debe incluir a todas las áreas de gestión de la empresa. En cuanto a este último requisito, no es posible acceder a la certificación de

manera individual para sus divisiones, marcas, departamentos o empresas que no tengan el control de su producto o servicio.

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

1. Evaluación de Impacto B.

Un primer paso en este proceso es realizar la evaluación de Impacto B (Evaluación B o EIB). 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. Es una herramienta gratuita, la información entregada es confidencial y está diseñada para ayudar a medir y gestionar el impacto positivo de la empresa en relación a sus trabajadores, comunidad, consumidores y medioambiente;

La evaluación se divide en 5 segmentos:



Ilustración: de los segmentos que componen la evaluación de impacto

Fuente: sitio web oficial de movimiento B

- **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 (Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera) o GAAP2 (Proyecto Género, Agricultura y Activos) 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.

Algunos ejemplos de preguntas extraídas del sitio oficial de Sistema B son:

- ¿De qué manera la empresa integra el desempeño social y ambiental en la toma de decisiones?
- ¿Cuáles de las siguientes prácticas aplica la empresa para promover la ética en la toma de decisiones y prevenir la corrupción?
- ¿Qué medidas legales ha tomado la empresa para asegurarse de que su desempeño social o ambiental sea tomado en consideración en su proceso de toma de decisiones independientemente de quiénes sean los dueños de la empresa?

- Trabajadores:

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

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.

Con 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.

Algunos ejemplos de preguntas son:

- ¿Qué porcentaje de los empleados de tiempo completo recibe, por lo menos, el equivalente al salario mínimo vital para una persona?
- ¿Qué porcentaje de los empleados de tiempo completo están inscritos en el plan de atención médica de la empresa?
- ¿Qué porcentaje de los empleados ha sido ascendido dentro de la empresa en los últimos 12 meses?

- 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 LGBTB, 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).

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.

Algunos ejemplos de preguntas son:

- ¿Qué porcentaje de los líderes de la empresa pertenece a poblaciones subrepresentadas?
- ¿Tienen los empleados de tiempo completo opciones de licencia con y sin goce de sueldo para realizar servicio comunitario?

- ¿Cuáles de las siguientes prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?

- 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.

Con 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.

Algunos ejemplos de preguntas son:

- ¿Los productos o procesos de la empresa están estructurados para restaurar o preservar el medioambiente?
 - Durante los últimos 12 meses, ¿cuál fue el consumo total de energía de fuentes renovables de la empresa?
 - ¿Tiene la organización un programa de reciclaje que involucre a toda la empresa?
- Cliente:

En esta sección se analiza la calidad de los productos y servicios (si alguno de ellos aborda 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.

Algunos ejemplos de preguntas son:

- ¿Abordan los productos o servicios de la empresa un problema social o económico en favor o a través de sus clientes?
 - ¿De qué manera la empresa gestiona el impacto y el valor creado para los clientes o consumidores?
 - ¿Mide la empresa los resultados y el bienestar del cliente regularmente?
- Modelos de impacto de negocios

Además de medir los cinco pilares del impacto, algunas empresas califican para obtener puntos adicionales en su evaluación si tienen modelos de impacto de negocios diseñados para crear un beneficio positivo específico para las partes interesadas, como los socios de beneficencia, los vendedores o los proveedores desfavorecidos, o la comunidad local.

Por ejemplo, la Empresa B Flowers for Dreams designa el 25% de sus ganancias mensuales a entidades sin fines de lucro locales y crea un desarrollo económico local a través de su apoyo a los agricultores locales.

2. 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 principalmente en evaluar los impactos negativos significativos que produce la compañía, la revisión de antecedentes y un canal público de denuncias o reclamos.

Hay industrias controversiales para las cuales hay una posición definida por B Lab que pueden incluir requisitos adicionales.

Son una serie de preguntas de Si/No que permite a la empresa revelar de forma confidencial industrias, prácticas, sanciones y resultados potencialmente sensibles en los que una empresa o sus socios podrían estar involucrados 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.

Las respuestas no afectan a la puntuación numérica de una empresa en la Evaluación de Impacto B. Para las empresas que aspiran a la certificación B Corp, el Cuestionario de Divulgación se utiliza junto con la comprobación de antecedentes y el proceso de quejas públicas de B Lab para identificar impactos negativos materiales. Si B Lab determina que el elemento es material, puede merecer una mayor transparencia, y se notificará a la empresa para que proporcione una mayor divulgación en su Perfil B Corp. En algunos casos, se exigirá a la empresa que aplique soluciones específicas para obtener o mantener la certificación y, en casos excepcionales, se denegará o revocará la certificación de la empresa.

Envío de Evaluación de Impacto B a revisión.

Una vez completada la Evaluación de Impacto B, la empresa deberá obtener un puntaje de al menos 80 puntos para poder enviar su evaluación a revisión y así dar inicio formalmente al proceso de certificación.

Esta evaluación es enviada en el sitio oficial de Sistema B donde se ingresa con usuario y contraseña y luego de ser revisada se notifica el puntaje de la misma con un informe de los conceptos a mejorar.

Fee de Aplicación.

A partir del 15 de abril de 2023, las empresas que inicien el proceso de certificación y recertificación deberán realizar el pago de Fee de aplicación. Corresponde a un monto fijo basado en la facturación anual de la empresa, no es reembolsable ni tampoco se deducible del Fee de Certificación.

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 5.000 (cuando se facture más de quinientos millones).

Solo se cobra a empresas que realizan el proceso estándar de certificación y recertificación.

3. Evaluación y verificación.

En la etapa de evaluación se revisará con detalle elementos clave de la Evaluación de Impacto B, así como sector, industria, tamaño y áreas con mayor puntaje. Si el puntaje se mantiene por sobre 80 puntos, la empresa podrá avanzar al proceso de verificación

Para comenzar el proceso de 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 y pagando el fee anual.

4. Fee Anual de Certificación

La cuota de la Certificación de Empresa B es anual y varía según la facturación del último año fiscal de la empresa. Funciona como una membresía y debe ser abonada todos los años, en el mismo mes de la certificación inicial. Esto también aplica si la empresa se encuentra en proceso de recertificación.

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.

Estos importes son de aplicación a partir del 15 de abril de 2023 según el sitio Oficial de Sistema B (<https://www.sistemab.org/ser-b/>).

5. Modificaciones Legales en el Estatuto.

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 de 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”.

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.”

De esta manera, en Argentina no se exige la adopción de un tipo societario específico, ya que Sistema B no lo menciona como un requisito, 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).

6. Recertificación de Empresa B

Para poder mantener la Certificación de Empresa B, una empresa debe actualizar su Evaluación de Impacto B cada 3 años, e ingresar al proceso de recertificación.

A partir de julio 2024, las Empresas B deberán enviar la Evaluación de Impacto B a revisión al menos seis (6) meses antes de la fecha de recertificación.

La recertificación da la oportunidad para que la empresa pueda definir metas de mejora según los más recientes estándares y poder comparar su desempeño social y ambiental. Para poder dar inicio al proceso de recertificación la empresa debe haber cumplido con el requerimiento legal de Empresa B.

Anualmente, se selecciona el 10% de las empresas que deben recertificar para tener una auditoría presencial o virtual con el equipo de B Lab.

3.2 Sellos de la empresa B

Las Empresas B Pendiente son empresas nuevas con menos de 12 meses de operación (operación se refiere a tener al menos una persona de tiempo completo en la empresa o el primer contrato formal de compra a un proveedor significativo). Deben completar la

Evaluación de Impacto B, pero no tienen la necesidad de alcanzar un puntaje mínimo ni pasar por el proceso de verificación.

También deben cambiar los estatutos desde el inicio, firmar un contrato y pago anual de US\$500 que da derecho a usar el logo.

La vigencia de este logo es de:

- 1 año → Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México.
- 2 años → América Central y el Caribe, Uruguay, Perú, Ecuador, Paraguay, Bolivia y Venezuela.

Este sello no puede ser renovado, es decir una vez expirado el plazo de uno o dos años de acuerdo al país donde se encuentre la empresa, la misma debe aplicar el sello de Empresa B o debe volver a comenzar el proceso de certificación.

El logo Empresa B Pendiente podrá ser utilizado únicamente en canales digitales.

Recuperado del sitio oficial de Sistema B. (<https://www.sistemab.org>)



Ilustración 3: Logos Empresas Tipo B

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 válida 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 persigue 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.

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

Este análisis aborda la formalización y legalización de nuevas entidades que vinculan fines sociales y medioambientales con actividades económicas. Estas organizaciones, denominadas híbridas, buscan resolver inconvenientes sociales y ambientales mediante la generación de beneficios económicos. Se examinan los retos que enfrentan en el proceso de certificación, utilizando como base tres casos de estudio: Tonka, Inti Zen y Maggacup.

CAPÍTULO IV. INVERSIONES EN EMPRESAS B. FAIR FOR LIFE. CERTIFICACION BRCGS.

En este capítulo se tratarán temas relacionados con inversiones sustentables, formas de inversión sustentable y su impacto en las Empresas B; además de ciertas certificaciones que existen a la hora de exportar productos a Europa u otras partes del mundo.

4.1 Inversiones Sustentables

Las inversiones sustentables, inversiones ecológicas o inversiones verdes son una forma de inversión socialmente responsable en la que se invierte en empresas que apoyan o proporcionan productos y prácticas respetuosos con el medio ambiente, es decir que se haya creado para garantizar un mejor resultado medioambiental.

Suelen funcionar con un enfoque basado en la integración de criterios ASG, es decir:

- *Ambientales (A)*: Cómo abordan las compañías el cambio climático y el impacto de sus actividades en el planeta.

- *Sociales (S)*: Cómo opera una compañía en su comunidad, tanto en lo referente a condiciones laborales como en sus relaciones con los trabajadores o los derechos humanos.
- *Gobierno corporativo (G)*: Liderazgo de la compañía en asuntos como remuneración de sus ejecutivos, diversidad, influencia política o fiscalidad.

Los inversores ven más allá del potencial del negocio y prestan mucha atención a las políticas ambientales de la empresa, sus prácticas laborales, la gestión de riesgos, la transparencia de la divulgación de la información, los valores de la empresa, entre otros aspectos.

4.1.1 Tipos de inversiones sustentables

En Argentina, las personas en inversiones sustentables pueden hacerlo en distintos instrumentos financieros que se encuentran dentro del mercado, entre estos encontramos:

- **Bonos SVS**

Los bonos SVS (sociales, verdes y sustentables) son instrumentos financieros aprobados por CNV (Comisión Nacional de Valores) que buscan otorgar al mercado una nueva forma de financiamiento que conceda a emisores, inversionistas y stakeholder la posibilidad de promover una mayor responsabilidad ambiental y social, tal como lo disponen los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

1. Bonos Sociales

Los Social Bond Principles (SBP) definen los Bonos Sociales como cualquier tipo de bono en el que los fondos se aplicarán exclusivamente para financiar o refinanciar, en

parte o en su totalidad, proyectos sociales elegibles, ya sean nuevos y/o existentes; y que estén alineados con los cuatro componentes principales de los SBP.

Los proyectos sociales tienen por objetivo ayudar a abordar o mitigar un determinado problema social y/o conseguir resultados sociales positivos en especial, pero no exclusivamente, para un determinado grupo de la población.

2. Bonos Verdes

Los Green Bond Principles (GBP) definen los Bonos Verdes como cualquier tipo de bono en el que los fondos se aplicarán exclusivamente para financiar, o refinanciar, ya sea en parte o en su totalidad, proyectos verdes elegibles, nuevos o existentes y que se encuentren en línea con los cuatro componentes principales de los GBP. Climate Bonds Initiative define a los bonos verdes como aquellos bonos donde el uso de los recursos es segregado para financiar nuevos proyectos y también refinanciar existentes con beneficios ambientales.

3. Bonos Sustentables

Sustainability Bond Guidelines (SBG) definen los Bonos Sustentables como aquellos bonos donde los fondos se aplicarán exclusivamente a financiar o refinanciar, en forma total o parcial, una combinación de proyectos verdes y sociales que estén alineados con los cuatro componentes principales de los GBP y SBP. Es decir, acumulan las características de los Bonos Sociales y de los Bonos Verdes.

En 2024 la Ciudad de Mendoza obtuvo la autorización del Banco Central de la República Argentina para poder emitir Títulos Públicos que tengan por finalidad

financiar políticas de desarrollo sustentable en el departamento y para financiar proyectos sostenibles. El agente financiero será el Banco Galicia.

- **Fondos comunes de inversión sostenibles**

Un fondo de inversión sostenible es aquel que tiene como estrategia de inversión el configurar una cartera con compañías que cumplan con los aspectos sociales y medioambientales necesarios para garantizar el bienestar de las personas.

A nivel normativo, 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. Además, durante 2020 BYMA (Bolsas y Mercados Argentinos) también implementó su guía para la inversión en bonos verdes.

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.

4.1.2 Inversores sostenibles en Empresas B

Analizando toda la información obtenida hasta el momento, podemos notar una coherencia entre los principios de las Empresas B y los valores personales que tienen las personas que buscan inversiones sostenibles. Esto hace que dichas inversiones sean atractivas, por un lado, para las Empresas B que buscan un crecimiento y por

otro lado para los inversionistas que no solo se centran en analizar riesgos y rentabilidades sino también generar un impacto positivo en la sociedad.

4.2 Fair For Life

FAIR FOR LIFE, es una herramienta para el comercio justo. *El comercio justo permite una mayor equidad en el comercio mundial desde el punto de vista económico, permitiendo a los actores invertir en el progreso social y medioambiental.*

Desde su creación, se trata de un sello de Comercio Justo basado en la noción clave de "*cadena de suministro responsables*": tener una visión a largo plazo, asumir un compromiso sincero y actuar de forma responsable en cada etapa de la cadena de producción y suministro. Esta certificación participa en la aplicación de prácticas de comercio justo en los sectores alimentario, cosmético y textil, sea cual sea el origen de los productos.

El esquema Fair for Life permite la certificación de productos, que garantiza que:

- Las responsabilidades básicas sociales y ambientales son respetadas por todas las operaciones involucradas en la cadena de suministro.
- Se establecen relaciones justas de cooperación a lo largo de la cadena de suministro (entre otros: precios justos a los productores, acuerdos de largo plazo, etc.).
- El desarrollo local es promovido, especialmente a través del fondo de desarrollo de comercio justo.
- Las materias primas y productos son trazables desde los productores hasta la operación final.

Esto es asegurado a través de dos métodos principales de control a lo largo de la cadena de suministro: registro y certificación.

En resumen, Fair for Life es una certificación que se centra en el comercio justo y la responsabilidad social. Su objetivo principal es garantizar que las empresas y sus cadenas de suministro operen de manera equitativa y ética, respetando los derechos de los trabajadores, promoviendo condiciones laborales justas y fomentando prácticas ambientales responsables. Fair for Life establece criterios rigurosos para asegurar que tanto los productores como los trabajadores reciban una compensación justa y trabajen en condiciones seguras y dignas. Además, promueve la transparencia y el compromiso con el desarrollo sostenible en toda la cadena de suministro.

4.2.1 Fair For Life en Empresas B

En el ámbito de las prácticas empresariales responsables y sostenibles, la certificación Fair for Life y la B Corp representan dos enfoques complementarios para fomentar la ética y la sostenibilidad en los negocios. Ambas certificaciones buscan promover un impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente, aunque lo hacen desde ángulos diferentes.

A diferencia de Fair for Life, que se centra en el comercio justo, la certificación B Corp abarca una visión más holística de la sostenibilidad empresarial, evaluando múltiples aspectos de las operaciones de una empresa, desde la cultura organizacional hasta el impacto en la comunidad.

La relación entre Fair for Life y las Empresas B radica en su objetivo compartido de promover un modelo de negocio más consciente y responsable. Muchas empresas que

buscan certificaciones para demostrar su compromiso con prácticas éticas y sostenibles optan por obtener ambas certificaciones, integrando los principios de comercio justo con un enfoque más amplio en la sostenibilidad y el impacto social.

Para las empresas que buscan destacarse en un mercado cada vez más consciente de la ética y la sostenibilidad, combinar la certificación Fair for Life con la de Empresa B puede ser una poderosa estrategia. Esto no solo resalta su compromiso con el comercio justo, sino que también demuestra un enfoque integral hacia la creación de valor social y ambiental.

En conclusión, tanto Fair for Life como las Empresas B desempeñan un papel crucial en la promoción de prácticas empresariales responsables. Al adoptar ambas certificaciones, las empresas no solo cumplen con estándares específicos de comercio justo, sino que también abarcan un espectro más amplio de prácticas sostenibles y responsables, alineándose con un modelo de negocio que beneficia tanto a las personas como al planeta.

4.3 Certificación BRCGS.

BRC Global Standards (BRCGS) es una marca global líder en el mercado que ayuda a generar confianza en la cadena de suministro. Sus normas establecen el punto de referencia para las buenas prácticas de fabricación y ayudan a brindar a los clientes la garantía de que los productos son seguros, legales y de alta calidad.

Actualmente BRCGS dispone de una serie de Normas Mundiales que establecen los requisitos aplicables a la fabricación de alimentos y productos de consumo a los materiales de envasado utilizados para proteger los productos, al almacenamiento,

distribución y adquisición de estos productos; y al entorno minorista en el que se venden. Entre estas normas destaca especialmente la Norma mundial de seguridad alimentaria BRCGS FOOD.

El resto de Normas BRC son complementarias a la Norma Mundial de Seguridad Alimentaria y constituyen un recurso para la auditoría y certificación de proveedores. (<https://www.agrocolor.es/certificacion/brcgs/>)

La certificación BRCGS Food es importante para todas las empresas que procesan o trabajan con alimentos abiertos. Pueden ser tanto fabricantes de marca como proveedores o empresas que envasan alimentos.

Dado que la certificación es un requisito previo para entrar en el mercado del Reino Unido, así como en otros países de habla inglesa, la certificación BRCGS Food es esencial para las empresas de procesamiento de alimentos que quieran hacer negocios allí.

En conclusión, la certificación BRCGS es un conjunto de estándares internacionales de seguridad alimentaria y calidad que se originó en el Reino Unido. Estos estándares, desarrollados por el British Retail Consortium (BRC), están diseñados para asegurar que los productos alimenticios sean seguros, legales y de alta calidad. Las certificaciones BRCGS abarcan áreas como:

Seguridad Alimentaria: Garantiza que los productos alimenticios se produzcan de manera que cumplan con las normativas de seguridad y prevención de contaminaciones.

Calidad del Producto: Establece requisitos para mantener altos estándares de calidad en la producción de alimentos y productos relacionados.

Sostenibilidad en la Producción: Incluye aspectos de sostenibilidad, aunque de forma más centrada en el control de calidad y seguridad.

La certificación BRCGS es esencial para empresas que desean cumplir con las normativas globales de seguridad alimentaria y demostrar a sus clientes que cumplen con rigurosos estándares de calidad.

4.3.1 Certificación BRCGS en Empresas B

Complementariedad en la Sostenibilidad: Aunque la certificación BRCGS se enfoca principalmente en la seguridad y calidad de los productos, las Empresas B adoptan un enfoque más holístico hacia la sostenibilidad. Las empresas que buscan ambas certificaciones demuestran un compromiso tanto con la calidad de sus productos como con la responsabilidad social y ambiental integral.

Enfoques Diferentes, Objetivos Similares: La certificación BRCGS asegura la calidad y seguridad de los productos, lo cual puede contribuir indirectamente a prácticas más sostenibles en la cadena de suministro. Sin embargo, una empresa con certificación B Corp va más allá, integrando la sostenibilidad y la responsabilidad social en todas sus operaciones y estrategias corporativas.

Integración de Certificaciones: Una empresa puede optar por obtener ambas certificaciones para maximizar su impacto positivo. Por ejemplo, una empresa alimentaria podría obtener la certificación BRCGS para asegurar la seguridad y

calidad de sus productos y, al mismo tiempo, la certificación B Corp para demostrar su compromiso con la sostenibilidad, el bienestar social y una gobernanza ética.

En resumen, mientras que la certificación BRCGS se centra en asegurar estándares de seguridad y calidad, las Empresas B abarcan una visión más amplia de la sostenibilidad y responsabilidad. Juntas, estas certificaciones pueden ofrecer a las empresas una forma robusta de demostrar su compromiso con la excelencia y la responsabilidad en múltiples dimensiones.

4.4 Ejemplos de certificados que solicitan algunos países para importar productos argentinos

1. Alimentos y Bebidas

Estados Unidos:

- **Medioambientales:** Los productos alimenticios deben cumplir con regulaciones que aseguran que la producción no cause daños ambientales. Esto incluye el cumplimiento de la Environmental Protection Agency (EPA) respecto al uso de pesticidas y la gestión de residuos. Además, los alimentos importados deben ser seguros y cumplir con las regulaciones de residuos y contaminación establecidas por la Food and Drug Administration (FDA).
- **Sociales:** Aunque no hay requisitos sociales específicos en la normativa alimentaria de EE.UU., las prácticas laborales justas pueden ser incentivadas a través de certificaciones como Fair Trade. Esta certificación puede ayudar a asegurar que los productos provienen de condiciones laborales éticas.

Unión Europea:

- **Medioambientales:** Los productos alimenticios deben cumplir con el Reglamento (CE) No 834/2007 sobre la producción y etiquetado de productos orgánicos, que promueve prácticas agrícolas sostenibles y de protección ambiental. Esto incluye el uso responsable de recursos y la minimización de impactos negativos en el medio ambiente.
- **Sociales:** La Iniciativa de Comercio Justo y certificaciones como Fair Trade son importantes en la UE y promueven condiciones laborales justas y derechos de los trabajadores en la cadena de suministro.

2. Productos Agrícolas

Japón:

- **Medioambientales:** Los productos agrícolas deben cumplir con normativas fitosanitarias que aseguran prácticas agrícolas responsables, incluyendo la gestión sostenible de plagas y la protección de los recursos naturales.
- **Sociales:** Japón no tiene requisitos sociales específicos para la importación de productos agrícolas, pero la adherencia a estándares de comercio justo puede ser un factor positivo.

Australia:

- **Medioambientales:** Los requisitos fitosanitarios en Australia incluyen prácticas que minimizan el impacto ambiental, como el control sostenible de plagas y la

gestión de residuos agrícolas. El cumplimiento de normativas ambientales es crucial.

- **Sociales:** Aunque no hay requisitos sociales específicos para la importación, la certificación bajo programas de comercio justo puede mejorar la percepción del producto y asegurar prácticas laborales adecuadas.

3. Productos Químicos

Estados Unidos:

- **Medioambientales:** Los productos químicos deben cumplir con el Toxic Substances Control Act (TSCA), que regula la producción y manejo de sustancias químicas para proteger el medio ambiente y la salud pública.
- **Sociales:** Los estándares sociales no son requisitos directos, pero las empresas pueden obtener certificaciones de responsabilidad social empresarial que aseguren prácticas laborales éticas.

Unión Europea:

- **Medioambientales:** El Reglamento REACH exige la evaluación de riesgos ambientales y la gestión de sustancias químicas para proteger el medio ambiente. Esto incluye la regulación de la producción y el manejo de químicos peligrosos.
- **Sociales:** La normativa REACH no cubre directamente aspectos sociales, pero las certificaciones adicionales y las buenas prácticas empresariales pueden contribuir a asegurar condiciones laborales justas.

CAPÍTULO V. IMPLEMENTACIÓN PRÁCTICA DE CONCEPTOS TEÓRICOS

En este capítulo abordaremos las entrevistas que hemos realizado a miembros de empresas Tipo B.

5.1 Entrevista Energe.

5.1.1 Fundación e historia de la empresa

Realizamos una entrevista con Pablo Valdez, asesor comercial de Energe, quien nos comentó cómo es administrar este tipo de empresas, como se fundó la empresa, valores propios, beneficios, desventajas, proyectos sociales, implicancias de trabajar dentro de esta empresa, retos y perspectivas a futuro.

La empresa fue fundada hace 17 años, año 2007, por tres alumnos de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Cuyo. Fue un proyecto que nació a partir de la incubadora de empresas de la facultad, y que gracias a la sinergia de sus talentos propios hicieron que funcionara la sociedad.

Uno de sus fundadores se dedicaba a la parte técnico-científica, otro en la parte de producción; quien es el actual gerente general de la empresa y el tercero tenía la parte blanda.

El negocio comenzó siendo un emprendimiento que comercializaba con gente allegada a sus fundadores, pero sabiendo que para poder ampliar sus horizontes y crecer como empresas necesitaban buscar nuevos clientes, desarrollar la parte comercial, innovar el producto; siendo esto un proceso de aprendizaje constante y sobre todo buscar financiamiento.

Energe se dedica a la comercialización de termotanques solares de fabricación propia, sistemas de energía solar fotovoltaica autónomos y de inyección, sistemas solares de climatización de piscinas, equipos de aire y bombas solares.

Actualmente solo cuentan con estos tres socios, debido a que es una empresa cerrada, tiene franquicias en Córdoba, Buenos Aires y Uruguay; además de otros locales comerciales propios de la empresa.

5.1.2 Motivación

Nuestro objetivo era conocer por qué decidieron tener una empresa tipo B.

Con respecto a esta inquietud Pablo nos comentó si ser empresa B se hace o se nace. La base está en la cultura propia de los dueños; si su cultura no está asociada a este tipo de visión a largo plazo no se van a cumplir los principios para ser tipo B.

En el caso de Energe los fundadores iniciaron su proyecto desde cero, optaron por no irse a otra provincia, sabiendo que en Buenos Aires podrían tener mejores oportunidades, ellos querían estar en Mendoza, querían fundar una empresa y dar trabajo en la provincia. Por lo que su cultura era generar trabajo y desarrollar un producto que cuidara el medio ambiente.

5.1.3 Beneficios de ser tipo B

Nos interesaba saber cuáles son las ventajas o beneficios de ser tipo B, comparado con empresas tradicionales que no persiguen esta misión y/o visión.

En Energe, como en otras empresas tipo B, tratan de hacer negocios con otras empresas tipo B, permitiendo tener clientes exclusivos y también descuentos en precios debido a que persiguen los mismos principios sustentables.

También nos comentaron que el Gobierno de Mendoza les otorga un beneficio del 3% en las licitaciones en las cuales se presentan, siempre y cuando tengan la certificación tipo B.

Ser una empresa tipo B no solo implica beneficios para la organización en sí misma, sino también para sus empleados. Esto se traduce en políticas de trabajo que ofrecen mayores flexibilidades, como la posibilidad de trabajar de forma remota y horarios flexibles. Además, se destaca que si se alcanzan los objetivos, no es necesario estar bajo constante presión.

5.1.4 Impacto Social y Ambiental

El impacto ambiental de Energe tiene la particularidad de que el producto que comercializan ayuda directamente al planeta. Hasta el momento han vendido 13 megavatios de potencia instalada, de sistemas tanto solares, térmicos, fotovoltaicos. Esto es mucho dióxido de carbono que se deja de emitir a la atmósfera. Lo que hacen impacta directamente en el medio ambiente.

A su vez, están intentando mejorar la experiencia de los clientes acompañando desde el momento cero que ingresa la empresa, durante todo el proceso de compra y con un buen servicio de post venta.

Energe cuenta con iniciativas sociales como colectas para comedores, cuando realizan reprocesos de algunos tanques utilizan el interior de estos para hacer ollas y donarlas a estos comedores; y asimismo tienen un programa de inclusión para chicos de capacidades diferentes. Este programa les permite, una vez al año, participar en el proceso productivo en etapas que no implican un riesgo para ellos.

5.1.5 Cultura organizacional

Ser una empresa de tipo B implica que todos los empleados compartan la visión que persigue la organización. En el caso de Energe, esto se logra mediante la realización de cursos y charlas continuas con gerentes y socios, en las cuales se discuten los principios que guía la empresa. En estas sesiones se abordan inquietudes, se identifican áreas de mejora y se tratan diversos temas relacionados con la misión y valores de la organización.

A su vez, para poder seguir manteniendo la certificación tipo B necesitan alcanzar el puntaje que le exige B Lab en las evaluaciones periódicas, lo que implica una constante evolución y mejora en todos sus aspectos.

Pablo nos compartió un ejemplo de esta evaluación sobre la gobernanza de la organización. Uno de los puntos trataba sobre cómo la empresa hace para contribuir al bienestar financiero, físico, profesional y social de sus empleados. En este aspecto la empresa empezó a mejorar ya que algunos empleados mostraron disconformidad. Este tipo de empresas ayudan tanto al entorno como al medio ambiente pero también necesitan ayudar internamente, a los colaboradores que forman parte de la misma por ejemplo con buenos salarios, prepagos o beneficios relacionados mencionados anteriormente.

5.2 Entrevista Rafael Kemelmajer.

5.2.1 ¿Quién es Rafael?

Rafael es Cofundador Quinto Impacto (Empresa B Certificada), director en Sistema B Argentina y profesor en la Universidad Nacional de Cuyo.

5.2.2 Definición Empresas Tipo B

Nos comentó que son aquellas empresas que tienen un propósito en el triple impacto, es decir, son empresas que no perciben sólo la responsabilidad fiduciaria con el inversor sino también perciben la responsabilidad ambiental y social, mínimamente y este es el punto neutral que hubo en toda esta innovación económica.

Para mayor entendimiento, debemos definir el concepto de responsabilidad fiduciaria, el cual se basa en las empresas en general en la confianza que deposita el inversor y/o socio en que la sociedad va a realizar el máximo esfuerzo para maximizar su rentabilidad, siempre y cuando se encuentre dentro de los marcos regulatorios. En cambio, en las Empresas Tipo B esta responsabilidad se amplía ya que no sólo se debe garantizar la rentabilidad económica sino también generar un impacto positivo en lo ambiental y social.

También es importante diferenciar una empresa que genera triple impacto de una que sólo tiene responsabilidad social empresarial; esta última, lo que busca es destinar parte de sus ganancias para ayudar al medio ambiente y la sociedad sin identificar si en el proceso de su actividad generó un impacto positivo o negativo en lo ambiental y social. En cambio, en las empresas de triple impacto existe un modelo de negocio donde importa generar un impacto positivo en lo ambiental y social en el proceso de su actividad principal. En resumen, mientras que una empresa de triple impacto incrementa sus ganancias y lo considera como una inversión, una empresa que decide implementar la Responsabilidad social empresarial incrementará sus gastos generando un conflicto de intereses con los socios que buscan maximizar el capital invertido.

5.2.3 Desafíos de ser una Empresa Tipo B

El desafío es tener una mirada de triple impacto, es decir, tener la capacidad de innovación para generar estos tipos de modelos de negocio.

Sin embargo, una empresa con un modelo tradicional también puede evolucionar hacia un modelo de triple impacto. Es fundamental considerar las complejidades que este proceso puede generar, ya que puede existir una resistencia al cambio o una carencia de la concepción cultural necesaria para afrontar las implicancias que este tipo de empresas conlleva.

Otro desafío que se presenta es la ampliación de la responsabilidad fiduciaria de las empresas y su impacto en los inversores quienes únicamente quieren maximizar su rentabilidad; y que podrían oponerse todas aquellas actividades que pongan en riesgo su ganancia. Para ello lo que debe demostrar la empresa, con un buen modelo de negocio, es cómo estas actividades pueden mejorar la competitividad en el mercado, generar nuevos clientes que buscan estos productos y/o servicios, negociar con proveedores que solo comercializan con estas empresas e ingresar nuevos mercados que están dispuestos a penar comportamientos que puedan afectar el medio ambiente.

Un ejemplo actual que Rafael nos comentó es que en Europa está prohibido importar productos de madera sin que la empresa tenga un sello de reforestación, es decir que la empresa importadora del producto asegure que va a replantar los árboles que se utilizaron para elaborar el producto de madera que se está comercializando. Esto mismo se está comenzando a ver también con la contaminación de carbono, dando origen a impuestos al carbono en productos que contaminan e impactando directamente en las rentabilidades de las organizaciones.

Por lo tanto, ¿Por qué las empresas con un modelo de negocio tradicional están interesadas en migrar a un modelo de triple impacto?

Hay tres razones por las cuales una empresa pueda estar haciendo acciones de triple impacto. La primera es la convicción, la segunda es la coerción y la tercera es la conveniencia.

Según Rafael la conveniencia es la más interesante ya que implica una alineación entre generar el impacto positivo socioambiental y generar una mayor ganancia para las empresas; la convicción no implica rentabilidad y si hay coerción, es decir que se establezca una ley obligatoria a cumplir, las empresas buscarán la forma de romper esa obligación.

5.2.4 Proceso de certificación

Inicialmente existe un costo de certificación, el cual es variable y depende de la facturación y puede rondar desde los \$500 a \$1.500 dólares. Pero a su vez existen los costos que derivan del propio modelo de negocio; es decir si quiero productos de calidad necesito materiales de calidad, esto mismo es aplicable a modelos de triple impacto.

Además, ¿Qué consejos le darías a una persona interesada en certificar su empresa como empresa Tipo B?

Plantear un modelo de negocio de triple impacto desde el dolor y no tanto desde la oportunidad, es decir, a partir de una oportunidad es por ejemplo tener la oportunidad de vender algo, en cambio colocar el dolor en el centro del modelo de negocio es hacer una

empresa que venga a solucionar. Por lo que mientras más dolor reduzca más personas van a venir a mi empresa y por lo tanto voy a ganar más dinero.

Hace 10 años era todo más difícil porque tenías que ver para creer, hoy en día hay más de 2000 empresas Certificadas B y de impacto hay muchas más porque hay muchas empresas de impacto que no están Certificadas B, por ejemplo, Patagonia.

Patagonia es una empresa americana, mundialmente conocida porque hace ropa y el dueño se ha inspirado mucho en la Patagonia Argentina.

Y una empresa que vale 3.000 millones de dólares y ha pasado el 98% de sus acciones a ONGs que tienen como propósito el cuidado de la tierra.

Por lo que hay muchísimos ejemplos de empresas que le están yendo muy bien.

5.2.5 Beneficios de ser una Empresa tipo B en Mendoza

En la Ciudad de Mendoza, en el año 2018 tuvimos el primer municipio en Latinoamérica que le empieza a dar prioridad de compras en las situaciones públicas a empresas que demuestren ser del triple impacto.

Inicialmente el municipio le otorgó beneficios a este tipo de empresas, luego esto fue evolucionando. Hoy en día es Ley Provincial, donde en cualquier licitación si yo estoy alineado al Objetivo de Desarrollo Sostenible y demostrar el impacto positivo, tengo ventajas competitivas con respecto a mi competencia.

Mendoza es una provincia pionera en estos temas, ya que no solo tenemos la ley antes mencionada, sino que también en la Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias

Económicas, dentro de la carrera Administración de Empresas, las personas pueden recibirse como Licenciado en Administración con orientación en Organizaciones de Triple Impacto. Y también, es la provincia con mayor cantidad de Empresas B per cápita.

CONCLUSIÓN

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” y casos de aplicación en Mendoza procederemos a realizar una conclusión sobre la investigación producida.

A medida que la conciencia sobre los desafíos sociales y ambientales crece, surge la cuestión de si las empresas pueden ser verdaderos agentes de cambio y contribuir a la solución de estos problemas. Según Orlando Scarpelli, socio Líder de Assurance ESG de Audit & Assurance de Deloitte Argentina; los consumidores están modificando comportamientos, los inversores no quieren verse involucrados con empresas que no abordan sus externalidades negativas y su falta de transparencia y la fuerza laboral quiere trabajar en empresas que compartan sus valores personales.

No obstante, las empresas no pueden ignorar la importancia de mantener su rentabilidad económica. De esta necesidad de equilibrar la rentabilidad financiera con la creación de valor social y ambiental surge el concepto de las empresas de triple impacto. Las empresas “B”, por ejemplo, son aquellas que no solo persiguen el éxito económico, sino que también buscan tener un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, con un enfoque claro en la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Este movimiento propone ir más allá de integrar actividades sociales y ambientales de manera voluntaria. Plantea incorporar estos objetivos como una misión obligatoria y legal de la empresa, asegurando así un compromiso real y duradero. Si bien puede cuestionarse

la necesidad de formalizar este compromiso legalmente, cuando la responsabilidad social forma parte del núcleo de la empresa, el compromiso ya está asumido y garantizado en su continuidad.

El Movimiento B apoya a las empresas en este proceso de transformación, enseñándoles a "medir lo que importa", evaluando sus impactos y reflexionando sobre sus prácticas para alinearlas con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social. Este acompañamiento es esencial para ayudar a las empresas a comprender su rol en la sociedad y en el planeta, y a actuar en consecuencia.

Además, si bien la certificación de empresa B es el reconocimiento de un organismo internacional sobre la concientización del impacto de la empresa, es un aval que la sociedad mendocina recién está empezando a valorar. La legislación vigente no fomenta la creación de sociedades que velen por el interés colectivo y la sociedad aún no está lo suficientemente concientizada como para impulsar cambios de hábitos y de normativas. Sin embargo, recientemente el gobierno provincial mendocino promulgó una ley en la cual se otorga beneficios a estos tipos de empresas en contrataciones con el propio gobierno, impulsando el nacimiento de estas en los próximos 5 años.

Al comenzar 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 determinar si estas empresas pueden contribuir al crecimiento de la provincia de Mendoza. En relación con el objetivo, analizamos casos reales de empresas mendocinas que tuvieran la certificación e indagamos las acciones que han llevado a cabo para cumplir con el triple impacto. En el caso de Energe contratan personas con capacidades diferentes en determinada época del año para que realicen

ciertas tareas en las que no corren ningún tipo de riesgo y disfrutan realizarlas. También 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, priorización de 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 estas situaciones son extremadamente complejas, y no basta el esfuerzo ciudadano ni las presiones estatales para un verdadero cambio, sino que también, es necesario que el sector más importante de la economía -el sector privado- sea el generador de este crecimiento.

Esto 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/>
- “Amigables con el ambiente y la sociedad: empresas B en Mendoza”. Uncuyo. ([Amigables con el ambiente y la sociedad: empresas B en Mendoza](#))
- Blog Idonella “¿Qué son las empresas B y cómo surgieron?”. [¿Qué son las empresas B y como surgieron?](#).
- Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA) [BYMA](#)
- BRCGS. (n.d.). BRCGS Standards. Retrieved from <https://www.brcgs.com/standards/>
- BRCGS. (2023). BRCGS Global Standard for Food Safety. Retrieved from <https://www.brcgs.com/media/1391/brcgs-global-standard-for-food-safety-issue-9.pdf>
- BRCGS. (2021). BRCGS Global Standard for Packaging Materials. Retrieved from <https://www.brcgs.com/media/1747/brcgs-global-standard-for-packaging-materials-issue-6.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row.
- Economía Sustentable [Inversiones sostenibles](#)
- “El Modelo de Triple Impacto: Cómo Integrar la Sostenibilidad en el Corazón de la Empresa” por Fundación Eroski
- “Empresas B: ¿hacia un nuevo tipo societario?”. (Balaguer, H. G. V. (2014). *Estudios de Derecho Empresario* ISSN 2346-9404, 3).
- Empresas B para principiantes: [Empresas B](#)
- Errepar (2022). “¿Qué son las 'Empresas B'?”. Errepar. Recuperado de: [¿Qué son las 'Empresas B'?](#)
- Fair for life https://www.fairforlife.org/client/fairforlife/file/Fair_for_Life/Certification_process/FFL_Proceso_de_certificacion.pdf
<https://www.fairforlife.org/>
<https://www.fairforlife.org/wp-content/uploads/2020/09/Fair-for-Life-Standard-2020.pdf>

- *Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.*
- *Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review. Disponible en: [Harvard Business Review](#).*
- *“Principales desafíos del proceso de certificación de empresas B en Argentina: un estudio de los casos Tonka, Inti Zen y Maggacup” (Apruzzese, M. B. (2015).*
- *Santander Rio Assets Management [FCI sostenibles](#)*

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, 07 de Octubre de 2024


Malena Ranga Toranzo
Nº de registro: 30396
DNI: 41966289


Morin, Franco Gabriel
Nº de registro: 30727
DNI: 41252659


Luciano J. Cortes
Nº de registro: 30571
DNI: 41770116


Baquero Emilia
Nº de registro: 30495
DNI: 41444444