

Groppa, Octavio ; Sluga, María Laura

Empresas para el bien común: síntesis del informe final de investigación

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor y de la editorial para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Groppa, O., Sluga, M. L. (2014). Empresas para el bien común : síntesis del informe final de investigación [en línea]. Documento inédito. Universidad Católica Argentina. Centro de Estudios en Economía y Cultura. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/investigacion/empresas-bien-comun-informe-final.pdf> [Fecha de consulta:.....]

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA

CENTRO DE ESTUDIOS EN ECONOMÍA Y CULTURA

Proyecto de investigación “Economía, don y reciprocidad”

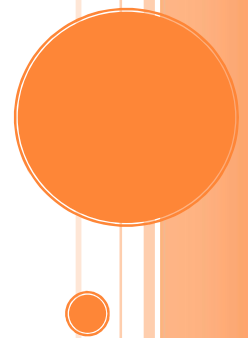
EMPRESAS PARA EL BIEN COMÚN

Síntesis del informe final de investigación

Investigador principal: Octavio Groppa (octavio_groppa@uca.edu.ar)

Investigadora asistente: María Laura Sluga

Noviembre 2014



I. Introducción

El presente trabajo resume los hallazgos alcanzados tras estudiar a través de una encuesta y entrevistas los rasgos de dos tipos de empresas que dan cuenta de un concepto innovador en relación con los fines y modos de gestión de compañías, a saber, las empresas de Economía de Comunión y las empresas B.¹

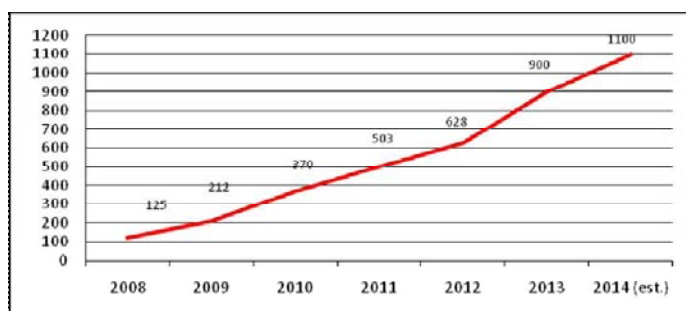
II. Empresas B

Las empresas B o *B corporations* son un tipo novedoso de compañías que trabajan por el bien común mediante la actividad económica lucrativa. Buscan la creación de beneficios sociales y ecológicos, además de económicos, con elevados estándares de transparencia y rendición de cuentas. Al modo de las empresas civiles (Zamagni & Bruni, 2007), se proponen utilizar el poder de la empresa privada para crear beneficios públicos. El modelo fue creado en 2007 por la ONG estadounidense B Lab, que desarrolló una certificación una marca para constituirse como empresa B.

Las empresas B se caracterizan por su apego al cumplimiento de estándares éticos: cumplimiento estricto de las normativas laborales, compromiso ambiental y con el desarrollo local, transparencia, entre otros. La implementación de la certificación guía a las empresas a realizar una optimización de los recursos, de manera de no derrochar recursos energéticos.

La organización que coordina y nuclea a las empresas B en Latinoamérica es Sistema B, con presencia en varios países. Ella se encarga de organizar la estrategia de comunicación, visibilidad y capacitación para expandir el proyecto, que presenta un fuerte crecimiento desde que fue creado.

Gráfico 1 – Evolución de la cantidad de empresas B en el mundo



¹ El informe completo con detalles analíticos y metodológicos se encuentra a disposición del interesado.

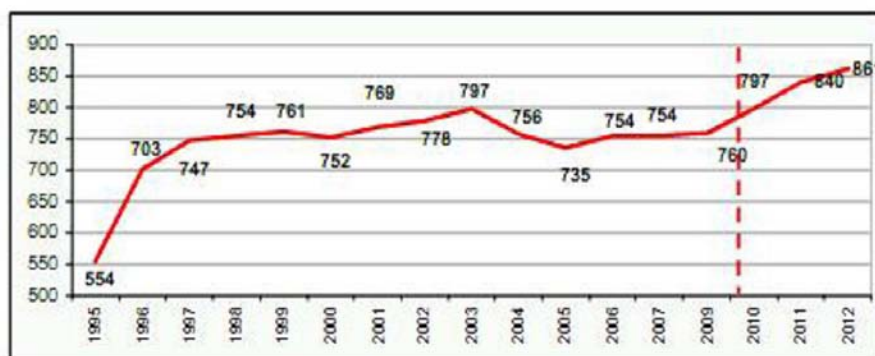
III. Economía de comunión

La Economía de Comunión (EdC) es un movimiento de empresarios que procura desarrollar empresas donde el valor de la persona y la conformación de la comunidad estén en el centro. Nace en 1991 a partir de una idea propuesta en Brasil por la fundadora del Movimiento de los Focolares, Chiara Lubich. La intuición fundamental fue la de crear una nueva economía inspirada en la “cultura del dar” –en contraposición a la “cultura del tener” (Araujo, 1999).

Las empresas de EdC tienen un espectro complejo de objetivos –que a la mirada convencional pueden parecer incluso contradictorios– que abarca desde la búsqueda del lucro hasta la ayuda a los marginados, la atención a los problemas que los propios integrantes puedan tener y el cuidado del medio ambiente. Pero aunque los objetivos forman un entramado complejo, están jerarquizados. El móvil último es el aporte a la creación de un mundo sin personas pobres. El motivo del beneficio no está ausente en este marco, pero se encuentra subordinado a aquél. Lo novedoso de estas empresas radica en la incorporación de la gratuidad y la reciprocidad como dimensión habitual y primordial de actividades y decisiones.

Dividen en tres partes los beneficios obtenidos: una porción para reinvertir en la empresa, una segunda destinada a la asistencia o desarrollo social y una tercera a solventar los gastos para la difusión del proyecto y la formación de empresarios.

Gráfico 2 – Evolución de la cantidad de empresas B en el mundo



Fuente: Crivelli (2003)

IV. Caracterización de las empresas de EdC y B

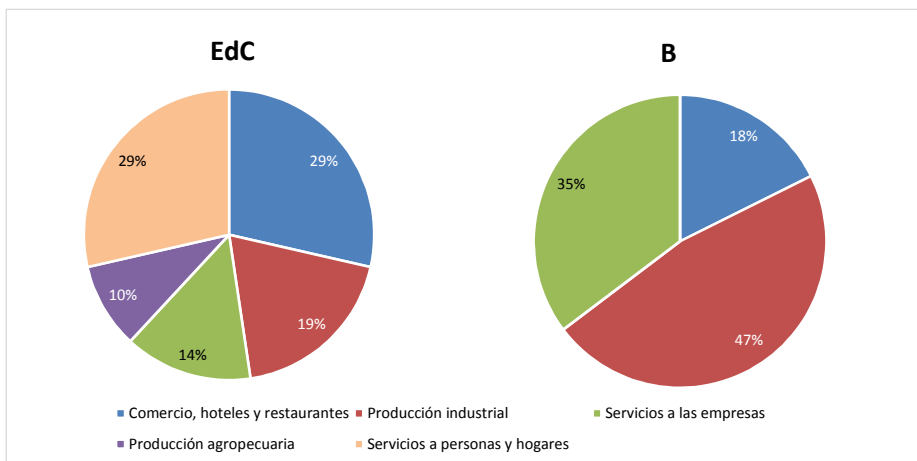
IV.1. Aspectos generales

Las empresas argentinas pertenecientes a estos dos grupos son pequeñas o medianas. Dentro de algunos rasgos comunes pueden también observarse algunas diferencias.

El primero es la distribución geográfica. La EdC presenta una distribución más federal, mientras que las empresas B están más concentradas en las grandes ciudades.

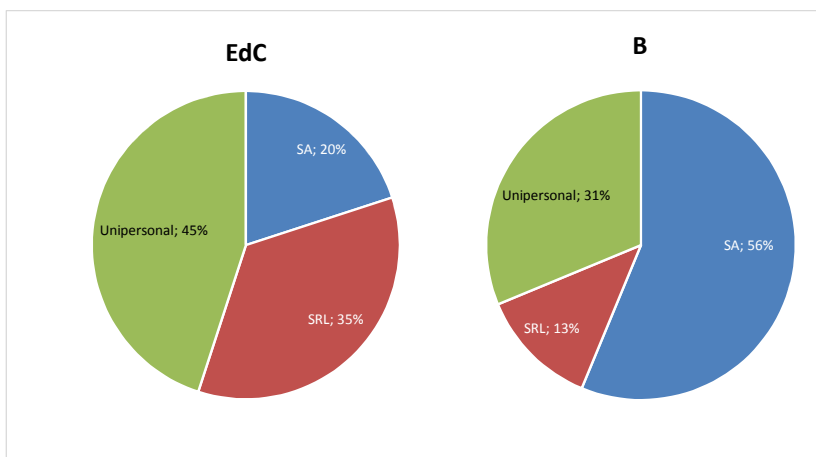
En cuanto a los sectores de actividad, las empresas B muestran actualmente una mayor participación en Servicios a las empresas (consultoría) y en el sector industrial (especialmente, el textil) en comparación con EdC, que tiene preponderancia de comercio y servicios, en un cuadro más heterogéneo.

Gráfico 3 – Distribución de empresas de EdC y B por sector de actividad económica



Respecto de la forma jurídica, las empresas se reparten entre sociedades anónimas, de responsabilidad limitada y unipersonales. Siguiendo este corte se puede apreciar un mayor grado de formalidad en las empresas B, entre las que la proporción de empresas unipersonales es más baja, a la vez que es mayor la porción de sociedades anónimas.

Gráfico 4 – Empresas EdC y B según forma jurídica



IV.2. Valores

En relación con los valores de las empresas, todas las empresas B los tienen claramente definidos, como así también su misión. Entre las empresas EdC, existe un 25% que no lo tiene hecho de manera explícita, aunque todos los empresarios entrevistados expresaron que los valores se viven de manera concreta en la empresa. A la hora del monitoreo y evaluación de estos aspectos, de nuevo se advierte la mayor formalización entre las empresas B.

En cuanto al contacto con la cadena de valor y con grupos de interés se observa en ambos tipos de empresas una preocupación por la comunicación formal e informal. Las alternativas más formales (como reuniones con representantes de los grupos de interés o encuestas anónimas) aparecen fundamentalmente entre las empresas B, mientras que entre las empresas de EdC son frecuentes los contactos permanentes o los encuentros regulares con miembros de la comunidad local.

La comunicación con proveedores y clientes aparece como una preocupación más prioritaria entre las empresas B que entre las de EdC, lo cual se correspondería con un cumplimiento más acabado de buenas prácticas en la gestión empresarial.

En cambio, la comunicación con los empleados aparece más enfatizada en este último grupo, en sintonía con la prioridad en la EdC de construir relaciones, fundamentalmente al interior de la empresa.

Es notable la diferencia respecto de la publicidad de la información de la compañía. Mientras que entre las B un 79% respondió compartir la información financiera al interior de la empresa, sólo un 37% lo hizo entre las de EdC.

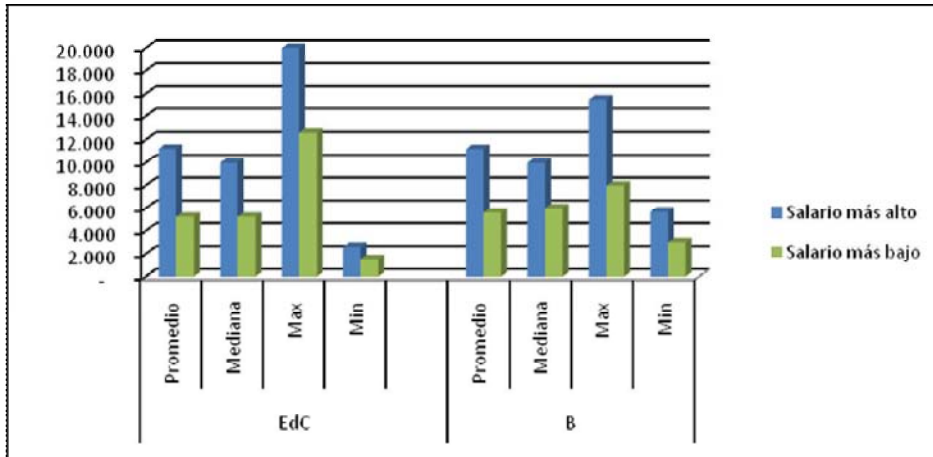
IV.3. Empleados

En cuanto a la cantidad de empleados, las empresas de EdC muestran una dotación levemente superior a las empresas B. De todas formas, el grueso de las empresas de ambos tipos no supera los 10 empleados. En ambos casos, sin embargo, se observa un incremento en la dotación promedio en los últimos dos años, del 17% en EdC y del 7% entre las empresas B. Esta diferencia puede estar dando cuenta del particular empeño que manifestaron los empresarios EdC por la creación de empleo, que es uno de los leitmotiv del proyecto. Sin embargo, en los últimos 2 años un 12% de los empleados en empresas EdC dejaron voluntariamente su trabajo, contra apenas un 3% entre las empresas B.

Respecto del tipo de contratación, en EdC es, en promedio, mayor la proporción de personal efectivo. Como contraste, las empresas del Sistema B, más pequeñas, subcontratan una mayor proporción de la mano de obra que utilizan. En cuanto a las personas con alguna necesidad especial, es notable el 75% de empresas EdC que ha contratado trabajadores con esta condición. Entre las empresas B, este valor alcanza a la mitad de las empresas. Análogamente, es importante la proporción de empresas que ha dado trabajo a personas desocupadas o subocupadas, particularmente entre las de EdC.

Los salarios pagados en uno y otro caso están en el mismo rango. EdC muestra una mayor dispersión salarial. Asimismo, un 46% de las empresas B respondió pagar sueldos mayores a los de mercado (contra un 29% en EdC).

Gráfico 5 – Estadísticos de salarios pagados en empresas EdC y B



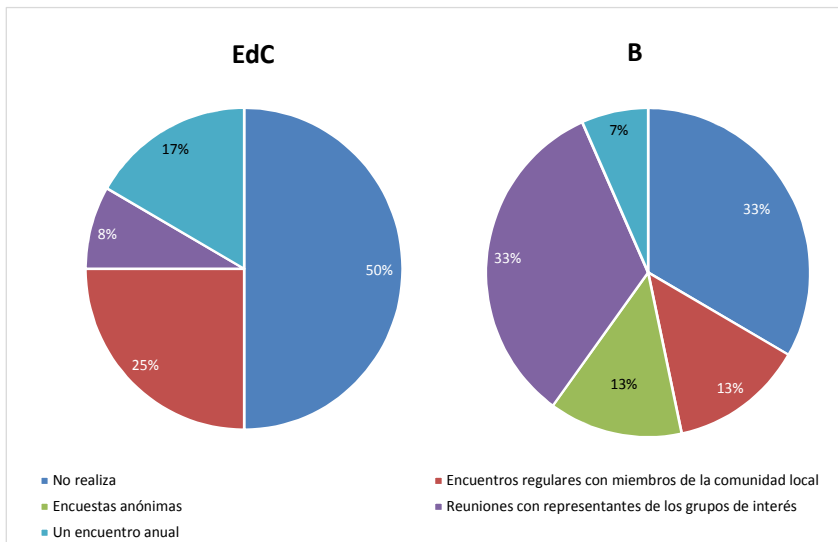
IV.4. Ética en la cadena de valor

En cuanto a las vinculaciones con la cadena de valor o con los *stakeholders*, un 60% de las empresas de ambos grupos manifestó tener contacto de algún modo. Asimismo, alrededor de un 90% de estas empresas realiza consideraciones éticas en su cadena de valor.

En este sentido, un 71% de las empresas EdC encuestadas y un 86% de las empresas B manifestaron conocer los estándares de cumplimiento de normativas laborales o ecológicas de sus proveedores.

Respecto de los clientes, en ambos grupos existe alrededor de 25%-30% de clientes en situación de pobreza. Sin embargo, el 54% de las empresas de EdC manifestó contar con alguna tarifa menor o "social" para atender a dicha clientela, mientras que sólo un 13% manifestó lo propio entre las empresas B.

Gráfico 6 – ¿Realiza la compañía algún tipo de contacto con los diversos grupos vinculados (stakeholders) de modo de contar con un retorno (feedback) respecto de sus actividades?

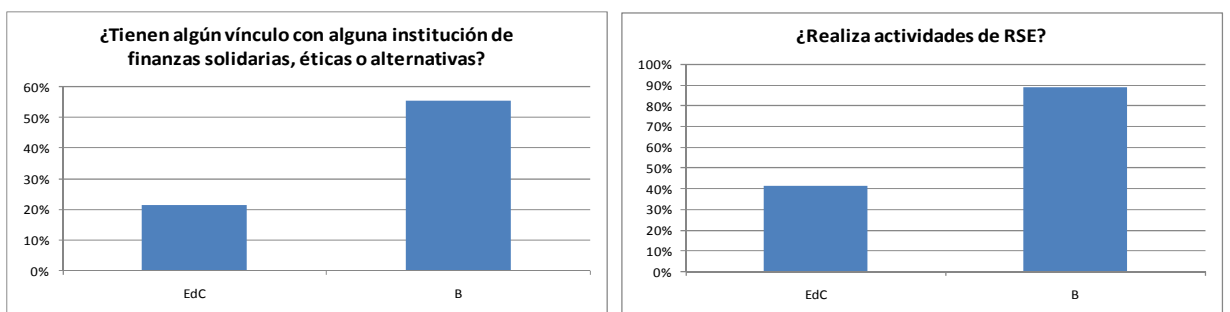


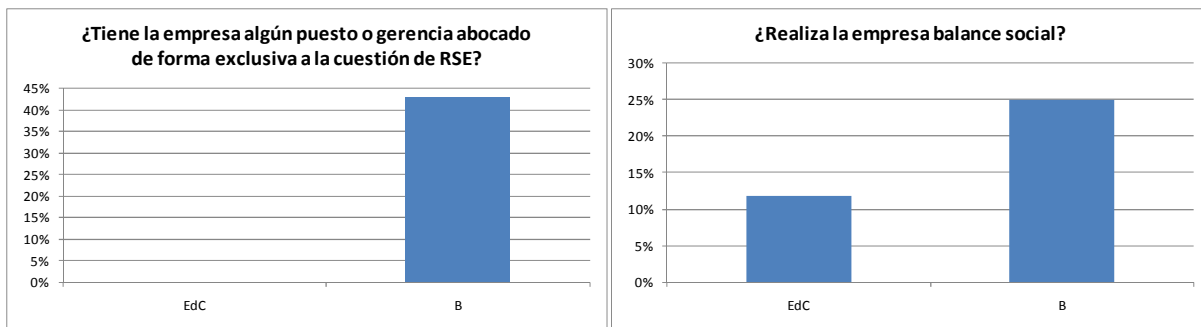
IV.5. Ética ecológica y social

En relación con el medio ambiente, las empresas B tienen todas un compromiso enunciado de manera explícita de protección al medio ambiente. Entre las de EdC, en cambio, esta declaración se da en la mitad de los casos.

Además de la opción por el respeto a los valores ecológicos, las empresas que tienen al bien común como meta presentan, como es obvio, un importante desarrollo de los valores sociales. Un aspecto en el que todavía hay margen para avanzar es el del balance social. Es muy bajo aún el porcentaje de empresas que lo realiza (12% EdC, 22% B). Aún así, este balance lo realizan con criterio propio y no ateniéndose a criterios profesionales generalmente aceptados, auditorías o prácticas institucionalizadas en la materia.

Gráfico 7 – Balance social

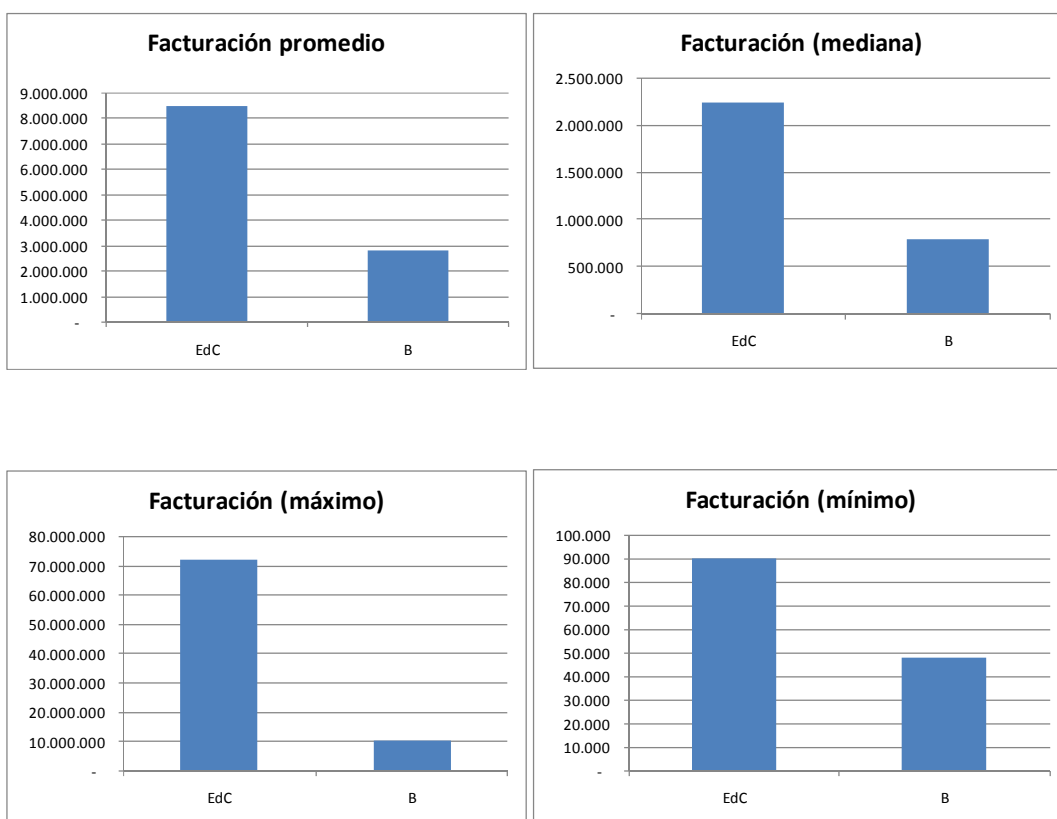




IV.6. Resultados financieros

La facturación anual promedio de las empresas de EdC casi cuadruplica la revelada por las empresas B: entre las primeras este valor asciende a 8,8 millones de pesos, contra 2,5 millones de las empresas B para el año 2013. Por otro lado, 72% de las empresas EdC expresaron haber tenido utilidades. Aquel porcentaje se reduce al 63% entre las empresas B argentinas.

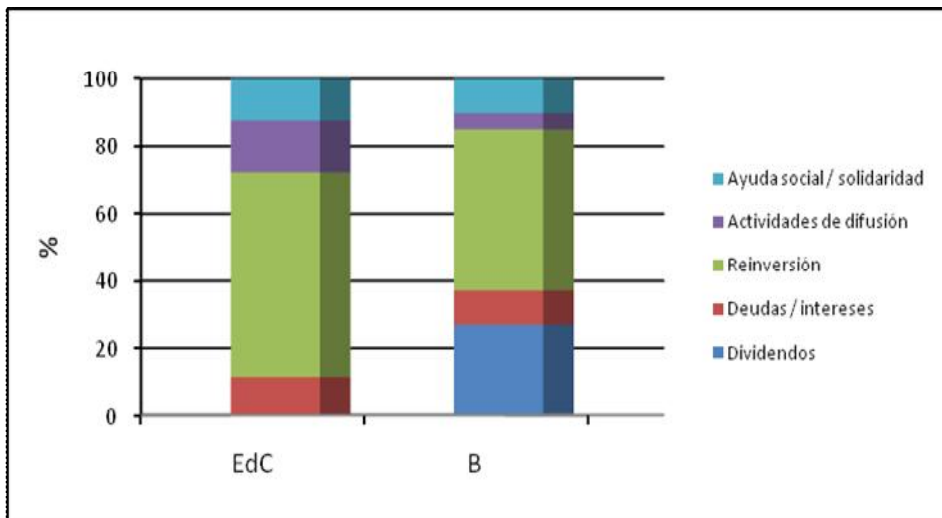
Gráfico 8 – Resultados financieros



El nivel de facturación y el porcentaje de utilidades da cuenta de que el fenómeno estudiado está conformado principalmente por empresas pequeñas.

Un punto interesante a estudiar es la asignación realizada de estos beneficios. Dicha información se encuentra resumida en el cuadro siguiente.

Gráfico 9 – Destino de los beneficios en empresas EdC y B



V. Reflexiones finales

La primera conclusión práctica que se desprende de la investigación es que la existencia de empresas orientadas al bien común constituye un fenómeno factible y susceptible de ser generalizado. En ese sentido, no se trata de alternativas utópicas a la economía de mercado sino que estas empresas se insertan en ella procurando desde adentro su transformación solidaria.

Estas empresas se caracterizan por abrir espacio para un nuevo tipo de empresario que opera con una racionalidad distinta. La diferencia está dada por la incorporación a su espectro de decisiones de dimensiones tradicionalmente dejadas afuera como el cuidado medioambiental y la situación social.

Asimismo, existe un hecho importante de orden cultural que supone un corrimiento de la lógica del sistema. Estas empresas fundan su actividad en una motivación de naturaleza “ideal” o valórica, mientras que en la lógica de mercado el sistema opera mediante estímulos externos, esto es, el dinero.

Por otra parte, existen diferencias entre las dos experiencias estudiadas que pueden ser resumidos en la tensión institución-carisma. El sistema B enfatiza la formalización del compromiso ético mediante la certificación del cumplimiento de normas laborales, ecológicas o sociales. Las empresas de EdC, por su parte, hacen hincapié en la construcción de relaciones fraternas, en mirar a los interlocutores de su actividad económica como personas, antes que según la función que cumplen. De aquí que pueda hablarse de un mayor énfasis en la

dimensión carismática en la EdC, mientras que entre las empresas B tiene más peso el aspecto institucional.

Vale señalar que el empresario con esta motivación se encuentra en un contexto legal que fue pensado para la empresa capitalista, es decir, en donde el empresario se apropia del excedente y lo dispone a voluntad. Ello suma dificultades a quienes procuran moverse dentro del sistema, pero con una lógica que le es extraña. Un marco legal que favorezca este tipo de iniciativas puede ser un punto importante para garantizar su expansión futura.

Podemos esperar que este tipo de empresas siga creciendo, porque las condiciones culturales son muy aptas para ello. Probablemente se mantengan como una red de empresas de tamaño mediano y pequeño. El grado de comunicación y la lógica de construcción colectiva están bastante reñidos con la tendencia a la construcción de posiciones monopólicas o cuasi monopólicas propias de las empresas capitalistas. En este sentido, el resultado puede ser óptimo desde el punto de vista económico agregado, pues se aproximaría a la solución de equilibrio del sistema cooperativo, que maximiza el nivel de empleo sobre las ganancias.

VI. Referencias

- Araujo, V. (1999). ¿Qué persona y qué sociedad para la “Economía de Comunción”? En *Humanizar la economía. Reflexiones sobre la “Economía de comunción”* (pp. 17–28). Buenos Aires: Ciudad Nueva.
- Crivelli, L. (2003). Cuando el *Homo Oeconomicus* se convierte en *Reciprocans*. En *Persona y Comunción* (pp. 29 – 56). Buenos Aires: Ciudad Nueva.
- Zamagni, S., & Bruni, L. (2007). *Economía civil. Eficiencia, equidad, felicidad pública* (p. 288). Buenos Aires: Prometeo.