

# El aporte social de las corporaciones

3 de septiembre de 2019

Como hemos venido difundiendo extensamente en una serie de publicaciones (ver [Lampadia: Filantropía sigue creciendo](#), [Las gratas y no gratas sorpresas de la Fundación Gates en el 2018](#), [Haciendo más consecuentes las inversiones éticas](#), entre otras), hay suficiente evidencia para demostrar la existencia de una nueva tendencia, nada despreciable, en el mundo corporativo de hoy, que apunta a generar grandes cambios en pos del bienestar social, ya sea a través de la filantropía propiamente dicha o de las denominadas “inversiones éticas”.

Lamentablemente, esta fuente insaciable de recursos – que supera largamente a las recetas del socialismo hacia los grandes males de los países, por su sostenibilidad en la generación de riqueza – ha sido defenestrada de los grandes titulares de los medios internacionales, los cuales apenas hacen eco de sus aportes.



The Economist es de los pocos medios que realmente se ha dedicado no solo a reconocer las iniciativas e inversiones del segmento corporativo en materia social (pobreza, salud, educación, etc.) sino que inclusive ha analizado la anatomía de los sectores económicos que las impulsan.

Recientemente, publicó un artículo en razón de ello, que compartimos líneas abajo, en donde realiza un listado exhaustivo de las acciones que las grandes empresas se encuentran haciendo en torno a los denominados criterios medioambientales, sociales y de gobernanza empresarial (ESG) y cómo ello ha supuesto en muchos casos una reformulación del propósito mismo de tales organizaciones. Un propósito que va más allá de la búsqueda de creación de valor hacia los accionistas.

Al respecto, no podríamos estar más de acuerdo con dicha evolución. Como sentenciamos en [Lampadia: Recuperando lo mejor del capitalismo](#):

**“Se hace necesario reformular el rol de las empresas desde su compromiso con una misión y valores que expliciten el verdadero sentido de los negocios, como una fuerza creadora de bienestar”**

En estos tiempos, en donde coexisten y persisten diversas problemáticas de antaño, como la discriminación racial y los movimientos antiinmigración; y de carácter más reciente, como el cambio climático, se hace imperativo que las grandes empresas puedan hacer algo al respecto, ante gobiernos que han mostrado constante incapacidad para frenar dichos problemas. De esta manera, el pensamiento anti-empresa que aún permanece presente en la cabeza de varios jóvenes en Occidente podrá ser extirpado. [Lampadia](#)

¿Para qué son las empresas?

**Las grandes empresas comienzan a aceptar responsabilidades sociales más amplias**

*Parece que perseguir el valor del accionista ya no es suficiente*



**The Economist**

**24 de agosto, 2019**

**Traducido y glosado por [Lampadia](#)**

A los empresarios, al ser personas, les gusta sentir que les está yendo bien. Sin embargo, hasta la crisis financiera, durante una generación más o menos, habían estado felices de pensar que hicieron el bien simplemente al hacerlo bien. Suscribieron la opinión de que tratar la necesidad de ganancias de sus accionistas como lo más importante representaba su propósito más importante. Los economistas, los gurús de los negocios y los directores ejecutivos de primera línea, como los que componen la Mesa Redonda de Negocios de EEUU, lo confirmaron en su opinión. En un mercado libre, la búsqueda del valor para el accionista en sí misma brindaría los mejores bienes y servicios al público, optimizaría el empleo y crearía la mayor riqueza, riqueza que luego podría ser utilizada para todo tipo de buenos usos. Es una visión del mundo al mismo tiempo que se apoya en su simple

rigor y es reconfortante en la falta de cargas sociales que impone a las empresas.

También es una que se ha enfrentado a una presión creciente en la última década. Los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG, en adelante) han desempeñado un papel creciente en decisiones sobre cómo asignar la inversión financiera. Los activos administrados bajo tales criterios en Europa, EEUU, Canadá, Japón, Australia y Nueva Zelanda aumentaron de US\$ 22.9 trillones en 2016 a \$ 30.7 trillones a principios de 2018, según la Global Sustainable Investment Alliance. Algunos de los mayores gestores de activos del mundo, como BlackRock, un gigante de la indexación, están firmemente a favor de este giro en los eventos. El jefe de la empresa, Larry Fink, ha respaldado repetidamente la noción de que las corporaciones deben perseguir un propósito, más allá de las ganancias simples.

El descontento no termina con los inversores. Los jóvenes trabajadores brillantes del tipo que las empresas más desean esperar trabajar en un lugar que refleje sus valores mucho más que la generación de sus padres. Y el público en general ve un mundo con problemas desalentadores, especialmente el cambio climático y la desigualdad económica, que los gobiernos no están resolviendo. También ven a las compañías como parcialmente responsables de estos problemas extremos, las cuales utilizan sus ganancias cada vez mayores (ver Gráfico) para canalizar efectivo a los accionistas, en lugar de invertirlos de manera que mejoren la vida de todos.



The Economist

Entre los jóvenes estadounidenses, el socialismo es cada vez menos una palabra abuchada.



The Economist

Ante esta marea creciente, la Mesa Redonda de Negocios ha visto la luz o se ha derrumbado, dependiendo de a quién se le pregunte. El 19 de agosto, los grandes y buenos del mundo de los CEO anunciaron un cambio de opinión sobre **para qué sirven las compañías públicas. Ahora creen que las empresas deberían servir a las partes interesadas [stakeholders] y a los accionistas. Deben ofrecer un buen valor a los clientes; apoyar a sus trabajadores con capacitación; ser inclusivos en cuestiones de género y raza; tratar de manera justa y ética a todos sus proveedores; apoyar a las comunidades en las que trabajan; y proteger el medio ambiente.**

Hubo una reacción inmediata. El Consejo de Inversores Institucionales, un grupo sin fines de lucro de administradores de activos, lo denunció rápidamente. Otros lo criticaron como «apaciguamiento» de políticos como Warren y como un paso decisivo hacia la muerte del capitalismo. Esto puede parecer extremo: a primera vista, las recomendaciones de la mesa redonda bordean la anodina. Pero **si el propósito de la compañía se desvanece en sus amarres de valor para los accionistas, ¿quién sabe dónde podría terminar?**

#### ¿De quién es la compañía?

La afirmación más citada de la primacía del valor para los accionistas proviene de Milton Friedman, un economista. En 1962 escribió que **«hay una única responsabilidad social de las empresas: usar sus recursos y participar en actividades diseñadas para aumentar sus ganancias siempre que se mantenga dentro de las reglas del juego, es decir, se comprometa abiertamente a la libre competencia sin engaño o fraude»**.

En un momento en que los gobiernos esperaban que las empresas fueran patrióticas y las comunidades veían algunos de ellos como recursos vitales, su franqueza sorprendió a muchos. Pero, **aunque posteriormente se tradujo como algo extremo, la posición de Friedman tenía bastante de ceder. Llamó a las empresas no solo a cumplir con la ley, sino también a respetar los estándares éticos más generales de la sociedad; no equiparó los intereses de los accionistas con la rentabilidad a corto plazo.**

**Pero no fue así como se sintió.** La forma en que las escuelas de negocios y los consultores de gestión en EEUU, Gran Bretaña y Europa continental hicieron proselitismo por el valor para los accionistas en los años ochenta y noventa ofreció pocos matices. La mayor preocupación de gobierno corporativo fue el problema del agente: cómo alinear a los gerentes con los intereses de los accionistas que buscan valor.

Tales herejes ahora pueden levantar la cabeza de nuevo. Esto no se debe simplemente al clima político o al estado de ánimo público. **Algunos economistas argumentan que la posición de Friedman pertenece a aquellos tiempos.** Oliver Hart, de la Universidad de Harvard, y Luigi Zingales, de la Universidad de Chicago, ven su argumento como motivado principalmente por una forma del problema del agente; no le gustaba que los gerentes fueran caritativos con el dinero de los accionistas, incluso si aparentemente era en interés de la empresa. Después de todo, los accionistas podrían derrochar sus ganancias en tan buenas causas.

**Es cierto, tal vez, en aquel entonces,** dicen Hart y Zingales. Ahora, argumentan, las externalidades que las empresas imponen a la sociedad a veces son imposibles de mitigar para los accionistas como individuos, particularmente si el sistema político y legal es una barrera para el cambio. Los accionistas individuales no pueden hacer mucho por ley para prohibir las armas en EEUU, por ejemplo. Pero pueden ejercer sus derechos como propietarios para influir en las empresas que venden armas. Por lo tanto, **las empresas pueden tener propósitos, pero los propietarios deben proporcionarlos, no los gerentes.**

**Otros sostienen que la idea del valor para el accionista, aunque sigue siendo central, necesita algunas modificaciones.** Raghuram Rajan, economista de la Universidad de Chicago y ex director del banco central de la India, aboga por tomar nota de las inversiones no financieras que los trabajadores y proveedores realizan en una empresa con una nueva medida de «valor de la firma» que toma nota explícitamente de un determinado conjunto de tales participaciones.

**Algunas compañías han asumido la idea de que su mayor poder les impone nuevas demandas.** Satya Nadella, director ejecutivo de Microsoft, dice que

un sentido de propósito, junto con una misión que está «alineada con lo que el mundo necesita», es una forma poderosa para que su empresa se gane la confianza del público. Y debido a que la confianza es importante, esto pone el propósito en el centro del modelo comercial de Microsoft. «A medida que la tecnología se generaliza en nuestras vidas y en la sociedad, nosotros, como compañías de plataformas, tenemos más responsabilidad, ya sea ética en torno a la inteligencia artificial, la ciberseguridad o la privacidad», dice. «Hay una obligación moral».

Las empresas en otras industrias tienen pensamientos similares. En cada negocio, dice Haythornthwaite de MasterCard, es probable que una ola de digitalización lleve a una compañía a avanzar. Debido a esa concentración de poder, dice, la plataforma ganadora deberá forjar un vínculo estrecho con la sociedad para mantener la confianza.

El cambio climático es quizás el ejemplo más obvio de empresas que hacen más de lo que tienen que hacer en una buena causa. Veinticinco grandes empresas estadounidenses, incluidos cuatro gigantes tecnológicos, hicieron campaña contra la retirada de EEUU del acuerdo de París en 2017. A nivel mundial, 232 empresas que tienen un valor colectivo de más de US\$ 6 trillones se han comprometido a reducir sus emisiones de carbono en línea con el objetivo del acuerdo de limitar el calentamiento global a menos de 2°C.

A pesar de lo audaz que sea, no es una respuesta proporcional a la crisis climática. Las empresas que se vuelven neutrales en carbono son en su mayoría orientadas al consumidor, en lugar de emisoras intensivas. El dinero para el carbón ahora puede ser escaso, al menos en el mundo rico, pero los grandes inversores institucionales poseen una parte considerable de las principales compañías petroleras del mundo, muchas de las cuales aplican un precio teórico del carbono al análisis de inversión, pero siguen bombeando combustible fósil. Y las promesas de neto cero pueden reforzar la idea errónea de que la mejor manera de combatir el cambio climático es a través de las elecciones de empresas y consumidores individuales, en lugar de una transición exhaustiva en toda la economía.

### De cada uno según sus habilidades

La política del consumidor no es la única que las empresas deben tener en cuenta; en tecnología, particularmente, la política de la fuerza laboral es importante. El año pasado, los empleados de Google obligaron a la empresa a dejar de proporcionar al Pentágono tecnología de inteligencia artificial para ataques con aviones no tripulados y abandonar el proceso de adquisición de JEDI, una instalación de computación en la nube para las fuerzas armadas. Google depende, tal vez más que cualquiera de sus pares, de un pequeño número de científicos de datos e ingenieros de software de vanguardia; sus puntos de vista tienen peso. Microsoft, a pesar de dudas similares de sus empleados, todavía está en la carrera por el contrato JEDI. Amazon, por su parte, se enfrenta a la presión de los empleados sobre los contratos con las compañías de petróleo y gas.

Si las posturas políticas corporativas pueden justificarse en términos de mantener contentos a los trabajadores o consumidores, no significa que no sean sinceros, simplemente pueden estar sobre-determinados. Esto puede ser molesto para la derecha. Las empresas rara vez defienden los derechos de los no nacidos o la seguridad fronteriza. Pero este es el mercado del trabajo. Las empresas tienden a preferir tanto a los consumidores como a los empleados que son jóvenes, educados y ricos, es decir, de quienes se espera que adopten políticas socialmente liberales.

### Lo que el mundo aún no ha visto es una situación en la que los problemas de los ESG entran en conflicto material y sistémico con las ganancias.

Tales cuestiones se vuelven particularmente claras cuando se trata de aumentar el gasto en los estamentos más pobres de la fuerza laboral. Reducción incesante tiene poco sentido. Algunas empresas han elevado los salarios mínimos y están gastando más en la capacitación de los trabajadores para hacer frente a la automatización futura. Pero las ganancias son muy sensibles a los costos laborales. Según Darren Walker, presidente de la Fundación Ford, una de las mayores organizaciones benéficas de EEUU, muchos directores ejecutivos están conversando sobre cómo gastar más en trabajadores y beneficios, pero sienten que no pueden hacerlo solos. «Necesitarán cobertura», dice; un cambio más amplio hacia el propósito corporativo podría proporcionarlo.



Jack Richardson

Muchos inversores y jefes influyentes imaginan un retorno a algo como el «capitalismo gerencial» de épocas anteriores, cuando algunos directores ejecutivos, sus intereses presumiblemente insuficientemente alineados con los de los accionistas, prestaron más atención a las partes interesadas y las comunidades locales. No todos son entusiastas. Paul Singer, fundador de Elliott Management, el fondo de cobertura activista más grande del mundo, dice que el debate actual sobre el propósito corporativo «corre el riesgo de oscurecer el hecho de obtener una tasa de rendimiento para planes de pensiones, cuentas de jubilación, universidades, hospitales, donaciones de beneficencia, etc. y así es en sí mismo un bien social, uno muy elevado». Además, señala, este bien social es uno que ninguna otra entidad que la corporación puede proporcionar de manera sostenible.

También hay un problema de responsabilidad. «Una vez que la corporación decida que obtener ganancias ya no es su objetivo principal, ¿ante quién será responsable?», Dice Singer. La respuesta, piensa, es «los activistas políticos más ruidosos y apasionados», aunque otros podrían esperar que las convicciones establecidas de los accionistas entraran en juego.

Una respuesta a estas críticas podría ser idear un marco que permita a las empresas y jefes declarar claramente qué más quieren hacer además de obtener ganancias. Casi 3,000 empresas en todo el mundo han sido certificadas como «corporaciones B» en la última década, lo que significa que sus prácticas éticas, sociales y ambientales han sido certificadas por monitores independientes para cumplir con los estándares establecidos por B Lab, un grupo sin fines de lucro en Pennsylvania. Pero no muchas grandes empresas lo han solicitado. Los que tienen son en su mayoría marcas de consumo.

Una alternativa a este enfoque sería hacer que las empresas digan qué propósito tenían más allá del valor para los accionistas y luego se las impongan. Este es el enfoque que Mayer de Oxford recomienda para Gran Bretaña: un requisito legal para que las empresas tengan un propósito en sus estatutos y proporcionen medidas para demostrar que se está cumpliendo. Sin embargo, declarar el propósito de tal manera que sea abierto a tal medición, resultaría difícil.

A medida que el capitalismo se critica por todos lados, es difícil para aquellos en la clase empresarial e inversora objetar a las empresas que voluntariamente hacen su parte para modificar el sistema. Pero cuando los rendimientos confiables se ponen en riesgo, las cosas pueden cambiar.

**Lampadia**