

Observatorio MAPFRE de Finanzas Sostenibles: Medición del Impacto Social de las Empresas

Introducción

En el reciente consejo académico del Observatorio MAPFRE de Finanzas Sostenibles, se abordaron los desafíos y estrategias para medir el impacto social de las empresas, dirigidas a inversores, empleados y clientes. Se subraya la importancia de la colaboración y la responsabilidad social, destacando la función esencial que desempeñan las empresas en la sociedad, y la creciente necesidad de adoptar prácticas empresariales que sean transparentes y éticas.

Ponente Principal: Dr. Miguel Ángel Prieto

El punto de partida es distinguir entre la verdadera responsabilidad social corporativa (RSC) y una RSC superficial que solo cumple con formalidades sin efectuar un cambio real. Se enfatiza que, en un contexto donde las capacidades estatales pueden ser limitadas, las empresas tienen un papel crucial para abordar problemas de discriminación, desigualdades económicas y ambientales.

Un desafío recurrente identificado es la ambigüedad en la terminología utilizada y la tendencia a confundir un impacto positivo con una inversión verdaderamente responsable. Para abordar esto, es esencial que las empresas y los inversores consideren no solo los retornos económicos, sino también los beneficios sociales y ambientales. Esto requiere aplicar criterios rigurosos que evalúen la sostenibilidad de las inversiones, asegurando que estas se realicen con ética, intención y transparencia. Estos criterios pueden incluir la evaluación del impacto social y ambiental, como la mejora en la calidad de vida de las comunidades y la reducción de emisiones de carbono; la transparencia y rendición de cuentas; la alineación de las inversiones con principios

éticos que busquen el bienestar a largo plazo; y la implementación de prácticas de gobernanza responsables que respeten los derechos humanos y promuevan la inclusión. Aplicar estos criterios permite distinguir entre inversiones que simplemente generan un impacto positivo y aquellas que son verdaderamente responsables y sostenibles.

Este observatorio enfatiza la necesidad de contar con una financiación adecuada que respalde las iniciativas de sostenibilidad. La inversión de impacto se destacó como un motor clave para generar beneficios tanto sociales como ambientales, siempre y cuando se utilicen criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) robustos. No obstante, se enfrentan desafíos significativos que dificultan la implementación y el seguimiento efectivo de estas inversiones.

Uno de los principales retos es la medición precisa de los resultados, ya que cuantificar el impacto social y ambiental de manera objetiva y consistente puede ser complejo, debido a la naturaleza mayormente intangible de estos beneficios y a la falta de estándares universalmente aceptados. Además, la creación de metodologías homogéneas para reportar estos impactos es otro desafío crucial, pues la diversidad de enfoques y la variabilidad en los contextos empresariales hacen difícil establecer un marco común que permita comparar y evaluar de manera justa las distintas inversiones. Finalmente, el desarrollo de un marco regulatorio coherente es imprescindible para asegurar que las empresas operen bajo directrices claras y exigibles, lo cual es necesario no solo para mantener la confianza de los inversores, sino también para garantizar que las inversiones realmente contribuyan al desarrollo sostenible.

Por otro lado, el debate académico también destaca los riesgos inherentes a la promoción de inversiones que aparentan ser socialmente responsables, pero que en realidad no cumplen con los principios fundamentales de sostenibilidad y ética. En un entorno donde el "greenwashing" y las estrategias de marketing engañoso pueden proliferar, las empresas pueden presentar sus productos o servicios como sostenibles o responsables sin que exista un verdadero compromiso con los valores ASG. Esta práctica no solo engaña a los consumidores, sino que también distorsiona el mercado, perjudicando a las empresas que realmente invierten en prácticas sostenibles. En un mundo donde la publicidad y las campañas de marketing pueden deslumbrar fácilmente,

es fundamental que los consumidores y los inversores se mantengan críticamente informados. Esto implica no solo confiar en la imagen proyectada por las empresas, sino también realizar un análisis más profundo de las prácticas empresariales, verificando la autenticidad de las inversiones a través de la revisión de auditorías independientes, certificaciones reconocidas y la evaluación de reportes de sostenibilidad detallados.

La implementación efectiva de la RSC requiere más que meras recomendaciones; debe basarse en los Derechos Humanos, sistematizados y concretados en grandes tratados internacionales. En este sentido, se señala que existe una normativización inspirada en estos convenios, aunque en la práctica se observa una pérdida de vigencia de estos derechos, incluso en sociedades democráticas. En resumen, en el observatorio, se resalta la importancia de medir el impacto social de las empresas y propone recomendaciones para inversores, empleados y clientes para fomentar prácticas responsables y sostenibles. La transparencia, la educación y el compromiso ético son esenciales para lograr un impacto positivo y sostenible, y las auditorías y certificaciones son herramientas clave para validar y mejorar las prácticas de sostenibilidad de las empresas.

Conclusiones

1. Dualidad inseparable entre impacto positivo y externalidades. Hay que ser justos y prácticos más allá de la teoría y valorar el impacto en conjunto que tienen las inversiones. Toda inversión donde el impacto resulte positivo puede llegar a tener algún efecto negativo, haciendo ver el contrapeso entre impacto positivo y eventuales externalidades (Dr. Miguel Ángel Prieto).

2. Presencia real de la responsabilidad social corporativa. La RSC debe trascender las apariencias y crear un vínculo real entre lo público y lo privado, con el objetivo de satisfacer mejor las necesidades de la sociedad (Dra. Rosario Sáez).

3. Replanteamiento de la economía tradicional. Es necesario que las empresas superen la lógica del mero lucro y adopten un enfoque más integral, donde el impacto social y ambiental también sean prioridades (Dra. Ana Fernández Laviada).

4. Aplicación de la Doctrina Social de la Iglesia a la economía, particularmente en línea con los pronunciamientos del Papa Francisco y la llamada “Economía de Francisco”, que promueve una economía al servicio del bien común. Intervención primaria de la empresa, como responsable de su actuación: El Estado debería hacerlo allá donde la empresa no llegue o se requiera una intervención más amplia mirando al bien común (Dra. Beatriz Bullón).

5. Universalización de una serie de principios y valores, más allá de credos o ideologías, se destacó la necesidad de universalizar ciertos principios y valores fundamentales que deben guiar la acción empresarial y social (Dra. Marta Bengoa).

6. Es esencial apostar por una educación alejada de las ideologías. El ejemplo es fundamental en la educación. Atender al mérito, la capacidad y el esfuerzo, son pilares básicos de una educación sana (Dr. Antonio Bascones).

7. La persona como titular de Derechos Humanos. Es fundamental atender a la dignidad de la persona. La Sociedad Civil es titular de la responsabilidad sobre los Derechos Humanos. Las empresas como agente potencial de cambios, tienen un papel fundamental. Es necesaria una apuesta por los Derechos Humanos en la educación (Dr. Javier García Medina).

8. El miedo a que se califique una iniciativa como greenwashing hace que no se pongan en marcha todos los proyectos que se idean de manera sostenible. La falta de seguridad de que una propuesta sea adecuada y contenga alguna arista que se nos ha escapado en el análisis ASG nos lleva a desecharla más que a ponerla en marcha e ir mejorándola a medida que evoluciona su desarrollo. Esto ocurre cuando se incentiva el análisis en la búsqueda de elementos que proporcionan una imagen ASG, por encima de los resultados y objetivos finales (Dr. Gregorio Holguín Galarón)

9. Concienciación al público no sólo de la inversión socialmente responsable sino de cómo reconocerla. La sociedad es consciente de la misión que cumple una inversión socialmente responsable, pero en la era de la celeridad el ciudadano frecuentemente se dejará deslumbrar por la publicidad fácil y atrayente. (Álvaro Cordero, Notario).