

LA CONTRIBUCIÓN DE UNA EMPRESA TIPO B HACIA LA SUSTENTABILIDAD EN MÉRIDA, YUCATÁN

Ing. Adriel Elí Cáceres Ruiz¹

Dra. Mayanin Asunción Sosa Alcaraz²

M. C. Andrés Miguel Pereyra Chan³

RESUMEN

En la actualidad, abundan los problemas sociales y ambientales no resueltos, lo cual dificulta el desarrollo de la sociedad; por ejemplo, la brecha social, la desigualdad de oportunidades, la gran cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero, la tala inmoderada de árboles, entre otros. Todos estos problemas requieren una atención especial y una acción colectiva, es decir, deben de estar involucrados tanto el gobierno, las empresas, los inversionistas y las comunidades en promover un nuevo modelo de negocio donde los aspectos sociales, ambientales y económicos estén en el mismo grado de importancia. Las empresas B buscan dar solución a estos problemas, planteando una nueva forma de hacer negocios. Estas organizaciones que ponen su capacidad de lograr resultados al servicio de la solución de problemas sociales y ambientales, donde los beneficios financieros son importantes, pero como consecuencia de hacer las cosas bien. El objetivo de este trabajo es considerar a las empresas B como una alternativa sustentable de hacer negocios y poder dar soluciones reales a la problemática social y ambiental que afronta las diferentes regiones. Los resultados preliminares muestran una tendencia hacia la creación de estas nuevas empresas que contribuyan al desarrollo regional. Sin embargo, todavía hace falta a nivel nacional y regional un marco legal y políticas encaminadas al apoyo e identidad de este tipo de empresas.

Palabras clave: Empresa Social, Sustentabilidad, Empresas Tipo B

¹ Estudiante de la Maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Mérida. Correo electrónico: eli_1193@hotmail.com

² Profesora adscrita en el Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Mérida. Correo electrónico: crismax68@hotmail.com

³ Profesor adscrito en el Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Mérida. Correo electrónico: pereyraandres@hotmail.com

Introducción

En la actualidad, se ha evidenciado un modelo económico global sin precedentes generando indicadores positivos económicos, como la inversión o la producción. Sin embargo, los indicadores ambientales están resultando cada vez más negativos, mostrando una contaminación sin fronteras y un cambio climático que degradan los ecosistemas y amenazan la biodiversidad y la propia supervivencia de la especie humana (Vilches, Gil Pérez, Toscano & Macías, 2014).

En el Manifiesto por la Vida por una Ética para la Sustentabilidad (2002) hace énfasis que la crisis ambiental es una crisis de civilización. Es la crisis de un modelo económico, tecnológico y cultural que ha depredado a la naturaleza y negado a las culturas alternas. El modelo civilizatorio dominante degrada el ambiente y subvalora la diversidad cultural, mientras que privilegia un modo de producción y un estilo de vida insustentable que se han vuelto hegemónicos en el proceso de globalización. Además, es una crisis de nuestro tiempo y de tipo social, esto es debido a una visión mecanicista del mundo que, ignorando los límites biofísicos de la naturaleza y los estilos de vida de las diferentes culturas, está acelerando el calentamiento global.

Para poder enfrentar la desigualdad social y la degradación del medio ambiente es necesario un cambio de paradigma. Se debe crear un nuevo sistema económico que amplíe y mantenga el capital natural en el que esté cimentado (WWF, 2016). Ante esta problemática, el desafío de lograr un crecimiento sostenible y equitativo requiere soluciones de la misma dimensión y velocidad de los problemas. El Estado y la sociedad civil tienen un papel fundamental. El Estado, creando políticas públicas, y la sociedad civil llevando a la agenda pública los temas y asuntos que requieren cambios para corregir la desigualdad y pérdida de ecosistemas (Bianchi, 2016). Aunque, la acción de estos dos actores no es suficiente, será necesario la incorporación de un tercer actor que pueda resolver las problemáticas sociales y ambientales.

Los autores Hoffman & Haigh (2012) señalan que los desafíos globales de sustentabilidad en torno a problemas sociales y ambientales de la sociedad globalizada requieren de nuevas formas de organización y de gobernanza. En un mundo donde cada vez el consumidor está más empoderado, la masificación e intercambio de información es casi instantánea, lo cual ha llevado a que las exigencias de los usuarios sean cada vez más enfocadas no sólo a buenos productos, sino también a que exista una preocupación por parte de las compañías con el medio ambiente, las buenas prácticas con los trabajadores y el entorno, y no se enfoque netamente a obtener todo el excedente del consumidor (Tapia & Zegers, 2014). Al mismo tiempo, la nueva sociología de mercados o sociología económica, postula la idea de que los mercados, y las empresas como sus protagonistas centrales, están integrados a la vida social (Troncoso, 2014).

En este contexto, se observa la emergencia de un nuevo tipo de organización híbrida, donde la construcción de valor social y/o la búsqueda de dar solución a problemas sociales y/o ambientales se conjuga con la búsqueda de fines comerciales como un medio para lograr su misión social o ambiental (Troncoso, 2014). Lo más cercano a la idea anterior se ve reflejado en las empresas B. Estas empresas con fines de lucro, cumplen con rigurosos estándares de desempeño social, ambiental, responsabilidad y transparencia para estar certificadas por una organización sin fines de lucro llamada *B Lab* (Bautista & Cámara, 2018).

De esta manera, se está liderando un movimiento que busca usar los negocios como un medio para resolver problemas de sostenibilidad social, del entorno y comunidad, impulsando una nueva economía responsable, redefiniendo el propósito del lucro hacia la solución de problemas de la humanidad (Tapia

& Zegers, 2014). En la actualidad, países latinoamericanos como Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú, Uruguay, Nicaragua, Paraguay, Guatemala y Costa Rica forman parte de este gran movimiento. En México se encuentran 28 empresas B, el cual una de ellas se localiza en el estado de Yucatán llamada Cielo Hamacas.

El propósito de esta investigación se aboca a una revisión de la literatura para analizar como las empresas tipo B han sabido responder a las demandas sociales, económicas y ambientales, con el fin de demostrar su viabilidad como una alternativa sustentable en un mundo donde predominan los problemas sociales y un medio ambiente cada vez más deteriorado.

Globalización y sustentabilidad

La globalización de los mercados, un proceso percibido como la profundización del sistema capitalista a nivel mundial y la acentuación de vínculos e interdependencias globales trae consigo potenciales beneficios, sobre todo gracias al desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación. Sin embargo, trae consigo potenciales riesgos, particularmente en el medio ambiente (Castellanos, 2009).

La relación entre la globalización y crisis ambiental se puede sintetizar en una serie de fenómenos que no son tan nuevos pero que en las últimas décadas se han agudizado y acelerado (Meira, 2000). Estos riesgos ambientales ocasionados por la globalización está causando tres tipos de impactos ecológicos: a) la expansión y la aceleración en el uso de los recursos naturales; b) la transformación de la geografía de la presión ecológica a lo largo y ancho del mundo, siendo los países más pobres los que cada vez sufren más la cara de contaminación y el uso insostenible de los recursos naturales; y c) la intensificación de la competencia internacional, causando una pérdida de soberanía y autonomía en la toma de decisiones medio ambientales (Insausti, 2002).

Castellanos (2009) señala otro impacto negativo al medio ambiente causado por la globalización; señala que el acelerado crecimiento poblacional, la emergencia de nuevos potenciales consumidores y los patrones de consumo mundiales que se caracterizan por ser no amigables con el medio ambiente, crean presiones insostenibles sobre la naturaleza, superando la capacidad de carga de la misma. Las actividades humanas y su respectiva explotación de los recursos han crecido de forma tan drástica que las condiciones ambientales que fomentaron nuestro desarrollo y crecimiento están empezando a deteriorarse (WWF, 2016).

Del mismo modo, Meira (2000) señala que la principal amenaza que introduce el escenario de la globalización en la evolución de la crisis ambiental es la generalización de un modelo de desarrollo que ha demostrado una gran capacidad de alteración y degradación de los equilibrios ecológicos a escala local y global. El deterioro ambiental no se entiende como un problema en sí mismo, sino que es controlar para que no reduzca la eficiencia o entorpezca el buen funcionamiento de la maquinaria económica.

Ante este escenario, la perspectiva del sistema de la Tierra puede ayudarnos a comprender las relaciones complejas entre las acciones humanas y los impactos globales que afectan el estado natural del planeta. Esta perspectiva nos permite apreciar cómo los cambios locales tienen repercusiones a otras escalas geográficas y nos da luces para ver que los impactos que influyen en un sistema también pueden afectar a otros (WWF, 2016). También, la promoción de una conciencia ambiental de la sociedad global es un elemento significativo para mitigar los impactos negativos de la lógica de la globalización al medio ambiente.

La innovación social en las empresas

La innovación social parte de un eje que conjuga dos conceptos ampliamente conocidos, la innovación y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Así, se propone la siguiente definición de innovación social “aquellas innovaciones desarrolladas por gobiernos, empresas o personas que contribuyen de forma novedosa a mejorar la calidad de vida de la sociedad y que al mismo tiempo genera beneficios económicos o al menos sostenibles” (Alonso, González & Nieto, 2015).

La innovación parece concebirlo como la manifestación de la invención y de la creatividad en nuevas formas de mercados y valores económicos, su desarrollo e impacto en el tejido social implicará un amplio abanico de actividades económicas y productivas que ponen de manifiesto su propósito, que no es otro que la mejora continua del producto, del mercado, de la organización, de la sociedad, del entorno y, en definitiva, del bienestar de las personas y de la sociedad (Hernández, Tirado & Ariza, 2016). Una innovación es verdaderamente social sólo si la balanza se inclina hacia el valor social, es decir, beneficios para la sociedad (o reducción de costos para la sociedad), en lugar de ganancias para las empresas, generar algo más que valor financiero (León, Baptista & Contreras, 2012).

El impacto que generaría la innovación social, no solo son buenos para la sociedad, sino que mejoran la capacidad de actuación de las personas. Se basan en la creatividad de los ciudadanos, las organizaciones de la sociedad civil, las comunidades locales o las empresas. Son una oportunidad tanto para el sector público como para los mercados, de modo que los productos y servicios satisfacen las aspiraciones individuales y colectivas (Comisión Europea, 2013a).

A partir de lo anterior, es posible establecer tres elementos diferenciadores de la innovación social con respecto a otros procesos innovadores que se pueden desarrollar en el ámbito empresarial:

1. El objeto de la innovación social es responder a las necesidades y los problemas que afectan a la población, con independencia de la escala territorial donde se desarrollen, así como aportar soluciones novedosas frente a las alternativas disponibles.
2. La innovación social es el resultado de nuevos modelos de gobernanza que se sustenta en la transformación de las relaciones sociales, y en la adopción de modelos colaborativos que promueven el intercambio de información y de conocimiento entre una multiplicidad de actores que intervienen en el hecho social.
3. El fin último de la innovación social no es rentabilizar una inversión o generar valor económico para sus promotores, sino generar valor social. Los bienes y servicios deben propiciar el cambio y repercutir de manera positiva en la calidad de vida de las personas (Alvarado, Auxiliadora & Agafanow, 2016).

El concepto de innovación social se encuentra en fase de construcción, así como en búsqueda de un consenso en cuanto a su definición. Actualmente, se define más por el sector en el que se desarrolla que por sus características propias y elementos diferenciales, pero para comprender realmente lo que es la innovación social, esta no puede desvincularse del contexto cultural en el que emerge (Hernández, Tirado & Ariza, 2016).

Las empresas con certificación Tipo B

Una empresa B es aquella que se distingue por dos características esenciales: a) mide los impactos sociales y ambientales de toda la empresa, usando una evaluación rigurosa, la Evaluación de impacto B; y b) se compromete en su contrato de constitución societaria, a un propósito de lograr impactos positivos para la sociedad y para la naturaleza, al tiempo que ofrece resultados financieros a sus accionistas

(FOMIN, 2017). La evaluación de impacto B es una herramienta para evaluar el desempeño social y ambiental de la empresa; así mismo, mide el impacto general de un negocio en todas las partes interesadas (trabajadores, proveedores, clientes, comunidad y medio ambiente), a través de una plataforma en línea (Troncoso, 2014).

Estas empresas redefinen su propósito de manera vinculante, incorporando en sus estatutos intereses de largo plazo para todos sus públicos de interés. Además, cumplen con rigurosos estándares de gestión de transparencia, que van mejorando continuamente (Bianchi, 2016).

El lema principal predicado por las empresas B es “ser la mejor empresa para el mundo, y no del mundo”, esto es la idealización de lo que se quieren convertir y demostrar a la comunidad. Este tipo de empresa tienen claro sus objetivos, misión y visión, aportando de manera constante a construir una nueva economía, en donde los temas sociales y ambientales correspondan al eje principal y camino a seguir al momento de tomar decisiones empresariales (Tapia & Zegers, 2014). Además, las empresas B consideran las utilidades como la herramienta para lograr sus objetivos y no como un fin en sí mismas. En el informe de FOMIN (2014), menciona el triple impacto que persigue estas empresas:

1. Soluciona problemas sociales y ambientales con los productos y servicios que comercializan, y también a través de sus prácticas profesionales y ambientales, su relación con la comunidad, proveedores y diferentes públicos de interés.
2. Pasa un riguroso proceso de certificación que valida el cumplimiento de estándares mínimos de desempeño, el ejercicio de sus labores con transparencia, a través de la publicación de sus resultados y el impacto de sus resultados sociales y ambientales.
3. Incorpora modificaciones legales para proteger su misión o su propósito empresarial en el que se combina el interés público y privado.

Ser una empresa B no está determinada por el rubro, tamaño o facturación; es un tipo de empresa comprometida a generar un cambio, considerando en las decisiones a consumidores, trabajadores, comunidad, inversionistas y al ambiente (Bianchi, 2016). Así mismo, con una cultura bien definida, basada en la pasión y sueños compartidos, en donde se reconoce y valora la diversidad y el mérito grupal por sobre las individuales, buscando una construcción conjunta, responsable y colaborativa atenta a los cambios y adaptándose a estos, es que las empresas B buscan cumplir con sus objetivos de generar economías saludables, en donde el bienestar de las personas, del ambiente y de la sociedad sean claves para el éxito (Tapia & Zegers, 2014). En resumen, las empresas B importan porque son un movimiento mundial que busca redefinir el concepto de éxito en los negocios, para que la sociedad pueda gozar de una prosperidad compartida y más duradera. Como resultado, han progresado en la disminución de la pobreza, en la construcción de comunidades más sólidas, en la creación de buenos lugares de trabajo y la restauración del medio ambiente para las próximas generaciones (Honeyman, 2015).

Obtener una certificación Tipo B, se traduce en beneficios importantes a la empresa. Sin embargo, esta certificación trae también consigo algunos obstáculos. A continuación, se destacan algunas ventajas y desventajas de esta certificación según los autores Tapia & Zegers (2014).

Ventajas

1. Diferenciación de la marca: obtener la certificación B, se tiene una prueba incuestionable y concreta que la empresa tiene un enfoque comunitario claro, la cual se preocupa por tener un impacto positivo en el ámbito social y con el entorno.
2. Reconocimiento: Empresas que opten por esta certificación se encuentran cada vez más expuestas a los medios de comunicación, debido a la atención que han ido captando desde su

nacimiento. La exposición a la sociedad por parte de estos medios ayuda a generar reconocimiento público de la marca y de los productos que cada uno ofrece, así también a generar conciencia y acercamiento a lo que representan las empresas B y su reforma hacia una economía más responsable.

3. Atraer y retener talento: El hecho de perseguir un modelo sustentable de negocios, incluyendo dentro de las bases un trato justo hacia los empleados y tener contacto con la comunidad, potencia y es visto como una ventaja al momento de reclutar y retener a los trabajadores.
4. Atracción de inversionistas: La ONG que otorga los certificados de empresa B, *B Lab*, se preocupa de generar lazos y conectar a las empresas con los inversionistas interesados en este tipo de compañías.
5. Ahorro y acceso a servicios: Las distintas empresas certificadas, debido a las asociaciones y alianzas que tiene *B Lab* y Sistema B con distintas empresas, tienen acceso a descuentos en servicios y productos. Además, tienen acceso a tecnología, talento y experiencia para el negocio, campañas publicitarias hechas por *B Lab*, bolsas de trabajo, mentorías, asesorías legales gratuitas, pasantes profesionales, participación en eventos y conferencias, entre otros.
6. Ahorro y acceso a servicios: Las distintas empresas certificadas, debido a las asociaciones y alianzas que tiene *B Lab* y Sistema B con distintas empresas, tienen acceso a descuentos en servicios y productos. Además, tienen acceso a tecnología, talento y experiencia para el negocio, campañas publicitarias hechas por *B Lab*, bolsas de trabajo, mentorías, asesorías legales gratuitas, pasantes profesionales, participación en eventos y conferencias, entre otros.
7. Protección de misión: Las empresas B, al momento de certificarse, además de hacer un compromiso de transparencia, deben realizar modificaciones de sus estatutos con el fin de proteger su misión corporativa a medida que crezcan, y así maximizar los impactos que éstas tengan en términos sociales y ambientales. Esto es con el propósito de mantener cohesionada a la empresa a medida que se desarrolle, atraer capital e inversionistas, asegurándose que la misión se mantenga y sobrevivan los cambios de los directores, gerentes, inversionistas y dueños.
8. Comunidad y Benchmarking: El pertenecer a esta gran comunidad de personas y empresas que tienen el mismo objetivo y enfoque, sobrevivir y ayudarse entre ellas se torna fundamental para hacer surgir el concepto B dentro de la sociedad. Además, *B Lab* ofrece el servicio de *B Analytics*, una plataforma personalizable para comparar, medir y reportar el impacto que tiene cada empresa.

Desventajas

1. Información necesaria: el proceso de certificación para ser empresa B dista de ser muy compleja. Los pasos a seguir están bien detallados y hay guías para realizar el procedimiento de certificación. Aun así, para poder realizar todo esto, es necesario tener disponible toda la información requerida y lista para ser entregada. Esto no siempre ocurre, lo que dificulta y ralentiza el proceso de postulación y certificación de la empresa.
2. Carga administrativa y dificultad de mantener: la evaluación que se requiere para postular para ser empresa B resulta compleja en algunos casos, debido a la gran cantidad de información que se requiere para confirmar la autenticidad de los datos. Además, luego de ser certificada, es necesario que la empresa mantenga sus buenas prácticas sociales y ambientales.
3. Aspectos legales: en cuanto a las formalidades legales de las empresas B, cualquier tipo de entidad puede postular a ser una, siempre y cuando cumpla con los requisitos que impone la certificación. Al ser aceptada, es necesario realizar modificaciones a los estatutos de la empresa,

con el fin de proteger la misión corporativa y poder ir en la dirección deseada, buscando maximizar los impactos positivos en el entorno y también en el ámbito social.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), las empresas sociales y Tipo B

La responsabilidad social empresarial (RSE), según el libro de la Unión Europea, se refiere a la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental. Bajo este concepto de administración se engloba un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Puede conceptualizarse como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y con sus interlocutores (citado en Barroso, 2008).

Una segunda conceptualización es la que aporta Cárcamo, Arroyo & Álvarez (2016) que establece que la RSE constituye un compromiso para que las organizaciones ocupen su rol ciudadano en la sociedad de una forma responsable y sostenible. Este compromiso incluye principios voluntarios que van más allá de exigencias legales estipuladas, con la pretensión de que la empresa tenga un efecto positivo en las comunidades donde desarrolla sus actividades. De la misma forma, el concepto de RSE posee un carácter multidimensional ya que involucra acciones enfocadas hacia distintos grupos; por ejemplo: a los trabajadores, a los proveedores y al medio ambiente.

Por último, Cajiga (2008) señala que la RSE es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

Caben en la RSE las prácticas relacionadas con el buen gobierno de las compañías como la democracia corporativa, el espíritu de cooperación de la empresa con sus clientes, proveedores, competidores y gobiernos (Barroso, 2008). Por lo tanto, la Responsabilidad Social Empresarial lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa generar valor agregado para todos sus públicos, y con ello ser sustentablemente competitiva (Cajiga, 2008).

Por otro lado, el concepto de empresa social, según Alvarado, Auxiliadora & Agafanow (2016), es aquella que su misión se orienta a atender problemas sociales y satisfacer necesidades de la población, mediante la provisión de bienes o servicios de interés económico general. Son entidades sostenibles en términos financieros y sus márgenes de beneficios se reinvierten íntegramente o en su mayoría en la producción de bienes o servicios destinados a una población desfavorecida.

Otra definición es la que ofrece la Comisión Europea (2013a), el cual menciona que el principal objetivo de una empresa social es lograr un impacto social, más allá que generar beneficios para propietarios y accionistas. Opera en el mercado a través de la producción de bienes y servicios de una manera innovadora y emprendedora, que utiliza los excedentes para alcanzar esos objetivos sociales y que es gestionado por emprendedores sociales de una manera transparente y responsable.

En el informe del Comité Económico y Social Europeo (2012) sobre espíritu empresarial social y empresas sociales, señala de forma expresa que las empresas sociales son las que persiguen principalmente objetivos sociales en lugar de actuar con ánimo de lucro; reinvierten principalmente sus excedentes, en lugar de distribuirlos a sus accionistas privados o a sus dueños; adoptan múltiples formas jurídicas; son productores de bienes y servicios; y actúan como entidades independientes, con estructuras participativas de codecisión y de gobernanza democrática (Citado en Monzón, 2013).

La conceptualización de empresa tipo B, según Abramovay, Correa, Gatica & Van Hoof (2013) es un fenómeno emergente, se le conoce como empresa híbrida o empresa con propósito, resultado del proceso de convergencia entre diversos actores que buscan usar instrumentos de mercado para construir bienes de interés público.

En un informe del Fondo Multilateral de Inversiones (2014), señala que el objetivo de una empresa Tipo B es crear un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Opera con altos estándares de gestión y transparencia, al tiempo que busca el mejor rendimiento financiero y permite la repartición de utilidades entre accionistas. Su filosofía es que la mejor manera de provocar un cambio social o ambiental es a través del mercado. En este sentido, la empresa B considera las utilidades como la herramienta para lograr sus objetivos y no como un fin en sí mismas.

Las Empresas B certificadas corresponden a empresas que ha sido certificadas por *B Lab*, una organización sin fines de lucro, corroborando que han cumplido con rigurosos estándares de desempeño, rendición de cuentas y transparencia social y ambiental (Honeyman, 2015). A continuación, se presenta una tabla comparativa de lo mencionado anteriormente en base a la información proporcionada por los autores Yildirim & Urper (2013).

Características principales de la responsabilidad social empresarial, empresa social y empresa tipo B

	Responsabilidad Social Empresarial	Empresa Social	Empresa Tipo B
Beneficio económico	Maximización de ganancias (Yildirim & Urper, 2013).	Maximización del beneficio social (Comisión Europea, 2013).	Maximización del beneficio social y ambiental (FOMIN, 2014)
Misión	Integración voluntaria de proyectos sociales/ambientales dentro de las estrategias del negocio (Barroso, 2008).	La definición de sus estrategias gira en torno al cumplimiento de una misión social (Yildirim & Urper, 2013).	Utilizan la fuerza de mercado para dar soluciones concretas a problemas sociales y ambientales, todo ello integrado en su misión central (Tapia & Zegers, 2014).
Dedicación de sus ganancias	Dedicando una porción de sus ganancias a la solución de los problemas sociales/ambientales.	Dedican sus ganancias a la solución de problemas sociales/ambientales (Alvarado, Auxiliadora & Agafanow, 2016).	Dedican sus ganancias a la solución de problemas sociales/ambientales (FOMIN, 2014)
Motivación	Cumplimiento de las obligaciones morales o legales para participar en una resolución de problemas sociales/ambientales (Yildirim & Urper, 2013).	Cumplimiento con el interés para participar en una resolución de problemas sociales/ambientales (Monzón, 2013).	Cumplimiento no solo por los intereses financieros de los accionistas, sino también para los empleados, proveedores, clientes, la comunidad y el medio ambiente (Bianchi, 2016).
Sustentabilidad	No hay equilibrio sobre las dimensiones de la sustentabilidad, es decir, la dimensión económica es más relevante que las otras dos dimensiones.	Hay un equilibrio en las tres dimensiones de la sustentabilidad.	Hay un equilibrio en las tres dimensiones de la sustentabilidad.
Proceso de certificación	Pasan por un riguroso proceso de certificación.	No pasan por proceso de certificación.	Pasan por un riguroso proceso de certificación (Honeyman, 2015).

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla comparativa indica los diferentes enfoques de una empresa con propósito de sustentabilidad. Ya sea a través de la formación de empresas sociales, o de empresas con responsabilidad social en su misión. Por lo que, se puede apreciar las diversas características de lo que otros autores han mencionado en sus estudios o modelos de negocio. El énfasis en la empresa tipo B no es solamente por la integración de sus tres elementos (social, ambiental y económico), sino porque también considera principios éticos

como la interrelación, el equilibrio y responsabilidad. Las empresas tipo B están comprometidas a una producción y consumo sustentable, tomando en cuenta nuevas formas de crear y desarrollar productos y servicios, manteniendo un balance en todo el proceso productivo y de residuos. La finalidad es que estas empresas contribuyan al crecimiento económico, al desarrollo humano, y al manejo adecuado de los recursos locales de cada región.

Instituciones y programas en beneficio de las empresas sociales

La dependencia responsable de diseñar las políticas sociales en nuestro país han sido la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), el cual ha participado en el diseño y ejecución de las políticas sociales dirigidas a los sectores de la población considerados en pobreza y pobreza extrema. Asimismo, por su enorme influencia en la definición del gasto público, desde el sexenio de Ernesto Zedillo ha destacado la influencia de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) en la definición de las políticas y programas dirigidos a los grupos en pobreza extrema. Otras dependencias que diseñan las políticas sociales en su respectivo ámbito son la Secretaría de Salud y la Secretaría de Educación Pública (SEP), además de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGARPA) en el caso de algunos programas dirigidos a los campesinos (Velázquez, 2012).

Por otra parte, el Instituto Nacional de Economía Social de México (INAES) se estableció como una agencia descentralizada de la Secretaría de Desarrollo Social. El instituto tiene la tarea de implementar políticas públicas y promover el sector de la economía social a través de capacitación, investigación, difusión y apoyo en proyectos. Además, tiene la responsabilidad de ejecutar el Programa de Fomento a la Economía Social y proporciona incentivos fiscales y paquetes de apoyo para los miembros que participan activamente en el sector. Del otro lado, el Instituto Nacional de Emprendimiento (INADEM) es un departamento administrativo de la Secretaría de Economía, que tiene como objetivo implementar y coordinar la política nacional en apoyo de los emprendedores sociales que contribuyen al desarrollo económico y el bienestar social (British Council, 2016).

Trabajando mano a mano, y a menudo en colaboración con INAES e INADEM, hay otras organizaciones de apoyo, fundaciones y organizaciones benéficas; operando tanto a nivel local como internacional. Destacadas organizaciones nacionales de apoyo en México incluyen Promotora Social México y New Ventures México, que proporcionan financiamiento, programas de aceleración y promoción de empresas sociales para contribuir al avance de un ecosistema empresas sociales más amplio en todo el país. El primero apoya el desarrollo de empresas sociales nuevas y existentes con un énfasis particular en la integración de los grupos desfavorecidos y marginados en la sociedad; mientras que el segundo proporciona apoyo a las empresas en una amplia gama de sectores, en particular los que se centran en la agricultura sostenible, la tecnología limpia, la energía limpia y el ecoturismo (British Council, 2016).

Asimismo, se encuentran asociaciones civiles que promueven procesos transformadores y sustentables vinculados al abatimiento de la pobreza en México, a través de los cuales las empresas líderes, fomenten y fortalezcan empresas sociales para que unidos construyan valor económico social y ambiental, tal es el caso de Fundación del Empresariado en México (FUNDEMEX, 2018). Por el otro lado, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo es el principal proveedor de asistencia técnica para el sector privado en América Latina y el Caribe, entre ellos México, y uno de los inversores más importantes en microfinanzas y fondos de capital emprendedor para pequeñas empresas. El financiamiento y/o la cooperación técnica además se brinda a través de su programa de Empresariado social, que concentra en iniciativas piloto con un enfoque comercial para aumentar el financiamiento y el acceso al mercado de comunidades rurales marginadas, y mejora el acceso a los servicios básicos (BID, 2018).

A nivel estatal, Yucatán cuenta con el Instituto Yucateco del Emprendedor, el cual ofrece apoyo para empresarios a nivel regional y recientemente creó una convocatoria para emprendedores sociales e imparte talleres de modelo de negocios para empresas sociales (IYEM, 2018). Por otra parte, la ciudad de Mérida cuenta con un Centro Municipal de Emprendedores, en donde los emprendedores podrán vincularse con las cámaras empresariales y tener la asesoría que requieren para empezar un negocio.

Metodología: Caso de estudio de Empresa B en Yucatán

Para la realización de esta investigación, se hizo una revisión de literatura de diferentes autores, en lengua inglesa y en español, acerca de los temas sustentabilidad, empresa social y empresas tipo B. Asimismo, el presente estudio se basa en un estudio de caso de la empresa Cielo Hamacas, el cual a partir de una entrevista se pudo obtener más información detallada acerca de su modelo de negocio y su impacto social y ambiental.

Es la única empresa de hamacas en México certificada con el Sistema B y la octava empresa mexicana certificada con este sistema, además de estar enlistada en *Best for the World* 2015 y 2016, bajo la categoría *Community*. También, son miembros de la Federación de Comercio Justo, con este enfoque empresarial buscan crear una mayor equidad en el sistema de comercio internacional y una cooperación directa, cooperativa y profunda entre compradores y vendedores.

Son una empresa sustentable, integral y que promueve el empoderamiento de las mujeres como jefes de familia y también como empresarias e instrumento de cambio en sus comunidades. El objetivo principal son las mujeres indígenas mayas de la región, quienes representan el 90% de tejedoras con las que trabaja. No solo es una empresa de hamacas, sino son un instrumento de cambio en la región buscando transformar las vidas de los urdidores y proporcionar oportunidades para sus hijos (Cielo hamacas, 2017).

La empresa funciona como una cooperativa, por medio de la cual se proporciona la materia prima a los hombres y mujeres de las comunidades, el cual urden hamacas para complementar sus ingresos familiares. Dado que el urdido se realiza en casa, en sus propios horarios individuales, las condiciones de trabajo son mucho mejores que trabajar en una fábrica o en los campos. Este modelo de trabajo les permite tejer sus hamacas y cuidar de sus hijos al mismo tiempo. Trabajar a su propio ritmo les permite la libertad de tomar un día libre si es necesario, lo hacen sin la necesidad de pedir el permiso de nadie o informar a un supervisor.

El modelo de negocios que utiliza Cielo Hamacas se llama SHE Network (*Sustainable Holistic Empowerment Network*) para impacto social y emprendimiento social. El componente holístico de la empresa proviene del enfoque integrado de no limitarse a proporcionar empleos justos, sino también actuar en otros aspectos para ayudar a mejorar sus condiciones de vida en general. Por otro lado, el empoderamiento viene con la independencia económica y la red representa las instituciones que hacen posible este impacto, así como cada familia de urdidores y las comunidades (Cielo hamacas, 2016).

La generación de empleo en una región que históricamente ha sido marginada crea un efecto dominó de estímulo económico para la comunidad. Cuenta con una asociación sin fines de lucro, Fundación Cielo, que está buscando expandir su impacto local, financiada por un porcentaje de las ganancias de las hamacas y con el fin de romper el ciclo de la pobreza intergeneracional en las comunidades mayas de la península de Yucatán (Cielo hamacas, 2017).

Discusión

En la actualidad, la racionalidad económica capitalista se ha caracterizado por su capacidad de producir riquezas y basado en la creencia de que el mercado es capaz de autorregularse para el bien de todos y que la competencia es el mejor modo de relación entre los hombres. Sin embargo, esta dinámica ha provocado crecientes desequilibrios regionales, desigualdades sociales, miserias y exclusión (Polanyi, 2007). Las empresas capitalistas producen bienes y servicios meramente para generar beneficio económico y muestran futilidad a los temas sociales y ambientales.

Es necesario la transición hacia una nueva racionalidad sustentable de hacer negocios. Tal modelo tendrá que oponerse a la racionalidad económica que solo ha ocasionado degradación ambiental y una crisis social por todo el mundo. Es por ello que surgen la responsabilidad social empresarial, las empresas sociales y de tipo B; estas nuevas formas de negocios concuerdan en tener como objetivo generar un impacto, no solo económico, sino también en los trabajadores, en las comunidades y en el medio ambiente. Sin embargo, la responsabilidad social empresarial se trata de una integración voluntaria de la empresa y así obtener una maximización de ganancias. Por otro lado, las empresas sociales y de tipo B nacen con el propósito de dar solución a los problemas sociales y/o ambientales, y así dedicar sus ganancias a la solución de estos problemas. Aunque difieren en que las empresas B, tal como dice Honeyman (2015), pasan por un riguroso proceso de certificación y se comprometen a operar con altos estándares de gestión y transparencia, en cambio una empresa social no pasa por ese proceso.

Por lo tanto, existe un mayor interés por parte de la comunidad por el impacto social, entendiéndose como un impacto en la sociedad, en el medio ambiente y/o en lo económico, que cumple cada organización, lo cual ha provocado que algunos empresarios opten por hacer un cambio en el modelo de desarrollo de su empresa e incorpore conceptos como la Sustentabilidad y prácticas responsables que sean permanentes para que sean parte fundamental para lograr su misión, como las empresas B (Bianchi, 2016). También, para que los problemas ambientales sean abordados con claridad y de manera democrática requieren ser reconocidos como problemas de política pública que afectan a una noción de bien público y de interés público; una noción que es postergada e ignorada por una racionalidad económica que, por principio, va claramente en contra del bien público (Aguilera, 2015).

La implementación de políticas que generan un ecosistema favorable para las empresas sociales, no sólo pensando en las etapas tempranas (*start-up*) sino que hacia adelante también, es fundamental si se espera que estos negocios exploten su potencial (NESsT, 2014). Asimismo, la Comisión Europea (2013b) señala que las políticas deben enfocarse a promover empresas sociales, construir marcos legales, fiscales y regulatorios, proporcionar financiamiento adecuado, ofrecer servicios de desarrollo de negocios y estructuras de apoyo, facilitar el acceso a mercados y apoyar la investigación dentro del sector.

Los avances más significativos en Sudamérica se observan en Ecuador y Bolivia, países que han valorado la economía social y la han reconocido legalmente al punto de incorporarlo en su constitución. Estos avances parecen estar ligados a una fuerte presencia y relación con comunidades indígenas o con movimientos sociales cercanos a los gobiernos. Por otra parte, en Brasil hay un movimiento articulado de gestores públicos que promueve el intercambio y el fortalecimiento de políticas públicas para la economía solidaria (NESsT, 2014). En México, el sistema de apoyo para el emprendimiento y la innovación es joven pero fuerte, cuenta con múltiples organizaciones que ofrecen concursos de innovación abierta, espacios de trabajo conjunto y otro tipo de apoyo para nuevas empresas; sin embargo, la mayoría no cuenta con un programa de emprendimiento social dedicado. Además, las estructuras legales actuales dificultan que las empresas sociales tengan inversiones y donaciones bajo la ley mexicana actual. Los principales actores del ecosistema en México podrían cabildear para crear un

estado legal formal de negocios sociales, lo que no solo podría beneficiar a los emprendedores sociales, sino también disminuir la disparidad entre organizaciones con y sin fines de lucro, y alentar una mayor inversión privada si es acompañado de ventajas fiscales (BID, 2016).

Hace falta políticas encaminadas a la promoción de este tipo de empresas con base legal y jurídica, como una alternativa para emprender y hacer negocios, ya que si están bien diseñadas se tendrá impactos positivos y permanentes en la sociedad y en el medio ambiente. Asimismo, el Fondo Multilateral de Inversiones (2014) enfatiza la creación de un marco legal para las empresas tipo B para asegurar la continuidad a largo plazo de la misión de la compañía y clarificaría la identidad de estas empresas. En Chile se esta promoviendo el desarrollo de un proyecto de ley especial para dar identidad y facilitar el cambio a Empresa B. En México, las empresas B están cobrando fuerza, ya que a partir de estas pueden enfrentar la solución a problemas sociales y/o ambientales como oportunidades de negocio y ofrecer soluciones que no se logran solo con la responsabilidad social empresarial. Además, tener esta certificación representa un gran atractivo para los inversores y talentos profesionales que buscan trabajar en empresas con propósito que miden su éxito a través de la sustentabilidad.

Conclusión

Una nueva economía en el sector empresarial ya es una necesidad para hacer frente a los altos índices de pobreza y discriminación a consecuencia de la globalización. Por lo tanto, una nueva visión empresarial y una mirada más humana se requieren para crear y fortalecer economías locales más inclusivas y solidarias. Una alternativa sustentable de una empresa es lo que empieza a proponerse para hacer frente a los diversos problemas sociales y ambientales que se viven día a día en las zonas urbanas y rurales. A continuación se mencionan las siguientes conclusiones:

1. Las empresas están reconociendo la necesidad de un cambio del enfoque tradicional hacia una nueva economía, la cual no ocasione graves problemas sociales y degradación del medio ambiente.
2. Las empresas B representan una alternativa para realizar un negocio amigable con el medio ambiente y con la sociedad, por lo que la tendencia mundial será crear un nuevo tipo de empresa.
3. Las empresas B va más allá de la responsabilidad social empresarial, debido al compromiso de operar con altos estándares de gestión y transparencia, modifican sus estatutos para proteger su misión social, se someten a una evaluación rigurosa para obtener la certificación y el beneficio económico es para la maximización del bienestar social y ambiental.
4. Este cambio de paradigma generará un cambio en la mentalidad de las empresas y de la sociedad, y es el que nos permitirá vivir en un mundo más consciente con la naturaleza y por el bienestar de las personas.
5. En México hace falta un marco legal en beneficio de empresas sociales para que brinde seguridad e identidad a este tipo de negocios. De igual manera, las políticas públicas pueden jugar un rol muy importante para el desarrollo integral de este tipo de empresas.
6. Los estudios académicos de empresas B en México son prácticamente nulos, de ahí la importancia de realizar alianzas con las universidades para ayudarlas a medir su impacto social y ambiental.

El sistema económico y social que rige nuestra sociedad y que hemos construido a lo largo de estos años, ya ha mostrado que no puede resolver los problemas sociales y ambientales. Ante esto, la sustentabilidad está siendo cada vez más importante en los negocios y un ejemplo de ello es Cielo Hamacas, la cual ha adoptado buenas prácticas en la dimensión social y ambiental, todo ello evidenciado

en su modelo de negocio. La viabilidad de crear nuevas empresas que contemplen los principios de la sustentabilidad ya es una realidad en los mercados internacionales, por lo cual está alternativa empieza a emerger como apoyo al desarrollo regional, reduciendo índices de pobreza y aumentando el empoderamiento y participación económica de las comunidades rurales.

REFERENCIAS

Artículos

Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración* (226), 73-91

Hoffman, A., & Haigh, N. (2012). Hybrid organizations: The next chapter of sustainable business. *Organizational Dynamics*, 126—134.

Castellanos, M. (2009). El desarrollo sustentable y la globalización: lo que la lógica de mercado no contó. *La Chronique des Amériques*.

Cárcamo, M., Arroyo, M. & Álvarez L. (2016). Responsabilidad social empresarial y la ética en la pequeña empresa: el caso de una empresa consolidadora en el distrito artesanal de Tonalá, Jalisco. *Serie las Ciencias Sociales. Tercera Década*.

Monzón, J. (2013). Empresas sociales y economía social: perímetro y propuestas metodológicas para la medición de su impacto socioeconómico en la U.E. *Revista de Economía Mundial*, 151+.

Yildirim, E. & Urper, C. (2013). Corporate Social Responsibility versus Social Business. *Journal of Economics, Business and Management* (1), 62-65.

Hernández, J., Tirado, P. & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. Social Innovation: fields, definitions and theoretical scope. *CIREC, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (88), 165-199.

León, M., Baptista, M. & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Fórum Empresarial*, 17(1) 31-63.

Alonso, D., González N. & Nieto M. (2015). La innovación social como motor de creación de empresas. Social innovation as a driving force of entrepreneurship. *Universia Business Review*, (47), 48-63.

Insausti, M. (2002). Globalización y medio ambiente. XV Congreso de Estudios Vascos, 551- 554.

Meira, P. (2000). La educación ambiental en el escenario de la globalización. *Reunión Internacional de Expertos en Educación. Actas Nuevas propuestas para la acción*, 99- 123.

Participantes del Simposio sobre Ética y hacia la Sustentabilidad. (2002). Manifiesto por la Vida por una Ética para la Sustentabilidad. *Ambiente & Sociedade* (10), 1-14.

Libro

Alvarado, M., Auxiliadora, M. & Agafanow, A (2016). *Influencia del tercer sector en el desempeño empresarial como justificación de la necesidad de innovación social*. INAP.

Velázquez, Baldomero (2012). *Los programas sociales en México como sustento de la economía social y solidaria*. México. Instituto Belisario Domínguez del Senado de la República.

FOMIN (2014). *El fenómeno de las Empresas B en América Latina: Redefiniendo el éxito empresarial*. Banco Interamericano de Desarrollo.

FOMIN (2017). *Casos de innovación: empresas con propósito y sistema B en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Abramovay, R., Correa, M., Gatica, S. & Van Hoof, B (2013). *Nuevas empresas, nuevas economías: Empresas B en Sur América*. FOMIN

WWF Internacional (2016). *Planeta Vivo Informe 2016. Riesgo y Resiliencia en una nueva era*. Gland, Suiza. WWF International

Honeyman, Ryan (2015). *Manual para Empresas B Negocios como fuerza positiva para mejorar el mundo*. El Mercurio Aguilar.

British Council (2016). *Social enterprise in a global context: the role of higher education institutions. Country Brief: Mexico*. SERIO & Plymouth University.

Cielo hamacas (2017). *Manual Empresa B certificada*. Autor.

Polanyi, Karl (2007). *La gran transformación*. Quipu editorial.

NESST (2014). *Posicionando las empresas sociales en la agenda pública: ruta a seguir*. Serie de aprendizajes NESST.

Comisión Europea (2013a). *Guía de la innovación social*. Autor.

Comisión Europea (2013b). *Social economy and social entrepreneurship*. Luxemburgo. Social Europe Guide; Volume 4.

BID (2016). *Study of social entrepreneurship and innovation ecosystems in the Latin American Pacific Alliance countries: country analysis: Mexico*. Fundación Ecología y Desarrollo.

Páginas electrónicas

FUNDEMEX, 2018, "Somos", *Sitio Web*, disponible en: <http://www.fundemex.org.mx/es/somos.php?ms=2> [07/06/2108]

BID, 2018, "Fondo Multilateral de inversiones", *Sitio Web*, disponible en: <https://www.iadb.org/es/recursos-para-empresas/fondo-multilateral-de-inversiones%2C5763.html> [Fecha de acceso: 04/06/2108]

IYEM, 2018, "¿Qué somos?", *Sitio Web*, disponible en: <https://www.hubyucatan.com/hub-yucateco-de-emprendedores/> [Fecha de acceso: 04/06/2108]

Cielo hamacas, 2016, "Acerca de nuestras hamacas", *Sitio Web*, disponible en: <http://cielohamacas.com.mx/index.php/site/nuestras-hamacas> [Fecha de acceso: 07/05/2018]

Aguilera, F., 2015, “Deterioro ambiental, racionalidad económica y calidad de la democracia”, *Sitio Web*, disponible en: https://www.eldiario.es/ultima-llamada/problemas_ambientales-calidad_democratica-bienes_publicos-racionalidad_economica_6_375222485.html [Fecha de acceso: 07/06/2108]

Vilches, A., Gil Pérez, D., Toscano, J.C. & Macías, O., 2014, “Economía y Sostenibilidad”, *Sitio Web*, disponible en: <https://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=3> [Fecha de acceso: 07/06/2108]

Cajiga, J., Centro Mexicano para la Filantropía, 2008, “El concepto de responsabilidad social empresarial”, *Sitio Web*, disponible en: www.cemefi.org [Fecha de acceso: 03/05/2018]

Tesis

Bianchi, V. (2016). *En búsqueda de una alternativa de desarrollo sustentable y competitivo: el caso de empresas B Chile*. Memoria para optar al título de ingeniería civil industrial. Santiago de Chile. Universidad Técnica Federico Santa María.

Tapia, C. & Zegers, P. (2014). *Análisis descriptivo de las empresas B en Chile*. Seminario para optar al título de ingeniero comercial. Santiago de Chile. Universidad de Chile.

Troncoso, N. (2014). *Aporte de la empresa privada en la construcción de valor social y propuesta de modelo de medición de impacto*. Tesis de licenciatura. Santiago de Chile. Universidad Técnica Federico Santa María.

Bautista, R. & Cámara, L. (2018). *Análisis de condiciones de la empresa Soluciones Ávila para optar la certificación como empresa B*. Trabajo de Magister en Administración. Caracas. Instituto de Estudios Superiores de Administración.