

Comunidad de Empresas B en la Sociedad Digital



Cristóbal Rodríguez Sumar

Santiago de Chile, 2023

Esta obra contó con la colaboración, enseñanza de teoría social y guía de mi maestro “Tocayo”, doctor en sociología, **Cristóbal Torres Albero**. Este viaje de las Empresas B en la Sociedad Digital es fruto del trabajo de mi maestría en la **Universidad Autónoma de Madrid** durante el año 2022.

El prólogo es una contribución de **Alejandra Mustakis Sabal**, mujer Forbes Chile 2022.

La portada fue diseñada por el artista chileno **Fernando Contreras Searle**, IG @LaMolisha

Todos los derechos de autor de la obra son de Cristóbal Rodríguez Sumar, debidamente inscritos bajo el N° 2023-A-1369 en el Departamento de Derechos Intelectuales del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro y otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.



Cristóbal Rodríguez Sumar es abogado por la Pontificia Universidad Católica de Chile y Máster por la Universidad Autónoma de Madrid. Su práctica se ha centrado en asesorar fundaciones, ONGs, Empresas B, en general, potenciar la importancia de la sociedad civil. Durante el año 2013 incursionó en el mundo académico, siendo Coordinador Académico e investigador del Centro de Negociación de la Universidad Católica.

En la actualidad es el Asesor Legal de Sistema B Chile, corporación sin fines de lucro que promueve el movimiento de Empresas B. Además, es Director de la Fundación Red Eleam cuya misión es promover, en alianzas con terceros, el envejecimiento digno y positivo de personas mayores en establecimientos de larga estadía para ellos (hogares de personas mayores).

Su familia y amigos lo definen como una persona perseverante, que logra las metas que se propone. Sus pasiones son la música, el fútbol, viajar y la sociología.

Contacto: Correo electrónico: crodsumaruru@gmail.com, Tel. +56977186172

Prólogo

Vivimos en un mundo muy diferente al de hace algunos años y que además, está en constante cambio. Enfrentamos enormes desafíos como la crisis climática, guerras, cuestionamiento a las instituciones y el auge de las nuevas tecnologías. En este contexto, el rol de las empresas también se ha transformado y ya no se espera de ellas únicamente la rentabilidad económica, sino que además, un compromiso social y ambiental.

Por su parte, el sector privado cuenta hoy con una visión global respecto de su misión, visión y propósito, y cumple por iniciativa propia con estándares de transparencia, rendición de cuentas, sostenibilidad y rendimiento, siempre con el objetivo de crear valor para la sociedad.

Es interesante analizar el tránsito que realiza el autor en esta obra basado en la teoría social o sociología, acerca de cómo la Responsabilidad Social Empresarial en el siglo 20 fue evolucionando a empresas que hoy son responsables social y ambientalmente como parte de su ADN.

Pero además, la presente tesis, “Movimiento B: Comunidad de Empresas Sostenibles en la Sociedad Digital”, nos plantea una nueva dimensión en esta premisa y profundiza en el concepto de comunidad local, resaltando un entorno donde empresas B, trabajadores y clientes se conocen entre sí, promoviendo una cultura de orgullo, sentido social, pertenencia, e interés real por ser parte de los principios sustentables.

El autor considera que las Empresas B, más allá de tener un sello sostenible y socialmente responsable, poseen un sello identitario de la sociedad digital actual, y forman parte de una comunidad donde lo identitario y los simbolismos son fundamentales, una comunidad donde las Empresas B son una manifestación de lo identitario en la Sociedad Red.

En cuanto a los desafíos, la presente tesis identifica las “4 C” que necesita reforzar el movimiento de empresas B para ser aún más potente: C de comunicación (se tiene que comunicar más y mejor para ser más conocido); C de certificación (que la certificación esté en constante proceso de revalidación para mejorar la medición y análisis de los nuevos temas sostenibles que vayan surgiendo); C de comunidad (que sea el comienzo de la comunidad para promover los principios de la economía sostenible), y C de confianza (que los clientes y *stakeholders* confíen en la certificación, en el sello de los productos, y que los consumidores responsables con los problemas sociales elijan a estas organizaciones por sobre otras).

Un último aspecto que me gustaría destacar de este trabajo es la tremenda importancia del lado afectivo que desarrollan las empresas B con las personas. No se trata sólo de probar que el lucro resuelve problemas sociales, sino que además, el valor comunitario y afectivo se ve potenciado en el Movimiento B con el “sentimiento de pertenencia”, con la lealtad de trabajar y preferir a una firma con propósito. Me parece sumamente relevante este factor, porque nos habla de sentimientos genuinos que son generadores de grandes transformaciones.

Tal como expone Cristóbal, aunque el Movimiento B se puede caracterizar como uno económico y social, su verdadero éxito podrá medirse si logra cambiar la cultura, si los valores que propone en cuanto a sustentabilidad y responsabilidad comunitaria son

adquiridos por la mayor cantidad de empresas y adheridos por un creciente número de personas. Nuestra sociedad actual necesita de principios y compromisos que nos ayuden a construir un futuro mejor para todos. Me permito añadir una quinta "C" a esta ecuación: la Colaboración. Sin ella, no podremos ser capaces de lograr el mundo sostenible y sustentable que soñamos.



Alejandra Mustakis, emprendedora

Para mi familia, amigos y el “tocayo”

La ocurrencia no puede sustituir al trabajo, como éste a su vez no puede ni sustituir ni forzar a la ocurrencia, como no puede hacerlo tampoco la pasión. Trabajo y pasión sí pueden, en cambio, provocarla, sobre todo cuando van unidos, pero ella viene cuando quiere y no cuando queremos nosotros.

Max Weber¹

¹ Weber, Max. *El Político y el Científico*. Alianza Editorial, Madrid, 1967, p. 193.

Índice

I. Introducción.....	4
II. De la Sociedad Postindustrial a la Sociedad Digital.....	9
II. a. Características de la Sociedad Postindustrial.....	9
II. b. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la Sociedad Postindustrial.....	12
II. c. La Sociedad Digital o Red.....	15
II. d. Las Empresas Socialmente Responsables, más allá de la RSE.....	18
III. Los actores B.....	21
III. a. B Lab.....	21
III. b. Empresa B.....	23
III. c. Socios Globales.....	27
III. d. B Corp países.....	28
III. e. Comunidades territoriales locales.....	29
IV. Las estrategias de B Lab al formar el Movimiento B: la certificación y la formación de comunidades.....	33
IV. a. La Certificación (La B como la marca en la marca).....	33
IV. b. La importancia del pago por certificación a B Lab.....	34
IV. c. Formar Comunidades B.....	36
IV. d. Ceder Liderazgo hacia abajo.....	40
V. Principales rasgos del Movimiento B.....	42
V. a. La economía es racional pero hay que potenciar el lado afectivo.....	42
V. b. Interdependencia del Movimiento B.....	45
V. c. Desarrollo sostenible.....	47
V. d. Solidaridad.....	49
V. e. Comunidad B.....	51
V. f. Confianza.....	56

VI. Problemas del Movimiento B: Desconfianza externa e interna.....	60
VI. a. Empresariado tradicional.....	60
VI. b. Los anticapitalistas.....	61
VI. c. Problemas internos de la comunidad.....	63
VII. Conclusiones.....	67
Bibliografía.....	73

I. Introducción.

En la sociedad tenemos cuatro dimensiones principales: la económica, social, política y cultural. Desde la década de los setenta venimos viviendo un cambio histórico de transformación, en estas cuatro dimensiones, pasando desde la sociedad industrial consolidada, conocida como sociedad postindustrial (Bell, Touraine), a una sociedad digital (o sociedad red en términos de Manuel Castells). Analizaré cómo este cambio de sociedad coincidió e impulsó la reinención de las empresas, pasando éstas de realizar actos beneficiosos en las sociedades donde operan, conocido como Responsabilidad Social Empresarial, a “ser” empresas social y ambientalmente responsables en su gestión y monitoreo diario. Principalmente mi análisis se centrará en la forma en que estas empresas socialmente responsables están certificándose como empresas sostenibles y de interés social, obteniendo un sello de “Empresas B” y entrando a una comunidad de este movimiento, en una sociedad digital donde lo identitario y simbolismos son fundamentales (estamos volviendo a los tribalismos). Por lo tanto, una de las hipótesis fundamentales de este documento, es que de la misma manera que en la Sociedad Postindustrial y con la mayor importancia que empezó a tener para la empresa lo social, se empezó a utilizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En el siguiente cambio de tipo societal, que es la Sociedad Digital en la que vivimos, con un mercado global informacional y teniendo como centro las tecnologías de la información y conocimiento (TIC), se dio paso a Empresas Socialmente Responsables (ESR), donde las Empresas B son una manifestación de lo identitario en la Sociedad Red.

Este primer análisis centrado principalmente en lo económico y social, que la sociología económica ha entendido como la importancia de estudiar la economía inmersa en una sociedad cada vez más compleja, también derivará en la intención de la empresa socialmente responsable de promover lo cultural. Especialmente potenciando un espíritu comunitario en la economía red y promoviendo el cambio de los valores para hacer negocios incorporando la sostenibilidad (buscando cambiar el paradigma en los negocios). Respecto al elemento político, solamente ilustraré la manera en que las empresas responsables participan en políticas público-privadas (como la adhesión de Estados y Empresas B a los compromisos de la Agenda ONU 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS) y la promoción de leyes que consagren la figura de empresas de interés colectivo (Ley BIC).

La sociedad digital en la que vivimos se basa en dos pilares fundamentales: una economía global de mercado informacional y la intención de tener una ciudadanía plena de derechos sociales (recalco que es al menos la intención de una plenitud). A estos dos pilares se suma la tecnociencia y las tecnologías de la información y conocimiento (TIC) que están en el centro de las actividades humanas. El objeto de estudio entonces es analizar cómo la empresa, como uno de los actores principales de la economía, quizás el más importante, intenta calzar con un concepto de ciudadanía cada vez más amplia en lo que respecta a los derechos sociales, incluyendo derechos ambientales. Veremos particularmente cómo las Empresas B, en la sociedad red, tienden a incorporar la responsabilidad social y ambiental en sus procesos de gestión diarios o modelo de negocio. Así, en su ADN, las empresas quieren ser buenas para el planeta e intentan generar una comunidad para trascender como una propuesta de modelo de empresa más humana del siglo XXI, resistiéndose a la racionalización económica. Por tanto, las empresas en su naturaleza se están constituyendo bajo la premisa de día a día realizar acciones de responsabilidad social corporativa. Estas empresas serían una evolución de la Responsabilidad Social Empresarial, superando las limitaciones de este concepto que se preocupa de lo social en actividades concretas o proyectos aislados.

Con las crisis que hemos vivido los últimos 20 años, como la del Covid-19 o la del 2008, los cambios históricos en nuestras sociedades se ven acelerados, demostrándonos que en un mundo con problemas globales se requiere la cooperación público-privada para intentar resolverlos o las soluciones serán ineficientes o insuficientes. Por ejemplo, en esta crisis sanitaria, por una parte, se necesitaban empresas privadas, como las farmacéuticas, que inventaron vacunas contra el Covid-19 o de *delivery* para recibir alimentos o productos de primera necesidad cuando las políticas estatales no permitían salir del hogar. Por otra, los Estados de cada país, de acuerdo a sus posibilidades, invirtieron mucho dinero para enviar ayuda a familias que no podían salir a trabajar, comprar vacunas para la población y poner la salud pública a plena disposición. De ahí que Fernando Vallespín, refiriéndose a las inmensas intervenciones públicas que ayudaron a sopesar la crisis económica del 2008, refuta el equilibrio automático del mercado y la economía, sin políticas públicas². Probablemente el mejor ejemplo de un problema global es la crisis climática, me referiré a crisis y no cambio, ya que un cambio

² Vallespín, Fernando. *El Estado y la Crisis Económica*. En el libro de Rovira, Antonio. *Gobernanza Democrática*. Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, Madrid, 2013, p.52.

puede ser positivo o negativo. El Covid-19 y la crisis climática tienen en común que vienen “desde afuera”, pero es evidente la responsabilidad de la humanidad en ambas³. En este sentido se incorporó, posteriormente a la responsabilidad social de las empresas, la sostenibilidad como un eje central en la manera de hacer negocios. Se puede decir que hoy existe una cultura ambiental, en el sentido que los distintos actores, incluyendo la sociedad civil y ciudadanía, están incorporando como un valor central la conciencia por el cuidado del medio ambiente.

Las crisis actuales, tanto creadas en gran medida por el mercado como la del 2008 o que requieren cooperación público-privada para combatirlas, como la del Covid-19 o crisis climática, coinciden con el nacimiento de B Lab, una organización sin fines de lucro creada en Estados Unidos el año 2006, con la misión de empezar a promover una nueva economía inclusiva de desarrollo sostenible. Tienen la convicción que el mercado, con un cambio de paradigma, puede generar un triple impacto positivo en lo económico, social y ambiental en la sociedad. De ahí creó el Movimiento B, incentivando a las empresas a no fijarse solamente en resultados financieros a corto plazo, sino medir su triple impacto.

Realizada la precedente contextualización y fijados los objetivos e hipótesis central de este trabajo, que consisten en poner de manifiesto la forma en que se pasó de la Sociedad Postindustrial a la Digital, donde el término de Responsabilidad Social Empresarial evolucionó al de Empresa Socialmente Responsable, siendo una manifestación de esta última el Movimiento de Empresas B. Por tanto, el plan de la obra que la estructura y le da un orden lógico al índice es el siguiente: primero, caracterizar tanto a la Sociedad Postindustrial, y la RSE, como a la Digital, y la ESR para luego continuar con los capítulos siguientes.

Haré una breve descripción de los Actores del Movimiento B, con B Lab en la cúspide de la pirámide, luego los Socios Globales (por continente, B Lab Europe), B Corps países (ejemplo B Lab Spain), y comunidades locales B dentro del país (Comunidad B Andalucía) que promueven el movimiento y sus valores. Esta estructura piramidal, de todas maneras, tiene en el centro a la Empresa B, sin la cual no existiría el movimiento. A la fecha existen en el mundo 5.943 Empresas B⁴. La Empresa B es el actor con fines de lucro pero con valores sociales y ambientales; los otros actores, como B Lab o Sistema

³ Pes, Ángel y Castiñeira, Ángel. *Cambiar el Mundo. Los ODS Como Herramientas de Transformación*. LID, Madrid, 2021, p. 18.

⁴ Disponible en <<https://www.sistemab.org/>> [Consultado el 02/11/2022].

B Latinoamérica, son sin fines de lucro, ya que su fin es promover el movimiento. Sumado a lo anterior, está ocurriendo que Empresas B, o empresas que sin tener el sello pero que creen en el desarrollo sostenible, están pidiéndole y/o exigiéndole a los proveedores con los que trabajan que midan sus impactos, lo cual, a la larga, hará que tenga un efecto contagioso para que éstos también empiecen a certificarse B o, al menos, sean empresas social y ambientalmente responsables (seguirán aumentando los actores del movimiento, especialmente la Empresa B); se podría decir que esta nueva economía será un -B-irus contagioso. La competencia de las Empresas B también empezará a notar que es rentable ser B. Por otro lado, los grandes inversionistas a nivel mundial están ajustando sus carteras de inversiones apostando por empresas sostenibles, siendo la crisis climática, crisis de inversión.

Por otra parte, analizaré la forma en que este Movimiento de Empresas B está estructurado, centrado en dos cosas que vale la pena analizar como estrategia de la creadora del movimiento, B Lab. Primero, B Lab, tiene una forma objetiva y monopólica de medir los impactos socioambientales de las empresas, rendición de cuentas y transparencia, las cuales si cumplen cierto porcentaje de un formulario obtienen la certificación “Empresa B”. Así la empresa tiene su marca propia y agrega una marca dentro de la marca que es el sello “B”, lo identitario en la red. Segundo, se crea una Comunidad B donde B Lab da las directrices generales, por ejemplo, cómo deben formarse las comunidades locales y que los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 de la ONU han de seguirse y conseguirse; además de tener una declaración de interdependencia. Al mismo tiempo, entrega cierto margen de actuación para cada localidad, entendiendo que éstas teniendo realidades distintas tendrán su propia comunidad formada por actores de la zona, potenciando el movimiento “de abajo hacia arriba”. Veremos con qué potencia la Comunidad B, entre sus actores, logra generar sentido de pertenencia y la fuerza en los lazos de las comunidades. En resumen, en esta trabajo analizaré cómo las Empresas B, al ingresar a una comunidad por haber obtenido una certificación internacionalmente reconocida por B Lab, van a promover, comunitariamente, una nueva economía.

Posteriormente, mostraré características de sociología económica del Movimiento B basándome en los clásicos de la sociología moderna como Max Weber, Ferdinand Tönnies, Alexis de Tocqueville, Emile Durkheim, John Stuart Mill, y sociólogos contemporáneos como Francis Fukuyama, Niklas Luhmann, Manuel Castells, Cristóbal

Torres, entre otros. Me centraré en los que considero son los rasgos principales de este movimiento: la afectividad, interdependencia, sostenibilidad, solidaridad, confianza; y, como indiqué y veremos, las dos grandes estrategias de B Lab como creadora del mismo, la certificación y la Comunidad B. Existen cuatro elementos de los que dependerá el éxito del Movimiento B, si logra inculcar una cultura con valores nuevos de sostenibilidad para hacer negocios, estos son, como utilizan los economistas cuatro “C”: certificación, comunicación, confianza y comunidad. Viviendo en la sociedad digital, informacional, efímera, donde todo se comunica, el movimiento primero debe ser conocido por más personas y luego generará confianza (o desconfianza), con una certificación seria y una comunidad participativa que cobra vida propia más allá de las empresas que la integran.

Finalmente, trataré sobre los conflictos. Como ocurre con todos los movimientos y comunidades ideológicas, existieron, existen y existirán opositores externos que ven con desconfianza a estos nuevos innovadores sociales de las Empresas B, ya sea porque pueden reemplazar a una elite económica por otra (que serían los empresarios tradicionales); o los anticapitalistas, especialmente los partidarios del decrecimiento, que no creen en el desarrollo sostenible. Sin embargo, el mayor riesgo para el Movimiento B será interno, ya que existirán miembros que empezarán a cuestionar a la creadora del mismo y certificadora, B Lab, cuando la herramienta objetiva de certificación sea subjetivamente cuestionable ante el ingreso de miembros de dudosas prácticas laborales, sociales o ambientales. Ilustraré mediante un ejemplo lo que creo pasará con certificaciones que aunque cumplan el porcentaje del formulario para obtener la certificación, serán cuestionadas por otras Empresas B, por tener un historial que ellos consideran afecta a los valores del Movimiento B o por simple desconfianza, principalmente, a empresas grandes que pueden querer la certificación como un fin (imagen) y no como un medio para hacer negocios buenos para el planeta.

II. De la Sociedad Postindustrial a la Sociedad Digital.

II. a. Características de la Sociedad Postindustrial.

Para contextualizar, en la sociología se utilizó el concepto de Sociedad Postindustrial entre mediados y fines de los años cincuenta, en los países de Occidente donde la sociedad industrial estaba consolidada, como Estados Unidos, Francia, Japón, entre otros.

El sociólogo de la Universidad de Harvard, Daniel Bell, en su obra se refiere al advenimiento de la sociedad post-industrial⁵, dividiendo para su análisis la sociedad en tres: lo social (que para él incorpora lo económico y tecnológico), lo político (cómo se distribuye el poder) y lo cultural (la importancia del lenguaje y simbolismos). Como señalé en la introducción, para los efectos de este trabajo, lo económico y social están divididos, junto también a lo político y cultural. Bell refiriéndose a la sociedad moderna de Occidente integra en lo social lo económico o que la base de la estructura social consiste en economizar, en el sentido de costos y beneficios para los recursos escasos.

Las principales características de la sociedad postindustrial son para él:

a) Economía de servicios, esto quiere decir, que ahora la fuerza laboral no se centra en la producción de bienes en fábricas o el trabajo agrícola, sino en prestar servicios. Bell reconocía que en la economía se mezclan el sector manufacturero, agrícola y de servicios, pero para él este último sector destacaba por su aumento rápido. Ejemplifica con Estados Unidos el año 1969 donde los servicios abarcaban más de la mitad del PIB y la mayoría de los trabajos y profesiones.

b) La clase profesional y técnica donde los trabajadores se evalúan más por lo que hacen que por dónde trabajan. Ahora destacan los ingenieros y científicos, ya que son técnicos y profesionales universitarios, más que distinguir por si trabajan en la manufactura o en el campo. Cincuenta años después, habiendo vivido el Covid-19 y teniendo a muchos profesionales trabajando desde sus hogares, las palabras de Bell recobran mayor fuerza.

c) Es la sociedad del conocimiento teórico. Bell utiliza el concepto de innovación científica y tecnológica. Destaca la vinculación entre técnicas económicas, tecnología y

⁵ Bell, Daniel. *El Advenimiento de la Sociedad Post-Industrial*. Tercera Edición, Alianza Editorial, Madrid, 1991, págs. 28 y sigs.

ciencia (concepto que para él sería lo que conocemos como I+D). De aquí surgiría la importancia de la computación en el siglo XX.

El otro gran intelectual de este tipo societal, el profesor Alain Touraine en su obra “La Sociedad Post-Industrial” recalca que el factor social de crecimiento más novedoso es el conocimiento y este crecimiento dependerá, por lo tanto, del potencial de la sociedad para inventar creatividad (a mi entender el símil de innovación de Bell).

El gran Max Weber tenía muy claro que la innovación era la herramienta que distinguiría a un empresario común y corriente de uno que trascienda por sus aportes estructurales: *“un comerciante o un gran industrial sin fantasía comercial, es decir, sin ocurrencias, sin ocurrencias geniales, no pasará nunca de ser, en el mejor de los casos, dependiente o empleado técnico, y jamás estructurará nuevas organizaciones”*⁶.

d) Planificación tecnológica. Aunque Bell destaca esta característica como progreso en la sociedad postindustrial hace hincapié en sus efectos negativos como, por ejemplo, los fertilizantes a precios accesibles que potenciaron la productividad agrícola pero los nitratos contaminaron ríos. Por esto propone que la tecnología debe ser bien controlada, relacionándola a decisiones políticas, así se usarían mecanismos de control como productos bio-ambientales en vez de químicos para causar menos fuentes de polución. Ya se empieza a vislumbrar cómo lo económico, social, cultural y político se entrelazan, siendo la tecnociencia una base de aplicación a estas distintas esferas.

e) Nacimiento de una nueva tecnología intelectual. El progreso de la ciencia incrementa exponencialmente los problemas y esta tecnología nueva debe reinventar los métodos de dirección dentro de una complejidad de interdependencia entre múltiples organizaciones y variables. Bell describió como una utopía de esta nueva tecnología, el objetivo soñado de ordenar la sociedad de masas, donde cada individuo toma múltiples decisiones desde lo económico a lo político.

En el mismo sentido Touraine expresa *“Ante nuestros ojos se forma un nuevo tipo de sociedad: sociedad programada si se pretende definirla por sus medios de acción, o sociedad tecnocrática si se le da el nombre del poder que la domina”*⁷. Por tanto, para

⁶ Weber, Max. *El Político y el Científico*. ob. cit. p., 194.

⁷ Touraine, Alain. *Sociedad Post-Industrial*. Tercera edición, Editorial Ariel, Barcelona, 1973, p. 31.

Alain Touraine, la sociedad postindustrial está dominada por tecnócratas quienes intentan por medio de estas nuevas tecnologías programarla.

Quiero enfatizar que Bell ya tenía una visión de la empresa como un agente social integrado por lo económico, que cambió mucho por la sociedad moderna occidental, en sus palabras se resumiría: *“A medida que iban desapareciendo las fuentes tradicionales de apoyo social (la pequeña ciudad, la iglesia y la familia), eran sustituidas por nuevas formas de organización, en especial por la corporación; y se convertían inevitablemente en el terreno en el que se planteaban las demandas de seguridad, justicia y respeto. Considerar, entonces, a la corporación simplemente como un instrumento económico significa no comprender los cambios sociales de los últimos cincuenta años”*⁸. De aquí deriva que la empresa debía tener mayores responsabilidades sociales, naciendo la responsabilidad social empresarial.

Como expresé en la cita anterior, en Estados Unidos la pequeña ciudad agraria, familia e iglesia eran las fuentes de apoyo social a comienzos del siglo XX. Bell ahora refiriéndose a los cambios culturales, basado especialmente en la obra de Max Weber de la ética protestante y el espíritu del capitalismo, entiende que eran los pilares en que se reflejaban los valores de vida basados en la ética protestante y temperamento puritano. Coincido con Bell que la contradicción cultural del capitalismo, en dicho país, la produjo el mercado *“la quiebra del sistema valorativo burgués tradicional, de hecho, fue provocada por el sistema económico burgués: por el mercado libre para ser precisos”*⁹. El capitalismo, por medio del sistema de mercado libre, tiende a expandirse y mientras más globalizado se encuentra el mundo la cohesión del sistema de creencias o valores se diluye.

Por tanto, para dicho autor, en los años cincuenta y sesenta la cultura hedonista pop se encontraba con lo económico en el mercado, la cultura pasó a ser la vanguardia (innovación o creatividad) y se consumía. La cultura ya no era un asunto reservado de la pequeña burguesía en la sociedad de clases, sino lo que pauteaba una nueva visión del mundo en la sociedad de masas. Por ejemplo, la cultura pop (o contracultura como oposición a lo antiguo) se consumía en el mercado, las películas y música pauteaban desde la liberación sexual en jóvenes hasta la forma de vestirse. Ahora el mercado debía

⁸ Bell, Daniel. *El Advenimiento de la Sociedad Post-Industrial*. ob. cit., p. 334.

⁹ Bell, Daniel. *Las Contradicciones Culturales del Capitalismo*. Alianza Editorial, México D.F., 1977, p. 64.

considerar con más importancia el arte de moda, ya que ésta era la que se consumiría y, por tanto, sería el producto a vender o servicio a ofrecer.

Recapitulando, en la sociedad postindustrial teníamos, por un lado, lo social más apoyado en las empresas, desde que se empezaron a perder los apoyos sociales en la familia, ciudad pequeña e iglesia. Por otro, un quiebre cultural, pasando de la ética burguesa protestante a la modernidad (hedonismo pop), donde las empresas en un mercado libre deben promover sus bienes y servicios en base a esta nueva cultura.

En este punto y en la misma época de las transformaciones de la sociedad postindustrial, las empresas empezaron a asumir mayores responsabilidades sociales y, en menor medida, ambientales; a fortalecer su relación con la sociedad y la creación de valores y principios para regirla. De esta manera, se empezó a hablar de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Analizaremos la RSE y la importancia de entenderla dentro de este tipo societal.

II. b. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la Sociedad Postindustrial.

Tal como analizamos los rasgos fundamentales de la sociedad postindustrial, un rasgo fundamental para Bell y Touraine era que esta nueva sociedad del conocimiento se caracterizaba por la innovación o “crear creatividad”. En este sentido, la empresa fue y ha sido el gran actor de innovación y como Bell indicó muchos aspectos sociales se relacionaron más a ella desde mediados del Siglo XX, de ahí que la empresa tiene una responsabilidad mayor con la sociedad. *“Innovar es una de las razones fundamentales por las que una empresa perdura en el tiempo. Además desde un planteamiento ético, como institución social con mayor capacidad para hacerlo, innovar es la mayor responsabilidad de una empresa. Ni los gobiernos, ni las organizaciones no gubernamentales, ni los organismos internacionales gozan de un poder siquiera semejante¹⁰”*. Esta innovación hará que la empresa sea sostenible en el tiempo y, además, sostenible para el planeta.

Utilizaré el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y no Corporativa (RSC), ya que este análisis se centra en la empresa responsable, siendo para algunos la RSC, aplicable a otros organismos que participan en la economía. Sin embargo, para mí es más

¹⁰ Olcese, Aldo et al. *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. McGraw-Hill, Madrid, 2008, p. 22.

una diferencia de uso en los lenguajes, en algunos países se habla más de empresas y en otros de corporaciones.

En la época en que se empezó a tratar por la sociología de la sociedad postindustrial, en 1953 Bowen publicó su trabajo titulado “*Social Responsibilities of the Businessman*”, en el que muchos autores que han investigado sobre la RSE coinciden se empezó a acuñar tal concepto. Con la gran participación empresarial en la vida social, este trabajo refleja las responsabilidades del empresario tanto para con su empresa como su entorno, con políticas y acciones deseables para los objetivos de la sociedad¹¹.

Bowen no estaba seguro de si estas obligaciones sociales de los empresarios, que los llevaban a tomar políticas y realizar acciones concretas, estaban fundadas por un interés individual o por las fuertes presiones sociales de su entorno. Sin embargo, reconoce que los empresarios se percataron de la importancia de hacer acciones sociales y que la empresa era “más humana” que a principios del Siglo XX. Entre algunos de los ejemplos que cita de acciones sociales realizadas por los empresarios de Estados Unidos en los años cincuenta señala “*Las empresas individuales han mostrado una creciente preocupación por los problemas humanos de los trabajadores, considerándolos como personas, tratándolos con dignidad y respeto, y consultando con ellos sobre los asuntos de la empresa*”¹².

El concepto de RSE se viene desarrollando desde Bowen, pero es un concepto que estará constantemente reinventándose de acuerdo a las necesidades sociales y el rol empresarial en distintas épocas, por ejemplo, partió centrado en darle un trato digno a los trabajadores y al entorno social donde opera la empresa, y últimamente, desde la década de los noventa, se ha enfocado y complementado con la sostenibilidad ambiental.

Un concepto oficialmente usado de RSE es el de la Comisión de la Unión Europea, en su Libro Verde, definida como “*La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores*”¹³. De esta definición podemos señalar dos cosas, primero, que las empresas no solamente se centran en lo económico, sino que integran

¹¹ Moreno, Ana et al (Coords). *La Responsabilidad Social Empresarial*. Ediciones Pirámide, Madrid, 2010, p. 29.

¹² Bowen, Howard R. *Social Responsibilities of the Businessman*. University of Iowa Press, Iowa, 2013, p. 70.

¹³ Comisión de las Comunidades Europeas. *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas: CE. 2001. P.6.*

preocupaciones sociales y ambientales (buscarían un triple impacto económico, social y ambiental por medio de la RSE). Segundo, queda la duda de esta definición si están definiendo acciones y políticas sociales y ambientales aisladas de las empresas, o si se está definiendo una nueva empresa social, que en su toma de decisiones siempre integra dichas preocupaciones. Como veremos en esta obra, hoy en día hay empresas que están constituyéndose con lo social y medioambiental, ya integrado en su ADN. Algunas obtienen una certificación objetiva que les acredita dicha calidad y las hace integrar parte de una comunidad de empresas con estos valores (el Movimiento B).

Por medio de un ejemplo práctico, pondré de manifiesto un caso en que la RSE podría tener más repercusiones negativas que positivas. Por ejemplo, en Chile se da mucho el caso que una empresa extranjera de un país desarrollado invierte en una minera que queda en un pueblo de pocos habitantes en el norte. Esta empresa, a su vez, crea una fundación sin fines de lucro para que construya una escuela rural. La empresa le hace bien a la economía nacional, da trabajos especialmente a hombres por la actividad que desarrolla y, por medio de su fundación entregó un colegio. Todo lo antes mostrado como bueno, puede ser visto negativamente si lo vemos de otra manera. La empresa invirtió en una minera en Chile porque impositivamente era menos costoso que en otro país; por abaratar costos contaminó un pueblo pequeño y utilizó recursos naturales en el presente sin pensar en el porvenir del lugar; marginó laboralmente a mujeres; y, además como en Chile ciertas donaciones a fundaciones tienen beneficios tributarios, la escuela realmente costó mucho más barato para la empresa. ¿Este acto de RSE sirvió a la comunidad o no? Este es el caso que yo llamo “compensar” mediante la RSE.

Arie de Geus, economista holandés que estuvo a cargo del grupo de planificación estratégica de Royal Dutch Shell, trabajando en dicha compañía aproximadamente cuarenta años, ya jubilado publicó en 1997 su obra “*The Living Company*”¹⁴. En este trabajo estudió veintisiete empresas que tenían más de cien años de existencia (ejemplo Kodak o Mitsui), y encontró cuatro elementos que permiten a las empresas vivir 100 años o más: 1) empresas sensibles a su entorno, en sociedades cada vez más cambiantes; 2) lograr crear una “comunidad” con sus trabajadores y tener lazos fuertes con ellos; 3)

¹⁴ De Geus, Arie. *La Empresa Viviente: hábitos para sobrevivir en un ambiente de negocios turbulento*. Segunda edición. Granica, Buenos Aires, 2011. pp. 22-44.

tolerantes, abiertas a nuevas ideas dentro de su aprendizaje diario; y, 4) cuidadosas financieramente.

De Geus escribe desde su propia experiencia, desde sus estudios de Negocios en la Universidad Erasmus de Rotterdam hasta su trayectoria en Shell. Resalto su sensibilidad antes los cambios de las sociedades; él reconoce, sin embargo, que es difícil saber en qué devendrá la sociedad, por lo que la empresa debe saber vivir adaptándose a ella. De ahí el nombre de su obra la empresa viviente.

Él vio, en los años cincuenta, como se pasaba de la sociedad del capital a la del conocimiento (que nosotros analizamos como sociedad postindustrial); con empresas menos ricas en activos y potenciando la materia gris, como consultoras de empresas y, en general, de prestación de servicios. Luego, unos veinte años después, estas empresas ricas en materia gris fueron adaptándose a una nueva sociedad que aparecía rápidamente frente a sus ojos, con un aumento de empresas de software y las tecnologías de la información, lo que nosotros llamaremos sociedad digital o red.

II. c. La Sociedad Digital o Red.

El gran teórico de la Sociedad Red es el profesor Manuel Castells. Haciendo un recorrido histórico, muy resumidamente, él indica la década de los setenta, especialmente en Estados Unidos, donde tuvo advenimiento esta nueva sociedad¹⁵. Es importante indicar que él sostiene que la sociedad industrial no es que haya sido reemplazada por la era de la información, sino que una sociedad nueva incorpora cosas de las anteriores, pero su centro cambia. Así, por ejemplo, no es que por la sociedad postindustrial los bienes hayan dejado de existir y ahora solamente se prestan servicios; los bienes se necesitarán siempre; y no es que por la sociedad red, solamente se utilicen tecnologías de la información reemplazando a las consultoras, pero sí se van adaptando las realidades sociales en nuevas sociedades.

El Departamento de Defensa de Estados Unidos el año 1969, a través de ARPA, creó una red electrónica que hoy conocemos como Internet. Un elemento clave de la microelectrónica, como es el microprocesador (ordenador de un chip) se inventó en 1971, y el microordenador en 1975. El Apple II se lanzó en 1977; por la misma época, a mediados de los setenta se creó Microsoft (software). IBM en 1981 promocionó su

¹⁵ Castells, Manuel. *La Era de la Información. La Sociedad Red. Vol. 1.* Tercera Edición, Alianza Editorial, Madrid, 2005, pp. 70-91.

ordenador personal (PC). Por lo tanto, en los setenta tuvo lugar esta revolución de tecnologías de la información. Para Castells, también coincide con la época de los avances en ingeniería genética. En 1977 se clonó un gen humano.

El profesor Manuel Castells considera que siendo el conocimiento e información la base de la organización social humana, la revolución tecnológica de la información necesariamente afectará a toda actividad humana. Su definición de la Sociedad Red entonces es “*aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación basadas en la microelectrónica*”¹⁶. Hoy en día con los *smartphones* se demuestra una extensión mental y física de los humanos, donde podemos en cualquier lugar y espacio realizar las más diversas actividades. Por ejemplo, con el Covid-19, se mostró el gran aceleramiento del teletrabajo y de las clases *online*.

El sociólogo Cristóbal Torres Albero y otros autores ya se refieren en vez de Sociedad Red a Sociedad Digital. Los rasgos fundamentales de la Sociedad Digital o Red son¹⁷:

a) Las tecnologías de la información y del conocimiento (TIC), están en el centro de las actividades humanas. Lo fundamental no es la información ni el conocimiento en sí, que han sido importantísimos siempre, sino que el uso del conocimiento e información para aplicarlo en aparatos de procesamiento de datos que se retroalimentan (las TIC). Al tener casi toda la sociedad *smartphones* la información nos invade, a veces pareciera que ella nos busca y no al revés.

b) Es una revolución de las TIC muy rápida. Ya que se alteran fácilmente, pudiendo reducirse o expandirse. Es un cambio económico y social muy dinámico, porque la innovación digital permite fácilmente cambiar sus tareas para que las TIC fueron diseñadas, lo que las hace muy adaptables. Las funciones de las TIC pueden mejorarse exponencialmente con mínimos cambios.

c) Universalidad. Internet permite que todo el planeta esté conectado simultáneamente y de manera perpetua. La humanidad vive en tiempo real en sus distintas áreas social, cultural, económica y política. Así, por ejemplo, todos podemos compartir nuestra

¹⁶ Castells, Manuel (ed.). *La Sociedad Red: Una Visión Global*. Alianza Editorial, Madrid, 2006, p. 27.

¹⁷ Torres Albero, Cristóbal. *La Sociedad de la Información y del Conocimiento*. Panorama Social, Madrid Número 18, segundo semestre 2013, pp. 9-18.

ubicación en tiempo real por un chat, pero en definitiva estamos unidos y comunicados en tiempo real universalmente.

d) La tecnociencia se encuentra en el centro de las sociedades modernas, junto a un sistema global de mercado y Estados e instituciones (incluyendo empresas responsables) que intentan garantizar ciudadanías plenas de derechos sociales. En este ámbito se muestra la fusión de la tecnociencia con diversos actores interdependientes, como empresas de innovación tecnológica, Estados que invierten en laboratorios y universidades en I+D; y organismos no gubernamentales que financian estas investigaciones.

Por lo tanto, viviendo en la Sociedad Digital estamos cada vez más conectados (relacionado a la globalización) y al mismo tiempo con más actores participando por medio de las TIC en lo cultural, social, político y económico. En esta red de redes, se empiezan a mezclar roles empresariales, gubernamentales y de organismos internacionales. Como estamos más conectados en tiempo real, los problemas modernos como la crisis climática requieren de la participación de los diversos actores, debiendo asumir cada uno de ellos una mayor responsabilidad. Hay que ser mesurado con destacar solamente lo positivo de estas nuevas formas de interactuar y de los avances tecnológicos, por ejemplo, como indicaré en este trabajo al analizar la comunidad de trabajadores en Empresas B, si bien el teletrabajo ayudó mucho para continuar las actividades durante la pandemia y es una práctica valorada por los trabajadores, hace que los lazos humanos en la empresa se puedan atenuar. El teletrabajo puede afectar el sentimiento comunitario dentro de la empresa, por perder lazos humanos de las relaciones presenciales. Como señala el profesor Jeffrey Sachs, el avance tecnológico es una espada de doble filo, ya que resulta esperanzador pensar que este avance ayudará positivamente en el tránsito de la economía de los combustibles fósiles a una baja en emisiones de carbono como, por ejemplo, ha sido la eficiencia de las baterías eléctricas de dicho tipo de vehículos; sin embargo, esta misma tecnología ha permitido la mejora en la forma de producir energía basada en combustibles fósiles por las empresas petroleras y de gas¹⁸.

En este contexto, las empresas todavía centradas principalmente en lo económico, participan como actores sociales relevantes y adquieren una mayor responsabilidad, realizan proyectos de políticas público-privadas o programas con la ONU como promover

¹⁸ Sachs, Jeffrey. *La Era del Desarrollo Sostenible*. Deusto, Barcelona, 2015, p. 508.

los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Existe un grupo de empresas cada vez mayor, que está intentando cambiar ciertos valores en la forma de hacer negocios, lo que podría ser una nueva cultura empresarial. Ya no es suficiente realizar una actividad o programa de RSE en la comunidad en que trabajan, sino que están incorporando en sus procesos operativos de gestión diarios, por ejemplo, una cultura ecológica, ahora son empresas socialmente responsables que superan los límites de la RSE. La empresa no hace un proyecto de RSE, sino que intenta ser y vivir socialmente responsable y transparente.

II. d. Las Empresas Socialmente Responsables, más allá de la RSE.

Sostuve cuando traté la RSE que si bien es importante que las empresas hagan actividades o proyectos aislados que contribuyan con acción social y sostenibilidad, hoy no es suficiente, e incluso puede generar efectos a largo plazo más nocivos que beneficiosos (como el ejemplo que usé de la minera). Por lo tanto, la gran limitación de la RSE consiste que en la Sociedad Digital, donde todo funciona rápido y se puede conocer inmediatamente, las actividades buenas aisladas, se olvidan rápido, generan desconfianza y en poco tiempo pierden su eficacia o son insuficientes. De esta forma, en la Sociedad Digital, la transparencia es muy importante porque es la manera de demostrar que las preocupaciones sociales y ambientales de las empresas no son solamente promesas, sino que se miden. Se estima que en las últimas dos décadas los reportes voluntarios de sostenibilidad de las empresas han aumentado exponencialmente¹⁹, KPMG, el año 2017, calculó que, aproximadamente, el 75% de las empresas grandes que cotizan sus acciones en bolsa producen un informe de sostenibilidad²⁰.

En enero de 2022 el presidente y CEO de BlackRock, Larry Fink, publicó su carta anual a los CEOs de las empresas donde invierten. BlackRock es la gestora de inversiones más grande del mundo. En un pasaje se refirió al capitalismo y la sostenibilidad, expresando *“La mayoría de stakeholders, desde los accionistas hasta los empleados, los clientes, las comunidades y los reguladores, ahora esperan que las compañías desempeñen un papel en la descarbonización de la economía global. Pocas cosas influirán más en las decisiones de asignación de capital -y, por tanto, en el valor a largo plazo de su compañía- que la eficacia con la que navegue la transición de energía global en los*

¹⁹ Esty, Daniel C. (ed.). *A Better Planet: Forty Big Ideas for a Sustainable Future*. Yale University Press, Yale, 2019, p. 243.

²⁰ KPMG. *The Road Ahead: The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting*, 2017.

próximos años. Han pasado dos años desde que escribí que el riesgo climático es riesgo de inversión. Y en ese corto período, hemos visto un cambio tectónico de capital. Las inversiones sostenibles han alcanzado ahora los USD \$4 billones”²¹. Queda claro que está apuntando más allá de la RSE, sino que ahora las inversiones serán hacia empresas que “son” sostenibles.

En nuestros días las empresas están cambiando el hacer actos de RSE a ser socialmente responsables en su vida, como dijimos son empresas vivientes y por tanto al buscar su supervivencia en un mercado turbulento deben pensar en el largo plazo. La Empresa Socialmente Responsable debe serlo en sus procesos de gestión, ser preocupada por sus trabajadores de forma humana, beneficiosas para sus grupos de intereses (*stakeholders*) desde clientes hasta la comunidad donde opera y debe ser sostenible²². Así generará confianza y podrá subsistir en el Siglo XXI. Llevándolo al otro extremo de la vida de una empresa, no es casualidad que existan tipos penales de Responsabilidad Penal Empresarial, donde se sanciona criminalmente a empresas que cometen delitos y no solamente a sus gerentes; a *contrario sensu*, por tanto, si hay empresas que cometen delitos, también existen empresas que generan beneficios.

En la Sociedad Digital uno de los movimientos sociales y culturales que más se ha difundido es el ambientalista. El profesor Manuel Castells acierta en su análisis que no es solamente que hoy las empresas sean sostenibles, sino que es interesante cómo los movimientos verdes también se acercaron a éstas, entendiendo el sistema en que está estructurada nuestra sociedad. *“La mayoría de las organizaciones ecologistas se han institucionalizado mucho, esto es, han aceptado la necesidad de actuar en el marco de instituciones existentes y dentro de las reglas de la productividad y de una economía de mercado global. Las empresas suelen financiar diversas actividades medioambientales (...) Pero no todo es manipulación. Las empresas de todo el mundo también se han visto influenciadas por el ecologismo y han tratado de adaptar sus procesos y productos”²³. Esta cita refleja que con actos aislados de RSE no pueden “compensar” o “manipular” a una sociedad muy informada, sino que sus productos y procesos las hacen ser empresas sostenibles.*

²¹ Disponible en <<https://www.blackrock.com/cl/2022-larry-fink-ceo-letter>>. [Consultado el 01/10/2022]

²² Pizzolante Negrón, Italo. *De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable*. Ediciones de las Ciencias Sociales, Madrid, 2009, p. 245.

²³ Castells, Manuel. *La Era de la Información. El Poder de la Identidad. Vol. 2*. Segunda edición, Alianza Editorial, Madrid, 2003, p. 220.

De esta manera a fines del Siglo XX, luego del liberalismo económico propiciado en los ochenta por Margaret Thatcher y Ronald Reagan, se pasó de la RSE a Empresas Socialmente Responsables, añadiendo la sostenibilidad en su ser. ¿Cómo saber si una empresa es socialmente responsable y sostenible? Aquí conectamos con B Lab, quien creó una certificación objetiva para que empresas se evalúen y sean Empresas B, pudiendo agregar en su marca el sello “B”.

En el próximo capítulo, resumidamente, describiré en qué consiste el Movimiento de Empresas B. Analizaré a los principales actores B, y es importante tener claro que la Empresa B, con fines de lucro pero con una misión social y ambiental es el centro del movimiento. Sin embargo, la promoción de esta nueva economía en sus otros actores sin fines de lucro tiene una estructura piramidal, que tiene en la cabeza a la creadora y certificadora B Lab hasta las comunidades locales territoriales dentro de los países. Es un movimiento sistémico que inculca los valores desde arriba hacia abajo y se organiza de abajo hacia arriba. El Movimiento B entiende que los problemas sociales y ambientales que hoy vivimos, en gran medida, vienen acumulados por sociedades y organizaciones, incluyendo a las empresas, que sistemáticamente en la lógica de la producción no tuvieron límites, por tanto, para ayudar a mejorar nuestro planeta debemos sistemáticamente hacer acciones con triple impacto económico, social y ambiental.

III. Los actores B.

III. a. B Lab.

B Lab es una organización sin fines de lucro creada en Estados Unidos el año 2006, quien es la única entidad que otorga, mediante un proceso de certificación a realizarse por la empresa, un sello o certificación de “Empresa B”. Las empresas que quieran certificarse deben tener al menos un año de operaciones, deben utilizar la medición online llenando un formulario y obtener un mínimo de 80 sobre 200 puntos para certificarse, además, cada tres años deben recertificarse. Consulté a Laura Sabatini, Directora de Impacto y Desarrollo Sostenible de Sistema B Chile, cuál era el porcentaje de empresas que iniciaban formalmente el proceso y obtenían la certificación, siendo un 56% el año 2021, de todas las empresas latinoamericanas²⁴.

Según el relato, los creadores de B Lab, Jay Coen, Bart Houlahan y Andrew Kassoy sintieron frustración luego de vender una empresa de ellos y darse cuenta que los nuevos dueños no mantuvieron las prácticas positivas, tanto laborales, ambientales como sociales²⁵. Sumado a lo anterior, había coincidido, el año 2000, con la venta muy centrada solamente en el éxito económico y no en la buena reputación que tiene la famosa empresa de helados Ben & Jerry’s a Unilever²⁶. Por tanto, B Lab tuvo en cuenta que en el nuevo milenio muchos empresarios todavía se fijaban solamente en los resultados financieros y éxito comercial de sus negocios a corto plazo, sin entender que, en muchas ocasiones, la apuesta por realizar y/o promover acciones positivas tanto ambientales como sociales va a la larga a repercutir en mejores resultados financieros²⁷. Al día de hoy hay empresas B del grupo Unilever.

Por otra parte, B Lab desde sus inicios entendió la importancia de los aportes de la Sociedad Civil en un mundo globalizado, con problemas y metas que deben enfrentarse en conjunto con distintos actores, ejemplo, los Estados, ONU, ONGs, etc. El Estado se ha hecho muy pequeño para enfrentar solo problemas globales (como la crisis climática)

²⁴ Sabatini, Laura, correo electrónico al autor, con fecha 16 de noviembre de 2022.

²⁵ FOMIN “El Fenómeno de las Empresas B en América Latina”. Biblioteca Digital, véase en <<http://biblioteca.academiab.org/items/show/78>>. 2012, p.8.

²⁶ Correa, María Emilia et al. *Nuevas Empresas, Nuevas Economías: Empresas B en Sur América*. Biblioteca Digital, véase en <<http://biblioteca.academiab.org/items/show/34>>. 2013, p. 21.

²⁷ Idem.

y muy grande para problemas locales²⁸. Por esto la apuesta de B Lab por incentivar la formación de Comunidades B, es una novedosa estrategia, ya que las soluciones innovadoras de los problemas locales y globales requieren cierta cohesión especialmente en sus valores. Analizaremos en los rasgos dominantes del Movimiento B la manera en que la declaración de interdependencia se utiliza como principio, además de ser la realidad de relacionamiento en la Sociedad Digital.

A diferencia de Chile, en España las B Corps son menos conocidas. Sin embargo, a veces conocen a empresas B puntuales que tienen buenas prácticas para el entorno, como por ejemplo Natura Brasil, que es una empresa B de cosméticos que no hace pruebas con animales. Dicha empresa el año 2015 fue premiada como empresa sustentable “Campeones de la Tierra” por las Naciones Unidas, la cual reconoció su estrategia empresarial sustentable y su ayuda con la Agenda 2030 (ODS de la ONU)²⁹. Natura el 2019, también reconocida por la ONU, ganó el premio “UN Global Climate Award” por su programa Carbono Neutro³⁰.

De todos modos en España ya está empezando a tomar fuerza esta nueva forma de hacer negocios para no centrarse solamente en el éxito económico, sino también en resolver problemas sociales. En la prensa en una columna se trató del Movimiento B como “*la reinención del capitalismo*”³¹, que es el mismo nombre del libro de la profesora de Harvard, Rebecca Henderson. Se destaca un aumento del 63% de la Comunidad B en España, año 2021 respecto al 2020, con 31 nuevas Empresas B³². Si bien el número de Empresas B en España todavía no es significativo, un aumento del 63%, en un año de crisis sanitaria, sí lo es.

Otro aspecto importante que se está dando en España es que ya existen cuatro comunidades B locales: Madrid, Cataluña, Valencia y Andalucía³³. En este trabajo desarrollaremos, como ya adelanté, la existencia de estas comunidades locales, donde se

²⁸ Bell, Daniel. *The World and the United States in 2013*. 1988. Dædalus Cambridge Mass (núm. 116-3). Cambridge, 1987, p. 14.

²⁹ Disponible en <<https://sistemab.org/bkp/natura-la-empresa-b-que-recibe-el-principal-premio-ambiental-de-las-naciones-unidas/>>. [Consultado el 23/08/2022].

³⁰ Disponible en <<https://unfccc.int/climate-action/momentum-for-change/climate-neutral-now/natura>>. [Consultado el 23/08/2022].

³¹ Disponible en <<https://elpais.com/planeta-futuro/red-de-expertos/2022-06-13/la-reinencion-del-capitalismo-empieza-a-cuajar-en-espana.html>>. [Consultado el 14/07/2022].

³² Fundación B Lab Spain. *Memoria Anual 2021*. Véase en <https://issuu.com/bcorpSpain/docs/memoria_anual_2021_b_lab_spain>

³³ Disponible en <<https://www.bcorpSpain.es/comunidadesb>>. [Consultado el 19/07/2022].

dan los lazos más fuertes por el relacionamiento presencial y compartir el mismo territorio, y la relación con los actores B desde abajo hacia arriba, donde B Lab está en la cúspide. De todas maneras, como sostengo, el actor que está en el centro del movimiento y que analizamos ahora es la Empresa B.

III. b. Empresa B.

Conceptualmente se ha indicado que las Empresas B son organizaciones híbridas, entendiendo por éstas, aquellas que tienen ánimo de lucro (empresa tradicional) pero en su foco o misión y visión, se confunden con las sin fines de lucro, ya que buscan generar impactos sociales y ambientales positivos, aumentando resultados financieros y de interés público³⁴. En este sentido, existe una definición de Empresa B acuñada por Tim Mason, a saber, “*Las Empresas B son empresas híbridas entre las compañías con fines sociales y una Empresa Responsable Socialmente*”³⁵.

Como B Lab creó el Movimiento B, estimo importante identificar cómo ellos mismos definen la Empresas B. “*Las empresas B son empresas que buscan ser mejores para el mundo y no solo las mejores del mundo. Están comprometidas con un plan de desarrollo continuo, que pasa de la lógica de mitigar los impactos negativos a una nueva lógica de generar impactos positivos. Usar la fuerza de su negocio para construir una economía nueva, más sostenible e inclusiva*”³⁶.

Me parece que la mejor definición de Empresa B debe hacer referencia a quien las creó y tiene el monopolio de certificarlas o entregarles el sello “B”, B Lab. “*Las B Corps certificadas son empresas a las que la organización sin ánimo de lucro B Lab ha concedido certificación por haber cumplido estándares rigurosos de desempeño social y medioambiental, rendición de cuentas y transparencia*”³⁷. Un aspecto muy relevante a destacar de esta definición es la de rendir cuentas y transparencia, ya que son puntos que permiten generar confianza, en el sentido que la Empresa B no solamente no tiene que ocultar algo, sino que quiere transparentarlo, entre otros, a sus consumidores. Como veré

³⁴ Pretel Wilson, Manuel. *Corporaciones híbridas: el próximo paradigma empresarial*. TFM. Máster Sostenibilidad, Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, 2012, p. 28.

³⁵ Soto Araya, Daniela. *Estudio del comportamiento del consumidor chileno frente a productos de Empresas B: Análisis de percepción de precio e intención de compra*. Tesis grado Ingeniería Comercial. Universidad Federico Santa María, Valparaíso, 2015, p. 33.

³⁶ Disponible en <<https://www.sistemab.org/ser-b/>>. [Consultado el 08/08/2022].

³⁷ Honeyman, Ryan y Jana, Tiffany. *Movimiento B Corp*. Gestión 2000, Madrid, 2022, p. 59.

más adelante, el tema de la certificación y confianza tienen una estrecha relación, especialmente en la sociedad digital informacional.

De las definiciones antes mencionadas, se puede desprender que las relacionadas a organizaciones híbridas o “desde afuera” las estudian como objeto científico, que es lo que caracteriza a las ciencias económicas. *A contrario sensu*, las definiciones entregadas por el Movimiento B o de personas vinculadas al mismo, definen a las Empresas B destacando sus fines y estándares sociales y ambientales y su compromiso de inclusión y sostenibilidad. Esto no es antojadizo, justamente para que el Movimiento B sea atractivo debe promoverse y potenciarse con discursos épicos o creando un relato interesante, dándole énfasis al lado afectivo y emocional, que es el más diferenciador de una comunidad para Tönnies (como veremos después), ya que precisamente se están desmarcando de la empresa tradicional y están invitando a los actores económicos a formar parte de él.

Lo que hace el Movimiento B y como se define, invitando a las empresas a certificarse y dándoles la sensación de ingresar en una comunidad, que son las dos estrategias que examinaré de B Lab, en la creación del movimiento, al parecer está teniendo éxito. En el trabajo Movimiento B Corp de Honeyman y Jana, aparecen muchas entrevistas a líderes y ejecutivos de Empresas B, principalmente españolas, y la gran mayoría reconoce que primero se certificaron por un tema de principios y valores de la empresa y por beneficios de marketing; y luego se dieron cuenta que lo más gratificante ha sido la sensación, algunos incluso dicen sentirse orgullosos, de formar parte de una Comunidad B. Este sentido de pertenencia, que va más allá de la propia empresa que representan, logra generar la común unidad del movimiento (comunidad).

Es importante destacar que aunque una empresa todavía no se certifique como B, hay programas como “Mide lo que Importa”³⁸ que permiten hacer la evaluación de impacto socioambiental de la empresa, lo que le permitirá mejorar e incluso medir a sus proveedores para saber si tienen impactos positivos en la cadena de producción. De ahí que el efecto de Empresa B, mediante la comunidad y este tipo de programas, será contagioso (más que un virus, un -B-irus) y de a poco las empresas empezarán a certificarse o mejorar sus estándares de transparencia y resultados socioambientales,

³⁸ Disponible en <<https://sistemab.org/bkp/el-programa-mide-lo-que-importa-ha-generado-mejores-relaciones-con-nuestros-proveedores/>>. [Consultado el 23/08/2022].

obligando también a sus proveedores a estar al día con estrategias de negocio sustentable o a certificarse. Una vez iniciada la Comunidad B, ser las mejores empresas del mundo empezará a ser contagioso para otras.

Los competidores de Empresas B también es probable que empiecen a certificarse o mejorar y medir sus impactos, ya sea por darse cuenta que la competencia avanza hacia esta economía y le ha sido rentable o porque comparten proveedores que ya se “contagiaron B”. *“Cuando los competidores ven que se puede ganar dinero actuando de forma diferente, a menudo adoptarán el cambio por propio convencimiento. La mejora de la eficiencia energética solía ser una competencia de personas motivadas. Ahora que todo el mundo puede observar que suele ser muy rentable, la construcción ecológica se está convirtiendo rápidamente en el estándar de todo el sector”*³⁹. Sumado a lo anterior, como indiqué con la carta de BlackRock, la mayor inversionista del mundo, las empresas se verán obligadas a ser sostenibles para obtener financiamiento.

Una Empresa B destacable es Patagonia Inc. empresa de ropa *outdoor* sostenible. Esta empresa podría decirse que es B desde antes que existiera la certificación (nació B antes que el movimiento), sin perjuicio de lo cual la obtuvo cumpliendo el formulario y entrando a la Comunidad B. Al igual que Natura, Patagonia el año 2019 también ganó un premio de la ONU de Campeones de la Tierra por sus políticas de sustentabilidad⁴⁰. Patagonia fue fundada el año 1973 por un escalador ecologista, Yvon Chouinard. La visión y estrategia de negocio de su fundador siempre fue de triple impacto económico, social y ambiental; algunas características destacables, que debieran guiar el actuar de las Empresas B son⁴¹:

a) Social: jornada laboral flexible, beneficios en salud y educación, enseñanza de los valores éticos de la empresa, impacto positivo en las comunidades de los cultivos. La rotación de empleados es solamente del 4% versus el 15,6% del sector textil, al sentirse que forman parte de la comunidad de la empresa.

³⁹ Henderson, Rebecca. *Reinventando el Capitalismo en un Mundo en Conflicto*. Profit Editorial, Barcelona, 2021, p. 53.

⁴⁰ Disponible en <<https://www.unep.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/la-empresa-patagonia-gana-el-premio-campeones-de-la>>. [Consultado el 17/10/2022].

⁴¹ García Muñoz, Cecilia. y Latapí, Ximena. *Una mirada a la responsabilidad social corporativa, estudio de caso empresa Patagonia*. Revista Perspectiva Empresarial, 8(2-2), México D.F., 2021, pp. 6-19.

b) Ambiental: es una empresa que aparte de proteger el medioambiente, promoviendo la reutilización de sus productos y el reciclaje; aporta a movimientos ambientalistas el 1% de sus ventas (por lo que se consideran activistas del ecologismo).

c) Económico: es considerada por tener ganancias y precios justos.

Aparte de capacitar en RSE a sus trabajadores con expertos en dichas materias, Patagonia empezó a monitorear a su cadena de proveedores (asimilable a lo que expliqué del Programa Mide lo que Importa). El Equipo de Responsabilidad Social y Ambiental de Patagonia puede vetar a los proveedores con los que trabaja si no son sustentables⁴².

En septiembre de 2022 fue noticia que el dueño de Patagonia, Yvon Chouinard y su familia donó el control de la empresa para aportar a combatir la crisis climática⁴³. La figura utilizada fue donar el 100% de las acciones con derecho a voto a un fideicomiso (Patagonia Purpose Trust) y el 100% de las con derecho a voz y no voto a una fundación activista en el cuidado del medioambiente (Holdfast Collective), sin recibir la familia beneficios tributarios al donar. Se calcula que cien millones de dólares al año se donarán para combatir la crisis climática. En este sentido, se puede afirmar que Patagonia se ha convertido en una empresa de “propiedad responsable”, además de ser una empresa social y ambientalmente responsable. En la carta del dueño de la empresa, expresando por qué utilizó esta figura novedosa del control de la misma indicó: *“Necesitábamos encontrar una manera de invertir más dinero en la lucha contra la crisis ambiental manteniendo intactos los valores de la empresa”*⁴⁴. El Trust es el que vela por cuidar los valores de Patagonia.

Otra empresa B notable es la heladería Ben & Jerry’s, la cual Ritzer trata como un caso de resistencia a la “McDonalización” empresarial y de la sociedad. Muy resumidamente para George Ritzer la McDonalización de la sociedad era la racionalización burocrática de Max Weber, para Ritzer este sistema racionalizado de economía era e iba a ser el modelo eficiente y deshumanizador de hacer negocios en el Siglo XXI (que ya se podía vislumbrar del Taylorismo de la empresa Ford). Sin embargo, señala que existen resistencias a este modelo, como Ben & Jerry’s, recalando prácticas de preocupación por

⁴² Ibidem, p. 10.

⁴³ Disponible en <<https://www.nytimes.com/es/2022/09/15/espanol/patagonia-cambio-climatico.html>>. [Consultado el 17/10/2022].

⁴⁴ Disponible en <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-62916130>>. [Consultado el 17/10/2022].

el medioambiente, donaciones de la empresa a fundaciones sociales y que los altos ejecutivos no pueden ganar más de siete veces el sueldo del obrero peor pagado. Por estas prácticas este autor la trata como el capitalismo que se preocupa.

Ritzer ve con esperanza que existan empresas que se opongan a esta racionalización, pero las alerta de estar siempre atentas a su gestión empresarial *“Si pretende ser una alternativa viable, Ben & Jerry’s debe continuar vigilante ante los procedimientos racionalizados y debe demostrar que es capaz de tener éxito y de evitar la mcdonalización a largo plazo”*⁴⁵.

III. c. Socios Globales.

Como B Lab utilizó de estrategia tener el monopolio de la certificación y permitir la creación de comunidades, existen socios globales, sin fines de lucro como B Lab, que promueven el Movimiento B en regiones determinadas. A modo de ejemplo, en Latinoamérica existe Sistema B Latinoamérica, en Europa, B Lab Europe y B Lab UK.

El modelo y forma de relacionamiento entre B Lab y los socios globales, es una licencia de uso de la marca “B”. De esta manera Sistema B Latinoamérica puede promover el movimiento en todos los países de la región, y así ya se genera en la Comunidad B, una sensación de referente más cercano a los países y sus empresas B que B Lab. En distintas regiones, se comparten los valores y principios generales del Movimiento B, tienen Empresas B certificadas exclusivamente por B Lab, pero buscan satisfacer sus propias necesidades, de acuerdo a sus distintas culturas y problemas. B Lab se hace muy lejana para problemas regionales, por lo que licencia la “B” en sus Socios Globales, que ayudan a los países a tener un referente continental.

¿Hay una cultura distinta entre el UK y Europa? Es interesante el hecho de que el distanciamiento y salida del Reino Unido de la Unión Europea (Brexit), coincida con que exista un socio global del UK y otro de Europa. Así el Movimiento B, permite la gestión regional según las culturas distintas, pero bajo el mismo marco principal, ser las mejores empresas para el mundo y no necesariamente del mundo.

Sumado a lo anterior, se realizan “Encuentros B” o se celebra el “Día B” con referentes, académicos, empresarios B en un país del continente o de forma virtual reuniendo a todos los líderes de, por ejemplo, Latinoamérica. El año 2012 se realizó el primer encuentro

⁴⁵ Ritzer, George. *La McDonalización de la Sociedad*. Ariel Sociedad Económica, Barcelona, 2002, p. 215

regional de Sistema B Latinoamérica que buscaba “*empezar a construir la Comunidad B en Chile y la Región*”⁴⁶. De esta manera, se discuten temas como cuáles son las cosas en común de las Empresas B en Latinoamérica, se generan alianzas, se ven formas de algunos países para ayudar a otros.

El primer socio global promotor del movimiento B, fuera de Estados Unidos, fue Sistema B Latinoamérica creada como fundación en Chile el año 2012. Si bien su misión era promover el movimiento en todo Latinoamérica, por ubicarse en Chile y haber sido idea principalmente de chilenos, naturalmente en un comienzo Chile fue el país de la región con más Empresas B y donde el movimiento creció más rápido. Al 2021 en Chile habían 190 Empresas B de las 978 en 19 países de la región, representando casi el 20% de empresas B en Latinoamérica⁴⁷. Robert K. Merton al analizar a los influyentes locales y cosmopolitas se basó para distinguirlos en la orientación de estos hacia el lugar donde viven o realizan su vida, en este caso sería Chile. Al iniciarse el Movimiento B latinoamericano en Chile, sus líderes eran influyentes cosmopolitas pero igual residían e incluso tenían Empresas B en Chile, por lo cual debían potenciar el movimiento desde Chile a la región, “*si el tipo localista es parroquial, el cosmopolita es ecuménico*”⁴⁸.

III. d. B Corp países.

Siguiendo en la lógica de un Movimiento B donde las Empresas B son certificadas objetivamente por la misma entidad, siendo B Lab quien promueve la creación de comunidades, existen los socios promotores por países, como por ejemplo, B Corp Spain o Sistema B Chile, que también como B Lab y los Socios Globales, son entidades sin ánimo de lucro.

A modo de ejemplo, Sistema B Chile, de acuerdo a la legislación chilena podía ser una entidad sin fin de lucro, como fundación o como corporación o asociación⁴⁹. La diferencia entre una y otra, es que la fundación es la afectación de bienes a un fin determinado, donde el órgano administrador es solamente el directorio. En cambio, la corporación o asociación, es un grupo de asociados a objetivos de interés común, donde la asamblea de

⁴⁶ Disponible en <<https://sistemab.org/bkp/sistema-b-realiza-exitoso-encuentro-de-empresas-b-en-chile/>>. [Consultado el 08/10/2022].

⁴⁷ Sistema B Chile. *Memoria Anual Sistema B Chile 2021*. Véase en <<https://drive.google.com/file/d/1CEtAOVYpwDURh6AcKXZTFYKqF9pQwQ00/view>>

⁴⁸ Merton, Roberto K. *Teoría y Estructuras Sociales*. Fondo de Cultura Económica, México D.F., 2002, p. 477.

⁴⁹ Artículo 545, Código Civil Chileno.

socios determina el directorio, recibe anualmente una rendición de cuentas de éste y cada socio paga una cuota obligatoria a la corporación. En Chile, Sistema B es una corporación, donde para poder ser socio se requiere ser persona jurídica certificada como Empresa B. Al existir una reunión anual de la asamblea⁵⁰, tener cada empresa socia derecho a voto en materias importantes como elección de directorio y obligaciones como pagar una cuota de membresía se está potenciando la sensación de la Comunidad B chilena.

En Chile no todas las Empresas B son socias de Sistema B Chile, pero sí todas las empresas socias de Sistema B Chile están certificadas ya que es un requisito establecido en los estatutos de la corporación. En España, la entidad promotora a nivel nacional del Movimiento B es la Fundación B Lab Spain.

Hasta aquí podemos inferir que dentro de la Comunidad B, B Lab (la creadora y certificadora de Empresas B); Socios Globales y B Corps países son entidades sin fines de lucro, que buscan promover una nueva economía inclusiva y sostenible. Por otra parte, las Empresas B, están obligadas a tener ánimo de lucro, ya que demuestran que la fuerza del mercado puede generar impactos positivos para el mundo, siendo el lucro no solamente un fin de la empresa, sino además un medio que puede ser virtuoso. La reinención del capitalismo consciente tiene como agentes a empresas con fines de lucro sostenibles que se relacionan con entidades sin fines de lucro del país donde se encuentran, luego del continente y luego con B Lab que es la que las certifica. Como veremos existe otro actor B que está en cada país y son los locales (Ejemplo, Comunidad B Andalucía).

En el Movimiento B se puede ver una estructura piramidal de entidades promotoras del mismo sin fines de lucro, donde está a nivel mundial la certificadora B Lab, los Socios Globales continentales, B Corps países y comunidades locales dentro del país (que ahora veremos está compuesta por personas naturales relacionadas a empresas B). Esta estructura piramidal sin ánimo de lucro, de todos modos, tiene en el centro el ánimo de lucro con visión social y sostenible, la Empresa B.

III. e. Comunidades territoriales locales.

En el grado más bajo, es donde nacen las comunidades con lazos más fuertes, ya que las Empresas B se relacionan más en persona (no virtualmente), comparten un territorio y

⁵⁰ Sistema B Chile. Memoria Anual 2021.

cercanía geográfica, de forma permanente o, al menos, seguida y no una o dos veces al año en Encuentros B; logran conocer a trabajadores e incluso a los consumidores de Empresas B. Como dijimos, por ejemplo, en España, junto a B Corp España, quien se encarga de dar directrices generales, hay cuatro comunidades locales: Madrid, Cataluña, Andalucía y Valencia. B Lab España respeta la realidad de cada una.

Analizaremos, a continuación, el documento “Guía de Comunidades B España 2021”⁵¹ y sus rasgos más relevantes para los fines de este trabajo. Primero, es importante que el documento describe a las Comunidades B Locales como grupos de personas o grupos promotores (que deben tener al menos dos personas de distintas B Corps de la zona). Entonces ahora no estamos como en los otros actores B hablando de entidades jurídicas con o sin fines de lucro, sino de personas naturales relacionadas a Empresas B. Por lo tanto, en las Comunidades B Locales ya le ponemos rostro de personas que viven y conviven en ese territorio, se va formando la Comunidad B “de abajo hacia arriba”, lo que permitirá a B Lab ser conocida como la creadora que deja crear según las distintas realidades de cada comunidad.

Segundo, se les da un margen de libertad a las personas para potenciar la economía B en el territorio local donde operan y se utiliza el término “interdependencia autónoma de actuación”, concepto que describiremos en capítulos siguientes como uno de los rasgos predominantes del Movimiento B.

Tercero, regidos por el principio de interdependencia al actuar deben obedecer fines generales: a) dar a conocer sobre el Movimiento B al ecosistema de la localidad (esto es el acto de promoción de un movimiento universalizado); b) acción colaborativa con actores locales (clásico del modelo de negociación de Harvard, donde no solamente importa el resultado, sino que también la relación entre las partes, mientras más cercana la relación, más hay que cuidarla y generar confianza⁵²); y, c) generar sentido de pertenencia y compromiso (que sería el sentimiento de comunidad). Este es el marco de acción que permite promover la Economía B desde lo local, pero con un objeto universalizado.

⁵¹ B Lab España. *Guía de las Comunidades B Recursos para los líderes de las Comunidades B de España*. V.1 – 2021, pp. 1-33.

⁵² Saieh, Cristián et al. *Negociación ¿cooperar o competir?*. El Mercurio Aguilar, Santiago, 2006, p. 21.

Cuarto, finalmente se establece la relación de B Lab España con las Comunidades B, en el sentido que la primera solamente establece los valores del Movimiento B Corp (que yendo hacia arriba ya fueron validados por B Corp Europe y, aún más importante, B Lab) y ayuda a las Comunidades B Locales de España a interactuar y conocer a otras Empresas B.

Me pareció interesante saber cómo se formó la primera Comunidad Local B de Andalucía, por lo cual contacté a una de sus fundadoras, Belén Barroso. Para lo cual, le pregunté ¿Cómo nació la Comunidad B Andalucía?, en un correo electrónico que ella respondió, amablemente, de la siguiente manera⁵³:

“El movimiento B Corp tuvo sus comienzos en 2006 en Estados Unidos y se extendió con mayor fuerza por Latinoamérica antes de desembarcar en Europa y particularmente en España por el 2015. Llegó de la mano de agentes de cambio que confiaban en el poder de los negocios que trabajan desde su propósito y la fuerza del mercado para resolver problemas sociales y ambientales. A partir de allí y gracias al compromiso y la entrega de B Lab Spain y todas aquellas personas y organizaciones que impulsaron el desarrollo del Movimiento en el país, actualmente hay cerca de 200 empresas certificadas y miles que están utilizando la Evaluación de Impacto B para gestionar y medir su impacto en las personas y el planeta.

Pero para su aterrizaje local, B Lab Spain necesitó impulsar y acompañar a quienes estaban acelerando el ecosistema de empresas B Corp y con propósito en las comunidades autónomas. Así se crearon en 2020 las Comunidades B Locales, definidas como una iniciativa para impulsar el movimiento B Corp desde lo local y co-lideradas de forma voluntaria por B Corps y otros stakeholders que promueven la fuerza de la empresa para generar impacto positivo en el territorio. Los primeros pilotos fueron en Andalucía, Madrid y Cataluña. Hoy se suma la Comunidad B Valencia al desafío. La primera en formalizarse a nivel nacional y europeo -luego de un año de aprendizajes inspirados en las experiencias de otras comunidades locales en Estados Unidos y Latinoamérica- fue la Comunidad B Andalucía y le siguió Madrid.

El primer grupo impulsor lo constituyeron: Juanjo Manzano y Belén Barroso de AlmaNatura (primera B Corp de España que trabaja por la reactivación del medio rural desde hace 25 años); José Antonio Carbonell Cañado de Triodos Bank España (banca

⁵³ Barroso, Belén, correo electrónico al autor, con fecha 18 de noviembre de 2022.

ética que opera en todo el mundo); Marcos Giorgis de Cronopios Comunicación con Propósito (cooperativa de comunicación y sostenibilidad); María Gómez de Grupo Axius (consultora en sostenibilidad); y María Rosa García Sánchez, profesora de la Universidad de Sevilla. Actualmente se suma al equipo impulsor Daniel Gata Coronilla de la Posada El Candil (alojamiento rural sostenible)”.

IV. Las estrategias de B Lab al formar el Movimiento B: la certificación y la formación de comunidades.

IV. a. La Certificación (La B como la marca en la marca).

Un movimiento para que tenga éxito, más aún si su fin es lograr crear una comunidad global e incluso potenciar comunidades locales, requiere de liderazgos. B Lab no solamente creó el concepto de Empresa B, sino además se aseguró de ser quien entrega la certificación a la empresa para que sea B. Aquí hay dos cosas fundamentales a destacar y por lo cual está bien que B Lab sea el único en dar la certificación: primero, en el mundo globalizado una empresa puede ser B bajo los mismos parámetros de evaluación, sea del país que sea (ej. La meta Carbono neutro se puede aplicar a cualquier empresa B del mundo). Segundo, los movimientos que buscan tener un relato o épica deben tener una luz que los guíe. Inclusive creo que gran parte del éxito de B Lab podría decirse, guardando las proporciones, que es teniendo “algo de espiritual o religioso” (te concedo algo, te certifico, te valido en esta comunidad). La mayoría de las religiones, movimientos políticos o movimientos carismáticos tienen una iglesia, líder, lugar o un referente que es la cabeza donde gira todo, en este caso sería B Lab (como analogía, vendría a ser el Vaticano del movimiento). De igual modo, en muchas ocasiones, cuando se trata del Movimiento B señalan los nombres de los fundadores del mismo, ya que están aludiendo a lo que ellos estiman referentes históricos. Finalmente ser B es distinguirse de las empresas tradicionales, es el símbolo identitario de reconocimiento de la tribu en la sociedad digital, *us and them*, como dirían los maestros del rock Pink Floyd.

Haciendo una analogía, que de todas maneras se refiere al poder, como decía Max Weber el Estado tiene el monopolio de la violencia, esto quiere decir, que es el único que puede usar la fuerza para controlar el orden público⁵⁴. En este sentido, B Lab siempre va a ser la cabeza del Movimiento B, ya que tiene “el monopolio de la certificación”; es la única entidad que da la certificación o recertificación. Sin embargo, el éxito de B Lab, al necesitar que existan empresas interesadas en certificarse, dependerá del liderazgo, más que de la autoridad. Como dijo en su discurso magistral en la Universidad de Salamanca, el 12 de octubre de 1936, don Miguel de Unamuno: “*vencer no es convencer, y hay que convencer, sobre todo, y no puede convencer el odio que no deja lugar para la*

⁵⁴ Weber, Max. *El político y el científico*. ob. cit, p. 3.

compasión”⁵⁵. El movimiento y Comunidad B, como cualquier otro, tiene dificultades y conflictos internos, entre sus distintos actores, lo ilustraré al final de este trabajo con un ejemplo práctico, pero es bueno tenerlo considerado como inherente a estos movimientos ideológicos o valóricos.

Una Empresa B, que en su ADN quiere apoyar a resolver problemas sociales y ambientales por medio de la fuerza de su emprendimiento, no le debiera bastar con llegar a obtener la certificación, sino que es solamente el punto de partida y debe, en la práctica, aportar a un mundo mejor. Sin embargo, aunque en un inicio una empresa solamente quiera obtener la certificación para tener buen marketing, lavado de imagen y más ventas, ya al trabajar para obtener la certificación B y midiéndose, en la práctica, ayudará al desarrollo sostenible, porque de alguna u otra manera estará mejorando o evaluando su gestión social y ambiental. Posteriormente, es probable que se den cuenta que las otras Empresas B y sus ejecutivos participan activamente en la Comunidad B, lo cual aunque los obligue a relacionarse con ellos por beneficios, ya permitirá que perciban la potencia del actuar con similares en las mismas metas (la cooperación potencia el lazo afectivo).

De lo señalado, la mera existencia de B Lab y su modelo de negocio ya es un aporte para que el mundo empresarial, a largo plazo, busque mejores empresas para el mundo y medio ambiente. Por así decirlo, B Lab estableció criterios objetivos de evaluación aplicables a empresas de distintos lugares del mundo para medir sus impactos sociales, ambientales y laborales en sus comunidades; y el sello o certificación “B” que entrega a la empresa es el negocio. Así, por ejemplo, una religión establece cómo llegar a la salvación (buenas prácticas empresariales que serían los mandamientos) y sacramentos, en este caso ingresar al Movimiento o Comunidad B, a través de la certificación (bautismo o comunión, común unión).

IV. b. La importancia del pago por certificación a B Lab.

Destacable es que la empresa que quiere certificarse B deba pagar un *fee* anual respecto a cuánto factura; siendo un gran ejemplo de aportar a la causa según las capacidades de cada uno. La cuota anual de certificación es según la facturación del año tributario anterior

⁵⁵ Disponible en <<https://www.ersilias.com/discurso-de-miguel-de-unamuno-en-la-universidad-de-salamanca-el-12-de-octubre-de-1936/>>. [Consultado el 09/09/2022].

de la empresa⁵⁶. Siguiendo con la analogía de movimientos trascendentes, el pago a la causa común, diezmo o aporte a la capilla, siempre existe en estos movimientos.

Es importante no caer en la ingenuidad de que B Lab solo formó el movimiento B por buenas intenciones, sino que también es un negocio con el interés de ganar dinero. Sin perjuicio de lo anterior, para su visión sistémica, es sumamente importante pagar por la certificación, ya se vea como un coste real objetivo por “entrar al club” o el valor de poder usar la B en la marca de la empresa, lo que yo llamo *la marca de la marca*. Sin embargo, hay algo más profundo, que hace a sus actores tomarse con convicción de que participan de un movimiento que basado en lo económico busca resolver problemas sociales y ambientales por la fuerza del mercado; y si algo caracteriza al mercado es la necesidad de pagar y cobrar (o potencialmente tener la actitud de poder pagar) para interactuar dentro de él. Un movimiento que parte de lo económico requiere de dinero para su promoción.

Sumado a lo anterior, el pago a B Lab de la cuota, asimilándolo a un tributo estatal, no es únicamente un ingreso que sirve para cubrir gastos, el deber de contribuir a la causa por formar parte de ella, sirve a principios mayores de justicia, igualdad o solidaridad⁵⁷ que permiten la promoción y sostenibilidad financiera del Movimiento B. En esta línea, “*Para asegurarnos de que podamos continuar desarrollando el movimiento, B Lab debe tomar las medidas necesarias para garantizar su sostenibilidad financiera. Con este espíritu, presentamos nuestra nueva estructura de cuotas de certificación y la cuota de aplicación*” con estas palabras de Katie Hill, Presidenta Ejecutiva de B Lab Europe justificó la actualización de las cuotas a las B Corps el 2021⁵⁸.

Como diría Max Weber, los intereses económicos son una palanca muy potente para crear estas comunidades ideológicas, usando como ejemplo el pago a sindicatos para promover intereses económicos. Aquí está la importancia del pago de cada Empresa B por certificación a B Lab. “*Cuando un grupo de individuos paga a alguien para que de un modo constante como órgano cuide y fomente los intereses comunes, o cuando la representación de los intereses de esa comunidad se hace “pagar” de alguna manera*

⁵⁶ Disponible en <<https://www.sistemab.org/ser-b/>>. [Consultado el 14/07/2022].

⁵⁷ Martínez de Pisón, Juan Arrieta. *Técnicas desgravatorias y deber de contribuir*. McGraw-Hill, Madrid, 1999, p.178.

⁵⁸ Disponible en <<https://www.bcorpSpain.es/cuotas-certificacion-bcorp>>. [Consultado el 09/08/2022].

*directa o indirecta, se ha originado una sociedad que significa, en todas circunstancias, una fuerte garantía para la subsistencia de la acción de la comunidad*⁵⁹.

IV. c. Formar Comunidades B.

En general, en los asuntos de negocios y comercio, no se desconoce que el primer motor de acción es el interés de ganancia de los dueños. Sin embargo, tanto por un tema de necesidad (ej. calentamiento global) o para tener una mejor reputación (certificación de empresa responsable, buen trato a sus trabajadores y entorno), un negocio inmerso en una sociedad compleja debe y le es mejor, a largo plazo, tener buenas prácticas o “ser” una buena empresa, que quizás sería la Empresa certificada B.

La Empresa B, por muy B que pueda ser, partiendo de la iniciativa privada, naturalmente tiene su fundamento en la lógica económica ortodoxa racional, la cual es que los individuos buscan el mayor beneficio o utilidad de un negocio, su rentabilidad, ya que actúan desde sus propios intereses. Sin embargo, el Movimiento B se perfila como un movimiento de sociología económica, entendiendo que las empresas operan en un contexto, hoy en día globalizado e influenciado por redes sociales, donde las relaciones están integradas en un contexto social, político y cultural, lo cual Mark Granovetter entendió como fundamental para la nueva economía sociológica⁶⁰. En otras palabras, la sociología económica le recuerda a los economistas y empresarios la importancia de analizar las relaciones sociales en el contexto cultural, social y político donde opera la empresa, no bastándole solamente los números azules para sobrevivir. Como analizamos con De Geus, la empresa es viviente en una sociedad determinada, que hoy es la digital.

B Lab en su estrategia sistemática de crear un movimiento global, referido a negocios que aporten a un mundo mejor, debe lograr más que convencer a sus adherentes (sean o no empresas B), darle cierto sentido de trascendencia y valores comunes, y esto se intenta mediante la creación de “Comunidades B”. Citando a Saint-Simon *“la necesidad de los seres humanos (o por lo menos de las comunidades por ellos formadas) de vincularse de algún modo a nociones trascendentes y a creencias que vayan más allá de lo pragmático y analítico para comprender su vida y darle un sentido”*⁶¹. Esta cita es sumamente importante para los objetivos de este trabajo, ya que distingue las necesidades de las

⁵⁹ Weber, Max. *Economía y Sociedad, Tomo I*. Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1944, p. 279.

⁶⁰ Giddens, Anthony y Sutton, Philip W., *Sociología*, Octava Edición, Alianza Editorial, Madrid, 2018, p. 296.

⁶¹ Giner, Salvador. *Teoría Sociológica Clásica*. Segunda Edición. Ariel Sociología, Barcelona, 2001, p. 55.

personas a las de las comunidades formadas por ellas; por lo que, la comunidad en cierto sentido adquiere personalidad propia. Si hay empresas vivientes, generan una comunidad viva.

En la Sociedad Digital las TIC son el centro de información y conocimiento, éstas están simplificando el lenguaje y la forma de expresarnos en simbolismos e imágenes⁶². Si bien ahora nos comunicamos con menos palabras, con símbolos; cada vez tenemos más información disponible y comunicamos más por medio de las TIC. Por tanto, la simplificación del lenguaje no implica menor comunicación en redes, sino que todo lo contrario. En la era de la información, las comunidades comparten ciertos valores, pero su significado y el sentido de pertenencia que generan son símbolos específicos de autoidentificación de la tribu⁶³, en la Comunidad B es la “B”. Por esto, yo llamo a la “B”, la marca de la marca. La certificación B es la forma que tienen las empresas B para diferenciarse del resto (*us and them*). El desafío del sello distintivo B es que logre, primero, ser más conocido por clientes interesados en que los productos que consumen se ajusten a sus valores (que sean sostenibles); segundo, que cause confianza en todos los *stakeholders*, de ahí que la reputación de una Empresa B, para bien o mal, puede afectar a la de todo el movimiento porque comparten la marca B. Si estamos en la sociedad digital informacional, la comunicación en redes sociales y medios tradicionales del movimiento debe estar en constante promoción y adaptación.

Por otro lado, esta visión de formación de comunidades de empresas (si queremos bajarle un grado a sus vinculaciones se puede utilizar, al menos, el término “alianzas estratégicas”), está en línea con la manifestación que en el siglo XIX el líder de la innovación era una persona creativa, en el siglo XX el centro era la empresa, y en el siglo XXI, con tantos actores heterogéneos, se da la tendencia a que sean redes⁶⁴. Considero que este fenómeno de redes, sean virtuales o reales, que pautean las relaciones sociales en el siglo XXI, no solamente aplica a lo económico hoy en día, sino también a lo social, cultural y político. Diciéndolo de otra forma, hoy con tanta participación activa en Occidente, especialmente en redes sociales, manifestaciones de indignados o estallidos sociales y con la decadencia de sus valores tradicionales judeo-cristianos, especialmente en jóvenes, se empezarán a buscar sentidos de pertenencias en comunidades (tribalismos)

⁶² Torres Albero, Cristóbal. *La Sociedad de la Información y del Conocimiento*. ob. cit. p. 9.

⁶³ Castells, Manuel. *La Era de la Información. El Poder de la Identidad*. ob. cit. p. 97.

⁶⁴ Alba, Marc. *I-Empresarios, empresarios de la innovación*. LID, Madrid, 2009, p. 303.

que marcarán la pauta en lo social, político y económico. Visto de esta manera, la Comunidad B no es solamente un movimiento de economía sostenible, sino que está influyendo en políticas, asociadas a la ONU y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030, también participando de la COP. El año 2015, 193 líderes acordaron la agenda 2030 con 17 ODS, evento que coincidió con la COP21 de París. Lo que más destaca de la agenda 2030 es que es una guía no solamente para los Estados, sino que para la sociedad civil, instituciones privadas, gobiernos, etc⁶⁵.

Un caso donde se entremezclan muchos ODS es el Proyecto STGO+B. El centro del proyecto es formar comunidades y ciudades resilientes y sostenibles (ODS 11), en este caso la capital de Chile, Santiago⁶⁶. El proyecto de Ciudad resiliente Santiago tiene 6 ejes: movilidad urbana, medioambiente, seguridad humana, desarrollo económico, gestión de riesgo y equidad social. Lo que considero más interesante es la cooperación entre distintos actores para trabajar en el proyecto, se formó una comunidad de distintos actores, desde públicos (municipios, gobernación metropolitana), sociedad civil (fundaciones, Sistema B Chile), ciudadanos y empresas, incluyendo Empresas B chilenas, con aportes regionales de Ciudades +B, como por ejemplo el BID. Otro aspecto relevante es cómo, en la Sociedad Digital, las ciudades resilientes están promoviendo la marca de la ciudad (ejemplo STGO+B), en todas, la gestión de la marca es por colaboración público-privada⁶⁷. Este caso refleja cómo en el Siglo XXI los problemas globales requieren alianzas globales entre distintos actores que generan una comunidad de trabajo, al menos temporal, para intentar resolverlos.

El Movimiento B incluso ha sido lobista en Leyes de Sociedades de Beneficios e Interés Colectivo (Ley BIC), que en Colombia, por ejemplo, se promulgó el 2018, *“a través de la cual se reconoce y protege la existencia de empresas que buscan generar un impacto social y ambiental en el mismo nivel que buscan impacto económico para sus accionistas, contribuyendo a la solución de problemas sociales y ambientales desde su modelo de negocio”*⁶⁸. Es importante aclarar que la Ley BIC no crea un nuevo tipo societario, sino

⁶⁵ Barroso, Belén. *Relaciones públicas en organizaciones sostenibles El caso de las empresas de triple impacto*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga, Málaga, 2021, p. 107.

⁶⁶ Intendencia Región Metropolitana Santiago de Chile. *Santiago Humano y Resiliente*, véase en <https://santiagoresiliente.cl/wpcontent/uploads/2017/03/Estrategia_Santiago_Humano_y_Resiliente.pdf> 2017, pp.1-209.

⁶⁷ De Elizagarate, Victoria. *Ciudades Sostenibles: Estrategias Para Gestionar los Desafíos Conservando el Legado de las Ciudades*. Ediciones Pirámide, Madrid, 2021, p. 132.

⁶⁸ Disponible en <<https://sistemab.org/bkp/la-ley-bic-y-la-armonizacion-de-ganancias-y-aporte-social/>> refiriéndose a la Ley 1901 del 2018 de Colombia. [Consultado el 22/08/2022].

que permite a las sociedades anónimas, de responsabilidad limitada o a cualquier tipo societario tener una condición adicional de buscar los fines de lucro sumado a una responsabilidad de los administradores y accionistas de la misma de promover intereses públicos, debiendo hacer una rendición pública⁶⁹.

Hoy en día, como indica el maestro Manuel Castells, por la complejidad social y la era de la información digital, la organización económica no es un sujeto (empresario o empresa familiar), o colectivo (empresa o Estados), sino una red, siendo la unidad la red compuesta por diversos actores que se adaptan de acuerdo a las necesidades del mercado. Castells también deja en manifiesto otro problema ¿Cuál sería la base ética de la empresa red? Él cree que la base cultural moderna se funda en lo efímero, multifacético y virtual, en resumen esta red carecería del elemento cultural común que los una⁷⁰. Por ende, para Castells con certeza debiera hablarse de cultura digital, donde los nuevos significados derivados de la tecnología superan a los millones de creadores e innovadores, formándose una red creativa; haciéndose más difusa la distinción entre cultura comercial, popular y alta cultura⁷¹. Por eso el Movimiento B, en ese contexto cultural digital, tratando de promover una Comunidad B bajo un principio genérico simple de entender como es la interdependencia, está apuntando en la búsqueda del elemento cultural o ético que los una. Además utiliza un slogan básico, genérico y fácil de entender (aunque relativo de definir): ser las mejores empresas para el mundo.

El Movimiento B, aunque se centre principalmente en lo económico y social, tendrá un verdadero éxito cuando logre crecer como comunidad y ser un movimiento referente en lo cultural, transformando los valores y principios en la sociedad, como por ejemplo, la cultura empresarial sostenible. Por otra parte, esta comunidad también es lobista y promueve en distintos países la promulgación de Leyes de Sociedades de Beneficios e Interés Colectivo; además realiza alianzas con entidades públicas como promover Comunidades o Ciudades Sostenibles según ese objetivo de desarrollo sostenible (y buscando también alcanzar otros ODS). Sin ser un movimiento de una tendencia política, sí hace política.

⁶⁹ Conolly, Constanza et al. *Movimiento legislativo de Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (B.I.C) en América Latina*. Biblioteca Digital véase en <<http://biblioteca.academiab.org/items/show/159> 2020> p.10

⁷⁰ Castells, Manuel. *La Era de la Información. La Sociedad Red*. ob. cit. p. 253.

⁷¹ Castells, Manuel et al. *Otra Economía es Posible. Cultura y Economía en Tiempos de Crisis*. Alianza Editorial, Madrid, 2017, pp. 36-38.

IV. d. Ceder Liderazgo hacia abajo.

Como un movimiento con distintos actores, B Lab entiende que cada continente, país y localidad va a tener diferentes desafíos y problemas sociales o ambientales que resolver con la fuerza del mercado; pero como debe intentar lograr algún grado de cohesión dentro del movimiento, idealmente valórico para lograr el sentido comunitario, utiliza un slogan genérico “ser la mejor empresa para el mundo”. Por tanto, B Lab debe encontrar algo cultural, en una sociedad digital donde reina lo efímero, que una al movimiento dentro de lo diverso, y aquí están los valores universales aplicables a todo el movimiento o Empresa B. Como diría Santiago Álvarez de Mon Pan de Soraluze, se está usando la “*filosofía del liderazgo de educar en valores*”⁷². Así, toda Empresa B debe buscar ser la mejor empresa para el mundo y no la mejor empresa del mundo (aunque para mí hoy debieran ser lo mismo, no siendo excluyentes). Como señalé, el éxito del Movimiento B dependerá si la cultura económica adquiere estos valores y se propagan a la gran mayoría de la sociedad.

B Lab en este Movimiento B, da la licencia de uso de marca a Sistema B Internacional o B Corp Spain, para que promuevan esta nueva economía en un continente o país, entrega manuales o directrices para formar Comunidades B Locales (Comunidad B Madrid) y finalmente concede la certificación a la Empresa B. El liderazgo, efectivamente, se entremezcla como en una comunidad abierta en el que todos los que la conforman comparten la misión, principios y valores, declaran la interdependencia y se benefician de la misma, potenciándose y potenciándola. Por medio de los valores compartidos se potencia el liderazgo desde arriba hacia abajo y, en la diferencia, dentro de lo territorial, las comunidades locales promueven el movimiento de abajo hacia arriba.

Como señala el profesor Marc Alba, refiriéndose a la innovación, el Movimiento B sería un modelo de gobierno distribuido “*siguiendo un modelo propio de una comunidad, el gobierno de la i-red está potencialmente en manos de todos los que la conforman y contribuyen a ella*”⁷³. Destaco el *potencialmente*, ya que podríamos decir que es un gobierno centralizado por B Lab, que recordemos conserva el monopolio de la certificación. Sin embargo, su fuerza estratégica también se funda en la formación (o potenciar la formación) de comunidades y el autogobierno y autogestión local.

⁷² Álvarez de Mon Pan de Soraluze, Santiago. *El Mito del Líder. Profesionales, ciudadanos, personas: la sociedad alternativa. Tercera edición*, PriceWaterhouseCoopers, Financial Times. Madrid, 2001, p. 13.

⁷³ Alba, Marc. *I-Empresarios, empresarios de la innovación*. ob. cit. p. 305.

Como traté en este capítulo dentro de las estrategias de B Lab para promover y potenciar el movimiento B, utilizan la certificación (que incluye el pago por la causa común para el uso de la B como marca de la marca) y el intento de crear sentido comunitario (donde B Lab deberá tener un buen liderazgo de educar en valores genéricos, reconociendo las diferencias dentro del movimiento y basados en la interdependencia). Del éxito de estas dos estrategias dependerá la confianza (o desconfianza) en el Movimiento B, por lo cual, en resumen, serían cuatro “C”: comunicación, comunidad, certificación y confianza. En el siguiente apartado, cuando trate la comunidad, no la trataré nuevamente como una estrategia, sino más bien como una característica sociológicamente importantísima.

V. Principales rasgos del Movimiento B.

Existen rasgos de este movimiento que lo hacen distintivo, diferenciándolo especialmente de la Responsabilidad Social Empresarial. No se enumerarán como *numerus clausus* ni se tratarán de más a menos importante, sino que todos son indispensables para caracterizarlo y se entremezclan. Como herramienta, utilizaré tanto a clásicos como contemporáneos de la sociología, demostrando que estos rasgos principales recogen ideas de esta área del conocimiento.

Estos rasgos del Movimiento B son: afectividad, interdependencia, sostenibilidad, solidaridad, comunidad (o intento de generar sentido de pertenencia) y confianza.

V. a. La economía es racional pero hay que potenciar el lado afectivo.

Ferdinand Tönnies realizó un gran aporte sociológico, junto al concepto de acción social también estudiado por Max Weber, y es que principalmente existen dos maneras en que conscientemente nos relacionamos con los demás, el lado racional y el afectivo o voluntad natural. El lado afectivo es emocional e incluye el odio, amor, sentido de pertenencia (que es el lado en que se puede potenciar siendo parte del Movimiento B, *us*) o no siéndolo (*them* u otras empresas o entidades sin fines de lucro), excluyéndose o desmarcándose de las empresas tradicionales que se centran principalmente en el éxito económico cortoplacista. El lado racional es el de costos y beneficios, el calculador, que es la base del *homo economicus*⁷⁴. Lo común de la voluntad natural y la racional es que son causas que se manifiestan como acción social.

El Movimiento B exige, como uno de los requisitos mínimos para certificarse como Empresa B, ser una entidad con fines de lucro, no pudiendo certificarse fundaciones. Su sitio web expresa: “*La filosofía de las Empresas B es probar que las empresas pueden hacerse cargo de resolver problemáticas socioambientales a través de su negocio. De este modo, entidades sin fines de lucro como fundaciones, ONGs, entre otras entidades civiles, no podrán acceder a la certificación de Empresa B dado que han sido creadas específicamente para resolver esos problemas*”⁷⁵. De aquí se desprende que no reniegan que están usando la fuerza del mercado para la solución de problemas socioambientales.

⁷⁴ Tönnies, Ferdinand. *Comunidad y Asociación*. Homo Sociologicus, Editorial Comares, Granada, 2009, Págs. 71 y sigs.

⁷⁵ Disponible en <<https://www.sistemab.org/ser-b/>>. [Consultado el 18/07/2022].

Yendo más lejos, como veremos, según mi parecer la apuesta por formar un movimiento comunitario basado en el principio general de interdependencia sería la base ética del nuevo capitalismo basado en redes. Si el Movimiento B se sustenta solamente en probar que el lucro resuelve problemas sociales, sin generar un valor comunitario cultural o ético dentro de su red, quedará en la cultura de lo efímero de la era de la información virtual, como indica el maestro Manuel Castells, y no trascenderá. Por eso el gran Max Weber, a mi parecer de buena manera, basándose en los escritos de Benjamin Franklin, logró demostrar que antes de la existencia del capitalismo ya había un “espíritu” o una ética y cultura en la que se fundaba, principalmente relacionada a la religión protestante, que existía antes y que era algo común a un grupo de hombres y no una cosa de aislados individuos. *“Qué explicación histórica puede ofrecerse al hecho de que en el centro del más notable desenvolvimiento capitalista en el universo de aquel tiempo, en la Florencia de los Siglos XIV y XV, el mercado de dinero y de capital de los tan importantes poderes políticos estuviera censurado en cuanto a la ética, o sencillamente tolerable, en tanto que en el estricto medio pequeño burgués de la Pensilvania del siglo XVIII la actividad capitalista constituyera el todo de una conducta no sólo digno de alabanza considerado dentro de la ética, sino también exigible”*⁷⁶.

El lado afectivo, principalmente, se potencia por el Movimiento B con el “sentimiento de pertenencia”, con el ser Empresa B o por la lealtad de trabajar en una empresa con propósito. Destacable es un estudio del año 2016 titulado “Estudio Comunidad Talento Sostenible” que realizó Pegas con Sentido, Empresa B chilena, donde se demuestra que los jóvenes para postular a trabajos se están fijando, en primer lugar, en que puedan aportar al entorno socioambiental (77%), desarrollo profesional (75%) y beneficios laborales (58%)⁷⁷.

Otro estudio titulado “Empresas B en Latinoamérica: un estudio exploratorio sobre compromiso laboral” centrado principalmente en trabajadores históricamente marginados, jóvenes y mujeres, grupos fundamentales de inclusión para las Empresas B, y metas de los ODS 2030 para colaborar con su reinserción social y ayudarlos a salir de la pobreza. Se concluyó que existe un 79% de compromiso laboral, superior al promedio

⁷⁶ Weber, Max. *La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo*. Fontana, Barcelona., 2012, p. 52.

⁷⁷ Disponible en <<https://fch.cl/noticianoticia-destacadanoticia-antigua/nueva-generacion-profesionales-quiere-impactar-al-mundo-trabajo/>>. [Consultado el 18/07/2022].

de la región, y se infiere que las prácticas laborales de dichas empresas B son valoradas por quienes allí trabajan⁷⁸.

Viéndolo principalmente desde la forma de cómo las Empresas B se vinculan, o debiesen hacerlo, con sus trabajadores se habla en economía del factor “C”, ya que en la teoría económica suelen usarse letras para describir principios o factores. “*Lo que llamamos factor “C” porque con esa letra comienzan en castellano, en inglés y en varios idiomas una serie de palabras que expresan ese contenido, esa realidad, que participa en la producción: Compañerismo, Cooperación, Comunidad, Compartir, Comuni3n, Colectividad, Carisma, en fin, un elemento de integraci3n humana*”⁷⁹. La pregunta l3gica de respuesta ser3a la siguiente ¿Si cada una de las Empresa B no integra humanamente a sus trabajadores, haciéndolos sentir parte de su empresa (comunidad), cómo el Movimiento B va a lograr ser una gran comunidad de empresas sin ese factor “C”?

Al analizar sociológicamente a la empresa, como sistema social, nos nutre la distinción de las relaciones humanas en dos, la organizaci3n formal de la informal. En esta última es donde las Empresas B han puesto sus fichas y deben seguir apostando, ya que la organizaci3n informal es la relacionada a los sentimientos; en este ámbito los grupos de personas que integran las empresas expresan los valores de las relaciones humanas dentro las mismas, lo cual refleja el sistema de creencias de la empresa⁸⁰. Esto va más allá de dar beneficios laborales como días de teletrabajo o más festivos. Aquí es donde no basta que los encargados de recursos humanos adopten las políticas de la empresa solos, por muy buenas que sean (resultado), deben intentar integrar a todos los trabajadores en la participaci3n de toma de decisiones (relaci3n), lo cual los hará sentir más parte de la empresa. De esta forma, dentro de la l3gica de sentimientos, los trabajadores obtienen sentido de pertenencia y se sienten valorados al ser consultados del porvenir de la empresa. Un deber de la empresa B es satisfacer a quienes la integran.

La apuesta de B Lab creando el Movimiento B no fue salir a buscar empresas o personas que quieran aportar con soluciones socioambientales, sino que abrir la puerta a quienes deseen certificarse para entrar al grupo y obtener sentido de pertenencia, o un mayor

⁷⁸ Soria-Barreto, Karla et al. *Empresas B en Latinoam3rica: un estudio exploratorio sobre compromiso laboral*. Informaci3n Tecnol3gica, Vol. 32(3), 113-120. 2021. p. 119, Véase en <https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642021000300113&script=sci_abstract>

⁷⁹ Razeto Migliaro, Luis. *¿Pueden Juntarse la Econom3a y la Solidaridad?*. Acci3n Cultural Cristiana, Salamanca, 2007, p. 18.

⁸⁰ Mottez, Bernard. *La Sociología Industrial*. Oikos-Tau, Barcelona, 1972, p. 24.

compromiso laboral o de lealtad por sentir que están colaborando no solamente con la empresa, sino que con el mundo. De este modo, como indicamos, B Lab al dejar en libertad a personas o un grupo promotor para crear las comunidades B locales, solamente entrega los lineamientos a seguir con su manual de formación comunidades, entendiendo que se forman desde el lugar en que se encuentran y potencian el Movimiento B “de abajo hacia arriba”.

El relato épico, que deben firmar todos los actores B para formar parte de la Comunidad B, es la declaración de interdependencia que está en el centro de todo el movimiento y revisaremos a continuación. De antemano dejo de manifiesto que la interdependencia, en la Sociedad Digital, más que un principio es la forma de relación de distintos actores a nivel global.

V. b. Interdependencia del Movimiento B.

El principio de interdependencia, que es una declaración que firman los actores del Movimiento B, es el que rige la forma de relación de B Lab, con las otras entidades del Movimiento B que potencian el movimiento desde y hacia abajo, a saber, Sistema B (Latinoamérica, continente), B Corp Spain (país), Comunidad B Andalucía (localidad territorial) y la Empresa B. Como indicamos la empresa B está en el centro del movimiento, en una estructura piramidal de los otros actores.

La declaración del principio de interdependencia que utilizan es la siguiente:

“Visualizamos una economía global que utiliza las empresas como una fuerza para el bien.

Esta economía está compuesta por un nuevo tipo de empresa –las empresas B Corp– que se mueve por el propósito y genera valor para todos los públicos de interés, y no solo para los accionistas.

Como empresas B Corp y líderes de esta nueva economía, sostenemos:

- *Que debemos ser el cambio que queremos ver en el mundo;*
- *Que todas las empresas deben guiarse teniendo en cuenta la importancia de las personas y el planeta;*

- *Que a través de sus productos, prácticas y beneficios económicos, las empresas deben aspirar no sólo a no hacer daño, sino sobre todo a generar un beneficio social y ambiental;*
- *Para hacer esto, es necesario que actuemos comprendiendo que dependemos el uno del otro y que, por lo tanto, somos responsables de nosotros mismos, de los demás y de las futuras generaciones.*⁸¹.

El profesor Salvador Giner, tratando sobre el corporativismo en las sociedades modernas, trata la interdependencia como rasgo dominante y la coloca en el centro de las organizaciones. La relaciona con la influencia que las mismas organizaciones ahora pueden generar en otras, en un mundo donde los grupos de poder son cada vez más diversos y heterogéneos. Los actores B están obligados a relacionarse entre ellos dentro de la comunidad e inclusive con otras entidades gubernamentales o internacionales para lograr o promover sus fines, para lo cual deben negociar. Así, con toda la diversidad de grupos de influencia (como el Movimiento B), se genera una estructura social policéntrica y poliárquica, teniendo como rasgo dominante la interdependencia⁸².

Tiendo a relacionar esta declaración de interdependencia con el interés bien entendido de Alexis de Tocqueville en su obra *Democracia en América*. Según su entender, el mundo cada día sería más guiado por el interés individual, que existe y existirá en los seres humanos el individualismo, en lo cual acertó. Incluso al tratar a los Estados Unidos de democracia, a diferencia de las aristocracias europeas de su época, se refiere a un egoísmo sensato el cual perturba a los moralistas europeos. En su visión práctica y/o realista, lo importante era que el individualismo fuera guiado, al no poder ser controlado, para trabajar por el bien de todos, no porque sea bello, sino útil.

El Movimiento B está sosteniendo que el interés particular de cada uno depende del interés de todos y del planeta en el que vivimos. Como Tocqueville señaló, el interés bien entendido es una doctrina fácil de entender. *“En los Estados Unidos no se suele decir que la virtud es bella. Se afirma que es útil y se demuestra cada día. Los moralistas americanos no pretenden que haya que sacrificarse a los semejantes porque sea hermoso hacerlo, pero dicen sin ambages que esos sacrificios son tan necesarios al que se los impone como a quien aprovechan.*

⁸¹ Disponible en <<https://www.bcorpSpain.es/sobre-bcorp>>. [Consultado el 19/07/2022].

⁸² Giner, Salvador (coord) et al. *Teoría Sociológica Moderna*. Ariel Sociología, Barcelona, 2003, p. 519.

Han adquirido conciencia de que en su país y en su época el hombre es llevado hacia sí mismo por una fuerza irresistible, y, al perder la esperanza de contenerla, no se ocupan ya sino de guiarla. No niegan, pues, que cada hombre tenga derecho a buscar su interés, pero se esfuerzan en demostrar que el interés de todos en particular consiste en ser honrados”⁸³.

El interés bien entendido es similar a la filosofía del bien común de la sociedad de Santo Tomás de Aquino, que entiende por el mismo “*el bien común es el bien del todo, al cual los individuos, separándose de posturas colectivistas, sacrifican los bienes particulares*”⁸⁴.

V. c. Desarrollo sostenible.

La declaración de interdependencia cuando se refiere a que no solamente hay que cuidar al mundo y a las personas que lo habitamos, sino también a nuestras futuras generaciones, está agregando otra característica fundamental del Movimiento B, es que el desarrollo debe ser sostenible. La definición que utilizo de desarrollo sostenible es la siguiente: “*aquel que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades*”⁸⁵.

La definición anterior nos permite entender mejor la inclusión de la sostenibilidad en la declaración de interdependencia del Movimiento B. Sin embargo, el desarrollo sostenible a nivel occidental ya es o debiese ser visto como una nueva forma de entender y tratar el mundo, la cual deben promover entidades públicas, privadas e internacionales. Por ejemplo, el calentamiento global está afectando al mundo y es objetivamente devastador, generado en gran parte por un desarrollo y producción sin límites ni reflexiones; ahora la sostenibilidad es y debe ser la reflexión en la toma de decisiones basada en la diversidad cultural y educativa, histórica, que permitirá a los distintos agentes mejorar la calidad del medioambiente y no agotar irreversiblemente los recursos naturales⁸⁶. Visto desde esta perspectiva, ser “B”, no solamente es una mejora para el negocio, sino un deber para con el planeta en el que vivimos y donde los efectos sistémicos negativos acumulados del

⁸³ Tocqueville, Alexis De. *La Democracia en América II*. Tercera edición, Alianza Editorial, Madrid, 2017, p. 171.

⁸⁴ Tomás de Aquino, Santo. *Suma Teológica*. (I. II q.90 a.2 ad.2). Biblioteca de Autores Cristianos Primera Edición, Madrid 1964.

⁸⁵ Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Informe titulado «*Nuestro futuro común*» de 1987.

⁸⁶ Giner, Salvador (coord) et al. *Teoría Sociológica Moderna*. ob.cit. p. 448.

mundo que recibimos, solamente se pueden mejorar con efectos sistémicos positivos y reflexivos.

Al vivir en la Sociedad Digital donde todo se comunica, nos invade información real y falsa, los actores viven en la inmediatez y rapidez sin muchas veces reflexionar los impactos de sus actos. Aunque suene de toda lógica, debemos preguntarnos si estamos haciendo las cosas bien al centrarnos en resolver problemas actuales, ya que la mayoría de las veces éstos fueron causados por soluciones que la humanidad consideró positivas, sin mayores cuestionamientos. “*La historia nos muestra muchos ejemplos de cómo las soluciones pasadas se convierten en los problemas actuales, por esta razón, quizá, las respuestas sean los medios transitorios que nos ayuden a plantear mejores preguntas. ¿No deberíamos intentar plantear las preguntas correctas en lugar de obsesionarnos con las respuestas rápidas?*”⁸⁷. De esta misma manera, tratando sobre el cambio climático (crisis para mí), Andreu Escrivá realizó encuestas por twitter y concluyó que los españoles están más interesados por frenar sus impactos nocivos que tener un interés real por el cambio climático. ¿Podemos resolver problemas si no los entendemos bien?⁸⁸.

El gran autor John Stuart Mill que vivió en el Siglo XIX, es considerado de los primeros en tener en su visión del progreso y la evolución del desarrollo económico la importancia de cuidar los recursos naturales. En su obra destacó que él analizó el tema de los recursos naturales casi ilimitados y limitados a nivel mundial, incluso teniendo teorías que a veces los países más pobres eran los que tenían más recursos naturales lo cual les daba un margen para dedicarse más a otras cosas que el trabajo duro. Si bien su tesis en este aspecto es cuestionable, comparando los países del norte y los del sur, lo que sí es acertado es que el tema del desarrollo sostenible y la necesidad de cuidar los recursos a nivel global es una tarea que debemos trabajar todos y se manifiesta una gran interdependencia al hablar de estos recursos.

Él dentro de su visión de economía política se refería a instituciones y Estados que solamente se ocupaban del aumento de la producción constante, pero no habían leyes que rigieran este aumento sin límites, y menos se ocupaban de los efectos de mayor daño que en los hechos producen. En otras palabras, él previó en 1848 que debían existir políticas e instituciones que promovieran el desarrollo sostenible y no ilimitado. Para su visión de

⁸⁷ Wahl, Daniel. *Diseñando Culturas Regenerativas*. Ecohabitar. Navarra, 2020, p. 33.

⁸⁸ Escrivá, Andreu. *Aún no es Tarde. Claves Para Entender y Frenar el Cambio Climático*. Universitat de Valencia, Valencia, 2018, p. 119.

producción, el capital y trabajo podían aumentarse indefinidamente, pero los recursos naturales no.

Un gran ejemplo que él utiliza del recurso hídrico, muy atinente al día de hoy, muestra su visión de futuro, en una época donde la escasez de este tipo de recursos naturales no era tan evidente, menos pensando para las futuras generaciones. *“Para los usos ordinarios, puede considerarse que el agua existe en cantidad ilimitada en las orillas de un río o de un lago; pero si se necesita para regar, tal vez resulte insuficiente para llenar todas las necesidades; y en lugares que dependen para su consumo de cisternas, depósitos o pozos poco abundantes, o que puedan agotarse con facilidad, el agua es una de las cosas cuya cantidad es de las más estrictamente limitadas”* (...) continua refiriéndose a los recursos naturales *“pueden agotarse, si bien en una época y lugar concretos pueden existir en mucha abundancia”*⁸⁹. En resumen John Stuart Mill no solamente estaba preocupado del abuso del extractivismo en lugares con muchas tierras para utilizar, sino que se planteaba que el día de mañana podrían acabarse dichos recursos.

V. d. Solidaridad.

Emile Durkheim aparte de estudiar desde una lógica económica y jurídica la división social del trabajo, destacando que cuando las sociedades se hacen más complejas se tiende a la especialización de las actividades; también buscaba encontrar si se podía analizar desde el punto de vista moral. Para él en las sociedades más simples (ejemplo sociedad conyugal, familia o un pequeño pueblo rural) el rasgo moral de la división del trabajo era más alto que en las sociedades complejas, porque existía mayor necesidad de cercanía y los principios morales que guiaban a uno se cohesionaban socialmente con las personas que nos relacionábamos, dándose con mayor fuerza la solidaridad, a los cuales nos terminábamos asemejando más (*us*).

Durkheim notaba en grupos humanos cerrados, con poca división social del trabajo, una solidaridad moral mecánica ya que todos hacen tareas iguales o similares, todos piensan y obran como el grupo, una transgresión a los principios morales fuertemente compartidos son sancionados por la comunidad, por ser vistos como una violación al sentimiento colectivo. Bajo este análisis de Durkheim, cada Empresa B y las Comunidades Locales B, tendrían los lazos más fuertes dentro del movimiento. A diferencia de Tocqueville que es más práctico, no solamente unos se ayudan a otros porque es útil, sino que mantienen

⁸⁹ Mill, John Stuart. *Principios de Economía Política*. Editorial Síntesis, Fundación ICO, Madrid, 2007, p. 87.

la cohesión social, por una fuerte solidaridad, lo cual mantiene una moral compartida. Esta mezcla de división del trabajo desde un punto de vista práctico más lo moral se potenciaba para Durkheim al cooperar y al rasgo comunitario que podía forjar esta situación la llamaba “crear sentimiento de solidaridad”.

A contrario sensu, en las sociedades complejas, existen individuos, grupos intermedios (Comunidad B, ONU, entre otros) y la sociedad global. Aquí hay más especialización y por tanto diferenciación, y la conciencia colectiva es más abstracta. Por eso, en el Movimiento B se puede ver a B Lab como el órgano en la cúspide que intenta, con el principio de interdependencia, coordinar la acción conjunta de los distintos actores B, pero reconociendo las diferencias según continentes, países y localidades (*us and them*). Por tanto, el Movimiento B permite la diferencia dentro lo común, ese vendría a ser el sistema normativo. Emile Durkheim también estima que esta moral más abstracta puede producir conflictos, por lo cual hay que potenciar lazos fuertes. *“A medida que se avanza en la evolución, los lazos que ligan al individuo a su familia, al suelo natal, a las tradiciones que le ha legado el pasado, a los usos colectivos del grupo, se aflojan” (...)* *“la inteligencia se hace más rica, la actividad más variable, para que la moralidad permanezca constante, es decir, para que el individuo permanezca fijado al grupo con una fuerza simplemente igual a la de antes, es preciso que los lazos que a él le ligan se hagan más fuertes y más numerosos”*⁹⁰.

Si compartimos esta visión de Durkheim el teletrabajo tiene una contradicción en la intención de lograr que la Comunidad B tenga lazos fuertes. Si bien, dentro de sus cosas positivas, puede ser una práctica valorada por los trabajadores de la empresa por el hecho de trabajar donde más les acomode, otorga oportunidades a trabajadores que viven en lugares con menos ofertas de trabajo, reduce el tráfico y las emisiones que este implica⁹¹, entre otras. Por otra, tiene efectos negativos, ya que puede hacer que algunos trabajadores psicológicamente se sientan obligados a trabajar más tiempo (digitalmente más conectados al empleador en tiempo real); y que lleven al lugar donde viven, que debiera ser de confort, el trabajo, lo que puede generar estrés. Sin embargo, lo que a mi juicio más afecta el teletrabajo, es que los lazos si bien pueden ser igual o más numerosos en reuniones virtuales, son menos fuertes ya que se pierde gran parte de la comunicación no

⁹⁰ Durkheim, Emile. *La División del Trabajo Social*. Akal, Madrid, 1987, p. 470.

⁹¹ Pes, Ángel y Castiñeira, Ángel. *Cambiar el Mundo. Los ODS Como Herramientas de Transformación*. ob. cit, p. 154.

verbal, pudiendo afectar el sentimiento afectivo (efecto deshumanizador). Sumado a lo anterior, no todos los trabajadores o profesionales pueden teletrabajar, la persona que hace el aseo de la empresa no puede limpiar las oficinas desde su computador, por lo que puede generarle un sentimiento de marginación y aislamiento; las personas con las que conversaba y veía en la mañana ya no van a la oficina, para esa persona ya no existe el equipo o comunidad de trabajo. Como indiqué a veces soluciones que nos parecen magníficas, que en este caso podría ser el teletrabajo, deben ser cuestionadas en cuanto a sus defectos, ya que generarán nuevos problemas.

V.e. Comunidad B.

Venimos analizando como una de las estrategias de B Lab el intentar crear una comunidad, ahora la revisaré con las visiones de distintos sociólogos y como característica. Ferdinand Tönnies al hacer su distinción entre comunidad y asociación, a priori, encasilla la actividad económica en una asociación, ya que son relaciones entre órganos por conveniencia o por resultados prácticos. Sin embargo, no niega que tanto la comunidad como la asociación comparten rasgos menores o mayores de una y la otra. El Movimiento B, al hacer firmar la declaración de interdependencia está intentando utilizar el lenguaje (hablando en plural “visualizamos”, “debemos”, entre otras) para generar una sensación de comunidad, ya que trata de crear una voluntad común de grupo, un consenso, que para Tönnies es un sentimiento recíproco obligatorio⁹².

Sin perjuicio de lo anterior, comparto con Tönnies la idea de que para hablar de un verdadero sentido de pertenencia, se requieren lazos fuertes. Por esto considero que cada Empresa B y las Comunidades B locales territoriales son las que tienen la opción de ser consideradas, bajo esos estándares, verdaderas comunidades por su relacionamiento presencial entre las partes en la misma zona espacial. Refiriéndose a la comunidad y quienes las integran “*les repugna la separación, ya que la sola proximidad satisface plenamente el deseo afectivo*”⁹³. Considerando lo anterior, reitero que el teletrabajo es un arma de doble filo, ya que los beneficios de trabajar donde a uno le acomode pueden hipotecar la relación presencial dentro de la empresa y, obviamente, el sentido de pertenencia dentro de la misma.

⁹² Tönnies, Ferdinand. *Comunidad y Asociación*. Ob. cit. p. 45.

⁹³ Idem.

Las Comunidades B Locales, sin lugar a dudas, son las que más sentido comunitario tienen en el sentido clásico de la cercanía, el cara a cara y compartir el lugar físico. Por esto el Director Ejecutivo de B Lab Spain, refiriéndose a la Comunidad B Andalucía como la primera de España y Europa, expresó el año 2021 *“la Comunidad B Andalucía representa un primer paso para promover el cambio y conectar de manera más cercana con las personas, apostando por la proximidad y por la alineación con las circunstancias y la cultura local”*⁹⁴.

El maestro Max Weber se refería a la acción social comunitaria. Si bien hace referencia a la distinción de Tönnies y coincide en que la comunidad y asociación comparten rasgos en la mayoría de las relaciones sociales, y que la sociedad se da muy de manifiesto en el mercado (lo racional que señalaba Tönnies), sustenta su definición de comunidad relacionada con un sentimiento subjetivo de los participantes de ser un todo. Según la actitud de la acción social que para Weber tiene sentido, también subjetivo, en relación a la conducta de otros, la cual la orienta. La definición de comunidad es *“una relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social se inspira en el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los partícipes de constituir un todo”*⁹⁵. Para Weber la relación social se orienta por la reciprocidad de varios según esperan que se actúe socialmente de cierto modo.

Entiendo así que para Max Weber, las relaciones sociales entre los actores del Movimiento B, aunque no se den en la misma zona geográfica o tan relacionadas al parentesco, igual permitirían hacer de este movimiento una comunidad mientras subjetivamente se sientan formar un todo. Aunque sea un movimiento económico que parte de la fuerza del mercado y muchos “encuentros B” o relaciones sociales en el día de hoy sean virtuales, o reúnan a líderes del movimiento una o dos veces al año presencialmente, esto no impediría, necesariamente, el sentimiento comunitario.

Max Weber, a diferencia de Tönnies, tiene una concepción muy amplia de la economía, no limitándola tanto a un fin racional, sino más bien al sentimiento de un supuesto de escasez que motiva la acción social. Analizándolo desde esa perspectiva, la comunidad se relaciona mucho con la economía para Weber y en el sentido por él dado tanto de comunidad como de economía.

⁹⁴ Disponible en <<https://www.bcorpSpain.es/blog/comunidad-b-andalucia>>. [Consultado el 19/10/2022]

⁹⁵ Weber, Max. *Economía y Sociedad, Tomo I*. ob. cit. p. 33.

“La acción social puede presentarse en distintas relaciones respecto de la economía. La acción social puede orientarse, según el sentido concebido de alguna manera subjetiva por los participantes, por un puro resultado económico: cobertura de necesidades o lucro. Entonces se funda la comunidad económica. Puede servirse, por otra parte, de la gestión económica propia como medio para conseguir otros resultados, a los que se dirige. Con lo cual aparece la comunidad con gestión económica. También se da el caso de que se hallen combinados resultados económicos y extraeconómicos en la orientación de una acción comunitaria⁹⁶”. La Comunidad B busca el lucro, pero mediante la fuerza del mercado, o sea, también es un medio, que bien utilizado sirve para resolver problemas sociales y ambientales. Me parece que estaríamos en el caso de Weber de acciones comunitarias orientadas por resultados económicos y extraeconómicos. Como vimos las empresas socialmente responsables, a diferencia de la RSE, incluyen lo social y ambiental en su gestión económica diaria. En términos weberianos podríamos decir que en la Empresa B aparece una comunidad con *gestión económica, social y ambiental*.

El profesor Rheingold, al ser un contemporáneo, a diferencia de los clásicos de Tönnies y Weber, basó su investigación en la existencia de comunidades virtuales en la Sociedad Red o Digital. Hago la advertencia que este autor, de todos modos, centró su obra en relaciones virtuales mediante chats (metaverso). Todos sabemos la fuerza que tienen las redes sociales y el poder de las computadoras y *smartphones*, tanto para organizar movimientos sociales, potenciar la marca de tu producto o trabajar desde la casa (algo que permitió que la mayoría de los trabajos del mundo siguieran en pandemia). Así mediante la tecnología el Movimiento B se promueve y demuestra lo que ha logrado, se potencia la marca “B” y permite darle beneficios laborales a los trabajadores como el teletrabajo, que es una práctica muy valorada en las empresas B (sin perjuicio de mis reparos ya explicados).

Hay algo todavía mucho más poderoso, Tönnies y Weber si hubieran vivido esta revolución tecnológica tal vez mantendrían su base que las comunidades que comparten lazos fuertes tienen relación con la cercanía espacial o sanguínea. De todos modos, probablemente como Rheingold se darían cuenta que existen comunidades virtuales, donde el rasgo más importante es que filtran de antemano las temáticas o intereses en común con cierto grupo de personas que pueden vivir en distintos continentes (Economía

⁹⁶ Ibidem. p. 274.

B) y luego uno conoce a las personas que comparten los mismos intereses, incluso realizando actividades en el mundo real. Así si la comunidad de Tönnies se relaciona al pueblo o la familia donde uno nace y realiza actividades en conjunto que potencian el sentimiento de pertenencia, en la comunidad virtual el sentimiento comunitario parte a la inversa, primero se comparten intereses en común y luego conozco a las personas del movimiento. “*En la comunidad tradicional buscamos entre nuestro grupo de vecinos y colegas, de conocidos de conocidos, tratando de encontrar gente que comparta nuestros valores e intereses (...) En una comunidad virtual nos podemos dirigir directamente al lugar donde se están discutiendo nuestros temas favoritos y luego vincularnos con la gente que comparte nuestras pasiones o que usa las palabras de un modo que nos parece atractivo*”⁹⁷.

El profesor Cristóbal Torres Alberó, analizando la comunidad virtual de Rheingold, destaca que se conforman por fines comunes, generando vínculos interpersonales donde destaca la confianza y la ayuda recíproca, y el sentimiento común de pertenencia (que sería lo que busca el Movimiento B, sentirse parte de una Comunidad B). No obstante lo anterior, quizás lo más importante, es que estas comunidades virtuales acaban por crear realidades sociales en el mundo real y pueden pausar acciones o sentimientos de comunidad en la cotidianidad del mundo físico. La realidad virtual es un elemento de la vida social⁹⁸.

Recuerdo las reuniones de socios de Sistema B Chile antes del COVID-19, donde actué algunas veces como ministro de fe o secretario de las decisiones tomadas por los socios. Fuera de lo común de una asamblea de socios de las Empresas B chilenas que forman parte de la Corporación Sistema B Chile como elegir miembros del directorio, revisar el reporte anual de actividades y balance del año anterior entregado por el director ejecutivo, establecer las cuotas de socios para el año, entre otras; se daba espacio para dos cosas que en las reuniones virtuales no se daban o no lograban el mismo efecto de reunirnos en persona. El primero, porque es imposible hacerlo virtualmente, era compartir un *cocktail* con productos de Empresas B (desde cerveza hasta comida vegetariana) lo cual me permitía conocer en persona y ponerle cara a quiénes trabajaban en ciertas Empresas B que conocía de nombre, pero que desde ahí mi relación con esas personas pasaba a

⁹⁷ Rheingold, Howard. *La Comunidad Virtual, una Sociedad sin Fronteras*. Gedisa, Barcelona, 1996, p. 46.

⁹⁸ Torres Alberó, Cristóbal. *Redes Sociales, Nuevas Identidades y Conflictos Sociales*. Paper Departamento de Sociología, Universidad Autónoma de Madrid. 2012. p. 11.

potenciarse, incluso hablando de otros temas como personales, cotidianos o de intereses. El segundo, que se puede hacer virtualmente pero no logra el efecto de generar una verdadera discusión grupal, era el espacio para que las personas de las Empresas B hicieran comentarios, críticas o dar ideas.

Lo positivo de hacer las reuniones de Empresas B virtuales se daba, primero, en que por el Covid-19 era la única manera de reunir físicamente a más de 60 personas. Segundo, en el sentido que indica Rheingold, que a veces hay personas que son tímidas y que usando el computador se desinhiben y plantean sus ideas, incluso pudiendo escribirlas en el chat en tiempo real. Tercero, y no menos importante, es que Chile al ser un país muy largo, hay Empresas B muy al norte y al sur, lo cual hace para algunos representantes de dichas empresas muy costoso ir presencialmente a Santiago, apareciendo las TIC como la alternativa ideal.

Donde debiera potenciarse la Comunidad “-B-irtual” es que desde arriba, B Lab, SB Continente, Chile y local, hagan más intentos por involucrar a las Empresas B en su participación en chats oficiales o grupos de *Whatsapp*, conocer lo que sienten y entender sus críticas. Hasta el momento los Encuentros B que se hacen por zoom más que permitir que exista una comunidad virtual donde muchos participan (metaverso), son conferencias de los creadores de B Lab o de los directores ejecutivos de Sistema B Chile o relatos de experiencias de Empresas B destacadas, que solamente transmiten sus mensajes a la comunidad. En términos de Rheingold, no solamente debieran usar las herramientas virtuales para transferir información de B Lab al movimiento (paradigma de emisión), sino que potenciar un ambiente comunitario virtual B en que participen todos los actores B (paradigma de red).

Otro aspecto relevante de la Comunidad Virtual de Rheingold es que uno lleva lugares en su computadora o teléfono. Por ejemplo la Academia B, donde están libros, estudios o tesis relacionadas con el Movimiento B no tiene una biblioteca física como una universidad, sino que la biblioteca es digital⁹⁹, por tanto accedo a ella electrónicamente. Así otro aspecto importante para cuidar el medioambiente, aunque parezca un aporte mínimo, es usar menos papel impreso (o usar papel sostenible) y leer directamente desde el computador.

⁹⁹ Disponible en <<http://biblioteca.academiab.org/>>. [Consultado el 01/09/2022].

V. f. Confianza.

En la Sociedad Digital es muy importante que la opinión pública, trabajadores, consumidores de los productos elaborados por Empresas B y todos sus *stakeholders* confíen en esta comunidad. En este punto la confianza o desconfianza tanto dentro como fuera del Movimiento B hacia la certificadora será crucial. B Lab no solamente debe tener estándares altos de certificación, además debe mostrar en actos la rigidez de la misma. Veremos más adelante que existirán casos polémicos de empresas certificadas con la B, pero que otras Empresas B no compartan sus valores (objetivamente certificadas, subjetivamente cuestionadas por algunas dentro del movimiento); cómo empresas B se podrían oponer a la certificación de dichas empresas, lo que es una muestra de desconfianza y eventuales conflictos dentro del movimiento mismo.

Para confiar o desconfiar en algo primero debo conocerlo, por lo que el Movimiento B ha invertido en comunicación estratégica y digital. Es muy importante que el Movimiento B se dé a conocer, ya que solamente los consumidores creerán que comparten los valores de las Empresas B si tienen información y conocimiento de sus gestiones y sus productos.

Como indicó Kenneth Arrow, en los sistemas sociales, cada vez más complejos, la confianza es básica y muy eficiente, sin embargo, en materias económicas no es un bien que se pueda comprar de manera fácil y los economistas usan su concepto de “externalidad” refiriéndose a la misma. Con lo que a la confianza se refiere expresa *“Desafortunadamente no es un bien que se pueda comprar con mucha facilidad. Si se lo tiene que comprar, ello significa que ya se tienen ciertas dudas de lo que se está comprando”*¹⁰⁰.

Comentamos que es importante la contextualización de que el Movimiento B en la Sociedad Digital se da, en el ámbito económico, en un mundo global de libre mercado. Esta propia libertad de comercio en una Sociedad Red con tanta información a priori, puede generar desconfianza, llevándolo a un extremo se puede ver la manera en que han aumentado los delitos informáticos como estafas en sitios webs. La libertad en general, incluso más allá de la economía, no es gratis para la naturaleza humana. Como indicó la gran Hannah Arendt: *“La inhabilidad del hombre para confiar en sí mismo o para tener*

¹⁰⁰ Arrow, Kenneth J. *The Limits of Organization*. Norton, New York, 1974, p. 23.

*fe completa en sí mismo (que es la misma cosa) es el precio que los seres humanos pagan por la libertad”*¹⁰¹.

Ilustraré con un ejemplo práctico el tema de la confianza en la “B”. En Madrid compro un zumo natural saludable de la marca Innocent Drinks, al ver el envase veo que tiene el sello “B”, que sería la marca en la marca. Entonces, si conozco el movimiento B, asocio dicho producto con que fue elaborado por una empresa, que fue certificada por B Lab y que cumplió, y mantiene, los estándares para llevar el sello B. Solamente por ver la “B”, asumo que estoy consumiendo un producto de una empresa que entrega buen trato laboral a sus trabajadores, es sostenible, dona parte de sus ganancias a causas sociales, en la cadena de producción se relaciona con otras empresas B, o que si no lo son, tienen valores de economía sustentable o circular. En resumen, estoy confiando en la B, como un acto de fe ciego, por la espontaneidad y rapidez de las relaciones comerciales hoy en día, me ahorro tiempo en investigar las prácticas de esta empresa porque la certificación me dio la confianza.

En términos de Niklas Luhmann, respecto a una operación de comercio, el sello B es una garantía para mí. Luhmann expresa que el tema de la confianza, en las relaciones de mercado esporádicas, no es un problema sobre el que buscamos soluciones, lo eludimos con garantías, para así evitar invertir en tiempo. *“En el intercambio de mercado, donde los negocios pueden terminarse inmediatamente debido a las garantías proporcionadas por los sistemas de crédito y financieros que salvan las diferencias de tiempo, es verdad que los intereses personales están reflejados en la elección de productos, pero tales negocios no reflejan los rasgos característicos pertinentes al problema de la confianza”*¹⁰².

El problema que enfrenta el Movimiento B en la sociedad digital informacional, es que todo es más fácil saberlo y/o más difícil desmentirlo (ejemplo las *fake news*). Por tanto, al existir más información y más acceso a la misma, la confianza debe ganarse día a día y la desconfianza puede instalarse en un segundo, en un paso en falso, en un caso polémico de desconfianza de fuera o dentro del movimiento.

Respecto a la cultura organizacional dentro de la Empresa B el relacionamiento con y entre los trabajadores es fundamental. Una encuesta sobre las Empresas B de Córdoba,

¹⁰¹ Arendt, Hannah. *La Condición Humana*. Seix Barral. Barcelona, 1974, p. 320.

¹⁰² Luhmann, Niklas. *Confianza*. Editorial Anthropos, Barcelona, 1996, p. 71.

Argentina, reflejó una mayor resiliencia de ellas en los años de Covid-19 en aspectos fundamentales para que los trabajadores se sientan parte de la comunidad donde trabajan: el compromiso con sus tareas, entusiasmo en el aprendizaje y capacidad de adaptación al cambio¹⁰³.

Generalmente se hace referencia al Movimiento B como una comunidad de líderes, donde los gerentes o dueños del negocio son los que inician la certificación y participan de las actividades de la comunidad. De ahí que el desafío de ellos es familiarizar a los trabajadores de la Empresa B con la cultura, para que en términos de Max Weber, como ya analizamos, exista una “Ética comunitaria B”. ¿Cómo se transmite la cultura B a los trabajadores de la Empresa? La respuesta es mediante la socialización¹⁰⁴. Ahora bien, la socialización de los trabajadores debe ser trabajada día a día por la empresa, para que ellos adquieran los valores y cultura B. Como indiqué no basta con subirles el sueldo o dar más días feriados, hay que capacitarlos y hacerlos sentir parte importante de la toma de decisiones de la empresa.

Muchas Empresas B tienen prácticas que son tratadas por Francis Fukuyama como ejemplos de confianza en los equipos, por destacar algunas: capacitación constante de los trabajadores, bonos variables basados en el esfuerzo grupal, trabajo en equipo con mecanismos de comunicación informal para resolver conflictos. Fukuyama asocia a la cultura alemana, desde 1920, estas prácticas diferenciándolas de los otros países europeos. Para él en las empresas alemanas los jefes de equipos de trabajadores debían conocerlos bien para potenciar su sentido comunitario, evaluarlos y confiarles mayores responsabilidades. De esta forma el equipo de trabajo del capataz (grupo del *Meister*) logra crear su propio espíritu de cuerpo lo que genera más confianza y lealtad dentro de los trabajadores de la empresa.

Francis Fukuyama tratando el dilema del prisionero como ejercicio de grupo de trabajo supone que “*en una cultura que inculcara un fuerte sentido de compromiso recíproco entre sus miembros, resultaría más fácil que los prisioneros encontraran la solución a su*

¹⁰³ Grasso, Carla. *Resiliencia Organizacional de Empresas B Cordobesas Frente a Covid-19*. TFM. MBA. Universidad Empresarial Siglo 21, Córdoba, Argentina, 2021, p. 54.

¹⁰⁴ Iglesias de Ussel, Julio y Trinidad Requena, Antonio (coordinadores). *Leer la Sociedad*. Cuarta edición. Tecnos, Madrid, 2012, p. 132.

*dilema que en otra que legitime un mayor individualismo*¹⁰⁵. En definitiva, el dilema del prisionero mide el grado de confianza en otros.

¹⁰⁵ Fukuyama, Francis. *Confianza*. Editorial Atlántida, Buenos Aires, 1996, p. 422.

VI. Problemas del Movimiento B: Desconfianza externa e interna.

El Movimiento B, está apostando por una nueva economía que resuelva problemas sociales y ambientales, de ahí que vendría a ser una “reinención” dentro del capitalismo. El Movimiento B genera la desconfianza de principalmente dos sectores externos al mismo: el empresariado tradicional y los anticapitalistas. Sin embargo, quizás más peligrosa, es la desconfianza al interior del movimiento, con casos de certificaciones de Empresas B que generen dudas de que tan B son para otras miembros de la comunidad.

VI. a. Empresariado tradicional.

En toda “revolución” (exagerando el concepto de reinención) una elite reemplaza a otra, tanto en el ámbito político como económico. B Lab, como indicamos en el inicio, surgió justamente como respuesta al capitalismo que solamente se centra en el resultado máximo de utilidades a corto plazo, dando igual las consecuencias negativas que esto tenga o realizando acciones aisladas de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual puede ser insuficiente o ineficiente en la sociedad digital. Lógico que de ahí vendrían los primeros en mirar con desconfianza este movimiento, me refiero a los empresarios tradicionales. Así, por ejemplo, en Chile las grandes empresas se unieron al Movimiento B o empezaron a certificarse posteriormente que las Pymes (pequeñas y medianas empresas). En un primer momento los emprendedores de las Empresas B fueron vistos en Chile, por el empresariado tradicional, como estos jóvenes hippies idealistas que vienen a enseñarnos los negocios buenos para el mundo.

Es que la innovación social y la Empresa B van tan ligadas que se llegan a confundir, guardando de todas maneras la primera hacia la segunda una relación de género a especie. Muchas veces sucede que las grandes fortunas se quedan en su zona de confort y los emprendedores son personas principalmente jóvenes, hoy en día muchas mujeres, con otra visión del mundo, a veces de clase media o incluso que salieron de la pobreza innovando. Se produce un fenómeno social en el que las familias de las clases altas miran con desconfianza a estas personas que, de un día a otro, llegaron a un nivel similar de estatus. En Chile despectivamente se refieren a los “*new rich*”.

Max Weber, obviamente, refiriéndose a otra época donde ciertos valores protestantes permitieron a su juicio “el espíritu del capitalismo” lo ejemplifica tan bien que merece citarlo textualmente: “*Un torbellino de desconfianza, más bien de rencor y de cólera moral, sacudió con frecuencia a los primeros innovadores y, en varias ocasiones,*

propició a una leyenda acerca de las enigmáticas sombras de su vida anterior. Difícilmente puede encontrarse a alguien que acepte, sin prejuicios, a un empresario de este “nuevo estilo” que sólo podía mantener su propio dominio y salvarse del desastre, moral y económicamente, gracias a una excepcional solidez de carácter; además (aparte de su clara percepción), se debió, justamente, a ciertas cualidades “éticas” perfectamente definidas que le fueron favorables para captarse la confianza requerida por parte de los clientes y de los trabajadores”¹⁰⁶.

Lógicamente el empresariado tradicional, al ver surgir estos nuevos movimientos de economía sostenible, ve ciertos negocios, o la manera de administrarlos, que se están quedando obsoletos o que van a tener que mejorar sus estándares de responsabilidad social empresarial o de sustentabilidad, ya no porque la ley se los imponga (quizás en un futuro sí), sino porque en parte estos grupos los obligaron por el cambio en la cultura empresarial que están promoviendo. De hecho lo ideal sería que las grandes empresas o ciertas economías, como la China, que son de los actores que más contaminan en el mundo, crean, promuevan y tengan economías sostenibles.

Ante este tipo de ataques, Max Weber en la cita precedente también dio la solución a la Comunidad B. Seguir con convicción y ética promover ser las mejores empresas para el mundo y no del mundo, mostrando resultados positivos mediante la innovación sostenible. Hoy en día la mayoría de las buenas prácticas de Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (los 17 ODS), en su agenda 2030, son políticas que cuentan con seguimiento y medición de resultados, lo mismo ocurre con ESG. Así, por ejemplo, que las Empresas B sigan “siendo B”, mostrando una moral de hacer negocios responsable y transparentemente; y que muestren cómo han promovido comunidades sostenibles.

VI. b. Los anticapitalistas.

Aquí se encuentra el grupo de personas que desconfía del mercado en el sentido que verá a “empresas sostenibles” como camaleones que siguen bajo la lógica beneficios/costes y que, de todas maneras, para que sus negocios subsistan deben vender a la mayor cantidad de personas sus bienes o servicios.

Dentro de este grupo encontramos a los partidarios del decrecimiento. Si bien tienen hartos puntos de vista interesantes como potenciar el autogobierno comunitario,

¹⁰⁶ Weber, Max. *La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo*. ob. cit. p.48.

promover la calidad de vida en el campo, ser menos consumistas y depender menos del trabajo asalariado potenciando el creativo y libre que revitalice las relaciones humanas; considero que es una utopía que implica el cambio de estilos de vidas por medio del ecosocialismo. Suelen citar mucho como estándar de estilos de vidas saludables a comunidades indígenas latinoamericanas, pero que no producirán un impacto a gran escala porque vivimos en un mundo que está apostando por el desarrollo sostenible, además que estamos viviendo en la Sociedad Red (salirse de lo tecnológico a gran escala es imposible). El decrecimiento considera que el crecimiento económico no causa la felicidad (siendo esto algo muy subjetivo, siquiera si la felicidad existe), criticando a las propias izquierdas por creer en el progreso y desarrollo sostenible o a la ONU que lo considera como uno de sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Ahora los Empresarios B aparecen como lobos con piel de ovejas, para personas que no creen en el desarrollo, sea o no sostenible, estos empresarios sociales serían los que, por ejemplo, ante la crisis climática ven una oportunidad de negocio. En esta línea, Paolo Cacciari, refiriéndose al capitalismo *“como mucho, se pueden adornar las cantidades utilizando adjetivaciones diversas para que los surtidos de bienes introducidos en el mercado aparezcan ecosostenibles, socialmente útiles, asimilables biológicamente y hasta certificables éticamente, pero siempre con la condición de que se produzcan y consuman en medida creciente y que hayan suficientes beneficios reinvertibles para mantener y ampliar el volumen de negocio del sistema”*¹⁰⁷.

Junto a las teorías del decrecimiento, la Empresa B tiene una visión que coincide en ciertos aspectos del diagnóstico del problema pero que en las soluciones difiere absolutamente. Por ejemplo, para el decrecimiento no debieran explotarse los minerales por ser recursos naturales no renovables. B Lab sabe que el tema es controvertido, pero no lo descarta sin antes estudiarlo y compararlo con otras evaluaciones que buscan mejorar las prácticas en ese nicho, lo estudia y su última postura documentada fue el año 2021. En una declaración de asuntos controvertidos, B Lab, manifestó que las empresas mineras brindan productos esenciales, son importantes en la economía mundial y generan trabajos en zonas rurales, reconociendo de todos modos es una industria que genera importantísimos riesgos negativos ambientales y sociales. Su estudio arrojó que dichos riesgos se pueden gestionar mediante la aplicación de mejores prácticas y da la opción de

¹⁰⁷ Cacciari, Paolo. *Decrecimiento o Barbarie. Para una salida no violenta del capitalismo*. Icaria, Barcelona, 2010, p. 83.

certificarse pero con estándares más altos, esto es, aparte de la Evaluación B, cumplir con las certificaciones IRMA y Fairmined (que son certificaciones independientes, especializadas en el rubro y globalmente aceptadas)¹⁰⁸.

VI. c. Problemas internos de la comunidad.

En toda comunidad ideológica los conflictos internos están presentes. Presiento que habrán certificaciones, especialmente de grandes empresas, que serán subjetivamente cuestionadas por otras Empresa B. Por ejemplo, una empresa grande podría usar la certificación, exclusivamente, como lavado de imagen; siendo que tuvo y quizás mantenga un historial de contaminación. Por tanto, Empresas “más B que otras” (más papistas que el Papa), cuestionarán certificaciones a B Lab, sugiriéndole mejorar los estándares de la Evaluación de Impacto B y manifestando que empresas que quieren limpiar su imagen verde con la certificación ponen en peligro al Movimiento B.

Para realizar este análisis de eventuales conflictos internos en la Comunidad B me parece muy importante plantear, de antemano, tres cosas: primero, B Lab tiene una certificación objetiva que exige cumplir 80 puntos de 200, existen muchas empresas que intentan certificarse y no lo logran; no es una certificación fácil de obtener. Segundo, en un conflicto, especialmente dentro de una comunidad ideológica, el problema más complejo es cómo las partes lo afrontan más allá de saber quién tiene la razón (cada parte siente que la tiene y tienen derecho de poder escucharlas). Tercero, sin perjuicio de las consideraciones anteriores, B Lab, de todos modos, está en una situación donde debe cuidadosamente manejar su liderazgo; recordemos que no es lo mismo autoridad que liderazgo.

Estos casos de conflictos internos (entre Empresas B), terminará, en definitiva, siendo uno entre la creadora del movimiento y certificadora, B Lab, con Empresas B certificadas con valores incompatibles entre ellas. Por ejemplo, cuando se certifica una empresa grande en facturación, hace que la marca de la marca (marca B) sea más visible, lo cual expone más al movimiento (para bien o para mal). Sin embargo, una empresa grande lógicamente es más probable que alguna vez haya tenido una polémica laboral o de contaminación; por tanto, contra dicha certificación, otras Empresas B pueden considerar

¹⁰⁸ B Lab. *Declaración en relación con asuntos controversiales: Industria minera*. véase en <https://assets.ctfassets.net/l575jm7617lt/4JtBX9EPqKZUWHnruTpsMh/f0a84399a35c5841b33882dae9b6e28a/Mining_Industry_ES.pdf> 2021.

que está entrando a la comunidad no solamente una empresa que no comparte los valores, sino que una empresa extraña para el movimiento. Empresas B contra una nueva certificada (¿nosotros *us* o ellos *them?* *Us or them*). Lo más grave de este conflicto será cómo las empresas B que se opongan a una certificación lo sientan (subjetividad), es una percepción de incompatibilidad con valores de la comunidad o de interferencia con el fin¹⁰⁹. En definitiva, las relaciones dentro del movimiento se empiezan a dañar.

La apuesta de B Lab de crear una comunidad, con valores como la interdependencia, no solamente le exige tener estándares objetivos en el monopolio de la certificación B, sino que, además, verse legitimada por sus actores, teniendo a la Empresa B en el centro. El profesor Manuel Castells refiriéndose a la construcción de identidades, en particular de la legitimadora, expresa que a veces existen conflictos por la dificultad entre los distintos actores de reproducir la identidad que viene racionalizada por el órgano dominante (en este caso B Lab). Por otra parte, al tratar la identidad de comunidades, se refiere a que ésta es una resistencia contra algo tradicional, una identidad defensiva que potencia la diferencia entre los nuevos valores (del Movimiento B) versus a lo que se resisten (las prácticas malas que para ellos son de las empresas tradicionales, como podría ser una empresa grande que se certifica)¹¹⁰.

De todas maneras estos conflictos dentro de la Comunidad B marcan un precedente y oportunidad para mejorar al movimiento. B Lab deberá esforzarse de prever este tipo de controversias, aunque B Lab tenga el monopolio de la certificación, la Comunidad B adquirió y tiene vida propia, por lo cual depende de sus miembros. Puede ser que las empresas B que se opongan a ciertas certificaciones, lo hagan con fundamentos en una carta abierta. Qué pasa si B Lab por aceptar un “extraño” termina perdiendo a varias empresas B que se opongan. En vez de una carta abierta, el próximo paso puede ser salirse del movimiento o, yendo más allá, crear uno nuevo. Anthony Giddens se refiere a la dialéctica del control, para él siempre los subordinados tienen herramientas para influir en acciones del superior¹¹¹. Basta recordar además que B Lab tiene un sistema de denuncias contra empresas B que cometan actos contrarios a sus valores.

Las Empresas B que se opongan a la certificación de alguna empresa polémica, no la consideran parte de la Comunidad B de la que ellos participan y, quizás más grave,

¹⁰⁹ Lederach, John Paul. *El Abecé de la Paz y los Conflictos*. Catarata, Madrid, 2000, p. 57.

¹¹⁰ Castells, Manuel. *La Era de la Información. El Poder de la Identidad*. ob. cit. p. 36.

¹¹¹ Giddens, Anthony. *La Constitución de la Sociedad*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003, p. 52.

pierden la confianza en los valores que B Lab les inculcó y que ellos firmaron. Ahora se encuentran en la misma comunidad que una empresa tradicional (Empresa “A”). George Simmel describía que el extraño era sospechoso y se puede ver como amigo o enemigo, pero el problema mayor es que el extraño “*no es el que viene hoy y se va mañana, sino el que viene hoy y se queda mañana*”¹¹². El extraño en la modernidad no se define exclusivamente por rasgos culturales o étnicos, que de hecho no tiene, sino que por exclusiones al interior de la propia comunidad¹¹³.

¿Cómo afecta a la Comunidad B? Max Weber diría que para bien o mal, una acción social de un actor B se puede imputar al movimiento mismo por solidaridad o por representación. Weber indicaba que las comunidades cerradas eran aquellas en que justamente se ponían condiciones, a los externos, para participar de la relación social. La condicionante de ingreso podía ser afectiva o racional pero siempre con arreglo a valores¹¹⁴. Por lo tanto, si una Empresa B comete un ilícito o un acto inmoral, puede terminar afectando la reputación del Movimiento B.

Considero que una comunidad no siempre es abierta o cerrada, sino que puede ir variando en el tiempo y será abierta o cerrada dependiendo con cuál la comparamos. Por ejemplo, la certificación de productos Kosher (K) se realiza para productos alimenticios según reglas religiosas judías. Las probabilidades de un conflicto comunitario son mucho menores que en la Comunidad B por dos razones principales: la certificación es solamente de productos alimenticios; y, quizás la más importante, la comunidad judía a nivel mundial se protege históricamente mucho de lo externo, siendo una comunidad cerrada y apegada a valores trascendentales religiosos, lo cual permite una cohesión valórica muy elevada. Entonces, para Empresas B “más papistas que el Papa”, pueden considerar que la Comunidad B que ofrece B Lab es muy abierta para que ingresen empresas de distintos países, tamaños e industrias; pero ya se manifestarán Empresas B que quieren poner estándares más altos de entrada, por tanto, que sea más cerrada.

Como sostuve en este trabajo, el negocio de B Lab es certificar y que las empresas que quieran certificarse se acerquen, lo cual es una invitación abierta, ya que se considera que el cambio de nuevos valores socioambientales en la economía es un deber de todos y es

¹¹² Simmel, George. *Sociología: Estudios sobre las formas de Socialización*. Alianza Editorial, Madrid, 1986, p. 719.

¹¹³ Cereceda, Miguel y Velasco, Gonzalo. *Incomunidad: El Pensamiento de la Comunidad, a partir de Roberto Espósito*. Arena Libros, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 2011, p. 214.

¹¹⁴ Weber, Max. *Economía y Sociedad, Tomo I*. ob. cit. p. 35.

sistémico. Pero analizando los conflictos dentro de su propia Comunidad B, ahora que el movimiento tiene más actores, la pregunta que debiese hacerse es la siguiente: ¿Cantidad o calidad?, ¿Nos cerramos más a ciertas certificaciones?

VII. Conclusiones.

Al pasar a la llamada sociedad postindustrial (Bell, Touraine), en las sociedades modernas con la industria consolidada en los años cincuenta, se empezó a imponer la prestación de servicios sobre la producción de bienes. En la misma época se acuñó el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ya que la empresa por ser uno de los más importantes agentes de cambio en esta sociedad asumió un rol social mucho más importante. Dentro de los límites de la RSE se encontraba que eran actividades o programas aislados, algunas veces a largo plazo incluso más nocivos que el acto empresarial que intentaban compensar.

Dos décadas después, en los setenta, con la rapidez de la evolución tecnológica principalmente en los Estados Unidos, el maestro Castells vio el advenimiento de una nueva sociedad red (nosotros la tratamos también como sociedad digital). No es que ahora la información y conocimiento fueran más importantes que en etapas anteriores de la humanidad, sino que con las tecnologías de la información y conocimiento (TIC) esta sociedad tenía en su centro el informacionalismo y su rápida manera de permitir comunicarse globalmente y en tiempo real. En esta nueva sociedad, la RSE sigue existiendo, pero empresas ya incorporaron, o están incorporando, a sus procesos de gestión el ser empresas socialmente responsables. Incluso por el poder de la identidad y el uso de imágenes y simbolismos en esta sociedad digital, grupos de empresas empezaron a generar alianzas y diferenciarse como comunidad, por ejemplo, las Empresas B que es el centro de este trabajo.

Actualmente en la Sociedad Digital tenemos tres elementos centrales. Primero, vivimos en una economía de mercado global informacional; segundo, los Estados y distintos actores, incluyendo a la sociedad civil y empresas, tienden a garantizar una ciudadanía plena de derechos (desde sociales a ambientales); y, tercero, las TIC están en el centro de la vida social. Si bien se puede decir que las TIC generan una comunidad virtual, no es menos cierto que producen realidades en nuestra vida social.

En un mundo donde los problemas sociales, ambientales y económicos tienen efectos globales, se requiere de la participación de diversos actores para buscar soluciones, no solamente los Estados u organismos internacionales como la ONU, sino que las empresas y las personas deben colaborar, por ejemplo, a combatir la crisis climática. De ahí que teniendo consciencia de esto, el año 2006 B Lab creó un movimiento que promueve

empresas que se certifiquen como “B” con estándares objetivos de desempeño socioambiental, rendición de cuentas y transparencia. Estas empresas buscan ser las mejores para el mundo y no del mundo (aunque pueden ser ambas). Por Ejemplo Natura que ha ganado importantísimos premios de la ONU por su aporte a la meta de Carbono Neutro y sus programas y políticas medioambientales. Otra empresa que ha destacado en el triple impacto positivo económico, social y ambiental es Patagonia, la cual es considerada una empresa activista medioambientalmente. El dueño de dicha empresa el año 2022 decidió donar el control de la misma a un trust que vele por los valores de la empresa (acciones con derecho a voto) y una fundación que apoye causas ecologistas (con derecho a voz), a esto lo llamé “empresa de propiedad responsable”.

La forma en que B Lab decidió promover la nueva economía sostenible es, primero, mediante la certificación, entregada solamente por ellos, lo cual es el monopolio de la certificación para empresas que cumplen con estándares globales de sostenibilidad aplicables a distintos países. Segundo, fomentando la formación de una Comunidad B. Esta comunidad tiene a B Lab en la cúspide, con socios globales por continente (B Lab Europe), por país (B Lab Spain) y por comunidades locales (B Lab Andalucía), potenciándose la comunidad desde abajo hacia arriba y viceversa. Sin perjuicio de esta estructura piramidal, de entidades sin fines de lucro, que promueven el movimiento, en el centro de la misma se encuentra la Empresa B, que busca demostrar que se puede buscar el lucro como fin y, como medio, generar impactos sistémicos positivos en lo social y ambiental. Sostengo que al estar la Empresa B al centro del movimiento, es importante que cada una de estas empresas genere confianza en sus trabajadores, comunidades donde opera, consumidores y todos sus *stakeholders*. Las grandes construcciones de estos movimientos requieren de una base sólida que lo potencie, la Empresa B.

Dentro de los actores B que describí. La comunidad con lazos más fuerte, en las visiones tradicionales de Tönnies y Weber, sería la comunidad local, donde las empresas y personas que promueven las Empresas B se conocen personalmente, conocen trabajadores e incluso consumidores; y, lógicamente, la Empresa B, la cual en sus valores debe promover una cultura de trato humano a sus trabajadores y hacerlos sentir orgullosos de pertenecer a la misma (sentido de pertenencia comunitario). Esto coincide que en la actualidad muchos jóvenes buscan trabajos con sentido social. Hoy en día con la importancia de las tecnologías y cómo éstas logran promover comunidades, hacia arriba con B Lab a la cabeza, se genera un sentimiento de pertenencia a través de lo que

Rheingold llamó la “Comunidad Virtual”. Así creo que B Lab, los global partners por países y continentes deben promover más lugares virtuales de encuentros (metaverso), no solamente emitir mensajes, sino que crear o potenciar un lugar como un chat B por ejemplo, para que las propias Empresas B expresen sus valores compartidos e incluso creen lazos más fuertes, pudiendo llegar a conocerse en el mundo real. Durkheim recomendaba en las sociedades complejas con una gran división social del trabajo y especialización, para crear el sentimiento de solidaridad, mediante la cooperación, potenciar lazos fuertes y más numerosos. ¿Será poco reunirse presencialmente una vez al año en un Encuentro B Mundial?, ¿Sistema B Chile podría hacer una asamblea al año virtual y otra presencial?

Lo que se busca es que exista un sentido de pertenencia a la comunidad B, aunque existan distintos grados de lazos dentro de la misma, por eso es importante el pago que cada Empresa B hace de la cuota anual según su facturación, ya que genera sentido comunitario de trascendencia por ayudar a la causa común y no solamente se ve como un acto de pagar gastos, sino promoción del movimiento con principios asimilables al de justicia, solidaridad e igualdad tributaria. En esta misma lógica, la Corporación Sistema B Chile es una organización sin fines de lucro, donde cada Empresa B socia debe pagar una cuota anual y participa en una asamblea anual con derecho a voz y voto, lo cual las hace sentirse parte del movimiento.

Las Empresas B también han apostado por incluir a los trabajadores en tomas de decisiones, lo cual fortalece las relaciones humanas, al hacerlos sentir parte de las políticas que se les aplican; de ahí el factor “C” de compañerismo, comunidad y colectividad, entre otros. Como indiqué la Empresa B está en el centro de la comunidad, si no se potencia el sentimiento comunitario dentro de la empresa va a ser más difícil que la Comunidad B lo logre. Este rasgo de afectividad del Movimiento B intenta incorporar el elemento informal de emociones en las relaciones empresariales. Desde este punto de vista el teletrabajo genera una contradicción, porque si bien es valorado por trabajadores, hay algunos que de todos modos deben ir al lugar de trabajo (personal de aseo), pudiendo producirse sentimientos de marginación y pérdida de las relaciones humanas en la empresa, lo cual desvanecería el sentimiento comunitario. Por otra parte, hay que recordar que muchos de los problemas actuales los heredamos de soluciones que nos parecieron en su momento muy buenas; debemos reflexionar más y preguntarnos ¿Este es el camino correcto?, ¿Cuáles son las cosas malas de esta solución tan bondadosa?

Con tantos actores heterogéneos y participando a nivel global occidental, principalmente por redes sociales, estimo que en el Siglo XXI la innovación social empresarial se manifestará por redes o grupos de empresas, de ahí la estrategia de B Lab de fomentar la generación de Comunidades B. Por tanto un rasgo importante de este movimiento es la interdependencia, ya que los actores B deben relacionarse entre sí y con otros como Estados u organismos internacionales. Aún más, estas redes serán entre distintos actores incluyendo a organizaciones internacionales, empresas y Estados; lo que se llama muchas veces alianzas estratégicas.

Las empresas socialmente responsables no solamente deben cuidar al mundo y a las personas que lo habitamos, sino también a nuestras futuras generaciones, ingresa otra característica fundamental del Movimiento B, es de que el desarrollo debe ser sostenible. Como indicó en el Siglo XIX John Stuart Mill, el capital y el trabajo no se agotan, en general van creciendo junto al consumo y necesidades humanas, pero los recursos naturales se van agotando en lugares o épocas determinadas.

El efecto comunitario de esta economía sostenible será contagioso, de a poco cada vez más empresas empezarán a certificarse como empresas B o tendrán más compromisos de responsabilidad social empresarial. Las Empresas B en sus cadenas de producción también continuarán y/o empezarán a evaluar a sus proveedores y estos tendrán que demostrar transparencia con sus efectos socioambientales (Ejemplo el Programa Mide lo que Importa) o terminarán por certificarse B. Por otra parte, los competidores se darán cuenta que la sostenibilidad es rentable, y ya los grandes grupos de inversión mundiales están aumentando sus inversiones sostenibles.

En la Sociedad Digital con tanta información, los distintos actores deberán conocer el sello B (la marca de la marca) y entender qué significa para que el movimiento crezca. Lo que no se conoce no puede generar confianza ni desconfianza. Por esto hablé en este trabajo de las cuatro “C”: comunidad, comunicación, certificación y confianza. Aunque el Movimiento B se puede caracterizar como uno económico y social, su verdadero éxito podrá medirse si logra cambiar la cultura, esto es, si sus valores de ser mejores empresas para el mundo y sostenibilidad son adquiridos por la mayoría de las empresas y, en general, por las sociedades modernas.

Las Empresas B o sus productos, deben generar confianza en los consumidores, de ahí que debe promoverse la comunidad para que más consumidores responsables con los

problemas sociales y ambientales conozcan el movimiento y comprendan estos productos y puedan confiar en ellos. En definitiva, el sello “B” me da confianza (o desconfianza) si conozco al movimiento y la certificadora B Lab.

Como todo movimiento tribal también genera desconfianza en otros grupos de los cuales trata de diferenciarse (*us and them*). Un grupo son los empresarios tradicionales, que se verán obligados a invertir más en responsabilidad social empresarial o innovar en sostenibilidad en sus procesos de gestión, ya que la nueva economía en Occidente tendrá que ser sostenible para obtener beneficios económicos o quedará obsoleta. También traté la forma en que los portafolios de los grandes fondos de inversión a nivel mundial están poniendo sus fichas en empresas sostenibles, siendo la crisis climática, crisis de inversión.

Los anticapitalistas, como por ejemplo, los partidarios de la teoría del decrecimiento, no creen en el crecimiento, y son reacios al mismo, incluso si el desarrollo es sostenible. Aunque estas teorías coinciden en algunos diagnósticos del problema con el Movimiento B, difieren en el resultado y en la solución. De ahí que B Lab, sabiendo que la minería puede generar muchas externalidades negativas, de todas maneras permite a las empresas de este nicho certificarse, pero siempre y cuando mejoren sus técnicas y procesos de gestión en la extracción de recursos naturales y sus resultados puedan ser medidos objetivamente. Exigiéndole a dichas empresas, además de la certificación B, otras certificaciones globales del rubro (como Fairmined).

Si bien es cierto que el Movimiento B genera desconfianza en los grupos de los cuales trata de diferenciarse, como el empresariado tradicional y los anticapitalistas, es mucho más peligroso para el movimiento la desconfianza interna entre sus actores. El caso de certificaciones de empresas de dudosa reputación, afectará de alguna manera la relación entre las empresas B, y entre éstas con la certificadora B Lab. Si B Lab educó en valores a los actores del Movimiento, cuando algunos miembros ven que la educadora permite el ingreso de una empresa que ellos consideran de las otras, por antecedentes malos respecto prácticas laborales y contaminación, se producirá una gran desconfianza por tener que no solamente aceptar que una “Empresa A” ingresó al grupo, sino que este extraño permanezca. En un conflicto lo más importante es cómo las partes involucradas lo perciben, en este caso varias Empresas B se sentirán incómodas y se lo dejarán en claro a B Lab; ya que saben que tanto las cosas buenas como las malas de la Comunidad B se imputarán a todo el movimiento, ya sea por solidaridad o por representación. Considerando lo anterior, B Lab debe analizarse a sí misma, evaluar si la certificación

debe mejorarse en ciertos aspectos y hacerse la pregunta de si la comunidad está muy abierta o debiera tener más filtros para ser más cerrada. Por el lado de las empresas B, más papistas que el Papa, que se opongan a las certificaciones de otras, puede ser que evalúen salirse de la comunidad o, incluso, crear una nueva comunidad más cerrada con una certificación más estricta según sus valores.

En el siglo XXI las empresas deberán ser sostenibles, alinearse con Estados y la ONU en la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible; esto será por reputación y necesidad ya que la crisis climática nos afecta a todos y a los futuros habitantes del mundo. Un buen ejemplo para lograr distintos ODS en Santiago de Chile, principalmente el ODS 11 de Ciudad Sostenible, fue STGO+B o Santiago Resiliente, donde diversos actores públicos, privados, regionales y ciudadanos generaron una comunidad de trabajo y gestionaron la “marca ciudad”. Actualmente y en un futuro cercano se empezará a legislar para que las empresas tengan dentro del plan de negocios el desarrollo sostenible y sustentable. Como el caso que comentamos de las Leyes de Sociedad de Beneficios e Interés Colectivo que ya fue promulgada y publicada en Colombia, donde no se crea un nuevo tipo de sociedad comercial, sino que las sociedades pueden acogerse a una condición donde se obligan a incluir en su objeto beneficios públicos a la comunidad, debiendo los accionistas y administradores rendir cuenta pública de la gestión.

Bibliografía

ALBA, MARC. *I-Empresarios, empresarios de la innovación*. LID. Madrid. 2009.

ÁLVAREZ DE MON PAN DE SORALUCE, SANTIAGO. *El Mito del Líder. Profesionales, ciudadanos, personas: la sociedad alternativa*. Tercera Edición. PriceWaterhouseCoopers, Financial Times. Madrid. 2001.

ARENDT, HANNAH. *La Condición Humana*. Seix Barral. Barcelona. 1974.

ARROW, KENNETH J. *The Limits of Organization*. Norton, New York, 1974.

B LAB ESPAÑA. *Guía de las Comunidades B Recursos para los líderes de las Comunidades B de España*. V.1 – 2021. pp. 1-33. Véase en https://docs.google.com/presentation/d/1Z49uQIle7NDvsH9AjsbYiHL4__LAHrXys6TyX6j1_Dc/edit#slide=id.g1c94047f5a_0_0

B LAB. *Declaración de Asuntos controversiales: Industria minera*. 2021. Véase https://assets.ctfassets.net/1575jm7617lt/4JtBX9EPqKZUWHnruTpsMh/f0a84399a35c5841b33882dae9b6e28a/Mining_Industry_ES.pdf

B LAB ESPAÑA. *Memoria Anual 2021*. 2021. pp. 1-40. Véase en https://issuu.com/bcorpSpain/docs/memoria_anual_2021_b_lab_spain

BARROSO, BELÉN. *Relaciones públicas en organizaciones sostenibles El caso de las empresas de triple impacto*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga. Málaga. 2021. Véase en <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/22469>

BELL, DANIEL. *El Advenimiento de la Sociedad Post-Industrial*. Tercera Edición. Alianza Editorial. Madrid. 1991.

BELL, DANIEL. *The World and the United States in 2013*. 1988. *Dædalus. Cambridge Mass.* vol. 116-3. Cambridge. 1987. pp. 1-31.

BELL, DANIEL. *Las Contradicciones Culturales del Capitalismo*. Alianza Editorial Mexicana. México D.F. 1977.

BOWEN, HOWARD R. *Social Responsibilities of the Businessman*. University of Iowa Press. Iowa City. 2013.

CACCIARI, PAOLO. *Decrecimiento o Barbarie. Para una salida no violenta del capitalismo*. Icaria. Barcelona. 2010.

CASTELLS, MANUEL (ed.). *La Sociedad Red: Una Visión Global*. Alianza Editorial, Madrid. 2006.

CASTELLS, MANUEL. *La Era de la Información. La Sociedad Red. Vol. 1*. Tercera Edición. Alianza Editorial. Madrid. 2005.

CASTELLS, MANUEL. *La Era de la Información. El Poder de la Identidad. Vol. 2*. Segunda Edición. Alianza Editorial. Madrid. 2003.

CASTELLS, MANUEL et al. *Otra Economía es Posible. Cultura y Economía en Tiempos de Crisis*. Alianza Editorial. Madrid. 2017.

CERECEDA, MIGUEL y VELASCO, GONZALO. *Incomunidad: El Pensamiento de la Comunidad, a partir de Roberto Espósito*. Arena Libros, Universidad Autónoma de Madrid. Madrid. 2011.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas: CE. 2001*. Véase en [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

COMISIÓN MUNDIAL SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO. *Informe titulado «Nuestro futuro común»*, 1987. Véase en https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMM AD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf

CONOLLY, CONSTANZA ET AL. *Movimiento legislativo de Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (B.I.C) en América Latina. Biblioteca Digital*. 2020. Véase en <http://biblioteca.academiab.org/items/show/159>

CORREA, MARÍA EMILIA ET AL. *Nuevas Empresas, Nuevas Economías: Empresas B en Sur América. Biblioteca Digital*. 2013. Véase en <http://biblioteca.academiab.org/items/show/34>

DE ELIZAGARATE, VICTORIA. *Ciudades Sostenibles: Estrategias Para Gestionar los Desafíos Conservando el Legado de las Ciudades*. Ediciones Pirámide. Madrid. 2021.

DE GEUS, ARIE. *La Empresa Viviente: hábitos para sobrevivir en un ambiente de negocios turbulento*. Segunda Edición. Granica. Buenos Aires. 2011.

DURKHEIM, EMILE. *La División del Trabajo Social*. Akal. Madrid. 1987.

ESCRIVÁ, ANDREU. *Aún no es Tarde. Claves Para Entender y Frenar el Cambio Climático*. Universitat de Valencia. Valencia. 2018.

ESTY, DANIEL C. (ed.). *A Better Planet: Forty Big Ideas for a Sustainable Future*. Yale University Press. Yale. 2019.

FOMIN. *El Fenómeno de las Empresas B en América Latina. Biblioteca Digital*, 2012. Véase en <http://biblioteca.academiab.org/items/show/78>

FUKUYAMA, FRANCIS. *Confianza*. Editorial Atlántida. Buenos Aires. 1996.

GARCÍA MUÑOZ, CECILIA y LATAPÍ, XIMENA. *Una mirada a la responsabilidad social corporativa, estudio de caso empresa Patagonia*. Revista Perspectiva Empresarial, 8(2-2), 2021. México. págs. 6-19. Véase en <https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/737>

GIDDENS, ANTHONY y SUTTON, PHILIP W. *Sociología*. Octava Edición. Alianza Editorial, Madrid. 2018.

GIDDENS, ANTHONY. *La Constitución de la Sociedad*. Amorrortu. Buenos Aires. 2003.

GINER, SALVADOR. *Teoría Sociológica Clásica*. Segunda Edición. Ariel Sociología. Barcelona. 2001.

GINER, SALVADOR (coord) ET AL. *Teoría Sociológica Moderna*. Ariel Sociología. Barcelona. 2003.

GRASSO, CARLA. *Resiliencia Organizacional de Empresas B Cordobesas Frente a Covid-19*. TFM. MBA. Universidad Empresarial Siglo 21. Córdoba. 2021. Véase en <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/23124/TF%20-%20Grasso,%20Carla.pdf?sequence=1>

HENDERSON, REBECCA. *Reinventando el Capitalismo en un Mundo en Conflicto*. Profit Editorial. Barcelona. 2021.

HONEYMAN, RYAN y JANA, TIFFANY. *Movimiento B Corp*. Gestión 2000. Madrid. 2022.

INTENDENCIA REGIÓN METROPOLITANA SANTIAGO DE CHILE. Intendencia Región Metropolitana Santiago de Chile. *Santiago Humano y Resiliente*. 2017. Santiago. Véase en https://santiagoresiliente.cl/wp-content/uploads/2017/03/Estrategia_Santiago_Humano_y_Resiliente.pdf . 2017 P.1-209

IGLESIAS DE USSEL, JULIO y TRINIDAD REQUENA, ANTONIO (coordinadores). *Leer la Sociedad*. Cuarta Edición. Tecnos. Madrid. 2012.

KPMG. *The Road Ahead: The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting*, 2017.

LEDERACH, JOHN PAUL. *El Abecé de la Paz y los Conflictos*. Catarata. Madrid. 2000.

LUHMANN, NIKLAS. *Confianza*. Editorial Anthropos. Barcelona. 1996.

MARTÍNEZ DE PISÓN, JUAN ARRIETA. *Técnicas desgravatorias y deber de contribuir*. McGraw-Hill. Madrid. 1999.

MERTON, ROBERT K. *Teoría y Estructuras Sociales*. Fondo de Cultura Económica, México. 2002.

MILL, JOHN STUART. *Principios de Economía Política*. Editorial Síntesis. Fundación ICO. Madrid. 2007.

MORENO, ANA ET AL (Coords). *La Responsabilidad Social Empresarial*. Ediciones Pirámide. Madrid. 2010.

MOTTEZ, BERNARD. *La Sociología Industrial*. Oikos-Tau. Barcelona. 1972.

OLCESE, ALDO ET AL. *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. McGraw-Hill. Madrid. 2008.

PES, ÁNGEL y CASTIÑEIRA, ÁNGEL. *Cambiar el Mundo. Los ODS Como Herramientas de Transformación*. LID. Madrid. 2021.

PIZZOLANTE NEGRÓN, ITALO. *De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable*. Ediciones de las Ciencias Sociales, Madrid. 2009.

PRETEL WILSON, MANUEL. *Corporaciones híbridas: el próximo paradigma empresarial*. TFM. Máster Sostenibilidad. Universitat Politècnica de Catalunya. 2012. Véase en <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18742/TFM-M%20Pretel.pdf>

RAZETO MIGLIARO, LUIS. *¿Pueden Juntarse la Economía y la Solidaridad?*. Acción Cultural Cristiana, Salamanca. 2007.

RHEINGOLD, HOWARD. *La Comunidad Virtual, una Sociedad sin Fronteras*. Gedisa. Barcelona. 1996.

RITZER, GEORGE. *La McDonalización de la Sociedad*. Ariel Sociedad Económica. Barcelona. 2002.

SACHS, JEFFREY. *La Era del Desarrollo Sostenible*. Deusto. Barcelona. 2015.

SAIEH, CRISTIÁN ET AL. *Negociación ¿cooperar o competir?*. El Mercurio Aguilar. Santiago de Chile. 2006.

SIMMEL, GEORGE. *Sociología: Estudios sobre las formas de Socialización*. Alianza Editorial, Madrid. 1986.

SISTEMA B CHILE. *Memoria Anual 2021*. 2021. pp. 1-61. Véase en <https://drive.google.com/file/d/1CEtAOVYpwDURh6AcKXZTFYKqF9pQwQ00/view>

SORIA-BARRETO, KARLA ET AL. *Empresas B en Latinoamérica: un estudio exploratorio sobre compromiso laboral*. Información Tecnológica, Vol. 32(3), pp. 113-120. 2021. Véase en https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642021000300113&script=sci_abstract

SOTO ARAYA, DANIELA. *Estudio del comportamiento del consumidor chileno frente a productos de Empresas B: Análisis de percepción de precio e intención de compra*. Tesis grado Ingeniería Comercial. Universidad Federico Santa María. Valparaíso. 2015. Véase en <https://academiab.org/wp-content/uploads/2015/11/Trabajo-de-t%C3%ADtulo-Daniela-Soto.pdf>

TOCQUEVILLE, ALEXIS DE. *La Democracia en América II*. Tercera Edición. Alianza Editorial. Madrid. 2017.

TOMÁS DE AQUINO, SANTO. *Suma Teológica*. (I. II q.90 a.2 ad.2). Biblioteca de Autores Cristianos Primera Edición, Madrid 1964.

TÖNNIES, FERDINAND. *Comunidad y Asociación*. Homo Sociologicus, Editorial Comares. Granada. 2009.

TOURAINÉ, ALAIN. *Sociedad Post-Industrial*. Tercera Edición. Editorial Ariel. Barcelona. 1973.

TORRES ALBERO, CRISTÓBAL. *La Sociedad de la Información y del Conocimiento*. Panorama Social. Número 18, segundo semestre 2013. Madrid. PP. 9-18. Véase en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6371312>

TORRES ALBERO, CRISTÓBAL. *Redes Sociales, Nuevas Identidades y Conflictos Sociales*. Paper Departamento de Sociología, Universidad Autónoma de Madrid. 2012.

VALLESPÍN, FERNANDO. *El Estado y la Crisis Económica*. En el libro de ROVIRA, ANTONIO. *Gobernanza democrática*. Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, Madrid, 2013. pp. 51-70.

WAHL, DANIEL. *Diseñando Culturas Regenerativas*. Ecohabitar Editorial. Navarra. 2020.

WEBER, MAX. *Economía y Sociedad, Tomo I*. Fondo de Cultura Económica México. 1944.

WEBER, MAX. *La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo*. Fontana. Barcelona. 2012.

WEBER, MAX. *El Político y el Científico*. Alianza Editorial Madrid. 1967.

