



## Empresas B: un diagnóstico sobre su aplicabilidad

### Companies B: a diagnosis on its applicability

Fabián Rodríguez – Téllez<sup>1</sup>, Carlos Alberto Pacheco - Sánchez<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Grupo de investigación para el desarrollo y la competitividad socio académica y empresarial (GIDCOS), CORGEINP, Colombia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6633-8608>, E-mail: [frtellez15@gmail.com](mailto:frtellez15@gmail.com)

<sup>2</sup>Grupo de investigación para el desarrollo y la competitividad socio académica y empresarial (GIDCOS), CORGEINP, Colombia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9369-582X>, E-mail: [carpasa6@gmail.com](mailto:carpasa6@gmail.com)

**Cómo citar:** Rodríguez - Téllez, F., & Pacheco - Sánchez, C. A. (2019). Empresas B: Un diagnóstico sobre su aplicabilidad. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 10(10), 2–9. <https://doi.org/10.22463/24221783.3354>

**Recibido:** 20 de agosto de 2018/ **Aprobado:** 15 de octubre de 2018

#### Resumen

La investigación abarca una innovadora forma de dar aval a las empresas socialmente responsables mediante el Sistema B una acción estratégica cuya finalidad no es ser solamente “las mejores empresas del mundo sino las mejores para el mundo”. Como problemática principal se definió la escasez de información de las empresas B en la ciudad de Ocaña, esto implica no asegurar el beneficio que la certificación de la misma trae. El propósito de esta investigación fue indagar sobre las posibles causas de la no implementación de empresas B en Ocaña, asimismo, determinar sus prácticas de responsabilidad social y ambiental. La investigación fue cuantitativa y de tipo descriptivo. Se encontraron cero empresas certificadas y un alto porcentaje de desconocimiento sobre el tema de estudio.

**Palabra clave:** Empresas B, Estrategia, Responsabilidad Empresarial Social y Ambiental, Ventaja competitiva.

#### Abstract

The research encompasses an innovative way to support socially responsible companies through "System B", a strategic action that aims to be not only the best companies in the world but the best for the world. The main problem was defined as the scarcity of information about B companies in the city of Ocaña, which means that the benefit of their certification is not assured. The purpose of this research was to investigate the possible causes of the non-implementation of Companies B in Ocaña, as well as to determine their social and environmental responsibility practices. The research was quantitative and descriptive. We found zero certified companies and a high percentage of ignorance about the subject of study.

**Keywords:** Companies B, Strategy, Corporate Social and Environmental Responsibility, Competitive advantage.



\*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: [frtellez15@gmail.com](mailto:frtellez15@gmail.com)

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Artículo bajo licencia CC BY-NC (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## **1. Introducción**

Las empresas están sujetas principalmente al logro de sus objetivos y para el cumplimiento es necesario plantear estrategias híbridas para que la organización sea eficaz. Ahora bien, hay que ser conscientes que el mundo se está viendo afectado por el accionar de las personas y es allí donde gerentes y administradores deben tomar decisiones correctas frente a esta problemática asumiendo un papel responsable como empresa aportadora de impacto social y ambiental. Velásquez y Vial (2014) afirman que las empresas tienen una visión tradicional en donde el interés principal es el bienestar de los accionistas y lograr maximizar las ganancias, debido a esto los autores creen que es importante abarcar tal tema; gracias a la tecnología y a los medios de comunicación es más fácil como empresa estar informados sobre las nuevas prácticas en las distintas organizaciones no solo con el producto que están adquiriendo sino también con la responsabilidad ambiental y social (Interna y externa de la entidad). En contraste y en cumplimiento a todo lo que abarca la idea anterior es posible asegurar la certificación de empresas B con un enfoque práctico al bienestar de la empresa y la sociedad. Pues bien, la aplicabilidad de la certificación no es tan conocido por las empresas Ocañeras, por ende, no han logrado la gestión de tal sistema, no obstante, la empresa B ha representado un auge significativo, generando repercusión en muchos lugares el mundo pues esta forma de hacer organización ha traído un desarrollo social y ambiental en pro del desarrollo. Lara (2015) Afirma:

En sólo tres años, el movimiento se globalizó, el 14% de sus empresas son de América del Sur y hay 500 empresas interesadas en sumarse en el corto y mediano plazo. Un

ecosistema favorable para el surgimiento y consolidación de este nuevo sector empresarial es clave. Una nueva legislación que otorgue entidad jurídica a esta nueva forma de hacer empresa podría impulsar un cambio muy positivo. (p.2)

Las empresas B siguen generando innumerables beneficios a las organizaciones, si bien es claro, la construcción de una humanidad sana y responsable con todo lo que lo rodea se ha convertido en una de las metas primordiales para el desarrollo de la sociedad, esta nueva forma de hacer organización está abarcando toda la idea de generar un impacto positivo a todo lo que nos rodea. Schulmeier (2015) difiere:

La reconversión de empresas como generadoras de impactos sociales, culturales, ambientales y económicos positivos, nos permite pensar que otro mundo es posible. Las empresas B se están convirtiendo en grandes agentes de cambio que impulsan una nueva economía, más humanizada y consciente, que tiene en cuenta que el mundo es una construcción de la humanidad en la Tierra. En ese sentido, cuanto más conectada esté una empresa con las funciones vitales del planeta, más éxito tendrá en sus negocios. (p.2)

De esta manera, esta modalidad es importante para abarcar toda la problemática de impacto social y ambiental que ha tenido el planeta con el pasar del tiempo, ya que la certificación no solo asegura la credibilidad de la entidad, también, combate de manera directa estos impactos sociales y ambientales, asimismo, contribuye al desarrollo y competitividad de la empresa, pues hacerlo de una manera creativa e innovadora como lo expone (Monsalve, 2015), conduce a que dicha innovación social ayude en la solución de problemas y necesidades.

Para las empresas es importante optar por atender las necesidades y requerimientos de los consumidores, y en la actualidad los asociados tienen una visión más amplia del mercado pues ya analizan muchos aspectos aparte del precio. Los consumidores son más sensibles en cuanto a la responsabilidad de la empresa ante la sociedad y el medio ambiente, el hecho de que una empresa presente estas características implica cierto grado de credibilidad y posterior a eso genera ganancias tanto monetarias como de medios para la empresa.

En Ocaña Norte de Santander no es tan común escuchar el tema de las “empresas B” pues el abordaje es escaso, incluso, López (2013) afirma:

La creación de empresas que sean responsables y éticas desde sus fundamentos, como las empresas B, podría aportar múltiples beneficios sociales y medioambientales con mayor flexibilidad y capacidad que entidades gubernamentales u organizaciones sin ánimo de lucro. Por ejemplo, una empresa B podría sumarse al esfuerzo de incluir al sector informal en prácticas responsables. Crearía puestos de trabajo y a la vez se beneficiaría de las conexiones que ya poseen estos trabajadores informales con pymes y hogares. (p.12)

Las empresas B han generado tanta repercusión en aquellas organizaciones que ya se implementaron, de hecho, el grupo Bancolombia resalta que la empresa B define el éxito de los negocios dándole importancia no solo a las cuestiones financieras sino también al impacto social e invita a sus asociados, proveedores y empleados a que sean capaces de identificar los impactos visibles en la sociedad y su actuación frente a los mismos.

La intención de abordar este tema parte de que los Ocañeros tengan un punto de referencia sobre lo benéfico de ser empresa B y el compromiso de certificarse para su efecto de sustentabilidad.

En el contexto mundial del llamado nuevo sector económico (sustentable, centrado en las personas y no sólo en la rentabilidad, protector de las comunidades, etc.), empresa B es uno de los certificados más respetados y admirados. Hecho que se refleja en la estructura que hoy respalda al sello: 1,850 compañías, 50 países, 130 industrias diferentes, 250 empresas latinoamericanas –6 de ellas mexicanas–, cuya facturación combinada alcanza los \$3,700 millones de dólares. De acuerdo con estimaciones, para 2020, en todo el mundo existirán 10,000 Empresas B; en Latinoamérica el número se calcula en 2,000 (Expok, 2016).

Las cifras son bastante representativas y no es de esperarse menos con la implementación de esta herramienta para las organizaciones, por ahora la barrera principal es la falta de información y conocimiento en el tema lo cual mediante este medio se proporcionará la información necesaria de las empresas B para que el sector de Ocaña pueda surgir y crear alianzas con el fin de su mejoría constante, de la sociedad y del ambiente. Por lo anterior, se quiere en primera instancia indagar sobre las posibles causas de la no implementación de la certificación B en las empresas solidarias de Ocaña, por lo cual, se determinan las prácticas de Responsabilidad Social y Ambiental, finalmente, se evalúan los factores negativos y positivos para asegurar la certificación por empresas del sector solidario de la región.

## **2. Marco teórico**

### **2.1 Teoría del valor compartido**

Estos autores definen el concepto de creación de valor compartido como las políticas y prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa, a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales de las comunidades donde opera. La creación de valor compartido se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económicos y sociales. El concepto de valor compartido reconoce que las necesidades sociales, y no solo las necesidades económicas convencionales, son las que definen los mercados. Porter y Kramer sugieren que las compañías puedan crear valor compartido de las siguientes maneras primarias: primero Reinventando los productos y mercados: mercados existentes de mejor calidad, productos innovadores y servicios que resuelven necesidades sociales. segundo Mejorando los productos de la cadena de valor: mejorando la calidad, la cantidad, el costo y la confiabilidad, los procesos de producción y los sistemas de distribución, mientras que actúan como administradores de los recursos naturales (Díaz, 2015).

También alude a aquellas estrategias implementadas en las empresas que apoyen de manera positiva a la sociedad, con el dialogo constante entre los grupos de interés en la organización. Cabe resaltar que el valor compartido es una teoría basada en mejorar el nivel de progreso empresarial apoyando a la sociedad.

### **2.2 Teoría de Stake-holders**

En primer lugar, que la gestión de los valores, normas y principios morales se

exponga como una necesidad para las empresas que quieren mantener su proyecto en el medio y el largo plazo. En segundo lugar, que cualquier organización empresarial es agente moral de decisión y actuación, al igual que las personas. Una empresa posee libertad para decidir frente a distintas alternativas de acción y tiene que elegir de entre ellas, produciéndose un ajustamiento basado en valores, normas y principios, por lo que es responsable de sus decisiones y actuaciones. En tercer lugar, que la actividad de la empresa no actúa de manera independiente, por lo que, aunque una empresa sea privada, sus repercusiones son públicas por lo que está obligado a responder por alteraciones ocasionadas en ellas. En cuarto lugar, aquello que sea lo moralmente exigible deberá ser descubierto en un diálogo con los afectados por la decisión, norma o institución, en condiciones de simetría, inclusión e igualdad. Y, en quinto lugar, que cualquier ética económica y empresarial debe tener presente que una reflexión en el nivel organizacional debe ir acompañado siempre de una reflexión general de los factores externos políticos económicos y sociales (González, 2007).

### **2.3 Empresas B**

La generación de un impacto positivo es una de las principales ramas de esta certificación pues la responsabilidad social y ambiental, y es que en la actualidad significa compromiso y mejora continua, empatía y postura firme ante las problemáticas de la sociedad. Sistema B (2019) difiere de esta organización con un lema importante y es no ser las mejores empresas del mundo, sino también las mejores para el mundo, esto implica un gran grado de responsabilidad con las repercusiones del entorno, tomando dirección como uno de los actores del desarrollo de la humanidad, desde tal

instancia, se agrega que este movimiento no es guiado por ninguna ideología o persona en particular, es motivado por miles de personas que quieren trabajar por la sociedad y no solo por un salario. De igual forma, la empresa tiene como misión apoyar la construcción de ecosistemas favorables para Empresas B y otros actores económicos que utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales, asimismo, su visión es asegurar una economía donde el éxito se evaluado por garantizar el bienestar de las personas, de las sociedades y de la naturaleza, es decir, bajo el deseo de cooperación y ayuda mutua pensando en la sociedad.

### 3. Metodología

La investigación fue de enfoque cuantitativo (tipo descriptivo) puesto que se recolectan datos y se analiza el contexto por medio de estadísticas. En concordancia con Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan en su libro metodología de la investigación como aquella que describe fenómenos, sucesos y contextos, es decir que detallan cómo son y cómo se manifiestan con el fin de someterse a discusión y conclusiones, por tal motivo, se describió el fenómeno de las empresas B y su aplicabilidad en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Para dar validez al proyecto se toma como población objeto de estudio 110 empresas solidarias de Ocaña, Norte de Santander georreferenciadas por el Observatorio del Sector Solidario (Quintero, 2018) de la cual se toma una muestra de 62 empresas solidarias para aplicar el instrumento y sacar la información pertinente del mismo. De esta manera, como técnica se utilizó la encuesta dirigida a los gerentes, administradores o persona responsable de la empresa solidaria,

con el fin de obtener información de manera directa para evitar la manipulación de la misma y como instrumento se realizó un cuestionario que consta de preguntas cuyo propósito fue recopilar la información necesaria que ayudó a la realización del diagnóstico requerido por la investigación. Esta encuesta se diseñó de acuerdo a las variables dadas por las teorías y su validación depende de estas mismas. Así obtenida la información se procede al respectivo análisis cuantitativo donde se tabuló la información recogida con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

### 4. Resultados

Repercutir de manera positiva en el ambiente y la sociedad, es una de las tareas más comprometedoras del nuevo siglo, logrando tener estándares altos de calidad en cuanto a Responsabilidad Social y Ambiental, en solución a esta problemática y con el fin de lograr una mejoría constante tanto interna como externa, nace empresas B, esta innovadora forma de hacer lo correcto y mantener un alto compromiso por distintos factores que hacen más adecuado la vida de todos lo que se sumerge en el ser de la organización, por tal razón, se sustenta a continuación, un diagnóstico sobre las empresas solidarias y su relación con la certificación B y estructura socio-ambiental.

**Tabla 1.** *Conocimiento de empresas B*

|       | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------|-------------------|-------------------|
| Si    | 2                 | 3%                |
| No    | 60                | 97%               |
| Total | <b>62</b>         | <b>100%</b>       |

**Nota:** la tabla presenta información sobre el conocimiento que se tiene sobre empresas B en las organizaciones solidarias. Fuente: Encuesta aplicada por el autor del proyecto.

El movimiento de empresas B se ha extendido por muchos lugares del mundo, trayendo consigo repercusiones positivas en todo aquello que lo rodea, alcanzando en las organizaciones estándares altos de eficiencia, pues estas empresas certificadas como B, no solo buscan su bien común y el buen desempeño de su actividad económica, sino también, lograr que las actividades que realizan sean amigables con el medio y más humanas para con los actores de desarrollo, de esta manera se concibe a las empresas b como una necesidad estratégica para las organizaciones y así mismo la implementación de esta como una ventaja competitiva. De esta manera se hace importante optar por atender a los requerimientos del entorno, lo cual exige una responsabilidad constante para con el mismo.

A pesar de que las empresas B avanzan con el pasar de los años, aunque la acogida en muchos lugares es baja, y no han podido disfrutar de los beneficios que esta certificación trae, los resultados arrojan que solo el 3% de las empresas solidarias de Ocaña Norte de Santander saben que es empresa B y en contraste se encuentra la falta de conceptualización de la misma con un 97%, una cifra alarmante de la falta de conocimiento de esta modalidad moderna de hacer organización, se le atribuye a esta problemática la no certificación de empresas B en Ocaña ya que no hay ofertas académicas pertinentes de lo que es ser empresa B y el proceso de certificación.

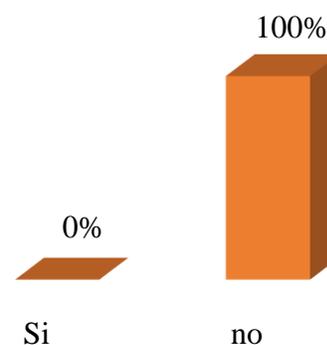


Figura 1. Número de empresas certificadas.

Por lo anterior y asumiendo que hay muy poco conocimiento sobre empresas B en Ocaña, los presentes resultados arrojan que ninguna de las empresas del sector tiene la certificación de sistema B, lo que indica que esto no ha tenido el acogimiento de las empresas solidarias Ocañeras.

#### 4.1 Diagnostico final

Las empresas solidarias de Ocaña ostentan un alto porcentaje en responsabilidad social y ambiental, representando así en su mayoría unos hábitos de buenas prácticas internas y en cuanto a todo aquello que los rodea. De esta manera, constatan sus compromisos con la sociedad implementando estrategias que aportan o promueven soluciones o proyectos que atiendan los problemas sociales con el fin de incentivar el buen uso de los recursos. Pues bien, desde los aportes destacados y observando que más del 85,5% emplea promueve estrategias, se alude que las mismas están actas y pueden optar por certificase ya que tiene una cultura humanística y de pertinencia con todo aquello que los rodea, también se observa que estas organizaciones de economía solidaria responden de manera positiva antes los proveedores y clientes de la parte externa, más cuando el 100% de las organizaciones monitorean el bienestar del usuario. Otra de

las fuertes evidenciadas en las empresas sin ánimo de lucro es que el 87,1% asumen la gestión de un programa de reciclaje, reducción de desechos y reutilización (aplican las 3R).

Finalmente, se logra evidenciar que la principal causa de no implementación y gestión para la certificación de las empresas a tal sistema, es la falta de conocimiento de la misma en la ciudad de Ocaña, debido a que solo el 97% no identifica o distingue el desarrollo de participación en el círculo de las empresas B.

## 5. Discusiones

Con la realización de la investigación se afirmó la hipótesis principal de que hay escasas de empresas B en la ciudad de Ocaña, pues el 100% no ha priorizado la revisión para ser certificadas. Ahora bien, ¿cómo y por qué es importante certificarse como empresa B?, con los hallazgos obtenidos, se podría responder bajo el lema “es hora de pensar en un negocio rentablemente social y ambiental para que pueda diversificar su actividad principal: satisfacer las expectativas del asociado”, asimismo, las entidades solidarias desde sus principios y valores deben ser atractivas para los grupos de interés, atraer talentos profesionales, sumar asociados y comprometer a la sociedad (Sistema B, 2018), por tal motivo, la certificación permite tener un elemento diferenciador y una ventaja competitiva que implica desarrollo, crecimiento, innovación y sustentabilidad. Finalmente, para que la entidad solidaria logre el mayor provecho de todos sus recursos, enfatice en buenas prácticas y logren un impacto positivo en el ambiente y la sociedad, es decir, pensar en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Las empresas B van de la mano con la creación de valor, que incluye mejorar condiciones económicas, fomentar la articulación y reconocer las necesidades sociales y no solo las convencionales conocidas, en consecuencia, las organizaciones solidarias de Ocaña están inmersas en buenas prácticas, lo que permite atender y cumplir fácilmente los factores y criterios para una certificación B.

## 6. Conclusiones

Mediante la realización del estudio se pudo evidenciar que unas de las principales causas de la no implementación de empresas B en las organizaciones solidarias de Ocaña Norte de Santander es la falta de conocimiento, debido a que los resultados arrojados oscilan en un alto porcentaje, causales de la poca apropiación del término en los procesos de educación formal y continuada.

Las organizaciones solidarias por lo general tienen excelentes hábitos de responsabilidad social y ambiental y podrían optar por la certificación de empresas B para aportar calidad, responsabilidad y éxito a la organización, a la sociedad y al medio ambiente.

Por último, el 0% de las empresas no están certificadas como empresa B, a su vez se resalta que, en su mayoría de acuerdo al análisis que se hizo de las cinco conductas planteadas por el programa del sistema B, se logró evidenciar que las entidades alcanzan altos porcentajes de compromiso con el ambiente, con la interacción entre los grupos de interés, y la agilidad para suscitar las buenas prácticas sociales a través de proyectos e identificarse por una intención de ayuda y mejoría constante.

## 7. Referencias

- Díaz, N. (2015). *la creación de valor compartido*.  
*Revista cooperativismo y desarrollo*. Obtenido de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1258/1630>
- Expok. (2016). *Expok news*. Recuperado de <https://www.expoknews.com/empresas-b-impacto-social-de-calidad-certificada/>
- Gonzales, E. (2007). *La teoría de los stakeholders*. Recuperado de [La teoría de los stakeholders: https://www.redalyc.org/pdf/2911/291122924002.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/2911/291122924002.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *metodología de la investigación*. Recuperado de [metodología de la investigación: https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf](https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf)
- LARA, G. (2015). *gestión sustentable*. <http://ciudadenmovimiento.org/wp-content/uploads/2015/06/Ver-Art%C3%ADculo-completo-Gestion-Sustentable-N%C2%B0-35.pdf>
- López, C. (2013). *que aportan las empresas B al desarrollo social y/o ambiental*. Obtenido de [que aportan las empresas B al desarrollo social y/o ambiental: https://www.sistemab.org/wp-content/uploads/2013/07/Articulo-Empresas-B.Cristina-Lopez-Mayher.30-Julio-2013..pdf](https://www.sistemab.org/wp-content/uploads/2013/07/Articulo-Empresas-B.Cristina-Lopez-Mayher.30-Julio-2013..pdf)
- Monsalve, A. (2015). *Gestión de la innovación social cooperativa a través de una cultura solidaria innovadora*.  
*Revista cooperativismo y desarrollo*. Obtenido de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1258/1630>
- Quintero, B. (2018). *Estadística local*. (F. Téllez, Entrevistador)
- Schulmeier, G. (2015). *Otro mundo es posible. Gestión sustentable, 2*.
- Sistema B. (2018). *Sistema B*. Obtenido de [sistema B: https://sistemab.org/quienes-somos-4/](https://sistemab.org/quienes-somos-4/)
- Velásquez, C. T., & Vial, P. Z. (2014). *Análisis descriptivo de las empresas B en Chile*. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117184/Tapia%20V.%20C%20Claudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>