PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL



*“ El Libro B”*

LAURA DUARTE

         COMUNICACIÓN SOCIAL CON MENCIÓN EN: RELACIONES PÚBLICAS

FACULTAD DE COMUNICACIÓN “MÓNICA HERRERA”

GUAYAQUIL - ECUADOR

MAYO 2017

*"Esfuérzate por no ser un éxito, sino más bien para ser de valor".*

*Albert Einstein*

A lo largo de la historia, el éxito empresarial, ha sido determinado por los ingresos monetarios y el patrimonio de la empresa. Todo esto gracias al pensamiento antropocéntrico que vincula al dinero como la métrica principal del éxito haciéndolos directamente proporcionales. Los empresarios exitosos se identifican por la cantidad de dinero que genere la empresa y su estrategia se construye alrededor de los números y ceros que este plan puede generar. Más está idea ha sido implantada de generación en generación.

Lo que lleva a uno de los sistemas principales que ha sido el motor de la economía y tatuado en la visión de la mayoría de empresarios a nivel mundial, el capitalismo, donde el principal engranaje como su nombre lo indica es el capital, como generador de riqueza y determinante en la asignación de los recursos a través de la demanda del mercado “El capitalismo es un sistema económico en el que los individuos privados y las empresas de negocios llevan a cabo la producción y el intercambio de bienes y servicios mediante complejas transacciones en las que intervienen los precios y los mercados” (Davila, 2009). Basados en la premisa anterior es viable afirmar que ¿el capitalismo es un modelo de negocio erróneo? Realmente, este sistema aplicado, no se definiría como malo, ya que funciona bajo la estructura organizacional y es totalmente valido. A pesar de esto, tampoco lo convierte en un modelo ideal de negocio, si se lo ve desde el punto de vista moral, el capitalismo es egoísta y avaricioso. Como afirmó en su (Gilbert, 2010) en su conferencia Ted Talk “On better businesses“, co- fundador de B Lab, la evolución del capitalismo se basa en el paso del modelo dominante del siglo 20, Shareholder Capitalism o inversionistas capitalistas, que son la personas que dominan el negocio, este simple sistema tiene una regla o propósito fundamental que consiste en maximizar el valor del inversionista; la “trampa”, por decirlo de alguna manera, dentro de este sistema está en el no conocer el cómo se va a alcanzar estos objetivos, lo que conlleva salarios injustos, utilidades fraudulentas, materiales a bajos costos y con alto impacto de contaminación, o desalojos de comunidades por construcción de corporaciones a un bajo costo del terreno. Luego de esto encontramos una inflexión del capitalismo moviéndose de los shareholders hacia los stakeholders, he aquí el punto donde comienza el capitalismo del siglo 21, donde el nuevo sistema del capitalismo se está soportado por la creación de valor no solo al inversionista, sino por otro lado, dar valor simultáneamente a la sociedad, los colaboradores, las comunidades y el medio ambiente. Como citó Jay Coe Gilbert haciendo referencia a Esquire, un escritor, quién afirmaba que “ Las corporaciones B, pueden llegar a ser como los derechos civiles para las personas de color,o el derecho de la mujer a ejercer el voto… Ideas no populares y excéntricas, que se empoderaron y cambiaron el mundo”

¿Pero de donde surge el concepto B? surgió en el año 2006, después de que los empresarios Bart Houlahan y Jay Coen se vieran obligados a vender su empresa a American Sporting Good por $250 millones. Ellos querían plantear un sistema de negocio basado en la sostenibilidad ambiental, pero la Corte Suprema los obligó a cerrar el trato. Frustrados, contactaron a un compañero de Stanford, Andrew Kassoy, para encontrar la forma de promover y motivar a otros empresarios a centrar su negocio y su gestión en la transformación social por encima del capital, y es así como nació el proyecto B-LAB.

*“Vislumbramos un nuevo sector de la economía que utilice el poder del sector privado para crear beneficios para las personas y el medio ambiente. Un sector compuesto por un nuevo tipo de empresa, orientada por un propósito de bien común, que genere beneficios para todas las partes interesadas, y no solo para los accionistas”, escribieron en su primer manifiesto, al que titularon “Declaración de Interdependencia”, porque más que una proclamación de independencia reconocían que no eran nada sin las personas o el ecosistema. El primer paso de B-LAB fue sacar adelante la Certificación B–CORP, que certifica que las empresas han modificado sus estatutos como sociedad anónima, señalando con precisión que el fin de la sociedad no será generar dividendos sino resolver una preocupación de la comunidad.”* (El comercio, negocios, 2015)

El concepto de la responsabilidad social ha estado en boga durante la última década, como afirmó José Aguilar “La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa no la definen los expertos, sino la propia sociedad. Los ciudadanos, los consumidores, cada vez somos más exigentes. Ya no nos importa sólo lo que el mercado nos ofrece, sino también el modo en el que lo hace. Penalizamos a quienes prescinden de esta dimensión y consideramos como opción preferible aquella que introduce criterios de sostenibilidad en sus productos y servicios” (La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa no la definen los expertos, sino la propia sociedad, 2014) . Estos fueron los primeros pasos basados en la concientización del impacto que genera la industria en la sociedad y el medio ambiente, pero siempre existe para una persona en la constante búsqueda de ser mejor y encontrar esa milla más. Cuando el concepto de responsabilidad social fue capitalizado, aparece el sistema B.

Es aquí donde un grupo de visionario proponen un modelo de negocio y plantean la idea de desarrollar emprendimientos bajo el sistema tipo B.

 *“ Una nueva genética económica que permita que los valores y la ética inspiren soluciones colectivas sin olvidar, al mismo tiempo, necesidades particulares encontrando trascendencia, sentido y propósito. ¿Qué sentido tiene una economía que crece financieramente y que por su misma naturaleza genera inequidad creciente, acaba el agua y otros recursos de la Tierra, profundiza el individualismo y la exclusión de miles de personas?”.* (Sistema B, 2012)

Este cambio de mentalidad, refleja la necesidad de realizar responsabilidad social, más allá de causas sociales y marketing, a diferencia de los planes que se dan dentro de las corporaciones, las empresas B buscan hacer de la responsabilidad social la columna vertebral del negocio teniendo un triple impacto, social, ambiental y económico en toda su cadena de valor. Dentro de este movimiento existe un alto estándar y una exigencia constante; Estevez (2014), guiado por la iniciativa de Jay Coen Gilbert afirmo que “Antes se creaban ONGs para solucionar los problemas de nuestros tiempos. Ahora se crean empresas.”

Las empresas B buscan potenciar la labor del emprendedor y el empresario dando valor a toda la cadena de valor. Esto es posible bajo 3 pilares fundamentales, el propósito, la responsabilidad y la transparencia. El propósito tiene como fin el generar un impacto en el ámbito social y ambiental. En segunda instancia está la responsabilidad que se preocupa por el bienestar y los intereses de los colaboradores, las comunidades y el medio ambiente. El tercer pilar es la transparencia en todos los procesos aplicados en la cadena de valor del negocio,

*“Esto va más allá de una declaración de buenas intenciones, tanto, que hoy estas firmas buscan que se les otorgue un marco legal para poder desarrollar sus actividades comerciales. “Es un primer paso fundamental e imprescindible”, asegura Juan Pablo Larenas, director de la certificadora Sistema B, sobre la necesidad de un marco regulatorio. Larenas precisa que si bien hoy las Empresas B hacen una modificación de estatutos, dicho mecanismo no es suficiente para asegurar “que las empresas cumplan su propósito””.* (Gonzalez, 2014)

Por ejemplo el hacer público un informe periódico que tenga un aval o sea auditado por un consultor independiente u organismo externo genera la seguridad de que toda política se esta llevando a cabo y es una información veraz. Es importante que no se confunda los planes de responsabilidad social corporativa (RSC) con la implementación del modelo de empresa B. A pesar de tener una visión similar, La RSC hace que se mantenga al margen las acciones de responsabilidad como un complemento ajeno al negocio en sí, mientras que las corporaciones B la integran a su misión central y es parte de el giro del negocio.

*“Estas empresas se someten a una rigurosa evaluación, basada en la metodología internacional IRIS, de cuestiones relacionadas con cinco áreas. Cuatro de estas áreas se refieren a temas operativos de la empresa, como pueden ser cuestiones sobre la gobernanza de la compañía, la política de protección del medio ambiente, la atención a los trabajadores y la relación con su comunidad y grupos de interés (stakeholders).”* (Barrio)

Es devastador reconocer que el gobierno y las ONG no dan abasto para resolver todos los problemas sociales que se presentan. A pesar de que se preocupen por la economía sostenible local, los cambios climáticos, la pobreza, el desempleo, el analfabetismo y hasta las tasas de suicidio; nunca va ser suficiente, bajo ninguna ideología política “La falta de productividad se achaca a los salarios, y nunca a los beneficios empresariales ni a la falta de formación del personal. Por no hablar del aspecto que más incide en la productividad, la innovación tecnológica. Los años anteriores a la crisis pueden ser definidos como una década perdida en este punto” (Saenz, 2013) . Según el crecimiento económico promedio todos los gobiernos en 20, 30 o 50 años van a tener menos recurso de los que tiene en la actualidad, y aún con los recursos actuales no se está llegan a los 3 billones de personas que que viven con $2 dólares al día. Las fundaciones, por más buenas intenciones que se tengan y el alcance que tengan en el mercado, nunca van a ser suficientes, ya que tienen que esperar que alguien se meta la mano en el bolsillo para que les de el dinero para hacer su trabajo. Así que la realidad es que necesitamos de la ayuda de las empresa y corporaciones para resolver lo problemas sociales y ambientales. Es importante recordar que los sistemas han sido creados para servir a la sociedad y en este punto de la historia, el sistema capitalista no está sirviendo a la sociedad, está sirviendo a los inversionistas y no es viable continuar esperando diferente ingresos, si no cambiamos las reglas del juego. Por otro lado, la oportunidad de un nuevo capitalismo, un capitalismo evolucionado, a pesar de ser una idea abstracta, se manifiesta en las entidades individuales, que están gestionando la inversión día a día, estás empresas son conocidas como corporaciones B.

*“No nos olvidemos que la sociedad la pueden mejorar, también, empresas que en algún momento de su trayectoria se han dado cuenta de que podían generar un cambio positivo y han tenido la capacidad de comenzar a hacerlo. Todo ello sin renunciar a la productividad o la rentabilidad económica.*

*Superemos el concepto tradicional de acción social empresarial centrada en la potenciación de la imagen, para contribuir a resolver los problemas sociales más urgentes e importantes en primera persona.”* (Basco, 2016)

En la actualidad existen 2133 empresas de tipo B, de las cuales 280 están en Latinoamérica y 5 de esas empresas están en Ecuador. “Natura Cosméticos, Seventh Generation, Bancolombia, Warby Parker, Paez, Patagonia, Late!, Unilever son empresas de diferentes países y tamaños y de muy diversas áreas de la economía, tienen algo muy profundo en común: están ampliado su sentido de éxito empresarial para considerar el bienestar de la sociedad y de la naturaleza como parte de su resultado de gestión.” (Correa, 2012) Estas empresa trabajan simultáneamente como parte de un modelo de negocio que está en la constante búsqueda de cambiar la mentalidad del mercado y lo empresario para trabajar con la ambición humana de ser los mejores para el mundo y no del mundo. Por lo que la estrategia esta fundamentada en un sector de la economía totalmente novedoso, como menciona María Emilia Correa en el articulo citado previamente

*“ Economía que trabaja para que los resultados financieros vayan acompañados, de forma intencional y como parte del negocio, de mejoras en la salud de las personas, en la calidad de los servicios de los ecosistemas, negocios que promuevan la prevención de riesgos y desastres naturales (resiliencia de personas y de la naturaleza) y la construcción de confianza entre ciudadanos… Estamos al inicio de un cambio cultural global que transforma nuestra visión de la razón de ser de las empresas. Las empresas del siglo XXI deben trabajar para maximizar valor PARA la sociedad, no solo para los accionistas. Esta transición está sucediendo gracias a las expectativas de mercado de miles de personas que buscamos que nuestras decisiones comerciales – lo que vendemos, lo que compramos, dónde invertimos, – sean consistentes con la sociedad donde queremos vivir. Un mercado que jalona bienestar de personas y naturaleza, donde el crecimiento económico va acompañado de soluciones e impactos positivos.”*

Este sistema, es calificado por una certificación B, que consiste en un estudio minucioso y una revisión detallada de todos los ámbitos de tu empresa, desde tu colaboradores, sus sueldos y afiliaciones, hasta el estado de tu proveedores. De esta forma se pueden identificar todas las posibles oportunidades de mejora para ser un agente de cambio en la economía, cuidando la misión y potenciando la concienciación del triple impacto positivo. Esta certificación es otorgada por B Lab, una entidad sin fines de lucro que busca maximizar el impacto positivo, conocido como “a force for good”. Se basan en los estándares altos, no puedes servir un café mientras pagas a tus empleados, construir casa si explotas los cerros, donar un porcentaje de tus ganancias a la caridad pero por otro lado contaminando todos los ríos; así que el punto está en como vemos la compañía de manera completa, tomando una serie de movimientos como susteinable AG movement (movimiento sostenible de agricultura), microfinanzas, clean tech hasta la preferencia de lo local; siendo todas estas manifestaciones de la misma idea ¿cómo usamos los negocios como herramienta para generar un cambio social? ¿cómo multiplicamos este mensaje llegando al mercado y cambiando su interés para que sea el facilitador del cambio mediante la demanda de producto bajo estos estándares y el push al cambio de las empresas?

Bajo este contexto nace el proyecto de aplicación profesional (PAP) “El libro B” que busca atacar desde la raíz la problemática y el concepto de éxito impartido a todas las generaciones que nos hace considerar el tener un negocio fructífero a nivel económico y no enfatiza la importancia de retribuir al mundo lo que nos da. “El dinero es como la gasolina durante un viaje en carretera. Nadie quiere quedarse sin gasolina durante el viaje, pero nadie disfruta haciendo un viaje que consiste en un tour de gasolineras” (O´Reilly, 2006). Todo esto mediante la ruptura del enfoque tradicional en la educación, la empresa tradicional y el éxito tradicional. Para lograr esto se trabajará bajo el concepto de la multiplicidad de valores que busca desarrollarse en tres campos tradicionales estudio, empresa y éxito. De esta forma se creará una nueva visión sostenida el valores y principios que generen un cambio en la sociedad y el impacto que afecta a esta, dando una nueva misión e inspirando iniciativas novedosas que desarrollen y redefinan el éxito por medio de acciones. Encaminados a estos objetivos, se busca trabajar en una aprendizaje social arraigado en lo experiencial dentro de la tendencia empresarial “B”, es decir, se convocará personas que tengan esta mentalidad de la multiplicidad de valores y que sean ejemplo a nivel de prácticas inclusivas.

Relacionado con lo anterior, dentro de la Universidad Casa Grande en su departamento de vinculación está el Programa de Apoyo de Emprendimiento Social y Empresarial con Responsabilidad social, que tiene como principal objetivo crear una comunidad de emprendedores que desarrolla acciones formativas, asociativas, de aprendizaje que fomenta buenas prácticas personales, sociales y empresariales. Todo basado en el desarrollo de habilidades y la guía bajo la premisa de aprender haciendo.

*“Las crisis y las quiebras tienen su origen, en ocasiones, en comportamientos profesionalmente incompetentes, pero con más frecuencia en actitudes socialmente irresponsables. La gran pregunta es cómo formamos a los profesionales más cualificados y quiénes están llamados a ocupar puestos directivos. Las personas que aportan más valor, tanto económico como social, no se improvisan. Una universidad es responsable en la medida en que forma a los profesionales que la empresa y la sociedad necesitan.”* (La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa no la definen los expertos, sino la propia sociedad, 2014)

De está forma podemos encontrar apoyo para la realización del proyecto de aplicación profesional (PAP 2017) encaminando a estos emprendedores jóvenes bajo el concepto renovado de éxito y la visión B.

En conclusión este proyecto va a permitir mi crecimiento profesional, ya que el campo de la comunicación y la relaciones públicas se desarrolla en lo empresarial, y es en este mercado demandante que no hay que perder la visión y el equilibrio entre la responsabilidad social y la ambición profesional. En lo personal, es gratificante conocer una nueva métrica de éxito que aglomere todos lo conceptos con los que me siento identificada; y es aún más importante trabajar en el desarrollo como agente multiplicador de este movimiento B.

# Bibliografía

Estevez, R. (11 de 09 de 2014). *Ecointeligencia*. Obtenido de Ecointeligencia: https://www.ecointeligencia.com/2014/09/empresas-b/

Sistema B. (2012). *Sistema B*. Obtenido de Sistema B: http://sistemab.org/movimiento-global/

Gilbert, J. C. (2010). *Ted Talk "On better businesses"*. Obtenido de Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=mGnz-w9p5FU

Correa, M. E. (2012). *Sistema B*. Obtenido de Sistema B: http://sistemab.org/empresas-b-construyendo-una-economia-para-el-mundo/

Barrio, E. (s.f.). *Compromiso empresarial: la revista líder en innovación social*. Recuperado el 2016, de Compromiso empresarial: la revista líder en innovación social: http://www.compromisoempresarial.com/rsc/2016/02/las-empresas-sociales-certificadas-con-el-sello-b-corp/

Gonzalez, F. (2014). *Las Terceras*. Obtenido de Las Terceras: http://www.latercera.com/noticia/empresas-b-un-marco-regulatorio-para-una-nueva-forma-de-negocio/

*Actualidad Nebrija*. (2014). Obtenido de Actualidad Nebrija: https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2014/03/14/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-corporativa-la-definen-los-expertos-sino-la-propia-sociedad/

*Actualidad Nebrija*. (marzp de 9 de 2014). Obtenido de Actualidad Nebrija: https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2014/03/14/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-corporativa-la-definen-los-expertos-sino-la-propia-sociedad/

O´Reilly, T. (2006). *Asociación para el progreso de la dirección*. Obtenido de Asociación para el progreso de la dirección: http://www.apd.es/tendencias/articulos/las-empresas-y-el-elixir-de-la-eterna-juventud-488291752

El comercio, negocios. (2015). *El Comercio*. Obtenido de El comercio: http://elcomercio.pe/zona-ejecutiva/negocios/empresas-b-pueden-cambiar-mundo-ya-conoces-noticia-1858790

Davila, J. (2009). *Monografías*. Obtenido de Monografías: http://www.monografias.com/trabajos70/capitalismo-sistema-economico-financiero/capitalismo-sistema-economico-financiero.shtml#ixzz4gGQoJudR

Saenz, I. (2013). *El diario, España*. Obtenido de El diario, España: http://www.eldiario.es/zonacritica/capitalismo-grandes-empresas-navega-viento\_6\_155094504.html

Basco, A. (2016). *Compromiso empresarial: la revista líder en innovación social*. Obtenido de Compromiso empresarial: la revista líder en innovación social: http://www.compromisoempresarial.com/opinion/2016/04/valor-compartido-el-futuro-del-impacto-social-empresarial/