



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de
las sociedades de beneficio e interés colectivo

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Abogado

AUTORES:

Montoya Jimenez, Bryan Jaredh (orcid.org/0000-0002-5838-8365)

Villena Acostupa, Alina (orcid.org/0000-0001-6217-2623)

ASESORES:

Mtro. Guerra Campos, Jefferson Williams (orcid.org/0000-0003-0158-7248)

Mgr. Palomino Gonzales, Lutgarda (orcid.org/0000-0002-5948-341X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estudio sobre los actos del estado y su regulación entre actores interestatales y
en la relación público privado, gestión pública, política tributaria y legislación
tributaria

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

“Estudia a los grandes y sé superior”.
A los eximios compañeros de aula que fueron pilares en mi laboriosa pero fructífera senda universitaria durante estos seis años. Asimismo, a los venideros estudiantes de Derecho quienes, con ímpetu, afrontarán las adversidades en su entorno y alcanzarán sus inmensurables objetivos. Que su sentido de justicia sea idóneo para regular con diligencia la vida en sociedad.

Bryan Jaredh Montoya Jimenez

A Alita, quien siempre estuvo ahí.

Alina Villena Acostupa

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios, quien hizo posible todo esto. Asimismo, agradezco a mi familia: a mis padres, a mi hermana y a mi sobrino, por enseñarme a ser resiliente, brindarme tiempo y a disfrutar del ocio respectivamente. Un agradecimiento especial al Dr. Manuel Portocarrero, quien planteó estudiar a las sociedades BIC, y a la Dra. Lillyana Mejía Gutiérrez, quien es un principal referente para continuar estudiando la materia en general. Finalmente, a los docentes universitarios y demás participantes que permitieron la consecución de esta investigación.

Bryan Jaredh Montoya Jimenez

Agradezco a mis padres Matiasa Acostupa Velasque y Diomedes Villena Sierra. A mis hermanos Pablo Jhordy Villena Acostupa y Leonel Villena Acostupa, y a todos aquellos quienes me apoyaron de una u otra forma.

Alina Villena Acostupa

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	9
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	9
3.3. Escenario de estudio	10
3.4. Participantes	10
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	10
3.6. Procedimiento	11
3.7. Rigor científico	11
3.8. Método de análisis de datos	12
3.9. Aspectos éticos	12
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	13
V. CONCLUSIONES	22
VI. RECOMENDACIONES	23
REFERENCIAS	24
ANEXOS	28

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Matriz de categorización</i>	9
Tabla 2 <i>Categorización de participantes</i>	10

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 <i>Categoría 1: propósito de beneficio</i>	13
Figura 2 <i>Categoría 2: reporte de transparencia</i>	14
Figura 3 <i>Categoría 3: ampliación de deberes</i>	15
Figura 4 <i>Red de categorización</i>	16
Figura 5 <i>Nube de palabras</i>	16

Resumen

El presente informe de investigación tuvo como objetivo determinar si es necesario que las empresas de moda que aplican la economía circular se conformen como sociedades de beneficio e interés colectivo. Es de tipo básico, ya que partió de un marco teórico y se mantuvo en el mismo, además de ampliar los conceptos de este tema con la finalidad de responder interrogantes, siendo de utilidad para demás investigadores. Asimismo, es de enfoque cualitativo y cuenta con un diseño fenomenológico porque se investigó con base en las experiencias y conocimiento de las personas respecto a un determinado fenómeno. Para lograr el objetivo establecido, se recurrió a la búsqueda de material bibliográfico relevante para la investigación, además de que se aplicó la técnica de la entrevista a expertos en la materia, a fin de conocer diversos criterios y complementar la información recopilada. Se concluyó que es necesario que las empresas de moda que aplican la economía circular, en caso de haberse acogido a algún tipo societario previsto en la LGS, adquieran la categoría jurídica BIC, dando una mayor visibilidad en el mercado y proclamando que esta trabaja con mecanismos rigurosos que velan por la consecución de su propósito social y/o ambiental. Se sugiere al Estado mayor participación e incentivo a esta figura jurídica, pues, permitirá la generación de más puestos laborales, además de brindar bienes y servicios favorables al mercado.

Palabras clave: sociedad de beneficio e interés colectivo, economía circular, sostenibilidad, Ley n.º 31072, moda sostenible

Abstract

The objective of this research report was to determine if it is necessary for fashion companies that apply the circular economy to be formed as Collective Benefit and Interest companies. It is a basic research, since it started from a theoretical framework and remained in it, in addition to expanding the concepts of this topic in order to answer the questions, being useful for other researchers. Likewise, it has a qualitative approach and it has a phenomenological design because it was investigated, based on the experiences and knowledge of people regarding a certain phenomenon. To achieve it, the search for relevant bibliographic material, in order to know various criteria and to complement the collected information. As a conclusion, it is necessary for fashion companies, in case they belong to any type of company provided in the General Law of Companies, to acquire this status, giving them major visibility in the market and it expresses that it is working with rigorous mechanisms which ensure the achievement of its social and environmental objectives. It is suggested to the State more involvement and promote this legal entity, because it will allow the development of job generation, in addition to providing goods and services.

Keywords: Collective Benefit and Interest company, circular economy, sustainability, Law No. 31072, sustainable fashion

I. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo, en primer lugar, enmarca la problemática, seguido del problema general que la investigación aborda y sus problemas específicos para posteriormente justificarla de forma práctica, teórica y metodológica. Finalmente, se responden los problemas planteados con el encuadramiento del objetivo general y sus objetivos específicos.

Actualmente, el mundo contemporáneo, junto con los millones de habitantes que viven en él, se encuentra afectado debido a situaciones que involucran a la sociedad y al medioambiente. Gracias a los avances de la tecnología es que las personas pueden saber inmediatamente mediante gráficas los problemas que perturban a sus semejantes y al mundo, por lo que nadie puede verse apartado de la realidad presentada. Dicho esto, conocer realidades distintas en comunidades o continentes resulta impresionante; no obstante, esto apenas suele ser efectivo como para poder tomar acciones inmediatas y necesarias (Mujica, 2016).

Dupleich (2013) sostuvo que el sistema económico actual basado en producir excesivamente es un factor principal por el cual padece el mundo. Explotar ilimitadamente los recursos para obtener beneficios es meramente insostenible, ocasionando a la larga que la Tierra no pueda seguir brindando aquellas riquezas primordiales para subsistir. A raíz de ello es que un sinnúmero de ideas sobre desarrollo positivo se planteó para ser implementadas, en otras palabras, se busca que los recursos del planeta puedan explotarse de una forma razonable y que permita mejorar la vida de las personas junto con el entorno del cual forman parte.

Al hacer mención del “sistema económico actual” se alude al modelo económico lineal, el cual se basa en “extraer, producir y desechar”. Se trata de un modelo insostenible que dispone de material barato y energía en cantidades inmensas, enfocándose únicamente en producir sin medida (Steffen et al., 2015). Entonces, lo que se está apostando hoy en día es por una economía circular, donde los residuos son considerados como materia prima; en consecuencia, esto llevará a que se reduzcan los desechos producidos, planteando de este modo un nuevo paradigma que optimiza los residuos y los revalora como un recurso (Banco de Desarrollo de América Latina, 2018).

Una de las ideas que comenzaron a impulsarse fue la conformación de las Empresas B (de beneficio). Implementadas e impulsadas en Estados Unidos, estas empresas conforman un nuevo movimiento en el mundo empresarial debido a su esencia de generar un triple impacto: social, ambiental y económico, desarrollándose dentro de las comunidades y ejecutando un plan de negocio que relaciona sus fines comerciales con los objetivos que apuntan a brindar un bienestar social y ambiental (Vilchez, 2019).

Apuntando la investigación en el sector moda, esta es, después del petróleo, la más contaminante del planeta, rebasando en cantidad de emisiones de carbono a los vuelos y envíos marítimos a nivel internacional, teniendo un efecto adverso en el clima. La “moda rápida” resulta ser incluso un obstáculo. Por ende, estas empresas están adoptando el modelo sostenible de la economía circular enfocada en la preservación del medioambiente mediante la reducción de desechos y aprovechando los recursos; en este caso, se emplea material reciclado para confeccionar nuevas prendas (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2019).

En consonancia a lo anterior, existe una figura de persona jurídica cuya actividad económica se caracteriza en brindar un beneficio social público y ambiental, tal como se enmarca en su estatuto. Esta figura se refiere a las sociedades de beneficio e interés colectivo, reconocida en la Ley n.º 31072, la misma que da a estas empresas inmersas en el nuevo sistema económico un reconocimiento legal, sometiéndose voluntariamente a brindar impactos positivos y a reducir los impactos negativos (D. S. n.º 004-2021-PRODUCE, 2021).

Por ello, para esta investigación, se tiene el problema general: ¿Resulta necesario que las empresas de moda que aplican economía circular se inscriban como sociedades de beneficio e interés colectivo? Como problemas específicos se tienen los siguientes: (a) ¿El propósito de beneficio es fundamental en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo? (b) ¿Cómo las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo demuestran la transparencia de su reporte? y (c) ¿Cuáles son los deberes que se amplían en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo?

Ahora, el motivo que lleva a desarrollar este trabajo surge a raíz de que las grandes empresas de moda están ligadas a una economía lineal que, a la larga, traerá efectos adversos al planeta. Dicho esto, resulta pertinente que estas empresas, tanto establecidas como nuevas, adopten un sistema económico circular que, junto con el reconocimiento de la Ley BIC, ejecutarán un desarrollo sostenible con relación a los tres impactos, toda vez que es un derecho que las personas gocen de un ambiente equilibrado y adecuado. De este modo, este trabajo busca abordar una gran parte de la materia de estudio, esperando ser una herramienta útil para futuras investigaciones.

La justificación teórica se fundamenta en el Artículo VI inciso 9 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el mismo que establece que es el Estado quien debe promover el consumo sostenible de productos y servicios a través de la difusión en aplicar las mejores prácticas para comercializar, adecuándola a la normativa que beneficie en su diseño, distribución y producción, todo esto sujeto a una normativa ambiental (Ley n.º 29571, 2010).

El presente trabajo empleó la entrevista como técnica, pues, a comparación de lo limitado que resulta ser una entrevista cuantitativa, la entrevista cualitativa tiende a ser más flexible y personal debido a que se intercambia información con el participante (Hernández y Mendoza, 2018).

Como objetivo general se tiene el siguiente: Determinar si es necesario que las empresas de moda que aplican economía circular se inscriban como sociedades de beneficio e interés colectivo. Con relación a los objetivos específicos, se plantean tres: (a) establecer la importancia del propósito de beneficio en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo, (b) explicar cómo las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo demuestran la transparencia de su reporte y (c) precisar cuáles son los deberes que se amplían en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo.

II. MARCO TEÓRICO

Este acápite contempla los antecedentes nacionales e internacionales, junto con las teorías que servirán como sustento de la investigación. En primer lugar, este apartado empleó antecedentes nacionales ordenados de forma decreciente.

Navarro (2019) tuvo como objetivo identificar los beneficios que las empresas sociales obtienen tras certificarse como empresa B en el Perú. La presente tuvo un diseño exploratorio y descriptivo con base en el enfoque cualitativo. Fueron noventa y cinco participantes, estructurados de la siguiente manera: se entrevistó a cuatro especialistas en empresas B y sector social, y cinco gerentes de la empresa enfocada como materia de estudio, mientras que treinta administrativos y cincuenta y seis colaboradores de campo fueron encuestados. El autor concluyó que, en la empresa donde se enfocó la investigación, se encontraron pocos beneficios provenientes del certificado, estas fueron identidad y el valor compartido, participación e involucramiento, y gobernanza.

Zapata (2019) planteó como objetivo explicar los beneficios que el mercado peruano tiene al aplicar los principios de la responsabilidad social corporativa. Como metodología, la presente tiene un carácter dogmático, toda vez que requirió el uso de normativa legal, informes de entidades administrativas públicas e investigaciones. El autor llegó a la conclusión de que, para la consecución del mismo, se adapte al ordenamiento jurídico una nueva sociedad, siendo la sociedad de beneficio e interés colectivo la figura óptima que dinamizaría el mercado peruano, debido a que involucraría una mejora en el nivel económico, ambiental y laboral.

Aranda (2018) tuvo como finalidad demostrar la inclusión de las empresas B y su importancia en la conservación de bosques de la Amazonia peruana para cumplir con el objetivo de que las comunidades situadas en ese espacio geográfico se desarrollen social y económicamente. La presente tuvo una metodología de carácter dogmática, puesto que empleó normas legales, investigaciones e informes de entidades internacionales. El autor concluyó que el Estado no debería ser ajeno a esa moción, sino que, además de emplear medidas legislativas que contribuyan a la creación y ejecución de su objeto, incentiven incluir este nuevo modelo

empresarial social, de manera que, en conjunto con las comunidades nativas, se reduzcan los índices de deforestación.

Chávez y Gonzales (2017) tuvieron como objetivo mostrar cómo era el desarrollo de las empresas B en el Perú y su multiplicación, además de determinar por qué pocas empresas consideraban adoptar el modelo de empresas B en el país. Con base en la metodología, el presente estudio se desarrolló por medio de un estudio cualitativo y el diseño fue exploratorio descriptivo, teniendo una cantidad de veinte participantes, entre ellas cuatro empresas, once *startups* y cinco expertos empresariales, aplicándose entrevistas como técnica para recopilar información. Concluyeron que los grupos promotores difundan mejor la figura de empresas B en vista del desconocimiento presente, aunque se determinó que existe interés entre las *startups*.

Con la finalidad de expandir los conocimientos de la materia en cuestión, también se emplearon como antecedentes trabajos de investigación de universidades extranjeras, ordenadas del mismo modo como los antecedentes del apartado anterior.

Lecaro (2021) tuvo como objetivo emplear un estudio crítico con relación a la implementación de incentivos en las sociedades de beneficio e interés colectivo en Ecuador, motivando así a que distintos tipos de empresas en el mercado deseen voluntariamente conformarse como sociedad BIC, comprometiéndose a realizar prácticas en beneficio de la comunidad y al medioambiente. El enfoque de este trabajo fue de carácter cualitativo. El autor concluyó con que este modelo de sociedad debe promocionarse adecuadamente en su país porque ningún marco normativo establece beneficios tributarios para estos, pese a que este modelo va acorde a los fines constitucionales.

Falappa et al. (2019) plantearon como objetivo analizar cuál es la situación y cómo evolucionó la economía circular en el siglo XXI. La metodología desarrollada en este trabajo empleó herramientas de recolección de datos como la encuesta y métodos gráficos que permitieron evaluar y diagnosticar los contrastes que tiene con el modelo de economía lineal. Las encuestas mencionadas fueron aplicadas a más de ciento setenta y cinco personas. Los autores concluyeron con que es necesario la difusión obligatoria de la economía circular para que el estado de la

Tierra mejor, para así detener prontamente todos los errores cometidos hasta la actualidad.

Fiaschetti (2019) tuvo como objetivo describir cómo funcionan las empresas B y sus alcances en los resultados ambientales, sociales y en ciertas prácticas relacionadas a recursos humanos. La metodología empleada en este trabajo fue cualitativo y de un diseño descriptivo, ya que recolectó datos mediante estudios académicos. La autora concluyó que todos ganan al adoptar ese modelo de negocio, contribuyendo al rendimiento de los trabajadores porque se sienten comprometidos al aportar en algo beneficioso para los demás, agregando que estas personas se deberán capacitar por la incorporación de nuevos procedimientos presentados en la empresa.

Bianchi (2016) tuvo como objetivo exponer los beneficios con base en los tres ejes del modelo de sustentabilidad: social, económico y medioambiental de las empresas que presentan una certificación B, demostrando su viabilidad como alternativa de organización sustentable y competitiva en el mercado nacional. La metodología empleada fue de carácter descriptivo y cualitativo, aplicando una recopilación bibliográfica de datos. La autora llegó a la conclusión de que invertir en sostenibilidad demuestra resultados inmediatos en la organización, vinculándose con un mejor desempeño corporativo, ventaja competitiva, la lealtad del cliente, mejor imagen de la empresa y una mayor retención de empleados. Todo surge con base en sus recursos y capacidades.

Soto (2015) tuvo como objetivo estudiar qué intención de compra tiene el consumidor chileno por un producto proveniente de una empresa B certificada con la finalidad de conocer si el consumidor percibe el valor y está disponible en pagar más por un producto cuyo origen es de esta empresa certificada. El tipo de estudio fue exploratorio y empleó la técnica de análisis de registro documental. La autora concluyó que los consumidores consideran el factor “responsabilidad socioambiental, estándares de desempeño y transparencia en una empresa B” al momento de juzgar la diferencia de precios, percibiendo más beneficios al comprar un producto que invierte en los factores mencionados.

A continuación, se detallan las teorías que conceptualizan y complementan, *grosso modo*, los términos empleados en el informe de investigación.

Conceptualmente, la economía circular es un sistema reparativo y regenerador que persigue el constante mantenimiento del valor y utilidad, tanto de los productos y recursos generados como el de sus componentes. Este nuevo modelo diferencia entre un ciclo técnico y un ciclo biológico. Refiere pues a un modelo cíclico de impacto positivo que brinda al capital natural una conservación y mejora, además de gestionar los recursos y reducir los riesgos. Es un modelo que funciona eficazmente (World Economic Forum, 2014).

Aunado a ello, el objetivo de este nuevo modelo es reducir tanto el ingreso de materia prima como la producción de nuevos desechos. Al respecto, hay empresas que tienen zonas cercanas de donde están situadas para poder adquirir sus recursos. Tan solo este hecho conlleva a que el impacto ambiental sea menor pues el medio de transporte que efectuará la entrega de estos materiales transitará una mínima distancia, por ende, las emisiones de gases nocivos hacia la atmósfera también será menor. La economía circular, además de ser verde, es sostenible, ya que aparte de la emisión reducida generada de gases hacia el ambiente trae consigo puestos de empleo cerca de la zona (Falappa et al., 2019).

Además de generar más puestos de trabajo que garantizarían a largo plazo una estabilidad económica, los beneficios empresariales que le traería a una empresa adoptar una economía circular sería originar la demanda de nuevos servicios, tales como la comercialización mediante plataformas que inciten el reúso de los productos. Asimismo, utilizar una cantidad menor de materia prima y más cantidad de residuos reduce la inestabilidad de los precios. Estos beneficios, al implementar las empresas esta noción de economía sostenible, a la larga, harán que en su actividad productiva mejore su rentabilidad y competitividad (Fresno, 2019).

Para que estas empresas puedan vincular su rol empresarial con fines lucrativos junto con la misión de generar un impacto social, ambiental y económico es que se presentaron las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (Sociedades BIC en adelante) en Latinoamérica como una opción legal que busca otorgar un acercamiento al nuevo modelo en el mundo empresarial. Dicha figura deriva de la *Benefit Corporation* (originada en el Derecho estadounidense por la iniciativa de B Lab) regulada en 36 estados de Estados Unidos, en otras palabras, es una

adaptación libre que varía acorde al ordenamiento jurídico de cada país donde se encuentra en vigencia o trámite (Conolly et al., 2016).

Son empresas con ánimo de lucro existentes en un ordenamiento jurídico, pero lo que la diferencia de otras empresas sin fines de lucro y de las que sí tienen propósito es que estas, además de tener fines de lucro, pueden distribuir a sus accionistas utilidades. Otra particularidad de este modelo es que se le asigna un mandato legal mediante el cual los administradores y accionistas procurarán efectuar un beneficio a la sociedad en conjunto con la generación de utilidades (Abramovay et al., 2013).

Los elementos esenciales que se aprecian en la ley de sociedades de beneficio e interés colectivo provienen del modelo de las *Benefit Corporations*. Estas son: (a) Propósito de beneficio social, que es el impacto positivo que la empresa tiene como interés en común, este debe ser específico y medible, (b) Responsabilidad, donde los administradores de esta sociedad deberán cumplir con los deberes mayores asignados y actuar con cuidado sobre la actividad económica y (c) Transparencia, donde las sociedades BIC, anualmente, deberán presentar un informe de gestión, el mismo que debe ser elaborado por un tercero autónomo y ser de libre acceso público. Dicho documento debe llevar adjunta la gestión que la empresa tomó para impactar positivamente en la sociedad y el ambiente (Conolly et al., 2016).

Esta normativa, pese a que no precisa puntualmente la economía circular, comparte el mismo ideal, toda vez que el consumo responsable y la sostenibilidad se relacionan. El consumidor tiende a ser más escrupuloso cuando va a comprar un producto, preguntándose cómo se hizo, qué emplearon para hacerlo o en qué lugar se fabricó. No se trata, pues, de una cuestión de voluntad, sino de convicción. Con relación al ámbito textil, está teniendo éxito el concepto de la moda sostenible, cuyo propósito es respetar las normas laborales y ambientales (Fasson, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El informe de investigación se orientó al tipo básico porque parte desde un marco teórico y no sale de este. Busca ampliar los conocimientos de un tema a fin de responder ciertas dudas que sean de utilidad para otros investigadores (Carhuancho et al., 2019).

El diseño empleado en la investigación fue de carácter fenomenológico porque, a diferencia del diseño narrativo, donde se enfoca en una sucesión de hechos, tiene como finalidad investigar, describir y entender las vivencias de las personas en un fenómeno, descubriendo ciertos elementos en común (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Tabla 1

Matriz de categorización

Categorías	Subcategorías	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3
Propósito de beneficio (Mujica, 2016)	Propósito social (D. S. n.º 004-2021-PRODUCE, 2021)	Proveedores (Franky, 2018)	Trabajadores (Franky, 2018)	Economía social (Abramovich y Vázquez, 2007)
	Propósito ambiental (D. S. n.º 004-2021-PRODUCE, 2021)	Conservación del patrimonio natural (Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental [OEFA], 2016)	Aprovechamiento sostenible de los recursos naturales (D. S. n.º 004-2021-PRODUCE, 2021)	Impacto medioambiental (Zepeda, 1998)
Reporte de transparencia (Ley n.º 31072)	Informe de gestión (Ley n.º 31072)	Transparencia (Zapata, 2019)	Información pública (Zapata, 2019)	Evaluación de terceros (Zapata, 2019)
	Transparencia organizacional (Mujica, 2016)	Desarrollo sostenible (Foy, 2014)	Propósito medioambiental (Franky, 2018)	Misión social (Cochachín, 2015)
Ampliación de deberes (Abramovich et al., 2013)	Beneficio a la comunidad (Liévano, 2019)	Inclusión social (SG/OEA, 2006)	Salud (Higuera y Ortega, 2018)	Equidad social (Mokate, 2002)
	Beneficio a los trabajadores (Jáuregui, 2011)	Remuneración salarial razonable (Ley 1901 de 2018, Colom.)	Capacitación del personal (Troncoso, 2014)	Sustentabilidad empresarial (Accinelli y de la Fuente, 2013)

3.3. Escenario de estudio

El proyecto empleará como escenario de estudio a ciertas empresas textiles peruanas y de moda sostenible, verificando que se conformaron como sociedades de beneficio e interés colectivo y si tal adquisición de esta categoría fue beneficiosa. Asimismo, se contará con la opinión de abogados expertos en derecho comercial y derecho empresarial, permitiendo así su desarrollo.

3.4. Participantes

Tabla 2

Caracterización de participantes

Nombre	Ocupación	Centro de trabajo
Lizandro Arturo Caballero Luna	Abogado	A2G S. A. C. BIC
Sandra Vanesa Valle Palomo	Diseñadora de modas	Insecta E. I. R. L.
Fernando Ruiz Gastello	Coordinador en sostenibilidad	Textil del Valle S. A. BIC
Ester Xicota Torres	Consultora en sostenibilidad	Pontificia Universidad Católica del Perú
Lillyana Mejía Gutiérrez	Abogada	Hub Moda Sostenible
Annalucía Fasson Llosa	Abogada	Estudio Muñiz

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnica

La técnica que se empleó fue la entrevista. Hernández y Mendoza (2018) establecieron que, a diferencia de lo limitado que resulta ser una entrevista cuantitativa, la entrevista cualitativa tiende a ser más flexible y personal debido a que se intercambia información con el participante.

3.5.2. Instrumento

Hernández y Mendoza (2018) manifestaron que, en una investigación cualitativa, el instrumento es el investigador ya que este se encargará de efectuar la recolección de datos a través de las técnicas previamente mencionadas.

3.6. Procedimiento

Para la obtención de la información empleada en la presente investigación se accedió a diversas plataformas de búsqueda, considerando con relevancia a aquellas que son de renombre internacionalmente, de manera que se mantenga el mayor grado de fiabilidad posible. En ese sentido, resaltan las siguientes plataformas: Google Académico, Core, ProQuest y SciELO.

3.7. Rigor científico

Hernández y Mendoza (2018) enmarcaron el rigor científico como la relación entre las exégesis comprendidas en el marco teórico que versa en la investigación. Se emplearán los criterios de consistencia lógica, credibilidad, confirmabilidad y aplicabilidad.

Con relación a la consistencia lógica, observa los aspectos situados en constante cambio, los mismos que deben compararse con la información conseguida en un inicio, no debiendo alterar el sentido de ambas informaciones recopiladas (Hernández y Mendoza, 2018).

La credibilidad se consigue si el investigador adquirió información mediante conversaciones u observaciones extendidas con quienes participaron del estudio, conllevando a obtener hallazgos para, posteriormente, ser reconocidos como una aproximación de lo que piensan o sienten. Es, en otras palabras, el resultado verdadero obtenido de los partícipes en el estudio, quienes estuvieron inmersos en el fenómeno a investigar (Hernández y Mendoza, 2018).

Por otro lado, el criterio de confirmabilidad es la forma en como un investigador sigue la ruta de los alcances que otro dio. Para esto, es necesario registrar y documentar las decisiones que aquel investigador tuvo en torno del estudio para así conseguir conclusiones similares (Rada, 2007, citado por Molina, 2017).

Por último, la aplicabilidad implica examinar cuánto se ajustan los resultados en otro contexto. En vista de que, en una investigación cualitativa, se determina si se pueden extrapolar estos hallazgos en un diferente contexto, se deberá describir el lugar y las características de quienes están inmersos en el fenómeno objeto de estudio (Rada, 2007, citado por Molina, 2017).

3.8. Método de análisis de datos

Para poder analizar la información recopilada se empleó el *software* ATLAS.ti. Esta es una herramienta que analiza datos que no se pueden cuantificar, por lo que se enfocará en el objetivo de la investigación de forma predilecta, además de que facilitará la construcción de teorías mediante la representación de datos en diagramas, mapas gráficos o similares (San Martín, 2014).

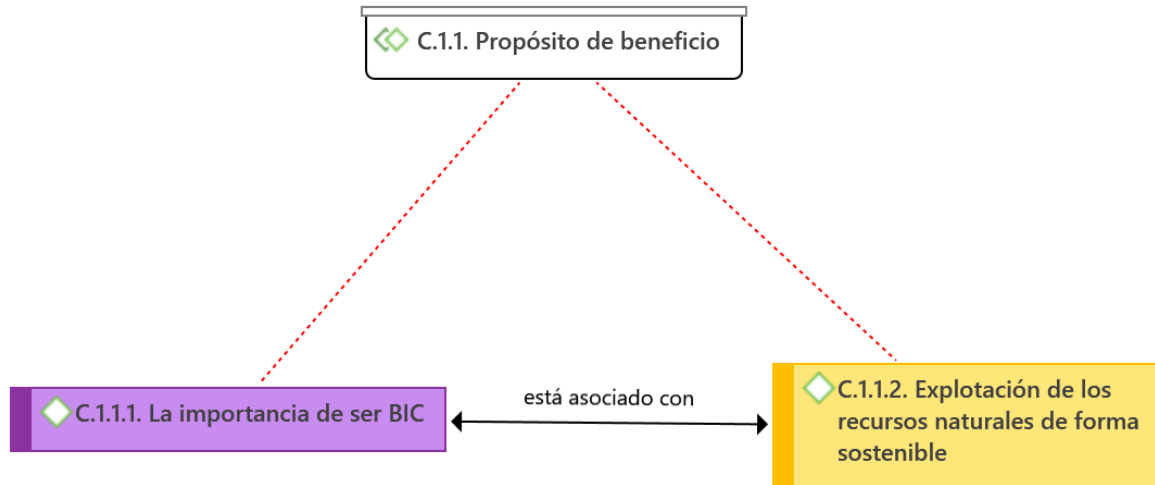
3.9. Aspectos éticos

Se considera ética a una investigación cuando es valiosa, válida científicamente hablando, y donde la selección de los participantes es justa, además de que dicha participación es voluntaria efectuándose por medio de un proceso de aquiescencia informada y válida, respetando a los participantes potenciales como a los sujetos incluidos previamente en la investigación (Pérez et al., 2019). Asimismo, se utilizaron las normas APA 7.a edición en la presente investigación, respetando los aportes de diversos autores mediante el uso de citas parafraseadas. Es indispensable hacer mención de la Resolución de Consejo Universitario N.º 0340-2021/UCV, toda vez que la presente se efectuó con buenas prácticas, demostrándose honestidad en el control y empleo de información.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Figura 1

Categoría 1: propósito de beneficio

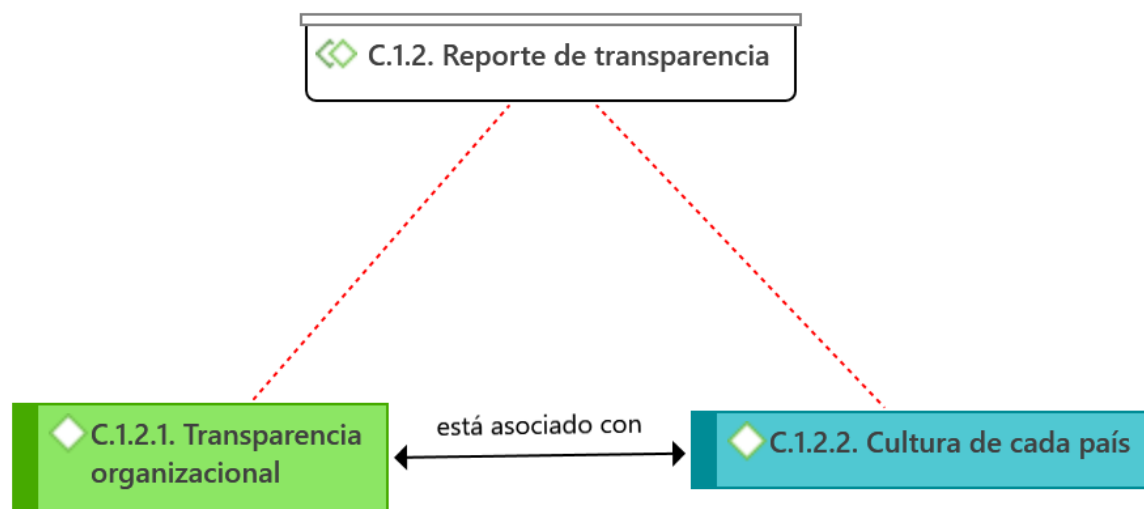


En la presente imagen derivada de la matriz de categorización, se tiene la primera categoría denominada propósito de beneficio. De esta, surgieron dos códigos relevantes para el desarrollo de la presente investigación: la importancia de ser BIC y explotación de los recursos naturales de forma sostenible. Es de imprescindible su utilidad, toda vez que permitió la codificación del cuestionario con preguntas puntuales relacionadas a la problemática y a los objetivos, las mismas que los participantes absolvieron mediante la entrevista.

Se comprende, a partir de los comentarios de los entrevistados, que el propósito de beneficio es un elemento crucial arraigado a la naturaleza jurídica de las sociedades BIC, toda vez que estas personas jurídicas deberán rendir cuentas con respecto a informar sus acciones y decisiones relacionadas a este. Por ello, debe estar descrita detalladamente en su estatuto el fin social o medioambiental que pretende conseguir, siendo la explotación sostenible de recursos naturales el factor más ligado a las empresas de moda que emplean acciones como la economía circular, el cual coadyuva a mitigar aspectos adversos que vienen desde otrora por las malas prácticas.

Figura 2

Categoría 2: reporte de transparencia

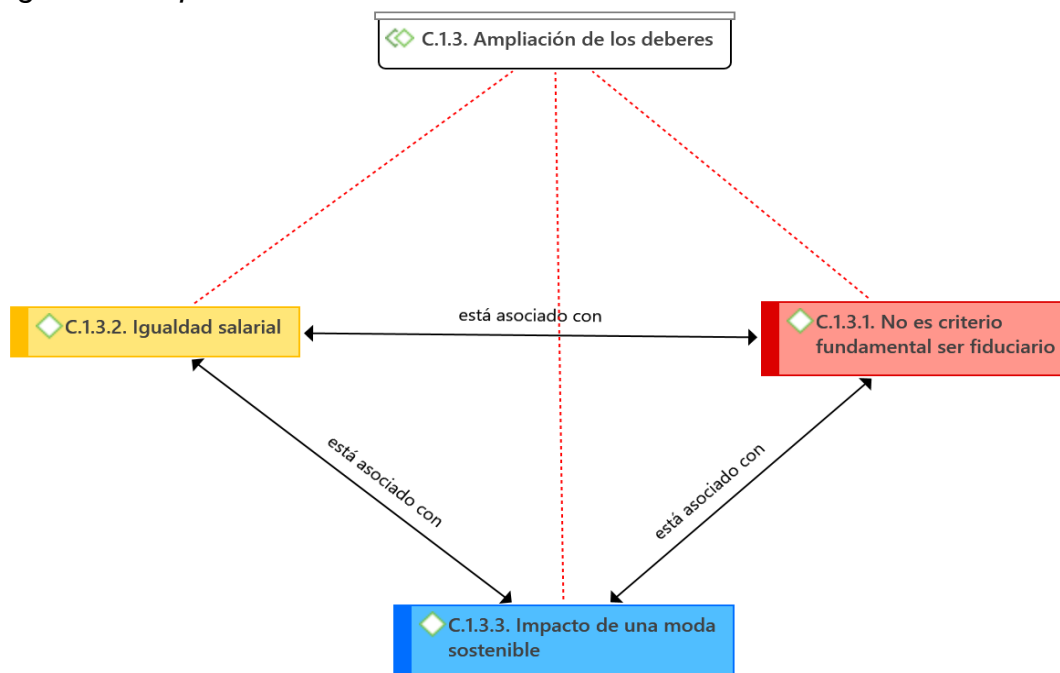


Esta segunda imagen, obtenida gracias a la esquematización elaborada en el *software* ATLAS.ti, evidencia la segunda categoría denominada reporte de transparencia. De esta, se desligaron dos códigos importantes que permitieron el desarrollo de la presente investigación: reporte de transparencia y cultura de cada país. Ambos códigos resultan de utilidad, ya que permitió la codificación del cuestionario con preguntas concisas referentes a la problemática y a los objetivos, las mismas que los participantes, a través de la entrevista, absolvieron.

Se interpreta que, con base en las opiniones de los participantes, para que una empresa dé a conocer cómo se desempeña, la transparencia resulta ser de carácter principal, siendo aún más significativa en las sociedades BIC, en vista de que muchas legislaciones apuntan a que estas deben brindar un informe al alcance del público. Bajo la elaboración de un tercero, este reporte debe transparentar el *modus operandi* de la empresa, la misma que deberá velar por la consecución de los propósitos establecidos en su estatuto, sirviendo además como un mecanismo de guía para directores, administradores, accionistas y demás gestores competentes en la sociedad. La transparencia permite visualizar la trazabilidad de los recursos. En el caso de las empresas de moda, parte desde la adquisición de la materia prima entre otros aspectos.

Figura 3

Categoría 3: ampliación de deberes



Se tiene como tercera imagen un diagrama de la tercera y última categoría denominada ampliación de deberes. La presente arrojó tres códigos que facilitaron el desarrollo de este informe de investigación: no es criterio fundamental ser fiduciario, igualdad salarial e impacto de una moda sostenible. No está de más establecer que estos tres códigos sirvieron de utilidad, a fin de codificar el cuestionario de preguntas puntuales aunadas a la problemática y a los objetivos plasmados, las cuales fueron respondidas por los entrevistados.

A partir de este esquema, gracias a las opiniones de los entrevistados, se establece que los deberes y responsabilidades de los administradores o directores de estas sociedades BIC es más amplia que los de quienes dirigen o administran las sociedades comunes. Esta ampliación de deberes refiere a que deberán salvaguardar por la obtención del mejor interés económico para su empresa, considerando a los *stakeholders* e intereses de corto, mediano y largo plazo. Tratándose de las empresas de moda, escenario de enfoque y materia de estudio, se busca que los trabajadores también se sientan comprometidos con la empresa, pudiéndose lograr esto con una remuneración digna que brinda fidelidad y mayor captación de talentos.

Las sociedades BIC, la categoría jurídica que cualquiera de los tipos societarios establecidos en la LGS pueden adquirir, consta de tres elementos inherentes: propósito de beneficio, reporte de transparencia y ampliación de deberes, coincidiendo con Conolly et al. (2016), los mismos que fueron plasmados en la matriz de categorización y que ahora son materia de discusión. En consonancia con la idea mencionada, se aprecia una similitud de acuerdo con la participante AFLL, refiriendo que, en el caso de las empresas de moda sostenible, el factor de la sostenibilidad se cimienta en pilares alineados, siendo el primero el derecho laboral y derecho social, el aspecto medioambiental como segundo pilar y el buen gobierno corporativo como tercer pilar, visto además por Navarro (2019). En otras palabras, pretende alcanzar mejoras en el ámbito social, económico y ambiental, diagnosticándose mediante la aplicación de los elementos mencionados.

Ahora bien, se debe tener en claro que el propósito de beneficio, de acuerdo con Mujica (2016), es el elemento principal de las sociedades BIC, el cual se desarrolla o, es decir, parte del mismo concepto de las *Benefit Corporation* en Estados Unidos. Él señaló que, a diferencia de las figuras societarias tradicionales donde el objeto social es el que define y establece puntualmente las actividades de la empresa, el propósito de beneficio en las sociedades BIC toma un valor proporcional al objeto social, ya que permite realizar acciones que no necesariamente se relacionan con el retorno de la inversión hacia los accionistas, tales como rendir cuentas y destinar fondos para la realización de dicho propósito que puede ser de índole social o ambiental.

Al respecto, la participante SVVP, cuya empresa se dedica a la moda sostenible, hizo mención sobre el propósito social. Hay que mencionar que su empresa en cuestión no tiene la categoría jurídica de sociedad BIC en vista de que la Ley n.º 31072 no reconoce a las EIRL como empresas que puedan obtenerla; en consecuencia, al momento de abordar una de las preguntas, desconocía si las empresas, al ser BIC, obtenían algún beneficio con relación a préstamos o facilidades para pagar impuestos, escenario similar al que Chávez y Gonzales (2017) encontraron, pues demostraron que las *startups* desconocían a las Empresas B y que, en ese entonces, no existía una entidad competente que se encargara de motivar su conformación como tal. No obstante, este apartado resulta sugestivo de desarrollar, pues abre paso a continuar con la discusión del tema.

Considerando al participante FRG, manifestó que es importante que las empresas de moda que aplican la economía circular se constituyan como sociedades BIC, pues, ante esta ley tan reciente en el Perú, lo que se busca es dar incentivo a un modelo económico que plasme una trazabilidad con relación a los objetivos y metas que las empresas apuntan desde un principio. Como comentario adicional, estableció que las empresas que adquirieron esta categoría van más por el hecho de dar a conocer a diferentes líderes en el mercado la importancia y visibilidad que puede traer a sus negocios, idea que coincide con lo que comentó la participante EXT, debido a que permite transparentar las acciones que realizan. Esto guarda relación con el resultado que Zapata (2019) obtuvo en su investigación, quien consideró a las sociedades BIC como un modelo que permite incorporar principios de responsabilidad social corporativa.

Retomando el aporte de la participante SVVP, los comentarios de las entrevistadas LMG y AFLL concuerdan con lo señalado por FRG, pues ambas indican que estas empresas de moda que emplean la economía circular deberían conformarse como sociedades de beneficio e interés colectivo, toda vez que dan un tránsito hacia la sostenibilidad; sin embargo, la participante EXT disintió, alegando que no es necesario porque la categoría BIC como tal no brinda algún beneficio en concreto a comparación de otros países, pudiendo no ser de interés para las empresas adoptar esa categoría. Tal idea coincide con la que Lecaro (2021) enunció en su investigación, pues consideró que deberían darse incentivos tributarios para que más empresas de diversos sectores económicos opten por convertirse en una, pues, se adapta a sus fines constitucionales.

De acuerdo con el D. S. n.º 004-2021-PRODUCE, el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales es parte de los objetivos ambientales que persiguen la existencia de un ecosistema saludable a través de la protección, prevención y restauración del ambiente junto con sus elementos. Con relación a las empresas de moda sostenible, el participante FRG indicó que, lo que a una empresa le permite ser una sociedad BIC, es tener la trazabilidad de estas empresas que fijan metas y que cumplen con estas. Complementando la idea, él señaló que estas empresas podrían decir que trabajan utilizando energía renovable, mas no se puede determinar sin un mecanismo que la certifique, a no ser que cuente con certificaciones internacionales.

Quienes también concuerdan con esta idea son los participantes LMG y AFLL. Por un lado, la entrevistada LMG, además de su conocimiento respecto a las sociedades BIC, brindó un vasto panorama sobre lo que la economía circular refiere. En uno de sus comentarios, indicó que este término surgió de un concepto que data del año 1953 y que el tránsito hacia la sostenibilidad en el ecosistema de la moda es muy complejo, debido a que esta industria es muy poco transparente. Asimismo, situaciones como que hay pocos expertos en la materia y, en términos de la participante LMG, la feminización que le dan a esta industria hacen que tergiversar conceptos sea muy frecuente y se pierda la importancia de la moda en su tránsito hacia la sostenibilidad.

Por otro lado, la entrevistada AFLL fue partícipe en los comentarios para el reglamento de la Ley BIC en el Perú, motivo por el que su participación en esta discusión resultó crucial. En un principio, ella quiso incluir el tema de la moda sostenible en la Ley, pero se descartó la idea en vista de que se buscaba la transversalidad de la misma en distintos sectores. En consecuencia, es de suma relevancia mencionar que la depredación de recursos naturales no siempre va a estar en todos los sectores: eso dependerá de la forma en como alinean sus estatutos y especifiquen cuál es el propósito social y/o ambiental que perseguirán. Tal afirmación concuerda con Aranda (2018), quien mencionó además que las empresas que apuestan por este nuevo modelo optan por la Certificación B, debido a que no se contaba con una figura jurídica que brindase visibilidad.

Para que una sociedad BIC pueda transparentar la información de sus actividades y su *modus operandi*, es importante que cumpla con presentar reportes, además de agregar una política de transparencia que integre a cada uno de los órganos componentes de la empresa. En ese sentido, tanto el participante LACL como la participante SVVP coincidieron con que este elemento es tan importante en las empresas de moda para demostrar que están actuando con el menor impacto posible. Como aporte adicional, la participante SVVP consideró que esta transparencia de información puede tener mayor veracidad en otros países respecto a lo que exponen, toda vez que se encuentra presente una cultura sobre moda sostenible.

A esta idea, se sumaron los participantes FRG y EXT. Por un lado, el primero hizo mención sobre la existencia de muchas empresas que se muestran al mercado

como sostenibles, pero se trata, considerando únicamente al rubro textil, de un tema de apariencia, debido a que están con la tendencia de la moda rápida o *fast fashion* y resulta contradictorio. En vista de que la sostenibilidad se encuentra en un auge, parece complicado identificar cuáles trabajan verídicamente, siendo mecanismos de diagnóstico el informe de gestión, propio de las sociedades BIC o certificaciones como la Certificación B, tal como estableció Zapata (2019), quien indicó que su otra finalidad radica en captar inversionistas y que esto permita generar más ganancias. Por otro lado, la participante EXT agregó que un reporte de transparencia no siempre va de la mano con el cumplimiento de los objetivos.

En consonancia con lo anterior, la entrevistada LMG hizo mención de dos empresas textiles en Colombia que reportan mediante estándares del Global Initiative Reporting (GRI). Ella manifestó que estas empresas no son BIC: dan cuenta de sus acciones encaminadas hacia la sostenibilidad; no obstante, bajo su criterio, estas no tienen una estrategia que apunten a ese fin. Así, la participante AFLL brindó una postura que refuerza lo abordado por el participante FRG: sostuvo que, ni en el Perú ni a nivel mundial, no existe una empresa de moda que sea 100 % sostenible, pues, existen cerca de 40 aspectos sostenibles a desarrollar, los mismos que se encuentran relacionados con los 17 ODS que, a su vez, apuntan a 169 metas, sin mencionar a los *stakeholders* internos y externos. En consecuencia, la misión de ser 100 % sostenible resulta complicada.

Ahora bien, la ampliación de deberes surge de la integración del propósito de beneficio, por ende, los directores o administradores velarán por el buen manejo de la actividad económica a partir del objeto social plasmado en el estatuto. De acuerdo con Abramovay et al. (2013), consideraron que se debe tomar en cuenta a todas las partes interesadas: accionistas, clientes, comunidad, empleados y medioambiente. Al respecto, el participante LACL señaló que muchas empresas peruanas de moda sostenible son familiares y no cuentan con accionistas, careciendo de deber fiduciario. Por otro lado, el participante FRG, respecto a la ampliación de deberes fiduciarios como criterio fundamental, sostuvo que podría tomar mayor extensión a medida que la ley sea más conocida por las empresas.

Con relación a esa línea, la entrevistada LMG sostuvo una postura que concuerda con la de Abramovay et al. (2013). Ella manifestó que, dentro del proceso de certificación o conversión en sociedad BIC, estas personas deberán

hacer un ejercicio previo que permita identificar los grupos de interés internos y externos, concepto mencionado además por la participante AFLL. Los internos lo conforman los trabajadores, razón por la que el tema fiduciario también se amplía, mientras que se tiene a los proveedores como el gobierno, la competencia, los clientes y la sociedad como grupos externos. Adicionalmente, puntualizó, con relación al deber fiduciario, que existen empresas muy pequeñas en el ecosistema moda donde el dueño es el único accionista e, incluso, muchas veces son empresas que no se han formalizado, dando lugar a una serie de conflictos.

Sobre el rol de las empresas de moda sostenible como situación determinante que mitigaría los problemas socioambientales, todos los participantes estuvieron de acuerdo, siendo variable el grado de apreciación que se tiene al respecto. El participante LACL consideró que es una parte, en vista de que en ese sector hay diferentes actores, empresas que se dedican a la creación de diferentes productos; en consecuencia, mencionó que estas empresas de moda sostenible son parte del ecosistema textil. A este aspecto, la participante SVVP precisó que estas empresas deben ser más conscientes de lo que producen, del sueldo que pagan y todo lo referente al cuidado de las personas y del entorno ambiental. Bajo esa línea, el participante FRG declaró que es sumamente determinante porque se presenta el manejo de un gran número de personas, causando un gran impacto en ellos y con miras a actuar más allá de lo que establece la ley.

En proporción con lo descrito, la participante LMG amplió el concepto, afirmando que el compromiso con ser sostenible implica mitigar, prevenir, reparar y compensar sobre sus impactos negativos en el medioambiente y las personas. Que esto requiere del compromiso de todos los sectores, idea que guarda relación con la postura de la participante EXT. Finalmente, la participante AFLL afirmó que, en un futuro, serán sostenibles la mayoría de las empresas, pues, es lo que el consumidor está buscando hoy en día. Que los materiales orgánicos aplicados en la economía circular, *upcycling* y la venta o alquiler de productos de segunda mano contribuyen con ello. Esto guarda relación con lo que Fresno (2019) expuso: podrían apuntar a ser referentes a nivel mundial, empezando por redirigir las concepciones que se tienen sobre la forma actual de producción y consumo.

V. CONCLUSIONES

1. Es necesario que las empresas de moda que aplican la economía circular adquieran la categoría jurídica BIC, siempre y cuando sea alguno de los tipos societarios expresos en la LGS. Tras adquirirla, otorgará visibilidad a las mismas, siendo un atractivo para los líderes existentes en el mercado toda vez que reportan sus acciones, las mismas que apuntan a la consecución de un propósito social y/o ambiental.
2. El propósito de beneficio es, por excelencia, el elemento inherente e imprescindible en las sociedades BIC. Esta toma un valor proporcional al objeto social, ya que permite realizar acciones como destinar los fondos hacia su obtención. En el caso de las empresas de moda sostenible, es menester que los pilares de la sostenibilidad se encuentren alineados.
3. Existen mecanismos internacionales y certificadoras privadas para que las empresas de beneficio transparenten sus acciones. En el caso de las sociedades BIC, la misma Ley n.º 31072 indica que estas empresas deben contar con un informe anual de gestión que evidencie la generación de impactos positivos y reducción de impactos negativos. No obstante, se obtuvo que el ecosistema moda, en su ruta hacia la sostenibilidad, es muy poco sostenible debido a que se consideran diversos agentes competentes en la cadena de suministros.
4. La ampliación de deberes se encuentra sujeta al propósito de beneficio desde su implementación. En síntesis, quienes dirigen o administran la sociedad tienen como principal deber asegurarse de que la actividad económica se maneje adecuadamente, creciendo a la par el deber fiduciario porque se debe identificar, en primer lugar, los grupos de interés. Se obtuvo, además, que existen pequeñas empresas que no están formalizadas, situaciones donde el dueño de esta es el único accionista, dando lugar a conflictos.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que, para la multiplicación de este modelo de empresas y cumplir con la obtención del propósito, el Estado debe enfocarse en ello, toda vez que las sociedades BIC conciernen a una figura novedosa en el país. Por consiguiente, apuntando al sector moda y textil, se puede obtener un mejor alcance con los emprendimientos y pequeñas empresas, pues, generarían más puestos laborales, además de brindar bienes y servicios favorables al mercado.

Se sugiere que las empresas, al momento de establecer un propósito de beneficio social y ambiental, consideren con esmero a cada actor de la cadena, pues se ha demostrado que grandes empresas, influyentes en estos aspectos y que son más consideradas aptas para obtener esa característica, afrontan un proceso complicado.

Se recomienda que las empresas de moda, en el tránsito hacia ser sostenibles, reporten con veracidad las acciones que efectúan, tomando en cuenta la trazabilidad de los recursos, aun si los logros obtenidos son mínimos, pues esto aportará en demasía con cambios a futuro, toda vez que los consumidores exigen que el producto adquirido se encuentre bajo parámetros rigurosos de calidad.

Se sugiere que los deberes y protecciones ampliados de los directores y administradores velen rigurosamente por el cumplimiento de las normas de transparencia, toda vez que permitirá a que más empresas consideren certificarse como sociedades BIC y se ponga en evidencia que este nuevo modelo empresarial es clave para la consecución y ponderación de las mismas en el mundo.

REFERENCIAS

- Abramovay, R., Correa, M., Gatica, S. y Van Hoof, B. (2013). *Nuevas empresas, nuevas economías: Empresas B en Sur América*. São Paulo. Fomin. <https://bit.ly/3B8pTDe>
- Abramovich, A. y Vázquez, G. (2007). Experiencias de la Economía Social y Solidaria en la Argentina. *Revista estudios fronterizos*, 8(15), 121-145. <https://bit.ly/3DWQ3ez>
- Accinelli, E. y de la Fuente, J. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable: Modelo matemático de las decisiones en la empresa. *Contaduría y administración*, 58(3), 227-248. <https://bit.ly/3HZqPPa>
- Aranda, R. (2018). *La Empresa B y su inclusión para la Conservación de Bosques de la Amazonia Peruana* [Trabajo de investigación, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://bit.ly/30iP6Oz>
- Banco de Desarrollo de América Latina (2018). Economía circular e innovación tecnológica en residuos sólidos. Oportunidades en América Latina. Buenos Aires, Argentina. <http://cdi.mecon.gov.ar/bases/docelec/az4041.pdf>
- Bianchi, V. (2016). *En búsqueda de una alternativa de desarrollo sustentable y competitivo: el caso de empresas B Chile* [Tesis de grado, Universidad Técnica Federico Santa María]. <https://bit.ly/3ne3S2h>
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M. y Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación holística*. <https://bit.ly/3DpiBNH>
- Chávez, V. y Gonzales, S. (2017). *Factores críticos de éxito para la adopción del modelo de empresas B en Lima: análisis a partir de empresas B y startups con enfoque social y/o ambiental potenciales a certificarse B* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://bit.ly/3HgRS83>
- Cochachín, J. (2015). *Las empresas sociales en el Perú y la necesidad de contar un marco legal* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://bit.ly/312yL19>
- Colombia. Ley 1901 de 2018. Por medio de la cual se crean y desarrollan las sociedades comerciales de beneficio e interés colectivo (BIC). Junio 18 de 2018. D. O. núm. 50 628

- Conolly, C., Mujica, J. y Noel, S. (2016). *Movimiento legislativo de Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (B.I.C.) en América Latina: análisis, desafíos y propuestas para su avance*. <https://bit.ly/3npNmee>
- D. S. N.º 004-2021-PRODUCE. Que aprueba el Reglamento de la Ley n.º 31072, Ley de la Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo. Diario Oficial El Peruano (23 de febrero de 2021). <https://bit.ly/3pr0h2n>
- Dupleich, J. (2013). Desarrollo sostenible para vivir bien. *IIE Annual Conference. Proceedings*. Institute of Industrial and Systems Engineers. <https://bit.ly/3DQCGMs>
- Falappa, M., Lamy, M. y Vazquez, M. (2019). *De una Economía Lineal a una Circular, en el siglo XXI. Análisis realizado en la sociedad mendocina, 2019*. <https://bit.ly/3psS5yu>
- Fasson, A. (31 de mayo de 2021). *La economía circular y su contribución a la industria textil*. *Revista Stakeholders*. <https://bit.ly/3y034Ud>
- Fiaschetti, F. (2019). *Empresas B* [Trabajo final de graduación licenciatura en administración, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires]. <https://bit.ly/3xclRID>
- Foy, P. (2014). *Derecho ambiental y empresa*. Perú. Fondo editorial
- Franky, T. (2018). *La SAS socialmente responsable: una propuesta a partir del sistema dual de administración y el nuevo modelo de Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo* [Tesis de grado, Universidad Externado de Colombia]. <https://bit.ly/30ZBR6g>
- Fresno, Á. (2019). *Economía circular: contribución de las empresas al modelo circular* [Tesis de grado, Universidad Zaragoza]. <https://bit.ly/3HZMhDo>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <https://bit.ly/3ngmcrL>
- Higuera, M. y Ortega, S. (2018). *La nueva reglamentación fiscal de las Entidades Sin Ánimo de Lucro y su aplicabilidad a las BIC* [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://bit.ly/3ldMmd8>
- Jáuregui, K. (2011). Responsabilidad social: un acercamiento a la perspectiva de los ejecutivos peruanos. *Revista Universidad & Empresa*, 13(20), 107-127. <https://bit.ly/3p1BW1b>

- Lecaro, J. (2021). *Los mecanismos legales de la administración pública en materia de incentivos económicos: estudio especial a las sociedades BIC en Ecuador* [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de abogado de los tribunales y juzgados de la República del Ecuador, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <https://bit.ly/3Cyn7lo>
- Ley n.º 29571. Código de Protección y Defensa del Consumidor. (2 de octubre de 2010). <https://bit.ly/3kVSqGV>
- Liévano, J. (20 de noviembre de 2019). *Las sociedades BIC: una oportunidad para los empresarios y el país*. Superintendencia de Sociedades. <https://bit.ly/3DVo5jl>
- Mokate, K. (2002). Banco Interamericano de Desarrollo, Instituto Interamericano para el Desarrollo Social (INDES). Obtenido de *Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿Qué queremos decir?* <https://bit.ly/3DTMdms>
- Molina, M. (2017). *La transferencia de la evaluación formativa y/o compartida desde la formación inicial del profesorado de Educación física a la práctica real en educación primaria* [Trabajo fin de maestría, Universidad de Valladolid]. <https://bit.ly/3ndicHu>
- Mujica, J. (2016). *Sociedades de beneficio e interés colectivo: un aporte societario al bienestar social y medioambiental* [Tesis de pregrado, Universidad de Lima]. <https://core.ac.uk/reader/345030282>
- Navarro, H. (2019). *Los beneficios de certificarse como empresa B en la competitividad de la empresa. Estudio de caso: Agroinversiones Valle y Pampa* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://bit.ly/30fYMKo>
- Noticias de Organización de las Naciones Unidas. (12 de abril del 2019). *El costo ambiental de estar a la moda*. <https://bit.ly/3kUASLf>
- Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (2016). *La fiscalización ambiental en residuos sólidos*. Perú. OEFA. <https://bit.ly/3nPUYZa>
- Pérez, M., Berea, R., Roy, I., Palacios, L. y Rivas, R. (2019). Lista para Aspectos Éticos de Investigaciones en Humanos. *Revista Alergia México*, 66(4), 474-482. <https://bit.ly/30hQfWL>

- Rada, D (2007). El Rigor en la Investigación Cualitativa: Técnicas de Análisis, Credibilidad, Transferibilidad y Confirmabilidad. *Sinopsis Educativa. Revista venezolana de investigación*, 7(1), 17-26. <https://bit.ly/3Dq9LPm>
- San Martín, D. (2014). Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 16(1), 104-122. <https://bit.ly/3DggvPQ>
- Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos (SG/OEA) (2006). *Equidad e inclusión social: superando desigualdades hacia sociedades más inclusivas*. Washington D. C.: Muñoz-Pogossian y Barrantes. <https://bit.ly/3p0bCEJ>
- Soto, D. (2015). *Estudio del comportamiento del consumidor chileno frente a productos de Empresas B: Análisis de percepción de precio e intención de compra* [Tesis para optar el título de ingeniero comercial, Universidad Técnica Federico Santa María]. <https://bit.ly/3nfmheU>
- Steffen, W, Richardson, K., Rockström, J., Cornell, S., Fetzer, I., Bennett, E., Biggs, R., Carpenter, S., De Vries, W., De Wit, C.A., Folke, C., Gerten, D., Heinke, J., Mace, G., Persson, L., Ramanathan, V., Reyers, B. y Sörlin, S. (2015). Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science*, 347 (6223), 1259855(1-10). <https://bit.ly/3prWAcD>
- Troncoso, N. (2014). *Aporte de la empresa privada en la construcción de valor social y propuesta de modelo de medición de impacto* [Tesis de grado, Universidad Técnica Federico Santa María]. <https://bit.ly/3HWmwEk>
- Vilchez, J. (2019). La necesidad de regular las empresas B en el Perú [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/8448>
- World Economic Forum (2014). *Towards the Circular Economy: Accelerating the scale-up across global supply chains*. <https://bit.ly/3m3jlSe>
- Zapata, L. (2019). *La sociedad BIC como instrumento para incorporar los principios de responsabilidad social corporativa en las sociedades mercantiles peruanas* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <https://bit.ly/3HpOgRs>
- Zepeda, G. (1998). *Derecho a un medio ambiente sano*. Editorial Óscar de León Palacios. Costa Rica.

ANEXOS

ANEXO 1

Matriz de categorización apriorística

Título de investigación	Problema de investigación	Problemas específicos	Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías				
La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de las sociedades de beneficio e interés colectivo	¿Resulta necesario que las empresas de moda que aplican economía circular se inscriban como sociedades de beneficio e interés colectivo	¿El propósito de beneficio es fundamental en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo?	Determinar si es necesario que las empresas de moda que aplican economía circular se inscriban como sociedades de beneficio e interés colectivo	Establecer la importancia del propósito de beneficio en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo	Propósito de beneficio	Propósito social				
		¿Cómo las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo demuestran la transparencia de su reporte?				Explicar cómo las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo demuestran la transparencia de su reporte	Reporte de transparencia	Propósito ambiental	Informe anual de beneficio	Transparencia organizacional
		¿Cuáles son los deberes que se amplían en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo?				Precisar cuáles son los deberes que se amplían en las empresas de moda que aplican economía circular y que están inscritas como sociedades de beneficio e interés colectivo	Ampliación de deberes	Beneficio a la comunidad	Beneficio a los trabajadores	

ANEXO 2

Declaración de consentimiento informado

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente documento confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: **“La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de sociedades de beneficio e interés colectivo”**.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información que brindan mis compañeros también es confidencial.

Se me ha explicado también que si decido participar en la investigación puedo retirarme en cualquier momento o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Lima, 16 de mayo del 2022

Nombre del participante: Lizandro Arturo Caballero Luna

DNI: 26682043

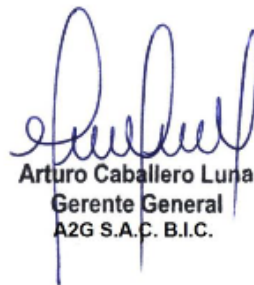
Investigadores

Entrevistado



Bryan Jaredh Montoya Jimenez

DNI: 72208954



Arturo Caballero Luna
Gerente General
A2G S.A.C. B.I.C.



Alina Villena Acostupa

DNI: 63362518

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente documento confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: **“La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de sociedades de beneficio e interés colectivo”**.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información que brindan mis compañeros también es confidencial.

Se me ha explicado también que si decido participar en la investigación puedo retirarme en cualquier momento o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Lima, 30 de mayo del 2022

Nombre del participante: Sandra Vanessa Valle Palomo

DNI: 26682043

Investigadores

Entrevistada



Bryan Jaredh Montoya Jimenez

DNI: 72208954



Alina Villena Acostupa

DNI: 63362518

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente documento confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: **“La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de sociedades de beneficio e interés colectivo”**.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información que brindan mis compañeros también es confidencial.

Se me ha explicado también que si decido participar en la investigación puedo retirarme en cualquier momento o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Lima, 17 de mayo del 2022

Nombre del participante: Fernando Ruiz Gastello

DNI: 26682043

Investigadores

Entrevistado



Bryan Jaredh Montoya Jimenez

DNI: 72208954



Alina Villena Acostupa

DNI: 63362518

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente documento confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: **“La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de sociedades de beneficio e interés colectivo”**.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información que brindan mis compañeros también es confidencial.

Se me ha explicado también que si decido participar en la investigación puedo retirarme en cualquier momento o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Lima, 23 de mayo del 2022

Nombre del participante: Ester Xicota Torres

CE: 001063476

Investigadores

Entrevistada



Bryan Jaredh Montoya Jimenez

DNI: 72208954



Alina Villena Acostupa

DNI: 63362518

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente documento confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: **“La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de sociedades de beneficio e interés colectivo”**.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información que brindan mis compañeros también es confidencial.

Se me ha explicado también que si decido participar en la investigación puedo retirarme en cualquier momento o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Cali, 20 de mayo del 2022

Nombre del participante: Lillyana Mejía Gutiérrez

Cédula de ciudadanía: 67.012.621

Investigadores

Entrevistada



Bryan Jaredh Montoya Jimenez

DNI: 72208954



Alina Villena Acostupa

DNI: 63362518

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio del presente documento confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada: **“La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de sociedades de beneficio e interés colectivo”**.

Se me ha explicado que mi participación consistirá en la realización de una entrevista.

Entiendo que debo responder con la verdad.

Se me ha explicado también que si decido participar en la investigación puedo retirarme en cualquier momento o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Lima, 23 de junio del 2022

Nombre del participante: Annalucia Fasson Llosa

DNI: 40137443

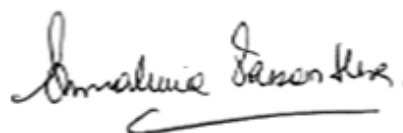
Investigadores

Entrevistada



Bryan Jaredh Montoya Jimenez

DNI: 72208954



Alina Villena Acostupa

DNI: 63362518

ANEXO 3

Ficha de entrevista

FICHA DE ENTREVISTA

Dirigido a especialistas en derecho empresarial y consultores en sostenibilidad.

Título: La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de las sociedades de beneficio e interés colectivo.

Nombre del entrevistado: Lizandro Arturo Caballero Luna

Ocupación: Abogado – Gerente general A2G S. A. C. BIC

Fecha de entrevista: 16 de mayo del 2022

Entrevistadores: Bryan Jaredh Montoya Jimenez y Alina Villena Acostupa

Cuestionario:

1.- ¿Considera Ud. que las empresas de moda que emplean la economía circular deberían constituirse como sociedades BIC?, ¿por qué?

[...]

2.- ¿Cree Ud. que el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales es propio de las sociedades BIC?, ¿por qué?

[...]

3.- ¿Considera Ud. que la misión social de las empresas de moda sostenible cambia al constituirse como sociedad BIC?, ¿por qué?

No, no tiene que cambiar. O sea, si tienes una empresa sostenible, vas a poder verificar la ética para entrar en la planificación que necesitas presentar. Una cosa es constituirse como sociedad BIC, pero luego tú tienes que realmente serlo. Y, para serlo, necesitas una planificación y para la planificación necesitas los planificadores, entonces te van a ayudar.

4.- ¿Cree Ud. que la transparencia organizacional es meramente verídica en las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

La transparencia es clave para seguir la trazabilidad de los recursos. La transparencia en el tema social es clave, entonces sí. Es superimportante en una empresa de moda.

5.- ¿Considera Ud. que la ampliación de deberes fiduciarios es criterio fundamental en la conformación de sociedades BIC?, ¿por qué?

Pero el deber fiduciario en su (ininteligible)... siempre y cuando tenga FOB, tenga accionistas. Hay muchas de las empresas de moda sostenible que son familiares, sobre todo acá en el Perú, que no tienen ningún accionista, por lo tanto no tiene deber fiduciario. Entonces la respuesta ahí sería... Sí, las empresas que tienen accionistas parten del deber fiduciario que tienen de

informar los aspectos ambientales y sociales, entonces sí se vuelve parte de su deber fiduciario.

6.- ¿Cree Ud. que una razonable remuneración salarial influye en la productividad de las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Sí, también en todos lados. Deben estar bien pagados, no solamente en las empresas de moda sostenible. Una buena remuneración crea fidelidad, retención de talentos y eso hace que se sienta más tranquila en cuanto a tener los colaboradores que necesita y así dedicarse más a estrategia.

7.- ¿Considera Ud. el rol de las empresas de moda sostenible como factor determinante que mitigaría los problemas socioambientales?, ¿por qué?

Es una parte. Las empresas de este sector, o sea, hay diferentes actores y en el sector textil, hay diferentes actores, empresas que hacen diferentes ¿telas? Las de moda sostenible son parte de todo un ecosistema (ecosistema textil). Son las que dan el ejemplo como para que las demás las sigan y eso hace que al final sean considerados como algo trascendental para que haya cambios.



Arturo Caballero Luna
Gerente General
A2G S.A.C. B.I.C.

FICHA DE ENTREVISTA

Dirigido a especialistas en derecho empresarial y consultores en sostenibilidad.

Título: La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de las sociedades de beneficio e interés colectivo.

Nombre de la entrevistada: Sandra Vanessa Valle Palomo

Ocupación: CEO Insecta E. I. R. L.

Fecha de entrevista: 17 de mayo del 2022

Entrevistadores: Bryan Jaredh Montoya Jimenez y Alina Villena Acostupa

Cuestionario:

1.- ¿Considera Ud. que las empresas de moda que emplean la economía circular deberían constituirse como sociedades BIC?, ¿por qué?

Considero que sí sería recomendable que estén constituidas como BIC, pero la verdad es que no he escuchado mucho acerca de las empresas que son BIC. He escuchado poco acerca de que tienen un propósito social, pero desconozco si es que hay algún beneficio como empresa al respecto, ¿no? De repente algún beneficio en cuanto a préstamos o de repente en cuanto a facilidades de pago de impuesto. Si hay algún beneficio, entonces como desconozco eso, la verdad es que no te podría responder la primera pregunta exactamente, pero si es que tiene algún beneficio, aparte de tener un propósito social, considero que sí sería beneficioso porque te da más respaldo como marca que seas una empresa BIC porque así tienes una mejor imagen hacia el público. Desde la constitución se ve que eres una empresa responsable socialmente.

2.- ¿Cree Ud. que el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales es propio de las sociedades BIC?, ¿por qué?

No tengo mucha información acerca de todas las características de las empresas BIC, solo que son empresas que tienen un propósito social (eso es lo que he leído alguna vez en una nota periodística), pero sí considero que debe ser algo básico e importante en las empresas BIC: que tengan un consumo sostenible de recursos de todas maneras.

3.- ¿Considera Ud. que la misión social de las empresas de moda sostenible cambia al constituirse como sociedad BIC?, ¿por qué?

No tengo tanta información acerca de las empresas BIC, pero las empresas de moda sostenible, de todas maneras, tienen relación, ¿no? Tienen un propósito social también, entonces no hay una propuesta opuesta en cuanto

al cuidado del medioambiente, entonces sí debería ser congruente entre ambas.

4.- ¿Cree Ud. que la transparencia organizacional es meramente verídica en las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Creo que, actualmente, las empresas de moda sostenible cada vez surgen de a pocos. Hay empresas pequeñas, medianas y grandes (de todos los tamaños). En cuanto a ser verídico o no, yo creo que quizá en otros países sí puede ser más verídico porque hay más cultura de moda sostenible, pero en el Perú todavía no hay muchas regulaciones. Yo, por lo que he visto y conozco, las empresas de moda sostenible sé que se esfuerzan al máximo por hacer el menor impacto posible, pero al no haber tantas regulaciones, claro, es un poco a veces difícil. Hay empresas que pueden decir: "Soy moda sostenible", pero de repente no están midiendo adecuadamente su sostenibilidad, pero sí hay una intención de todas maneras.

5.- ¿Considera Ud. que la ampliación de deberes fiduciarios es criterio fundamental en la conformación de sociedades BIC?, ¿por qué?

No me quedan claros los términos, así que no podría responderla.

6.- ¿Cree Ud. que una razonable remuneración salarial influye en la productividad de las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Yo creo que en general, en cualquier tipo de empresa, incluidas las empresas sostenibles, es importante dar un buen pago y eso se va a ver reflejado en la productividad, pero no solo en el pago. Yo creo que, aparte del pago, tiene que haber un ambiente laboral bueno porque he visto algunas empresas sostenibles que son grandes empresas y tienen un ambiente laboral que no es bueno. Aun así paguen bien, muchos trabajadores se retiran porque no hay un buen ambiente, entonces considero que el salario también debe ir de la mano con un buen ambiente laboral.

7.- ¿Considera Ud. el rol de las empresas de moda sostenible como factor determinante que mitigaría los problemas socioambientales?, ¿por qué?

Sí considero que las empresas de moda sostenible juegan un papel muy importante porque somos uno de los rubros más contaminantes del mundo. Entonces, según la ONU, incluso somos creo que el principal o uno de los principales contaminantes, entonces es importante hacer ahí un hincapié en las empresas textiles, en general, que debemos cada vez ser más conscientes de lo que producimos, de los sueldos que pagamos y todo lo relacionado con el cuidado de las personas y el medioambiente.



FICHA DE ENTREVISTA

Dirigido a especialistas en derecho empresarial y consultores en sostenibilidad.

Título: La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de las sociedades de beneficio e interés colectivo.

Nombre del entrevistado: Fernando Ruiz Gastello

Ocupación: Coordinador de Sostenibilidad – Textil del Valle S. A. BIC

Fecha de entrevista: 20 de mayo del 2022

Entrevistadores: Bryan Jaredh Montoya Jimenez y Alina Villena Acostupa

Cuestionario:

1.- ¿Considera Ud. que las empresas de moda que emplean la economía circular deberían constituirse como sociedades BIC?, ¿por qué?

En general, no diría “específicamente a las empresas de moda” o al menos hablando a nivel Perú yo creería que, siendo esta ley tan reciente, la vería en forma general. Yo creo que sí es importante que las empresas de moda, especialmente que emplean el tema de economía circular, puedan constituirse como sociedades BIC, pero van a generar nuevamente... que lo puedan hacer porque, al ser una ley tan reciente, lo que se debe de buscar es incentivar justamente una economía en el país que tenga una trazabilidad acerca de los objetivos y las metas que cada empresa que se va colocando. Siendo la ley tan reciente, en realidad, son pocas las empresas que se han sumado; entonces, ahorita en una primera instancia, yo diría que es más por un tema de concientizar a los diferentes líderes de mercado de la importancia que puede tener esta ley para sus negocios, porque lo que permite es transparentar las acciones que uno hace (el *pooling*).

Y, en sí, es una forma de validez de cómo cada empresa va llevando a cabo la sostenibilidad. Asimismo, o sea, por un lado, si ya lo queremos ver específicamente en temas de moda circular, si hay algo que en estos últimos años se mide tratando de empujar desde el sector textil es vendernos como un sector sostenible hacia el mundo. Entonces, si es que hablamos de este objetivo, es decir, hacer conocido el “*made in Peru*” en el mundo y que las diferentes marcas internacionales vean al Perú como un país atractivo para realizar sus producciones (considerando como ventaja contributiva la sostenibilidad), si sería vital que no solamente sean ciertas empresas de moda las que se sumen a este tipo de sociedad, sino que puedan consolidarse en conjunto, porque muchas de las cosas mientras que las trabajemos en sector

van a ser mucho más potentes que trabajarlas de forma independiente. Entonces, un poco por ese lado.

2.- ¿Cree Ud. que el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales es propio de las sociedades BIC?, ¿por qué?

Yo no pensaría que es exclusivo de las empresas que son sociedades BIC porque en sí, como te comento, lo que permite ser una sociedad BIC es más que nada tener esa trazabilidad de aquellas empresas que realmente que se ponen metas porque muchas empresa pueden decir “estoy trabajando en ser carbono neutral o estoy utilizando energía renovable”, pero no hay un mecanismo local que te permita certificar que es cierto, a menos que tengas certificaciones internacionales, etc., pero así un mecanismo local (una ley) no.

Es la primera vez que se tiene un mecanismo así, entonces hay muchas empresas que si realizan aprovechamiento sostenible de recursos naturales y que no necesariamente son BIC. Ahora, ¿por qué es importante justamente este tipo de leyes? O sea, más allá de si aprovechas sosteniblemente los recursos naturales o no es porque, como comenté en la pregunta anterior, le das la trazabilidad a los usuarios finales, a los consumidores de a pie de que estas empresas realmente están cumpliendo las metas que se plantean y está avalado justamente por una ley. Pero sí, o sea, empresas hay muchas que ya por de por sí trabajan el aprovechamiento sostenible de recursos naturales, solo que no conocen los mecanismos de la sociedades BIC al ser un mecanismo nuevo o, probablemente, también puedan ver engorroso el proceso de convertirse en BIC, pero que ya hacen el aprovechamiento sostenible como también puede ser lo opuesto. Hay empresas que no lo hacen y que lo venden como que sí lo hacen

3.- ¿Considera Ud. que la misión social de las empresas de moda sostenible cambia al constituirse como sociedad BIC?, ¿por qué?

En ese sentido, yo diría que sí definitivamente porque tú, al convertirte en una empresa o sociedad BIC, uno de los requisitos es cambiar los estatutos de la empresa e incluir, dentro de tu objeto de propósito, un mecanismo que apunte a un objetivo social o ambiental. Esto lo tienes que registrar finalmente haciendo los cambios en los estatutos de la empresa, o sea, lo que finalmente es la base de la constitución de la empresa.

Entonces, sí, definitivamente cambia porque está dentro de los estatutos y se vuelve parte de un punto a evaluar dentro de las diferentes juntas o directorios que pueda tener el negocio, o un punto a tratar entre los mismos fundadores si hablamos de empresas ya más chicas. Es algo que tiene que

mirar, o sea, tienen que buscar porque son objetivos que ellos mismos se han trazado, porque si no esta categoría de sociedad BIC se les puede derogar.

4.- ¿Cree Ud. que la transparencia organizacional es meramente verídica en las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

En realidad, la pregunta es un tanto capciosa. Hay un tema de que siempre hay esta duda, especialmente en los últimos años donde la sostenibilidad se ha puesto tan de moda, de que muchas empresas, incluidas textiles, que puedan vender el tema de la sostenibilidad como parte suya, pero justamente un tema de apariencia, pero que no necesariamente la estén llevando a cabo como tal. Entonces, hablar de transparencia operacional, específicamente en el rubro textil, podría hablarse del tema de la tendencia del *fast fashion*. Hay muchas empresas que tratan de venderse como sostenibles, pero que realmente fomentan el *fast fashion*: el cambio frecuente de las temporadas de colecciones de prendas que lanzan, entonces esto incentiva un mayor consumo de prendas.

Por un lado puedes decir que sí eres sostenible con las acciones que haces, pero en el fondo (en tu *core* de negocio), si es que realmente estás empleando el *fast fashion* (lo que estoy comentando como ejemplo), entonces es un poco contradictorio. Es bien difícil justamente ahora como te comento con todo este *boom* que hay de la sostenibilidad, tratar de identificar cuáles empresas están realmente trabajando de forma verídica, pero existen mecanismos como el tema de las sociedades BIC porque hay una ley que te avala y que si no cumples con lo que has dicho que vas a cumplir te derogan el estado de sociedad BIC o ciertas certificaciones como la Certificación B (que, en nuestro caso, la hemos obtenido), pero son diferentes mecanismos que uno tiene que poder tener para poder sustentarlo. Igual siempre va a haber ese aspecto de desconfianza, hecho que te comento en vista de que el tema de la sostenibilidad se ha vuelto un *boom*: todos se quieren subir al tren.

5.- ¿Considera Ud. que la ampliación de deberes fiduciarios es criterio fundamental en la conformación de sociedades BIC?, ¿por qué?

Hasta la parte donde yo he revisado el proceso de convertirnos como empresa BIC, no. De hecho, como la ley BIC es muy nueva, no es que existan requisitos muy estrictos en ese sentido. Yo creo que es algo que probablemente sí se va a ir extendiendo a medida que la ley se vaya haciendo mucho más conocida y que muchas otras empresas se vayan sumando a este tipo de sociedad, pero, por el momento, yo no consideraría que ahorita debería ser un criterio fundamental, porque evitarías que muchas empresas se puedan sumar y la idea es que las empresas puedan visibilizarse: que sí están trabajando en acciones de impacto para la sociedad y el planeta; que la ley se haga mucho más conocida entre ellas.

6.- ¿Cree Ud. que una razonable remuneración salarial influye en la productividad de las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Yo creería que en todo tipo de empresa, más allá de las de moda sostenible, el tema salarial es siempre importante en la productividad de las empresas; sin embargo, también consideraría que si ya hablamos del tema de sostenibilidad creo que es importante también entender el impacto que cada empresa va a generar y que se está viendo mucho en los últimos años. Es el poder alinear no solo el tema salarial, sino el propósito. El tema de cultura en una empresa porque yo creo que son muchos factores que influyen finalmente en la productividad de la empresa. Si, definitivamente creo que es un aspecto importante el tema de remuneración salarial (como toda empresa), pero es un conjunto de factores.

7.- ¿Considera Ud. el rol de las empresas de moda sostenible como factor determinante que mitigaría los problemas socioambientales?, ¿por qué?

En realidad, yo creo que sí. Igual, de todas maneras, es un trabajo en conjunto, no solamente en las empresas de moda sostenible, pero hablando específicamente de estas empresas de moda sostenible, definitivamente hay un gran potencial que tiene el sector para poder hacer varios cambios y varios impactos a niveles socioambientales, especialmente por todo el impacto por el cual este puede resultar, o sea, si hablamos a nivel medioambiental, uno de los grandes aspectos por el que se le ha conocido a la industria textil ha sido por la misma contaminación de vertientes, por las descargas de aguas residuales contaminadas por varios años, décadas por el que se le veía negativamente debido a esos aspectos, y a nivel social, por otro lado, por ejemplo, en el caso de talleres de manufactura, al manejar una gran población de personal termina siendo muy, no diría si sencillo, pero termina siendo un factor bien clave el manejo de una gran cantidad de personas, o sea, bien fácil que se pueda escapar algún aspecto y termine afectando no solo a una, sino mil, dos mil personas, entonces hay un gran potencial ahí en el sector para generar realmente un impacto y manejar estos aspectos bien.

No solamente manejarlos bien, sino que no cumplir solo por lo que dice la ley e ir más allá. Si es que terminas manejando bien a esas dos mil personas, estás impactando a esas dos mil personas y a sus familias: la industria tiene un gran alcance en ese sentido. Y, por el lado ambiental, de la misma manera al usar... Nosotros, por ejemplo, en el caso de agua, al usar grandes cantidades de volumen de agua, al hacer grandes producciones en nuestras operaciones de tintorería, estamos hablando de la extracción del recurso hídrico de la naturaleza. Entonces, si es que no manejamos bien el recurso

hídrico, estamos afectando la disponibilidad del agua en la zona donde esté ubicada la empresa.

Al tener una buena gestión hídrica no solamente estamos cuidando el recurso para la zona, sino que también el recurso para el mismo negocio, que haya una disponibilidad para nosotros y podamos seguir continuando operando a futuro. Son varios aspectos que impactan y tenemos un gran potencial de alcance para impactar y justamente pueden ir mucho más allá de solamente cumplir con la ley para revertir todos esos aspectos negativos con los cuales al sector se le ha venido conociendo por varios años: sí es bien determinante. Y, bueno, regreso nuevamente a la idea de que no solamente es la industria textil, sino todo tipo de empresas, pero hablando únicamente de las empresas de sector textil, abarcaría de esta manera.



FICHA DE ENTREVISTA

Dirigido a especialistas en derecho empresarial y consultores en sostenibilidad.

Título: La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de las sociedades de beneficio e interés colectivo.

Nombre de la entrevistada: Ester Xicota Torres

Ocupación: Consultora en moda sostenible

Fecha de entrevista: 21 de mayo del 2022

Entrevistadores: Bryan Jaredh Montoya Jimenez y Alina Villena Acostupa

Cuestionario:

1.- ¿Considera Ud. que las empresas de moda que emplean la economía circular deberían constituirse como sociedades BIC?, ¿por qué?

No necesariamente. Por un lado, la forma societaria BIC ahora mismo como está en el Perú, no aporta ningún beneficio concreto a las empresas como sí ocurre en otros países, por ello, puede no ser de interés para las empresas tomar esta forma jurídica. Por otro lado, si una empresa tiene el objetivo de hacer un bien a la sociedad y trata de hacerlo a través de la economía circular, puede constituirse como tal. Tal y como está la ley ahora, la única razón por la cual una empresa se constituye como BIC es porque quiere hacer una proclamación a la sociedad y al mercado de que quiere trabajar de otra manera.

2.- ¿Cree Ud. que el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales es propio de las sociedades BIC?, ¿por qué?

No entiendo esta pregunta. Una sociedad BIC por definición tiene una acción ambiental. Por lo tanto, trabaja en el área de aprovechamiento de recursos naturales del tipo que sean. La pregunta suena redundante.

3.- ¿Considera Ud. que la misión social de las empresas de moda sostenible cambia al constituirse como sociedad BIC?, ¿por qué?

La misión de una empresa de moda sostenible, sea o no sea BIC, debe ser la de mejorar a la sociedad. Para hacerlo debe tener en cuenta sus impactos positivos y negativos sobre la misma y tratar de potenciar o minimizarlos. El hecho de constituirse como BIC no debe impactar en este objetivo. Ahora bien, al hacerse BIC lo que hace es proclamar frente a la sociedad y el estado este propósito y, por lo tanto, la empresa queda sometida a ese compromiso con una serie de requisitos formales concretos. Si una empresa quiere constituirse como BIC, debe tener muy claros esos compromisos formales y

asignarles recursos para que puedan progresar en el tiempo. Por lo tanto, la respuesta es no. La misión no cambia, pero sí lo hace el compromiso con ella, ya que no puede dejar de implementar las acciones sociales y ambientales a las que se compromete sin tener que responder frente al estado.

4.- ¿Cree Ud. que la transparencia organizacional es meramente verídica en las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

El requisito de transparencia es para que comuniques lo que has hecho. Si la empresa comunica verdades en ese reporte ya es otra cosa. Para ello se necesitan las auditorías o certificaciones. Por sí solo, un reporte de transparencia no significa cumplir con los objetivos.

5.- ¿Considera Ud. que la ampliación de deberes fiduciarios es criterio fundamental en la conformación de sociedades BIC?, ¿por qué?

No puedo hacer una afirmación o negación desde el ámbito legal, pero la principal razón de una sociedad BIC es la de ampliar la responsabilidad/deber de la empresa más allá de sus *shareholders*. Por lo tanto, la pregunta es redundante si nos basamos en la definición básica de una BIC, más allá de lo que designe la ley peruana.

6.- ¿Cree Ud. que una razonable remuneración salarial influye en la productividad de las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Tampoco entiendo bien la pregunta y la leo redundante. Una empresa de moda sostenible es una empresa. Y las personas son personas, estén o no en una empresa. La remuneración salarial es un elemento de la productividad de los empleados/empresa como también lo son otros motivadores extrínsecos e intrínsecos, pero no veo mucha la relación que existe con una empresa de moda sostenible.

7.- ¿Considera Ud. el rol de las empresas de moda sostenible como factor determinante que mitigaría los problemas socioambientales?, ¿por qué?

Necesito aclaración: Cuando preguntan si el rol de la empresa es determinante, ¿a qué se refieren? Como he dicho, la misión de una empresa de moda sostenible debe ser la de mejorar a la sociedad. Para hacerlo, debe tener en cuenta sus impactos positivos y negativos sobre la misma y tratar de potenciar o minimizarlos. Para contribuir a la misión de mejorar los problemas a los que nos enfrentamos como sociedad todas las organizaciones, personas, empresas e instituciones deben hacer su parte del trabajo. Por lo tanto, todas las organizaciones en un mundo "sostenible" deben tener una misión de sostenibilidad. No sé si esta respuesta entra dentro de la palabra "determinante"



FICHA DE ENTREVISTA

Dirigido a especialistas en derecho empresarial y consultores en sostenibilidad.

Título: La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de las sociedades de beneficio e interés colectivo.

Nombre de la entrevistada: Lillyana Mejía Gutiérrez

Ocupación: Abogada – Consultora en sostenibilidad empresarial

Fecha de entrevista: 23 de mayo del 2022

Entrevistadores: Bryan Jaredh Montoya Jimenez y Alina Villena Acostupa

Cuestionario:

1.- ¿Considera Ud. que las empresas de moda que emplean la economía circular deberían constituirse como sociedades BIC?, ¿por qué?

Me ha tenido tan pensativa esta pregunta. La economía circular es un concepto que parte de un concepto previo que es como de 1953: es de “la cuna a la cuna” (*cradle to/cradle*). Lo que sucede es que la economía circular se vuelve la causa de la Fundación Ellen MacArthur y ellos tienen una cantidad de recursos importantes y lo ponen como mercadeo y fascinación a la situación; entonces, llaman “economía circular” a algo que, efectivamente, ya existía desde antes que se llama “la cuna a la cuna”, inclusive hay certificaciones de eso.

El ecosistema moda tiene unos niveles de tránsito hacia la sostenibilidad tan complejos y normalmente mediados por narrativas sensacionalistas, me explico, “es la 2.a industria que más contamina: contamina más que Francia y Alemania juntas”. Además, digo sensacionalista, inoportuno e innecesario porque, para empezar, ese reinado no existe en el mundo de la sostenibilidad: existen estándares por empresas que dicen tener un potencial mucho más grande de contaminar, pero partamos con que la moda no es transparente: es una industria muy poco transparente, entonces yo me pregunto constantemente: “¿De dónde sacan esos datos?”. Además, solo toman en cuenta norte global, sur global no. No existimos, no estamos en el panorama. Entonces, llega la economía circular y hay un malentendido dentro del ecosistema moda sobre qué es economía circular y se queda más o menos en la palabra “reciclaje”. “Vamos a reciclar”, pero se les olvida que reciclaje *per se* es un proceso que normalmente es industrial, entonces, empiezan a confundir reciclaje con suprarreciclaje, lo que en inglés se conoce como *upcycling*. Se les olvida también... Es que son poco estudiosos en este sector. Entonces, se les olvida, por ejemplo, que el suprarreciclaje tiene algo que se

llama *upgrading*, que quiere decir que mejora las propiedades de la cosa que ha sido suprarreciclada, o *downgrading*, que se le baja la calidad al elemento o al producto que ha sido suprarreciclado, eso también pasa en el proceso industrial del reciclaje. O sea, cuando el reciclaje es químico o cuando el reciclaje es mecánico.

Te daré un ejemplo de algo que, al menos en Colombia, se está dando muchísimo. Las marcas, en su tránsito hacia la sostenibilidad, se hacen a través de acciones, especialmente del material (de lo que está hecho el trapo). Actualmente estamos viviendo un “auge” de una fibra que se hace a partir de un proceso cerrado que realmente cierra de alguna manera la brecha que está en otra industria, que es el reciclaje de botella a botella cristal PET. Ahora, nosotros hemos cogido y hemos roto un poco en el ecosistema, ese proceso cerrado bastante transitado hacia la circularidad y hemos creado una fibra que es una fibra hecha a partir de reciclaje de botellas PET y esta fibra no cierra el ciclo, pero se vende como un tema circular. Entonces, se dice que la prenda que te estoy vendiendo a partir de la fibra de PET reciclado es una apuesta circular de las marcas, entonces... yo siento que hay una confusión gigantesca en el ecosistema: que faltan expertos, que quizás están en otras industrias y no están mirando esta industria porque es profundamente feminizada, porque es una industria que se cree que es exactamente por ese contenido femenino es “que es vacía”, que “la moda pasa”, que “no permanece”. Toda esa narrativa histórica que se le ha puesto a la moda hace que pierda la importancia de la moda en el tránsito hacia la sostenibilidad. Uno diría que las empresas de moda que emplean la economía circular deberían constituirse como sociedades BIC, digamos que en principio sí, porque de alguna forma están dando un tránsito hacia la sostenibilidad (que es lo que buscan las sociedades BIC), pero digamos que en la realidad no está sucediendo.

Hay confusión en los términos, no se está investigando, no se nos debe olvidar que las sociedades BIC es un concepto que viene de cascada. Me explico, viene de norte global a sur global y nosotros lo apropiamos, pero, como mucho de lo que hacemos en ese sentido, falta contextualizarlo a los contextos reales de las industrias. Colombia tiene un sector de confección digamos de “moda textil”, “sistema moda”, aunque yo lo llamo “ecosistema”, pero este ecosistema está compuesta por micro, pequeñas y medianas empresas, siendo solo el 1 % de empresas grandes, que son las más capacitadas para adoptar esta característica de sociedades BIC. Y las pequeñas, aunque la norma lo dice, pueden lograrla, pero yo, en el contexto y como estoy viendo el tema en Colombia, creo que todavía falta hacer un ejercicio de contextualizar esos elementos de las empresas BIC: que incorporan un propósito social y ambiental, que velan por el cumplimiento

del propósito, maximizando el interés social y ambiental, que garantizan la transparencia... Eso no se ha logrado en empresas grandes: ha sido difícil. Las microempresas. Yo he trabajado para varios sectores productivos y finalmente me quedo en la moda. La moda no es tan diferente al resto, lo que pasa es que está un poquito más perdida.

Hay un autor español que solo habla de sostenibilidad empresarial, él viene de la escuela de la responsabilidad social y empresarial. Me gusta mucho su visión crítica. Se llama Antonio Vives y él tiene una serie de escritos y de trabajos (trabajó con el BIC). Tiene una investigación muy vieja que es como del 2003 o del 2006. Él habla de cuáles son los impulsores de la sostenibilidad o lo que él llama la responsabilidad social empresarial, aquí voy a equiparar los dos términos. Él dice que hay 10 impulsores. A medida que estos impulsores estén desarrollados en un país, el tránsito hacia la sostenibilidad empresarial tendrá a ser mayor. Esto explicaría la 2.a pregunta.

Primero, las normatividades de los países es uno de los impulsores, pero si esas normas, por ejemplo en el tema ambiental y laboral, son deficientes o no se aplican, pues a las empresas poco o nada les importa transitar: ahí estamos hablando del primer impulsor que es la ley. Luego, si no hay una sociedad civil que no presiona a los sectores públicos y privados (por ejemplo, en países como Colombia donde ser líder ambiental es prácticamente tener una cruz, porque es el país donde más matan activistas ambientales y actualmente hemos visto cómo crece la violencia en este país orientada a líderes sociales). Si esta sociedad civil está disminuida, está amenazada, pues tampoco va a haber quien puntualice dónde están esas acciones nefastas de las empresas: segundo impulsor. Tercer impulsor: Si los mercados financieros no exigen responsabilidad antes o después de invertir. Al sector financiero le importa todo o nada, solo ganar. Si los compradores y consumidores no son educados en los temas de sostenibilidad y la importancia de las sociedades BIC, o no tienen información, o aun sabiendo no actúan sobre esa información (cosas que inclusive en la moda pasa mucho) pues tampoco van a impulsar esos cambios de las empresas. En países del sur global donde la pobreza es constante, que las desigualdades están presentes, ¿cómo le vas a pedir a una persona que gana menos del mínimo o el mínimo, en términos colombiano, que busque moda sostenible?

Ahora, en términos de circularidad, nosotros culturalmente... Yo sé que en Latinoamérica no nos podemos meter en una olla como "todos somos iguales" porque no es así. Latinoamérica presenta diferencias muy claras de país a país: aunque tengamos un elemento tan importante como la lengua, no somos iguales. Ustedes, puedo estar equivocada, tiene una fortaleza indígena importantísima que de pronto en Colombia no está presente. Colombia, por ejemplo, tiene una cantidad de población afro mucho más grande que la de Perú, pero eso genera diferencias en esas interseccionalidades que hacen que

las personas estén en desventaja respecto a otras y haya mucha más desigualdad...

Por un lado, si ese consumidor no está informado, si no se tiene en cuenta que vive unas realidades que por más que tenga conciencia que hay cambio climático (¿qué puede hacer eso al respecto?), qué puede hacer, cuáles son las acciones; pero culturalmente lo tenemos. Antes teníamos la pinta dominguera y era una sola pinta: una vestimenta que se ponía en los momentos especiales y uno cuidaba esa pinta dominguera muchísimo. Era la de ir a iglesia, la de los matrimonios, a las fiestas y ahí había un sentido de cuidar el trapo, ¿no? O entre primos y familias se rotaban la ropa, esos son temas... Por eso es que yo creo que la economía circular es una *rebranderización*/de algo que ya hemos tenido, el trueque es algo que se ha dado en nuestra región históricamente. ¡Las comunidades indígenas tenían trueque! Eso se sigue dando. Ponte a leer sobre economía circular y esa es una de las acciones, entonces, ¿por qué no miran al sur global? Esto lo hacemos todo el tiempo. La modista, el reparar, eso se da aquí. Se está perdiendo, pero sí se da.

Otro elemento, aparte del consumidor, de la ley, además de la sociedad civil, está los medios de comunicación. Si los medios de comunicación están al tanto y diseminan, si están formados para poder dar las noticias sobre la sostenibilidad, no es desde el escándalo, sino con formación (la objetividad no existe, pero al menos con base científica), pues también son impulsores. Ahora, otro impulsor además de esto son que hayan instituciones que supervisan y verifican el comportamiento de las empresas. En Colombia son las superintendencias (no sé en Perú), pero esa figura no hace nada. El tránsito hacia la sostenibilidad se da bien leve desde el *greenwashing*... Luego están los empleados, si ellos o los colaboradores no son indiferentes a los temas ambientales y sociales, pero eso no pasa, sobre todo cuando hay pocas opciones de empleo alternativo como pasa en nuestra región. La gente prefiere quedarse callada porque tiene que cuidar el trabajo, hay colaboradores que saben que la empresa está contaminando, que sabe que la empresa paga mal, pero no tienen opciones. Aquí el sector confección es muy informal: no hay contratos laborales los contratos son a destajo (cosa hecha, cosa pagada). No hay seguridad en el trabajo. No hay las horas de los baños, son pegando botones, o sea, como armar un jean en 4 minutos

Yo tengo una par. Ella no es abogada, pero es de mercadeo. Se llama Fedra Maurici y ella me ha contado de los incendios que nadie habla acá, o sea, en el resto de Sudamérica que se dan en Argentina en lugares de confección informales matando niños, matando gente. Aquí pasa, en Bangladesh, en Brasil pasa y no les importa. Otra cosa que impide que transitemos a la sostenibilidad y, eventualmente, hacia las BIC es si el sector privado es tan poderoso que puede controlar al Estado y puede evitar controles. En Colombia pasa eso.

2.- ¿Cree Ud. que el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales es propio de las sociedades BIC?, ¿por qué?

Se supone porque, al menos en la norma colombiana, dice que los tres propósitos fundamentales de las sociedades BIC es garantizar transparencia en el reporte de su impacto empresarial en cinco dimensiones: modelo de negocio, gobierno corporativo, prácticas laborales, prácticas ambientales y prácticas con comunidades. Si la empresa tiene acciones encaminadas hacia la dimensión ambiental pues sí, es propio. Al menos en la normatividad colombiana se entendería que sí. Ahora, que eso pase... lo cumplen a medias.

En Colombia el ecosistema es variopinto (tiene muchas formas y colores). Una empresa textil con la que yo trabajo tiene acciones, no es sociedad BIC, entonces podría empezar a hacer el proceso. Ella tiene acciones, ella reporta, va en su segundo informe de sostenibilidad. No sé cómo decirte, porque cuando yo me voy al centro y veo si tiene estrategia, pues esta empresa es grandísima, pero no tiene estrategia de sostenibilidad. Eso quiere decir que no hay nada que amarre lo que hacen: no tiene enfoque.

3.- ¿Considera Ud. que la misión social de las empresas de moda sostenible cambia al constituirse como sociedad BIC?, ¿por qué?

Pues ellos tienen que hacer una cierta reforma hacia su objeto social para empresas que ya nacen o las que están a punto de nacer, que es describir lo que hacen la empresa, tienen que hablar del propósito. Entonces sí, sea jurídicamente, la ley les dice que sí hay una variación, sí lo hacen. Ahora, qué tan serio y realmente el propósito que ellos construyen sea un faro de luz para las empresas y no se desdibujen el camino, pues no puedo decir que eso no pase. Pero digamos que si el primer paso de la sostenibilidad es cumplir la ley y una empresa quiere tener el sello, pues aquí casi funciona como un sello, pues tienen que inclusive... ¿Saben que es un COP? Cuando las empresas se suscriben al Pacto Global, que es una iniciativa muy vieja de Naciones Unidas que busca que las empresas sean transparentes frente a 10 principios y 5 temas.

El caso es que las empresas que se adhieren cada año tienen que hacer un COP: un reporte de qué han hecho frente a esos 5 temas y a esos 10 principios, creo que están colaboradores y trabajadores, creo que hay derechos laborales, hay anticorrupción, hay medioambiente... Entonces, con las BIC pasa lo mismo que con Pacto Global y es que las empresas, al año de constituirse como BIC, deben presentar un informe de al menos sobre estos temas: modelo de negocio, el gobierno corporativo, prácticas laborales, prácticas ambientales, prácticas con comunidades... lo que las sociedades de

beneficio e interés colectivo deben reportar. Ahora, lo que también pasa es que... ¿Saben qué es el sistema B? Es lo mismo. Entonces, aquí en Colombia hay una cooperación entre Sistema B y las sociedades BIC porque después de un tiempo pueden certificarse como empresas B y, de paso, el Global Reporting Initiative (GRI) tiene una batería de indicadores que pueden servirle a las empresas que estén certificadas como sociedades BIC para ese reporte. La ley es del 2018, el decreto regulatorio es del 2019...

Los ejercicios para llamar a empresas y que entren a las certificaciones BIC se hicieron el año pasado semipresencial. Sé de dos cámaras de comercio que la han estado haciendo: la de Cali y la de Bogotá. Estuve en la de Cali y me pareció muy floja porque soy consultora de sostenibilidad empresarial y la persona que lo estaba dictando es alguien a quien tengo aprecio, pero diferimos en cuanto a abordar la sostenibilidad. Él era el facilitador y yo me encontraba en el auditorio. No estaba muy de acuerdo. Tengo un equipo de trabajo y una persona de mi equipo es quien está formando a la gente de Bogotá, me genera mucha más fe porque ella me decía: “Uno de nuestros llamados urgentes a estas empresas que quieran transitar a partir de convertirse en sociedades de beneficio e interés colectivo es que no digan nada que no hagan. Aunque sea poco, digan lo que hagan, no a medias”. Depende de quien esté impartiendo la facilitación: me dio la sensación de que te daban los puntos más fáciles de abordar y más generales para que eso lo pusieras dentro de tus estatutos porque hay una reforma de estatutos para los que existen o para las empresas que, si se iban a crear, se dijera en la creación de los estatutos en qué se compromete... Los más sencillos para que en el momento de reportar le fuera más fácil y eso no es necesariamente transitar.

Hay empresas que nacen desde un principio con ese ideal. En el grupo de empresas que me acompañó a esa facilitación en la Cámara de Comercio de Cali, pues, claramente, yo diría que el 80 % de las empresas que estaban en ese espacio buscaban resolver alguna causa ambiental o social, y ser BIC potencia eso, pero el problema de estos espacios donde hay de todo, o sea, toda clase de empresas, es que se pierde las dimensiones particulares de los sectores y sus problemáticas. Claro, es un primer paso para llamarlas. Ella me llamó y me dijo: “Tengo en Bogotá un taller de confección”. “¿Quieren ser BIC?” Le dije y me dijo: “Sí, es una empresa familiar”. Otro elemento que pasa en Colombia es que muchas empresas son familiares, incluso las grandes empresas en Colombia son familiares. Por eso es que pienso que, si es importante esa visión general, me talla que te digan “vete por acá porque es más fácil” en vez de acompañar a las empresas para que ellas puedan identificar qué pueden hacer dentro de sus posibilidades de tránsito en esos temas: cómo pueden hablar del modelo de negocio y decir que hay una

transformación en su modelo de negocio, como es el tema del gobierno corporativo. Si vamos a hablar de empresas (la mayoría familiares), pues, el gobierno corporativo es una locura en las organizaciones familiares. Prácticas laborales: este sector, especialmente el de confección, es un sector absolutamente informal: no hay contratos, se dice en Colombia que emplear personas es costoso. Hay un *lobby* muy fuerte para reducir el costo de las horas laborales, eso en últimas es reducir derechos.

4.- ¿Cree Ud. que la transparencia organizacional es meramente verídica en las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Si nos vamos a la Ley BIC de Colombia, entonces deberían empezar a reportar. Las empresas aquí, por ejemplo, dentro del ecosistema y del rastreo que he hecho, empresas que reporten he encontrado dos a través de los estándares GRI y son textileras. Hacen no solamente para moda, sino hacen textiles para muchas más cosas. Los informes de sostenibilidad tienen parte de los estándares, dan cuenta de las acciones que supuestamente tiene que ver con el tránsito hacia la sostenibilidad, pero en esos dos reportes, a mí me queda claro que ellas no tienen una estrategia de sostenibilidad. No son BIC. Como la Ley está nueva, no hemos visto el reporte de transparencia, pero del ecosistema moda que yo sepa que reporta a través de otras herramientas, de otras estructuras de reporte son esas: Enka y Lafayette.

5.- ¿Considera Ud. que la ampliación de deberes fiduciarios es criterio fundamental en la conformación de sociedades BIC?, ¿por qué?

Pues claramente porque... Este tema de ampliación de deberes hace aparte de la teoría de la primacía de otros grupos de interés, esto quiere decir que los administradores deben cumplir deberes fiduciarios para un conjunto más amplio de individuos que va más allá del cuerpo de los socios o accionistas. En el caso de los BIC, eso se presenta porque aparecen otros grupos de interés. Si ustedes tienen en cuenta, no me va a parecer raro que sí o sí estas personas, dentro del proceso de certificarse o convertirse en sociedad BIC, van a tener que hacer un ejercicio previo de identificación de grupos de interés.

Ahora, estos son las personas u organizaciones que se ven afectadas por la acción directa o indirecta de la empresa, pero a su vez estos grupos de interés también afectan las empresas. Entonces, el ejercicio que deben hacer previo con las empresas que quieran ser BIC, primero tienen que definir un propósito y después tienen que identificar esos grupos de interés, generalmente son internos y externos. Los grupos de interés internos son los trabajadores, los socios, entonces ahí el tema fiduciario se amplía también. Los externos son los proveedores: puede ser el gobierno, medios de comunicación, la competencia, pueden ser, en últimas, las empresas, las

comunidades locales, la sociedad, los clientes. Todos esos son grupos de interés, pero a veces he visto que ponen al medioambiente como grupo de interés y no lo es. Es un elemento transversal, es una dimensión de la sostenibilidad, no es un grupo de interés.

Se amplían. Ahora, eso es un ejercicio importantísimo dentro del cambio de modelo. Yo hablo mucho sobre el tránsito hacia la sostenibilidad: yo no creo que las empresas o las marcas sean sostenibles, sino que caminan hacia la sostenibilidad. La idea de adaptarse es que efectivamente pasemos con el tránsito a la transición, o sea, significa que dejemos de caminar con pequeñas acciones y lograremos una transición real dentro de los modelos de negocio. Es cómo entendemos y se hacen los negocios, cuáles van a ser los valores estructurales de los negocios, o sea, cuando ha sido producción lineal: extraer, hacer, botar. Quizás a una circular donde no haya desechos, donde los desechos de una industria entren a otras para generar valor a otras industrias. Reutilizar, suprarreciclar, reciclar (eso debería ser lo último), regenerar. Para mí, transformar es importante, sobre todo en la moda... recuperar porque todo está hecho en base a (sic) generar residuos.

Es la visión de la circularidad inicialmente y es romper con ese ciclo, está dada y ha sido concebida desde la dimensión ambiental de la sostenibilidad; prácticamente, a mi parecer, exceptuando un proyecto de Colombia que está en el ecosistema moda, solo está vista desde la dimensión ambiental y no está tocando ni la dimensión cultural ni la dimensión social. No son cajitas separadas, tienen relaciones estrechas... Como cuando yo impacto en la dimensión ambiental, también impacto en la dimensión económica, social y cultural: no van separadas. Entonces, claro, esos deberes fiduciarios se amplían brutalmente porque si la empresa históricamente lo que ha buscado es generar valor para los dueños de la empresa, los accionistas, frente a esta visión o a la teoría de la primacía de los otros grupos de interés, el gerente, el administrador, CEO, y el ecosistema moda, muchas veces el dueño es el mismo accionista. Las empresas también son muy pequeñas, son 2 personas, 5 personas, ¡y eso es cuando están constituidas! Muchas son empresas que todavía no se han formalizado entonces, en ese orden de ideas, digamos que ahí viene un tema especial o se ha dicho más bien... Se dan una serie de conflictos, hay que tenerlos muy presentes, muchas veces...

Un tema crucial para los administradores es que ellos deben guardar lealtad a los dueños de la empresas, pero qué pasa cuando hay un quiebre entre la visión de los dueños de la empresa y la visión del administrador. Si él está consciente de los impactos negativos de la dimensión social, ambiental y económica de la empresa. Suele pasar en los conflictos de agencia que el agente tiene más información que el otro. Por un lado está el deber de lealtad del administrador y de cuidado, y dentro de la visión administrativa y de modelos de negocios que conocemos, siempre debe estar orientada la generación de beneficios para los accionistas. Y las empresas de beneficio e

interés colectivo dicen que ese beneficio se extiende no solamente a los accionistas, sino que se extiende a otros grupos de interés. Ya no prima ese principio de cuidado a los intereses de los accionistas, sino que es como un principio de valor extendido a otros y eso debe ser un ejercicio bastante difícil y eso debe generar conflictos de agencia, sobre todo en empresas grandes... En todas las empresas porque todas se crearon para ganar plata.

Hay un debate desde 1975: Milton Friedman y Edward Freeman. Uno, por ejemplo, dice que la responsabilidad de las empresas es generar valor económico a los accionistas, pagar impuestos y generar empleo: no hay más. Que el director que busque generar valor para otros grupos de interés está yendo en contra de la misión de la empresa. Por fortuna, llega Freeman y dice que la empresa debe ser un buen ciudadano y debe contribuir al desarrollo de la sociedad. Que, más allá de pagar impuestos es generar empleo de calidad, que además de generar valor a los accionistas también debe estar consciente de que debe respetar los derechos humanos y que no puede dañar. Este señor es muy fuerte en la teoría de grupos de interés. Una de las grandes críticas a la responsabilidad social empresarial, en últimas a lo que conocemos actualmente como sostenibilidad empresarial, es que todavía prevalece la visión de Friedman de 1975, entonces romper con ese paradigma de generación de valor económico es, yo creo, una de las grandes metas de la sostenibilidad como visión, pero lo peor de todo es que hay más preguntas que respuestas porque es una institución que nació para generar valor económico, y como uno le dice “rompa con eso del todo” no puede; por lo tanto, el ejercicio que se hace actualmente, digamos que, en esa ampliación fiduciaria es generar un balance.

6.- ¿Cree Ud. que una razonable remuneración salarial influye en la productividad de las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Más que plantear la pregunta en términos de “razonable”, los invito a plantearla desde el concepto: Digno, remuneración digna.

Esta respuesta, al menos, para mí, tiene este matiz:

Frente a la productividad de las empresas del ecosistema moda que transitan hacia la sostenibilidad: Una de las acciones en razón del tránsito de las empresas hacia la sostenibilidad (De ahí que exista un concepto dentro de los indicadores de sostenibilidad empresarial que se denomina, *Valor Económico Generado y Distribuido*)¹, especialmente en las dimensiones económicas y sociales es, considerar el significado de “dignidad en los

¹ Valor Económico Generado y Distribuido: la forma en que la organización ha creado y distribuido riqueza (prosperidad) para sus grupos de interés.

En el indicador VED (Valor Económico Generado) cuenta como indicadores de gestión de la sostenibilidad empresarial, los salarios y prestaciones sociales.

salarios”, para aquellas que efectiva y legalmente emplean personas, por un lado está, el cumplimiento de la Ley la laboral del país, eso es lo básico.

De acuerdo con la Definición (según los convenios de la OIT 95 y 131, las Recomendaciones de la OIT 131 y 135, y, el Artículo 23 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos): “El salario o remuneración pagado a una persona como contrapartida a un trabajo estándar debe como mínimo alcanzar el salario mínimo legal o el estándar salarial mínimo aplicado en un sector dado, y, ser siempre suficiente para cubrir las necesidades básicas del trabajador/a y su familia y además permitirle unos ingresos discrecionales”.

“¿Qué significa esto? Para ser más precisos, un Salario Digno: • se aplica a todos los y las trabajadoras: no debe haber ningún salario inferior • debe ser alcanzado en una semana laboral estándar, de 48 horas como máximo (por encima de esta cifra pasarían a ser horas extraordinarias) • está compuesto por el salario base; sin incluir prestaciones (como la asistencia médica y la jubilación), bonus| o pagas extras • cubre las necesidades básicas de la persona empleada y su familia, compuesta por dos adultos y dos niños/as • provee un ingreso adicional, que es como mínimo el 10 % de la cantidad necesaria para cubrir las necesidades básicas”.

Ahora bien, hay una relación de acuerdo a la evidencia empírica, entre productividad y salarios: al tener ganancias más altas, las empresas, pagan salarios más elevados. Esto tiene relación con el tamaño de las empresas.

“Si bien la productividad de las empresas tiene importancia para los salarios, importa menos de lo que se podría pensar de un año al siguiente” un ejemplo de esto, es la coyuntura resultado de la pandemia mundial, donde algunas empresas produjeron mucho menos y esto se reflejó no solo en los salarios, sino también, en la pérdida de empleos.

"Las empresas tienen que demostrar que contribuyen al bien común. El salario digno es una de las herramientas más poderosas para que las empresas contribuyan a garantizar los derechos humanos de sus trabajadores."

Phil Bloomer, director ejecutivo, Business & Human Rights Resource Centre

7.- ¿Considera Ud. el rol de las empresas de moda sostenible como factor determinante que mitigaría los problemas socioambientales?, ¿por qué?

El tránsito hacia la sostenibilidad en las empresas del ecosistema moda, de manera estratégica, integral, va más allá de mitigar. La gestión o más bien el compromiso con la sostenibilidad IMPLICA prevenir, mitigar, compensar y reparar sobre sus impactos negativos en el medio ambiente y las personas.

Ahora, esto no es algo que se haga solo, REQUIERE DEL COMPROMISO DE TODOS LOS SECTORES, porque como les conté, esos 10 impulsores son representados por el Estado, La Sociedad Civil, los medios de comunicación, los colaboradores/trabajadores, las organizaciones reguladoras y vigilantes...

Desde esta perspectiva cobra sentido la siguiente frase:

“La innovación requerida para crear el futuro no vendrá de una sola fuente. No de la ciencia, no de la tecnología, no de los gobiernos, no de los negocios, sino de todos nosotros. Debemos sacar provecho del poder colectivo de las alianzas poco convencionales para redefinir la forma en la que prosperaremos en el futuro”.

**Hannah Jones VP de negocios sustentables e innovación Nike.²*

Pillyava Mejía Gutiérrez

² La frase es buena, aunque a estos les creo tan poco...

FICHA DE ENTREVISTA

Dirigido a especialistas en derecho empresarial y consultores en sostenibilidad.

Título: La economía circular en el mundo de la moda: la conformación de las sociedades de beneficio e interés colectivo.

Nombre del entrevistado: Annalucia Fasson Llosa

Ocupación: Jefe del Área de Derecho de la Moda y *Retail* de Estudio Muñiz

Fecha de entrevista: 30 de mayo del 2022

Entrevistadores: Bryan Jaredh Montoya Jimenez y Alina Villena Acostupa

Cuestionario:

1.- ¿Considera Ud. que las empresas de moda que emplean la economía circular deberían constituirse como sociedades BIC?, ¿por qué?

Sí, porque la ley de beneficio e interés colectivo justamente incluye en su objeto social dos propósitos: el propósito social y el propósito ambiental, además de ser obviamente una sociedad o persona jurídica con fines de lucro. Entonces, si yo soy una empresa o un emprendimiento de moda sostenible y la sostenibilidad tiene como pilares el derecho laboral, el derecho social o derechos humanos; por otro lado, el tema medioambiental y tiene como tercer pilar la buena gobernanza o el buen gobierno corporativo; entonces, desde la gobernanza, desde los dueños de las sociedades, desde los accionistas, pasando por todos esos órganos societarios deben estar alineados.

2.- ¿Cree Ud. que el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales es propio de las sociedades BIC?, ¿por qué?

Lo que pasa es que la ley BIC está pensada no solo en el sector textil o de moda. Cuando yo participé en los comentarios del reglamento de la ley BIC, antes de mandar mis observaciones a PRODUCE, quise establecer el tema de la moda sostenible y me dijeron que no porque ellos querían que la ley BIC sea transversal para todos los sectores. En el tema específico de la depredación de los recursos naturales, no todos los sectores que puedan alinearse o adecuar sus estatutos a la ley BIC van a tener la depredación de los recursos naturales.

Por ejemplo, si yo soy una sociedad que quiere enseñar (servicios educativos), ahí no estaría en la depredación o la no depredación de recursos naturales, sino que se podría implementar como un tema o propósito ambiental la política de reciclaje. La ley BIC no está dirigida a un sector,

sino a todos los sectores. Claro, puedes ser una empresa constructora: hacer casas sostenibles o puede ser un restaurante sostenible. La norma señala cuando uno arma o precisa los objetos, los propósitos sociales y ambientales son *e-tailor*, o sea, hecho a la medida por cada empresa. Cada empresa va a tener su propio propósito social y su propio propósito ambiental.

3.- ¿Considera Ud. que la misión social de las empresas de moda sostenible cambia al constituirse como sociedad BIC?, ¿por qué?

No cambia, sino lo refuerza porque una cosa es que me presente como moda sostenible y otra cosa es que cuando yo adecuó mis estatutos incluyo en mi objeto social un propósito social y un propósito ambiental, porque acuérdesese que en la ley BIC es mínimo un propósito social y mínimo un propósito ambiental. Si yo no tengo ese compromiso... “Yo soy una empresa de moda sostenible”, pero puedo dejar de serlo, o sea, no hay ningún tipo de vinculación. En cambio, si mi estatuto sí lo señala, si yo estoy naciendo con un propósito social y ambiental o cuando adecuó mi estatuto, ya la empresa necesariamente... porque cuando uno se vuelve BIC tiene obligatoriamente que cumplir con obligaciones. Para ser BIC tienes dos obligaciones: la primera es que, dentro de los 60 días calendario que acabas de ser BIC, tienes que aprobar tu plan de gestión estratégico donde va a estar tus actividades a corto, mediano y largo plazo, y la segunda obligación es que tienes que contratar a un auditor independiente para que te verifique que las actividades que tú has mencionado en el plan estratégico se estén cumpliendo. Si no cumples y eres BIC, puede ser una causal de pérdida de la categoría BIC. En teoría, tendrías que volver a adecuarlo, pero no hay un caso al respecto porque todavía son pocas las empresas inscritas como BIC.

4.- ¿Cree Ud. que la transparencia organizacional es meramente verídica en las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

En las empresas de moda sostenible depende. Tendríamos que auditar a cada empresa que se dice sostenible porque la sostenibilidad abarca la trazabilidad del producto. No solamente abarca la compra de la materia prima, sino toda la cadena. Desde que contratas el transporte: la persona de transporte debe ser sostenible, quien distribuye, quien comercializa y quien promociona hasta que el producto esté en el ropero del cliente. Trazabilidad es todo y transparencia también es en toda la cadena. Yo me atrevería a decir que en el Perú no hay una empresa que sea 100 % sostenible. De moda sostenible no la hay, si no la hay ni siquiera en el mundo.

Son como 40 aspectos de sostenibilidad a desarrollar alineados con los 17 principios de ODS que, a su vez, apuntan a llegar a 169 metas. Ni siquiera las marcas de lujo pueden cumplir con los 17 principios. Las empresas que se dicen sostenibles son aquellas que trabajan un principio. Uno, dos o tres,

no más. La idea es que una vez que esté trabajado bien ese principio pase a otro. Ser sostenible no es solamente comprar materia prima orgánica: eso no me hace sostenible. Es una parte de toda la cadena. ¿Es un buen paso? Sí ¿Es un primer paso? También, por supuesto, pero no significa que por el solo hecho...

Para ser sostenible tienes que cumplir con tres requisitos: el respeto a los derechos laborales y humanos, el respeto de las normas ambientales y el buen gobierno corporativo. Si te falta uno de estos requisitos, en teoría, no eres sostenible, y la sostenibilidad tiene *stakeholders* internos y externos. Los internos son los que tienen que estar alineados desde la cabeza: accionistas, directorio y director general, pasando por colaboradores o trabajadores, inversionistas y directivos. Y los *stakeholders* externos tiene que estar alineado: proveedores, clientes, comunidad y hasta el mismo Estado. Entonces, no es fácil ser 100 % sostenible porque tendrías que compartir a todos los agentes que forman parte de la cadena.

5.- ¿Considera Ud. que la ampliación de deberes fiduciarios es criterio fundamental en la conformación de sociedades BIC?, ¿por qué?

¿Los deberes fiduciarios? No, porque la fiduciaria no interviene en la regulación BIC. De hecho, yo he constituido varias sociedades BIC y no participa la fiduciaria. Hasta donde yo sé, cuando uno otorga el fideicomiso este crea un patrimonio fideicometido. Y este patrimonio fideicometido lo administra la fiduciaria.

6.- ¿Cree Ud. que una razonable remuneración salarial influye en la productividad de las empresas de moda sostenible?, ¿por qué?

Creo que es fundamental un buen salario en cualquier sector, seas BIC o no. Que sea una remuneración justa y equitativa por el trabajo realizado y eso está establecido en la OIT. Eso no tiene nada que ver con el BIC. Lo que se podría incluir como BIC sería una política de igualdad salarial porque más allá de la remuneración... La remuneración mínima la tienen que cobrar todos los trabajadores en el Perú. En el tema de la remuneración va más allá la parte social de una "igualdad de género". Mal dicho, yo lo llamaría una "igualdad de oportunidades".

Por un lado, sé que, por ejemplo, se capacita a artesanos, se capacita a diferentes personas del sector textil para empoderar a las mujeres. Por otro lado, la igualdad salarial que también debería ser entre hombre y mujer, ambos con las mismas credenciales, con la misma experiencia. Lo que pasa es que en las empresas BIC no se analiza la parte laboral. Las empresas BIC es que tú incluyas un propósito social y un propósito ambiental. Se sobreentiende que la sociedad debe respetar los derechos laborales, pero eso

no es solamente porque seas BIC o no, eso es porque todas las sociedades del Perú la deben hacer. Eso es derecho laboral y la ley BIC no te habla de derecho laboral, sino te habla de que debes tener dos propósitos como mínimo. Dentro del propósito social podrías indicar educación en el respeto a los derechos laborales, pero está más dirigido *e-tailor* a cada empresa. Cada empresa va a implementar y precisar cuál es su propósito social, se sobreentiende que el tema de los derechos laborales como los derechos ambientales es como el derecho tributario, así como el derecho corporativo. Eso ya lo tiene que tener inherente la sociedad. Si no lo tiene, no puedes llamarte moda sostenible porque, dentro de los pilares de la sostenibilidad, justamente sería el derecho laboral. ¿Cómo te puedes llamar moda sostenible si explotas a tus trabajadores? O no le pagas una remuneración justa.

Pasa que se está combinando conceptos. Una cosa es moda sostenible y otra cosa es BIC. BIC es la parte societaria, el buen gobierno corporativo, no tiene nada que ver con lo laboral. Aquí es donde viene la parte sostenible: derechos laborales, derechos ambientales y buen gobierno corporativo. En el buen gobierno corporativo está la ley BIC, pero los derechos laborales es por el hecho de que tú eres moda sostenible. Se supone que todas las empresas que se dicen ser sostenibles deben respetar los derechos laborales; si no, no lo deberían decir. Se convertirían en un *greenwashing*.

7.- ¿Considera Ud. el rol de las empresas de moda sostenible como factor determinante que mitigaría los problemas socioambientales?, ¿por qué?

Sí, por supuesto. Ayuda a mitigar. No a eliminar, pero por lo menos a reducir. Comparado con una empresa que no tiene ese ADN, por supuesto que ayuda ser sostenible frente a aquello que no lo es. Yo podría atreverme a decir que, en un futuro, no todas, pero por lo menos la mayoría de las empresas van a ser sostenibles porque es lo que el consumidor está pidiendo ahora, sobre todo las nuevas generaciones que van a ser el grueso de tus consumidores. La generación *millennial*, Z y la que viene (que es la Alfa). Apoya bastante los materiales orgánicos en temas de reciclaje como la economía circular, *upcycling*, alquiler o venta de productos de segunda mano.

