



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela de Auditoría

“LAS EMPRESAS B Y SU APLICACIÓN EN CHILE”

Tesis para optar al Título Contador Público y Auditor y el Grado de Licenciado en Sistemas de Información Financiera y Control de Gestión

Tesistas:

Daniela Fernanda Hevia De Martini

Ariatne Carolina Espinoza Antola

Profesor Guía: Bruno Bernal Cruz

VALPARAÍSO, 2017

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	5
ABSTRACT	5
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	6
1. Antecedentes Generales	6
1.1. Origen de la Responsabilidad Social Empresarial.....	6
1.2. Concepto de RSE.....	7
1.3. Sustentabilidad y Desarrollo Sustentable	8
1.4. Stakeholders	9
2. Historia de Empresas B.....	10
3. Empresas B.....	12
3.1. Misión, visión y características generales de Sistema B.....	12
3.2. Propuestas.....	13
3.3. Propósito de ser una Empresa B	14
3.4. Objetivo	14
3.5. Estrategia de Sistema B.....	15
3.6. Pasos para impulsar el cambio	15
3.7. Proceso de certificación	16
3.8. Re-certificación.....	19
3.9. Evaluación de impacto	19
4. Empresas B en Latinoamérica: Sistema B.....	25
5. Empresas B en Chile	27
CAPÍTULO II: ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	28
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	28
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	28
METODOLOGÍA.....	29
Etapa 1: Recopilación de Información	29
Etapa 2: Sistematización de la Información	29
Etapa 3: Elección de Sujeto de Investigación	30
Etapa 4: Aplicación de la técnica de recogida de datos	36
Etapa 5: Criterios de Calidad	37
Etapa 6: Categorización y Subcategorización	38
Etapa 7: Análisis de resultados	38
Etapa 8: Discusión de resultados.....	38
Etapa 9: Conclusiones.....	39

CAPÍTULO III: RESULTADOS	39
CAPÍTULO IV	42
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	42
CONCLUSIONES.....	44
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS	48
Anexo N°1: Mapa Conceptual Marco Teórico	48
Anexo N°2: Cuestionarios realizados a empresas certificadas	48
2.1. Empresa certificada: DEGRAF SpA.....	48
2.2. Empresa certificada: Guayacán Spa.....	50
2.3. Empresa Certificada: REMBRE	53
Anexo N°3: Transcripción Seminario Fundación Chile	55
Anexo N°4: Imagen Atlas.ti	68
Anexo N°5: Boletín 10321, ingreso proyecto de Ley a Cámara de Diputados.....	69

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito explicar el funcionamiento de las Empresas B, una de las empresas certificadoras de responsabilidad social empresarial que se encuentran en Chile, y como ha sido su implementación en el país.

La metodología utilizada corresponde a un estudio cualitativo con un alcance de comprensión, la que se llevó a cabo con tres cuestionarios a Empresas B certificadas y la transcripción de un seminario que abordó temas de responsabilidad social empresarial.

Los resultados indicaron que las empresas chilenas están cada vez más interesadas en mejorar sus procesos de manera sustentable no afectando su entorno ambiental y social, esto les trae beneficios a nivel corporativo y contribuyen para una mejor calidad de vida.

Palabras clave: Empresas B – Responsabilidad Social Empresarial – Sustentabilidad - Stakeholders

ABSTRACT

The purpose of the present investigation is to explain the operation of Empresas B, one of the companies that certify corporate social responsibility in Chile, and how it has been implemented in the country.

The methodology used corresponds to a qualitative study with a scope of comprehension, which was carried out with three questionnaires to Certified Companies B and the transcription of a seminar that covered issues of corporate social responsibility.

The results indicated that Chilean companies are increasingly interested in improving their processes in a sustainable way without affecting their environmental and social environment, this brings benefits to the corporate level and contribute to a better quality of life.

Key words: B Corporations - Corporate social responsibility – Sustainability – Stakeholders

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes Generales

Para comprender las propuestas de Empresas B y cómo su aplicación puede generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, se explicarán conceptos necesarios para este entendimiento, en el que además se utilizó Cmap Tools (Ver anexo N°1) para graficar esta información.

1.1. Origen de la Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial (RSE) o la responsabilidad social corporativa (RSC) surge por las transformaciones profundas de la sociedad y la empresa ocurrida durante el último tercio del siglo pasado, la degradación acelerada del medio ambiente, crisis económicas y con ello el desempleo y pobreza a nivel mundial (Cuevas, 2009). Esto provoca en las personas la creencia del trabajo de determinadas empresas que colaboran con el mantenimiento de regímenes o prácticas políticas éticamente incorrectas y en el impacto que genera en su entorno, ya sea en empleados, socios, proveedores, clientes, público en general y el medio ambiente. Este pensamiento tiene un impulso importante con Howard R. Bowen quien manifiesta las primeras nociones de la relación empresa y sociedad, en la cual las organizaciones juegan un rol importante en la conciencia de las personas, desde la perspectiva de las decisiones empresariales y criterios que utilizan para desarrollar sus procesos.

La responsabilidad social empresarial se define como las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad (Bowen, 1953). Es una nueva forma de hacer negocios, donde la empresa gestiona sus operaciones en forma sustentable en lo económico, social y ambiental, reconociendo así los intereses de cada uno de ellos.

Existen diversas organizaciones que promueven la RSE, para esto entregan las herramientas, conocimientos, acceso a redes, participación de proyectos, entre otros beneficios, para que de acuerdo a las características del negocio se desarrolle una estrategia de sustentabilidad. Una de ellas son las empresas B, que surge como iniciativa de B Lab, una compañía cofundada en 2006 por Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan y

Andrew Kassoy, en la que tratan de crear condiciones necesarias para que prosperen las empresas que tienen vocación sostenible. Antes se creaban ONGs para solucionar los problemas de nuestros tiempos, ahora se crean empresas (Coen, 2014).

En el contexto social de América Latina una de las regiones más desiguales y violentas del planeta, pero con grandes recursos naturales y energéticos, la comunidad empresarial y la ciudadanía en su conjunto van tomando cada vez más conciencia de la necesidad de redefinir el éxito empresarial. El sector privado, público y social están evolucionando para adaptarse a las diversas demandas sociales (FOMIN, 2012). Tanto el sector público como privado están adoptando prácticas operacionales como la RSE con el propósito de mejorar la competitividad, pero así también generar un cambio positivo en las condiciones sociales y ambientales de la comunidad, en la que no solo la empresa se ve beneficiada si no que todo su entorno también.

1.2. Concepto de RSE

Actualmente se pueden encontrar diversas definiciones de RSE. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) la define como “el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas en la sociedad y que afirman los principios y valores por lo que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos como en su relación con los demás actores”.

En Chile, Acción RSE la define como “Una visión de negocios necesaria para la sostenibilidad y la competitividad de las empresas, que les permite integrar armónicamente el desarrollo económico con el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, en toda su cadena de valor”.

Si bien, RSE significa algo, no siempre tiene el mismo significado para todos. Hay que entender que la RSE va más allá del simple cumplimiento de la ley, sino del cambio que proviene de la misma organización, impulsada por la alta dirección y que pasa a formar parte del proceso de toma de decisiones estratégicas de la compañía, considerando las expectativas de sus grupos de interés. Todo esto, es equivalente al comportamiento socialmente responsable en un sentido ético.

1.3. Sustentabilidad y Desarrollo Sustentable

Según Acción RSE, la sustentabilidad es la capacidad que poseen las sociedades para impulsar su crecimiento económico en armonía con el crecimiento social y medioambiental. Es así que el desarrollo sustentable se entiende como un proceso integral que exige a los distintos actores de la sociedad compromisos y responsabilidades en la ejecución de sus actividades. También definen la “sustentabilidad empresarial” como aquella que “consiste en garantizar la rentabilidad a largo plazo al mismo tiempo que se hace cargo de los impactos económicos, sociales y ambientales del negocio, contribuyendo también al desarrollo de la sociedad.”

En 1983, se crea la Comisión Brundtland, que tiene como principal objetivo emitir un informe en el cual se enfrenta y contrasta el desarrollo económico actual junto con la sustentabilidad ambiental. Es en este informe en donde Gro Harlem Brundtland (1987) define el desarrollo como sustentable cuando éste “satisface las necesidades de la presente generación sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para que satisfagan sus propias necesidades”.

El desarrollo, para ser sustentable y diferenciarse del simple crecimiento, debe cumplir con ciertas condiciones: debe ser endógeno, es decir nacido y adecuado a la especificidad local, y auto-gestionado, es decir planificado, ejecutado y administrado por los propios sujetos del desarrollo. Es así que encontramos diversos ámbitos de aplicación de sustentabilidad:

1. Sustentabilidad económica: Implica disponer de los recursos necesarios para darle persistencia al proceso
2. Sustentabilidad ecológica: Proteger la base de recursos naturales mirando hacia el futuro y cautelando, sin dejar de utilizarlos, los recursos genéticos, agua y suelo
3. Sustentabilidad energética: investigando, diseñando y utilizando tecnologías que consuman igual o menos energía que la que producen
4. Sustentabilidad social; para que los modelos de desarrollo y los recursos derivados del mismo beneficien por igual a toda la humanidad, es decir, equidad.

Es de esto, que se difiere que el desarrollo sustentable requiere manejar los recursos naturales, sociales, humanos, económicos y tecnológicos, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para la población y, al mismo tiempo, velar porque los patrones de consumo actual no afecten el bienestar de las futuras generaciones. Es así que

cada país aplicará sus propias estrategias para alcanzar el desarrollo sustentable, dependiendo de las prioridades asignados por ellos mismos.



Fuente: Acción Empresa s, 2017

1.4. Stakeholders

Desde las primeras definiciones este enfoque ha sido utilizado para describir las relaciones de la empresa con entorno, pero también para generar estrategias o guías de acción para la empresa (F. Navarro, 2012, pág. 85). Stakeholders significa en español: “participante”, “inversor”, “accionista”, y desde el punto de vista empresarial, este concepto se utiliza para referirse a los grupos de interés de una empresa.

Es así que para la presente investigación, se considera stakeholders como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Freeman, 1984, pág. 24). Esta definición da un enfoque basado en los grupos de interés, entendiéndose por tal, todos aquellos individuos o grupos que, ya sea por motivos estratégicos, o bien por motivos de legitimidad moral, son necesarios para el logro de los objetivos de la empresa.

Tipos de Stakeholders

- ✓ **Internos:** Son aquellos participantes fundamentales para el operar de una organización. Este grupo incluye a quienes tienen alguna relación económica con

el negocio, como por ejemplo, accionistas, clientes, proveedores y trabajadores (Navarro, 2012, pág. 89).

- ✓ **Externos:** Aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. En esta categoría están los competidores, los medios de comunicación, la comunidad en donde operan, ONG's, entre otros (Navarro, 2012, pág. 89).

2. Historia de Empresas B

Empresas B nace en Estados Unidos de mano de dos emprendedores de éxito, Jay Coen y Bart Houlahan, creadores de AND 1, reconocida tienda de ropa deportiva de basquetbol. Tras la venta de la su empresa, vieron cómo los nuevos propietarios desmontaron rápidamente las buenas prácticas de impacto social y medioambiental que ellos mantenían.

Si bien, la venta a American Sporting Good de la empresa se realizó por la suma de US\$ 250 millones, una suma difícil de rechazar, ellos tenían presente lo ocurrido con los socios fundadores de Ben & Jerry's, a quienes la corte suprema de Estados Unidos los obligó a aceptar la millonaria oferta realizada por Unilever, pese a sus reiteradas negativas y al hecho de querer hacer una empresa distinta, que fuera sustentable con el medioambiente y la comunidad, con uso de materiales orgánicos, utilizando el denominado "comercio justo", amigable y transparente con sus trabajadores y donando parte importante de sus ganancias a la comunidad. Pero el dictamen judicial fue enfático: Los dueños estaban obligados a vender porque no pudieron demostrar que en sus procesos productivos pudieran generar más dinero que lo ofrecido por la multinacional, y como la ley establece que el rol fundamental de una empresa es maximizar las utilidades para sus accionistas, si los dueños de la empresa, rechazaban la oferta, estarían incumpliendo la ley y podrían ser demandados.

Esta situación, sumado a su propia experiencia, hizo que Houlahan, Coen buscaran una nueva modalidad de empresa, cuyo objetivo principal fuera resolver problemas sociales y ambientales, reduciendo al máximo las externalidades negativas. Para ello, se aliaron con Andrew Kassooy, con quien, comienzan a idear la manera de promover una nueva legislación que los ampare y buscaron los estados propicios para ese fin.

En el año 2006, deciden desarrollar dos iniciativas para crear una comunidad de empresas responsables: por un lado, crearon un sistema de certificación de Empresas B, conocido como **B-Lab** y por otro, promovieron cambios legislativos para crear un nuevo tipo de empresa legal, las **Benefit Corporations**, que se constituyen desde su inicio como Empresas B.

B - Lab: Es un sistema de certificación de Empresas B que nació en EEUU y que se ha expandido en América Latina. Mejoran la calidad de vida de su comunidad.

Comparada con otros negocios sostenibles, la Corporación B está:

68%	47%	18%
Más dispuesta a donar al menos 10% de sus beneficios a la caridad	Más dispuesta a usar energía renovable	Más dispuesta a contratar proveedores de comunidades con bajos ingresos

Fuente: “Nuevas Empresas, Nuevas Economías” (FOMIN, 2012)

Benefit Corporations: Es una nueva categoría legal de empresa que permite el nacimiento de compañías del cuarto sector sin necesidad de certificación. Ofrecen mejor calidad a sus trabajadores.

Comparada con otros negocios sostenibles, Benefit Corporations está:

55%	45%	28%
Más dispuestas a cubrir parte del seguro de salud de sus empleados	Más dispuestas a dar bonos a miembros no ejecutivos	Más dispuestas a tener a mujeres y minorías como parte de la dirección

Fuente: “Nuevas Empresas, Nuevas Economías” (FOMIN, 2012)

3. Empresas B

En la presente investigación se explica el funcionamiento de las Empresas B y como ha sido su implementación en Chile, por lo que es necesario definir primeramente qué es el Sistema B.

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) define a la Empresa B como un nuevo modelo empresarial que amplía el deber fiduciario de los accionistas y gestores para incluir intereses no financieros. Su objetivo es crear un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Opera con altos estándares de gestión y transparencia, al tiempo que busca el mejor rendimiento financiero y permite la repartición de utilidades entre accionistas. Y su filosofía es provocar un cambio social o ambiental a través del mercado. En este sentido, la Empresa B considera las utilidades como la herramienta para lograr sus objetivos y no como un fin en sí mismas, por lo que constituye un vehículo de emprendimiento e innovación dentro del ecosistema empresarial (FOMIN, 2012).

3.1. Misión, visión y características generales de Sistema B

Según información proporcionada por el sitio oficial de Empresa B, sus características son las siguientes:

Misión: Construir un ecosistema favorable para fortalecer empresas que utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales.

Visión: Una economía donde el éxito se mida por el bienestar de las personas, de las sociedades y de la naturaleza.

Valores: Co - Construcción, pasión, diversidad, interdependencia, cuidado e innovación.

Objetivos a largo plazo:

- Política Pública: Facilitar el desarrollo de políticas públicas y marcos regulatorios favorables en cada país.
- Capital: Aumentar el flujo de capital de impacto hacia la comunidad de Empresas B y contribuir al nacimiento de la industria en la región.
- Mercados: Facilitar las oportunidades comerciales dentro de la comunidad de Empresas B e impulsar la inclusión de Empresas B en la cadena de valor de

grandes compradores tanto del sector público como privado.

- Academia: Promover la formación de talento y el desarrollo de conocimiento empírico sobre el tema.
- Líderes de opinión: Empoderar a personas referentes como voceros.
- Más Empresas B: Articular una comunidad creciente, líder, robusta y diversa de Empresas B.
- Mejores Empresas B: Potenciar a las Empresas B en la generación de triple resultado.
- Consolidación institucional: Estructurar a Sistema B como una organización sostenible y que facilita la construcción de un movimiento.

Objetivos a corto plazo: Si bien la visión de Sistema B es buscar un cambio en la economía y no solo en las Empresas B, el foco a corto plazo será precisamente las Empresas B, utilizando la metodología de teoría de cambio, en que la problemática a resolver es “El éxito empresarial no se mide por bienestar, sino por resultados financieros” (FOMIN, 2012). Para resolver esta problemática, realizarán dos intervenciones:

- 1) Facilitar el desarrollo de un Ecosistema favorable para el fortalecimiento de las Empresas B.
- 2) Potenciar los resultados económicos, sociales y ambientales de las Empresas B.

3.2. Propuestas

La Empresa B persigue un triple impacto:

- 1) Soluciona problemas sociales y ambientales con los productos y servicios que comercializa, y también a través de sus prácticas profesionales y ambientales, su relación con la comunidad, proveedores y diferentes públicos de interés.
- 2) Pasa un riguroso proceso de certificación que valida el cumplimiento de estándares mínimos de desempeño, el ejercicio de sus labores con transparencia, a través de la publicación de sus resultados, y el impacto de sus resultados sociales y medioambientales.
- 3) Incorpora modificaciones legales para proteger su misión o su propósito empresarial en el que se combina el interés público y privado (Sistema B, 2017).

3.3. Propósito de ser una Empresa B

Ser parte de la comunidad global de Empresas B proporciona múltiples beneficios según señala la corporación de Sistema B a través de su sitio web:

- **Movimiento global:** Las Empresas B son líderes de las nuevas fuerzas económicas, logrando inspirar a muchos a sumarse.
- **Protección de misión:** El propósito de las Empresas B perdura en el tiempo, al protegerse legalmente.
- **Mejora continua:** La certificación es una herramienta de mejora continua, que permite que las Empresas B aumenten su impacto positivo de manera permanente.
- **Acceso a inversionistas:** Las Empresas B son tremendamente atractivas para los inversionistas de impacto, una nueva clase de inversionista que invierte en empresas rentables, pero de alto impacto social y ambiental.
- **Acceso a nuevos clientes:** Las Empresas B se integran a la cadena de valor de grandes empresas y además se asocia comercialmente con otras Empresas B
- **Atraen talentos:** Las Empresas B atraen talentos profesionales que buscan trabajar en empresas con un propósito.
- **Posicionamiento:** Las Empresas B se posicionan fuertemente en los medios de comunicación, eventos masivos, foros y seminarios.
- **Ahorro:** Las Empresas B obtienen múltiples beneficios de ahorro otorgados por B Lab y Sistema B, tales como asesorías pro-bono, descuentos en programas informáticos, entre otros (Sistema B, 2017).

3.4. Objetivo

Sudamérica es el continente más desigual del mundo, por lo que muchas organizaciones han estado impulsando un cambio en la sociedad desde el ámbito empresarial, ya que el Estado si bien cumple una labor fundamental, no es suficiente, por la rapidez con que perdemos los servicios de los ecosistemas y la profundidad de la desigualdad. Las empresas tienen una gran capacidad de lograr resultados, a través de la repartición de sus bienes y servicios al mercado pueden marcar la diferencia y así lograr un crecimiento sostenible y equitativo.

“Debemos apropiarnos del poder de la empresa privada para crear beneficios públicos, disminuir la pobreza, reconstruir comunidades, preservar el medioambiente y crear buenos lugares donde trabajar” (Sistema B, 2017).

En América Latina no existe un marco jurídico claro que regule las obligaciones y compromisos de este nuevo actor social, la Empresa B. Hasta ahora la legislación distingue entre personas jurídicas con ánimo de lucro que protegen el interés privado de los accionistas y personas jurídicas sin ánimo de lucro que buscan el interés público y general (FOMIN, 2012). Tanto empresarios como inversionistas se enfrentan a estas lagunas del marco jurídico cuando quieren generar algún cambio para tener un impacto material positivo en la sociedad, es por esto la importancia de que exista un ente regulatorio externo e independiente que le de veracidad y confianza a sus proyectos.

3.5. Estrategia de Sistema B

La estrategia de los empresarios B y Sistema B es tener un impacto más allá de la acción individual de cada una de las empresas, también quieren conseguir que participe la investigación académica, las autoridades gubernamentales y diferentes organizaciones sociales que contribuyan al cambio de cultura en las decisiones económicas. Es así como este movimiento puede marcar la diferencia para que la economía latinoamericana deje de ser un vector destructivo de los recursos naturales y se convierta en una actividad verdaderamente regenerativa (Sistema B, 2017).

Tal como lo dijo Obama el 2015 en la Cop21 “Somos la última generación que puede hacer algo”, aparte del contexto social y evidente pobreza en algunos sectores, se ha vuelto una preocupación internacional las consecuencias que está sufriendo nuestro planeta que podría incluso volver inhabitable muchas regiones por ciclones, sequías, alteración de niveles del océano, caída de rendimientos agrícolas, extinción de especies, entre otras.

3.6. Pasos para impulsar el cambio

La Comunidad B busca la identificación de otras empresas que sean compatibles con los objetivos B, a través de 4 pasos:

1. Identificar: Descubrir esfuerzos pioneros, aquellas empresas que buscan

establecer nuevos paradigmas en el mercado tradicional.

2. Conectar: Vincular estos proyectos con otros de la Comunidad.
3. Fortalecer: Creación de espacios para aprender y compartir experiencias.
4. Proyectar: Dar a conocer las nuevas prácticas sociales y medioambientales.

La Comunidad B mide el éxito empresarial por el bienestar de las personas, las sociedades y la naturaleza, en que distintos sectores de la economía sean motores de este cambio, ya sea inversionistas, políticos, educadores, investigadores, docentes, estudiantes, entre otros.

Una vez certificada la empresa se compromete de forma personal, institucional y legal a tomar decisiones considerando las consecuencias de sus acciones a largo plazo en la comunidad y el medioambiente. Asumen con responsabilidad pertenecer al movimiento global de empresas que están haciendo un cambio, utilizando la fuerza del mercado para dar soluciones a problemas sociales y ambientales (Sistema B, 2017).

3.7. Proceso de certificación

Para certificarse como Empresa B, primero debe estar constituida la empresa y llevar al menos 12 meses funcionando. Ahora bien, si la empresa es nueva, Sistema B les entrega un sello de Empresa B pendiente hasta que pueda ser acreditada por cumplir los requisitos de antigüedad. El proceso de certificación consiste en 6 pasos (Sistema B, 2017):

1. Completar Evaluación

En primer lugar, Sistema B realiza un diagnóstico de cómo se encuentra la organización en varias áreas de interés para determinar si la solicitante cumple con los requisitos. Esta evaluación es online (a través del sitio oficial de Sistema B) y gratuita.

Consta de 100 preguntas que abarcan 4 áreas de la empresa: Gobernanza, Modelo de Negocios, Prácticas Ambientales y Laborales.

Esta evaluación es bastante detallada, ya que busca abordar la mayor cantidad de información que sea posible, y en base a ésta se asigna un puntaje. Además, a la empresa solicitante le permite comprar los puntajes obtenidos con empresas similares, con el fin de encontrar ejemplos de mejoras posibles de realizar en las diversas áreas evaluadas.

II. Revisión de puntaje

Como se menciona en la etapa previa, de acuerdo a la evaluación realizada la Empresa obtiene un puntaje por cada categoría.

En esta etapa se contacta una persona del equipo de B Lab con la empresa para resolver dudas y entregar el puntaje final. Para optar a la certificación la empresa debe obtener sobre 80 puntos de un total de 200.

III. Documentación

En caso de obtener el puntaje requerido, éste se debe respaldar con documentación en donde se demuestre que la información entregada durante el período de evaluación es fidedigna

IV. Firma

En esta etapa las empresas se comprometen y firman el *Term-Sheet*, donde se manifiestan los deberes y derechos como Empresa B y se hace oficial el ingreso a la Comunidad.

V. Cambio de estatutos

Si la empresa en Chile es una Sociedad Anónima (SA), Sociedad por acciones (SPA), Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) o Cooperativa, se debe incorporar en los estatutos las siguientes cláusulas:

- a) Artículo separado, a continuación del objeto social

“Cumplimiento del Objeto Social: En el cumplimiento del objeto social, la Sociedad procurará generar un impacto positivo para la comunidad, las personas vinculadas a la Sociedad y el medio ambiente. Sólo los socios/accionistas de la Sociedad podrán exigir el cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo” (Sistema B, 2017).

- b) Al tratar de la administración

“En el desempeño de sus actividades, la administración de la Sociedad deberá considerar no solo los intereses de sus socios/accionistas, sino a los trabajadores, clientes y proveedores de la Sociedad y otras partes directa o indirectamente vinculadas a ella.

Asimismo, deberá velar por los intereses de la comunidad donde opera y por la protección del medio ambiente local y global. Los administradores deberán dejar constancia en la memoria anual o en comunicaciones periódicas a los socios, según corresponda, de las acciones tomadas al respecto. El cumplimiento de lo anterior sólo podrá exigirse por los accionistas o socios de la Sociedad” (Sistema B, 2017).

Esta modificación es esencial en el proceso de certificación, ya que al incluirla, se deja en claro que no sólo se velará por el beneficio de sus accionistas, sino que también por los intereses de la sociedad, de sus trabajadores, proveedores, clientes y todo aquel que interactúe con la empresa.

En el caso de la Sociedades Anónimas en Chile, los Directores de dichas empresas, no podrán proponer modificaciones a los Estatutos Sociales (Art. 42, Ley 18,046 sobre Sociedades Anónimas). Es por esto, que actualmente Sistema B Chile, trabajan para que exista un cambio en la legislación chilena, respecto de los deberes que debieran tener las empresas en el país respecto del compromiso con la sociedad y el entorno.

VI. Pago

Finalmente, se debe pagar la certificación según la facturación anual de la empresa, la medición está en dólares y consiste en la siguiente tabla:

Valores desde el 01 de enero de 2017:

Facturación Anual en US\$ (Ventas Netas)	Pago Anual en US\$
\$0 - \$499,999	\$500
\$500,000 - \$1,999,999	\$1,000
\$2,000,000 - \$4,999,999	\$1,500
\$5 MM - \$9,999,999	\$2,500
\$10 MM - \$19,999,999	\$5,000
\$20 MM - \$49,999,999	\$10,000

\$50 MM - \$74,999,999	\$15,000
\$75 MM - \$99,999,999	\$20,000
\$100 MM - \$249,999,999	\$25,000
\$250 MM - \$499,999,999	\$30,000
\$500 MM - \$749,999,999	\$37,500
\$750 MM - \$999,999,999	\$45,000
\$1 BN - \$4,9 BN	\$50,000 +

Fuente: Sistema B, 2017

Una vez certificada se pagará anualmente de acuerdo a la tabla de valores que fue vigente al momento de la certificación por primera vez, hasta la recertificación cada 2 años donde el pago corresponderá a la tabla vigente de aquel momento.

3.8. Re-certificación

Es importante destacar, que la certificación entregada tiene una duración de dos años, y para mantenerla es necesario realizar nuevamente el proceso de certificación.

Esto, con el fin de que las empresas certificadas mantengan el alto nivel de impacto con las partes interesadas, aún si el negocio cambia o crece (Sistema B, 2017).

3.9. Evaluación de impacto

Sistema B implementó una evaluación que le permite a las empresas certificadas medir el impacto social y medioambiental de las acciones implementadas, y cómo es posible realizar mejoras (B Lab, 2017).

Esta evaluación consta de tres etapas:

1. Evaluar: Consta de una serie de preguntas para ayudarle a aprender lo que se necesita para construir un negocio mejor para su entorno. Las preguntas estarán definidas según el tamaño, sector y ubicación de tu negocio.

Dichas preguntas pueden ser respecto a Gobernanza, Trabajadores, Comunidad y Medioambiente. A continuación, se presentan algunos ejemplos de preguntas contenidas en la evaluación:



WR4.3

Durante los últimos 12 meses, ¿les ofreció alguno de los siguientes tipos de entrenamiento o desarrollo profesional a sus trabajadores a tiempo completo?

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Programas externos de capacitación gerencial para trabajadores no-gerenciales dirigido por entrenadores expertos terceros/independientes | <input type="radio"/> Programas de entrenamiento para el desarrollo de habilidades, dirigido por entrenadores expertos terceros/externos |
| <input type="radio"/> Reembolso de cuotas de matrícula | <input type="radio"/> Entrenamiento interno para desarrollar habilidades |
| <input type="radio"/> Entrenamiento en idiomas | <input type="radio"/> Otro (favor describir) |
| <input type="radio"/> Programas internos de capacitación gerencial para los trabajadores no-gerenciales | <input type="radio"/> Ninguno |



WR3.1

Además de lo que requiere la ley, ¿cuáles de las siguientes prestaciones se le provee a todos los trabajadores a tiempo completo? (Marque todos los que apliquen)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Seguro de discapacidad/accidente | <input type="radio"/> Seguro de vida |
| <input type="radio"/> Servicios financieros (programas de ahorro o crédito) | <input type="radio"/> Seguro de cuidado dental |
| <input type="radio"/> Seguro médico adicional (por arriba del seguro básico) | <input type="radio"/> Pensión privada/fondo de retiros |
| <input type="radio"/> Otro (favor describir) | <input type="radio"/> Ninguno |



WR6.3b

¿Hay un proceso establecido, formal y consistente para proporcionar retroalimentación del rendimiento a todos los empleados titulares que (favor indique todos los que apliquen)?

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Revisión del comportamiento ético, la conducta profesional y la calidad de la interacción con los clientes como parte de las evaluaciones de desempeño del personal. | <input type="radio"/> Es realizado al menos una vez al año |
| <input type="radio"/> Proporciona una orientación por escrito para el | <input type="radio"/> Incluye la entrada de pares y subordinados. |
| | <input type="radio"/> Incluye los objetivos sociales y medioambientales |
| | <input type="radio"/> Identifica claramente las metas alcanzables. |

Fuente: Cuestionario sobre Trabajadores, B Lab, 2017



CM3.3

Su compañía solicita retroalimentación de la comunidad local sobre sus actividades y su desempeño social/medioambiental? Si contesta Sí, seleccione los métodos que utiliza para obtener retroalimentación. (Marque todos los que apliquen)

-
- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Ninguno | <input type="radio"/> A través de representantes en la junta directiva, consejo de administración, comité consultivo, etc. |
| <input type="radio"/> A través de reuniones comunitarias que se llevan a cabo al menos una vez al año | <input type="radio"/> A través de encuestas llevadas a cabo en la comunidad local por la compañía |
| <input type="radio"/> A través de formulario en línea o a través del sitio web de la compañía | <input type="radio"/> Otro (favor describir) |



CM4.5

Qué porcentaje de la compañía es propiedad de individuos que son mujeres o individuos que provienen de comunidades que padecen de altas tasas de subempleo?

-
- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> 0 | <input type="radio"/> 1-19% |
| <input type="radio"/> 20-29% | <input type="radio"/> 30-40% |
| <input type="radio"/> >40% | |



CM6.1

¿Su compañía ha proveído apoyo financiero o no-financiero (donaciones de tiempo o donaciones en especie) a alguno de los siguientes durante el último año fiscal?

-
- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Organizaciones locales sin fines de lucro/caritativas | <input type="radio"/> Colegios, hospitales o clínicas de salud locales |
| <input type="radio"/> Programa de becas en un colegio o universidad local | <input type="radio"/> Iglesias u organizaciones religiosas |
| <input type="radio"/> Museos, organizaciones culturales o centros comunitarios | <input type="radio"/> Otro (favor describir) |
| | <input type="radio"/> Ninguno |

Fuente: Preguntas sobre Comunidad, B Lab, 2017



EN2.3

Su compañía tiene alguno de los siguientes programas de reciclaje/reducción/reutilizo (Seleccione sólo uno)

Compañía recicla y reutiliza materiales en las instalaciones, con recipientes claramente indicados para este uso

Ninguno

Política escrita de reciclaje/reducción/reutilizo fijada en las instalaciones y recipientes claramente indicados

Otro (favor describir)



EN3.1

¿La sostenibilidad medioambiental está incorporada en los procesos de diseño y producción? (Seleccione N/A si su compañía no diseña o produce productos).

Sí

N/A

No



EN3.8

Durante el último año fiscal, ¿qué porcentaje de la energía utilizada vino de fuentes renovables? (Incluya energía renovable generada en sus instalaciones) Si no hay o si no sabe la cantidad, conteste o.

0%

5-10%

15%+

1-4%

10-15%

Fuente: Preguntas sobre Medioambiente, B Lab, 2017

2. Comparar: En esta etapa se podrán comparar sus respuestas con otras empresas, y ver cómo se posiciona respecto de ellas. Las empresas podrán descubrir cómo su negocio supera a otras, o bien, cómo se puede aprender de ellas. En esta instancia recibirá dos tipos de resultados (B Lab, 2017):

- Panorama rápido e instantáneo (revisión de aquellas acciones en las que la empresa sobresale, y sobre aquellas que se podrían mejorar)
- Informe de Impacto B (visión de cómo su empresa puntúa en múltiples preguntas relacionadas con temáticas de impacto)

Reporte de Impacto B de Constructora L y D

Vea como se comparan

PUNTUACIÓN DE IMPACTO B DE

82

Puntuación Impacto B	Puntuación promedio de otras empresas*	Constructora L y D
 Gobernanza	10	7
Responsabilidad corporativa	6	5
Transparencia	3	2
 Trabajadores	22	19
Compensación, beneficios y capacitación 	15	13
Participación accionaria de trabajadores	2	1
Ambiente de trabajo	4	5
 Comunidad	32	40
Productos y servicios a la comunidad	15	0
Proveedores y distribuidores	4	6
Participación local	5	2
Creación de trabajo	2	25 
Diversidad	2	1
Participación cívica y donaciones 	4	6
 Medio Ambiente	9	16
Productos y servicios ambientales	4	2
Tierra, oficinas e instalaciones	4	4
Insumos	2	3
Salidas	1	5
Transporte, distribución y proveedores	1	2
Overall B Impact Score	80	82

Fuente: B Lab, 2017

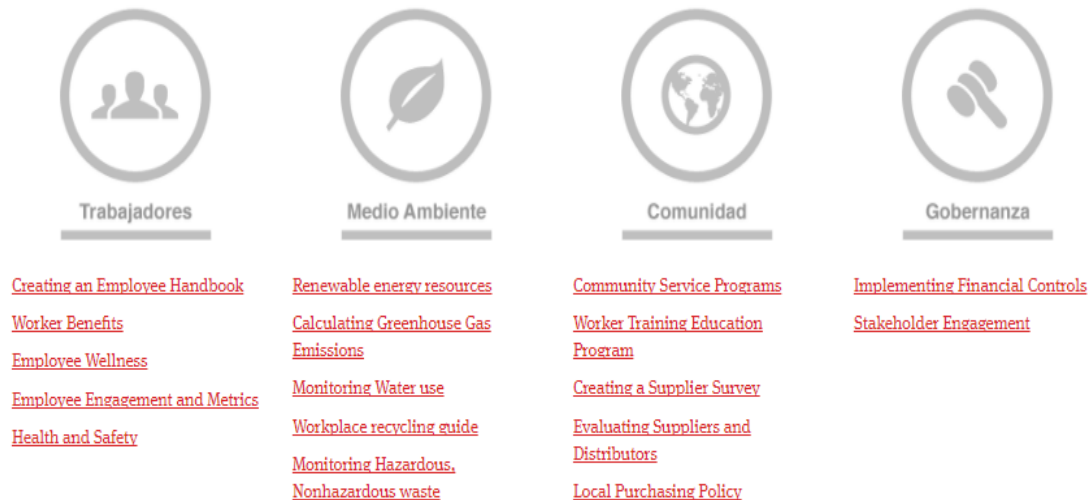
3. Mejorar: Esta última etapa consiste en crear un plan de mejora personalizado para cada empresa. Se entregan guías gratuitas para implementar mejores prácticas, con el fin de ayudar a las empresas a implementar las mejoras (B Lab, 2017):

- Reportes personalizados de mejoras: Según la evaluación realizada, se entrega un plan de acción para implementar en la empresa.

Constructora L y D - Plan de acción				
<i>Para implementar en 1-6 meses</i>				
Pregunta número	Pregunta	Puntos que puede obtener	¿Quién está encargado?	Equipo de apoyo
EN2.6a	Si su compañía compró nuevo equipo durante los últimos 12 meses, ¿se compró equipo de bajo uso de energía ó equipo no dañino al medioambiente?	+0.6	Miguel Luis Lagos Charme	Esteban Bayor, Vera Rebeco, Max Geete
GV4.4	¿Existe alguna política escrita que permite a los empleados presentar reclamos o discutir problemas sin pena de represalia?	+0.4	Esteban Bayor	
GV4.5	¿Existe algún procedimiento escrito para manejar conflictos de interés dentro de la junta directiva ó entre la junta y el personal?	+0.4	Esteban Bayor	
<i>Para implementar en 6-12 meses</i>				
Pregunta número	Pregunta	Puntos que puede obtener	¿Quién está encargado?	Equipo de apoyo
CM3.3	¿Su compañía solicita retroalimentación de la comunidad local sobre sus actividades y su desempeño social/medioambiental?	+3.0	Vera Rebeco	Esteban Bayor
WR6.4	¿Su compañía solicita retroalimentación formal en cuanto a la satisfacción o participación de sus empleados al menos una vez al año?	+0.5	Vera Rebeco	Esteban Bayor
GV5.6a	¿Existe un mecanismo, conocido por el público, a través del cual los clientes pueden proveer retroalimentación sobre el producto, hacer preguntas o hacer reclamos?	+0.3	Vera Rebeco	Esteban Bayor
CM4.3	¿Qué porcentaje de los empleados gerenciales a tiempo completo y a medio tiempo son mujeres?	+1.2	Esteban Bayor	Sandra Vega
+ 27 otras prácticas		+41.5		
<i>Para implementar el próximo año</i>				
Pregunta número	Pregunta	Puntos que puede obtener	¿Quién está encargado?	Equipo de apoyo
EN3.8	Durante el último año fiscal, ¿qué porcentaje de la energía utilizada vino de fuentes renovables (Incluya energía renovable generada en sus instalaciones)?	+1.9	Fernando Alba	
CM4.2	¿Qué porcentaje de los empleados no-gerenciales a tiempo completo y a medio tiempo provienen de comunidades que padecen de altas tasas de subempleo (excluyendo mujeres)?	+1.2	Esteban Bayor	Sandra Vega, Claudia Villa
+ 10 otras prácticas		+17.8		

Fuente: Plan de Acción (Caso Empresa Constructora L&D) B Lab, 2017

- Entrega de Guías prácticas para ayudar en la implementación de nuevas mejoras.



Fuente: B Lab, 2017

4. Empresas B en Latinoamérica: Sistema B

A mediados de 2011, cuatro emprendedores de intereses en común, Pedro Tarak, Juan Pablo Larenas y Gonzalo Muñoz, se unieron para promover fuerzas económicas para la transición hacia las nuevas economías y un desarrollo más sostenible en Sudamérica.

Todos ellos, con diversas experiencias, coincidieron en reconocer la dificultad de promover cambios en el concepto de empresa tradicional y encontrarse con la limitación de la necesidad de privilegiar el rendimiento económico de corto plazo, por sobre la búsqueda del bienestar social.

En esta búsqueda de herramientas para promover un cambio, conocen y valoran la experiencia de B Lab en los Estados Unidos. Esto, debido a que las empresas B ofrecen la solución de ampliar la responsabilidad fiduciaria de forma contractual, lo que permite a la empresa actuar en beneficio del largo plazo, pero a la vez, manteniendo el concepto de empresa que permite repartir utilidades entre sus accionistas. Es así como Larenas, Correa, Tarak y Muñoz deciden aliarse con B Lab y crean Sistema B.

Sistema B es “una plataforma global que facilita y da escala a empresas que redefinen el éxito en los negocios y nuestras sociedades utilizando la fuerza del mercado para resolver

problemas ambientales y sociales” (Sistema B, 2017), que propone siete áreas de acción y tres objetivos estratégicos:

Áreas de acción:

I. Comunidad de Empresas B: Impulsar más Empresas B, así como una comunidad fuerte, diversa y creciente de miles de Empresas B. Fortalecer las Empresas B existentes para apoyar su promesa de triple impacto.

II. Mercado: Ampliar las oportunidades comerciales dentro de la comunidad Empresas B y favorecer su inclusión en la cadena de valor de los principales compradores, tanto en el sector público como en el privado.

III. Capital: Dirigir los flujos de capital hacia el Ecosistema B y enfocar la comunidad a la industria de la inversión de impacto.

IV. Políticas Públicas: Promover y formular políticas públicas y marcos regulatorios favorables a las Empresas B.

V. Academia: Explotar el talento y el desarrollo de los conocimientos empíricos sobre el ecosistema B.

VI. Líderes de Opinión: Generar conciencia y compromiso de las audiencias clave a través de líderes de opinión.

Los desafíos estratégicos son:

1. Aumentar el número de empresas B en Suramérica, empresas que sean líderes, incidentes, escalables, innovadoras, con impactos demostrables.
2. Apoyar a Empresas B para aumentar su valor económico social y ambiental
3. Impulsar un entorno propicio para Empresas B, el ECOSISTEMA B, a través de políticas públicas marcos regulatorios una industria de inversión de impacto academia e investigación sensibilización de ciudadanos y consumidores.

Desde el año 2011, Sistema B ha iniciado operaciones en Colombia, Chile, Brasil y Argentina (Sistema B, 2017).

La organización ha recibido apoyo financiero de donantes internacionales, como Halloran Foundation, Rockefeller Foundation, la Fundación Ford, aportes locales como el Gobierno

de Chile a través de CORFO, y ha conseguido lograr visibilidad para el nuevo concepto de Empresas B en los principales medios de comunicación, periódicos, revistas, televisión y radio. Así mismo, ha establecido alianzas con numerosos agentes locales y regionales.

5. Empresas B en Chile

Durante los últimos años la sociedad se ha interesado en los problemas sociales y medioambientales existentes y Chile no se queda atrás. A raíz de esto, se han generado discusiones sobre cómo estos deben ser abordados y de qué manera las empresas pueden contribuir a mejorar las condiciones.

Las nuevas generaciones de emprendedores están cada vez más interesadas en generar soluciones para aportar soluciones y disminuir los impactos negativos. Es por esta razón, que aún antes de existir Empresas B en Chile, existían algunas empresas que ya operaban con una filosofía de preocupación por la comunidad y los distintos actores como son trabajadores, clientes y proveedores.

Es el caso de una de las empresas que se estudiará más adelante, Algramo SpA. Una empresa que nace el año 2011 de un grupo de jóvenes estudiantes que debido a su experiencia viviendo en una de las comunas más pobres de la Región Metropolitana, se dan cuenta de las dificultades que tienen las familias para acceder a productos de primera necesidad y deciden crear una empresa dedicada a la venta a granel de dichos productos.

CAPÍTULO II: ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

América Latina es una de las regiones con mayor desigualdad en el mundo. Esta situación ha generado un fuerte cuestionamiento respecto al rol que cumple la comunidad empresarial para combatir con la pobreza. Cada día se toma más conciencia respecto de la necesidad de redefinir el éxito empresarial y el impacto que estas generan en la sociedad. Es por esto, que hoy son más las Empresas Privadas que han incorporado prácticas como la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con el objetivo de generar un cambio positivo en las condiciones sociales y ambientales de la región y al mismo tiempo mejorar la competitividad.

Es a raíz de esto que nace “Sistema B” una ONG que bajo el Lema *“Aspirando a ser la mejor Empresa PARA el mundo y no sólo del mundo”* (Sistema B, 2017), redefine el éxito empresarial, usando la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales, sin dejar de lado el sentido lucrativo de la entidad.

Desde el año 2013 empresas chilenas se han interesado en esta nueva forma de hacer negocios, y han decidido unirse a B Lab para certificarse como Empresas B, pero ¿Cómo son las empresas B en Chile? y ¿Qué beneficios les genera a las empresas?

La finalidad de la presente investigación es explicar el funcionamiento de las Empresas B y cómo su implementación en Chile provoca un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a través de las Empresas del país, tanto en el Sector Privado como en el Sector Público.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Explicar el funcionamiento de las Empresas B y su implementación en Chile a partir de algunas empresas que ya han sido certificadas como tales.

Objetivos Específicos

- ✓ Describir el funcionamiento de las empresas B
- ✓ Explicar el contexto Empresarial Chileno
- ✓ Exponer empresas chilenas que se encuentren certificadas como Empresa B

METODOLOGÍA

La presente investigación tiene un enfoque de carácter cualitativo con alcance comprehensivo que se desarrolla en las siguientes etapas:

Etapas 1: Recopilación de Información

Esta etapa consiste en la revisión de distintos medios de información, relacionados con el tema en estudio.

- ✓ Seminario “Nuevos ecosistemas de innovación para Chile”, Fundación Chile
- ✓ “El fenómeno de las Empresas B en América Latina”, Fondo Multilateral de Inversiones (2014)
- ✓ “Análisis descriptivo de las Empresas B en Chile”, Tesis Claudio Tapia V (2014)
- ✓ Memoria Histórica de Sistema B, 2011-2015
- ✓ Investigación Nuevas Empresas, Nuevas Economías, FOMIN, 2012.
- ✓ Revisión de Páginas Web
 - o Sitio oficial de Sistema B
 - o Sitio oficial de Empresa en estudio “Degraf SpA”
 - o Sitio oficial de Empresa en estudio “Rembre SpA”
 - o Sitio oficial de Empresa en estudio “Guayacán SpA”

Etapas 2: Sistematización de la Información

La información recopilada será sistematizada y ordenada a partir de narrativa.

- ✓ Concepto de Empresas B
- ✓ Misión, visión y características generales de Sistema B
- ✓ ¿Qué proponen?
- ✓ ¿Por qué ser una Empresa B?
- ✓ ¿Por qué son importantes?
- ✓ Estrategia y objetivos de Sistema B
- ✓ ¿Cómo impulsan el cambio?
- ✓ Proceso de Certificación
- ✓ Contexto Histórico
- ✓ ¿Por qué nacen las Empresas B?
- ✓ Características

- o Ventajas
- o Desventajas
- ✓ Contexto en América Latina
 - o Contexto en Chile

Etapa 3: Elección de Sujeto de Investigación

- Empresa Certificada: Degraf Ltda.



DEGRAF Ltda. Inicia sus actividades en 1982 en el campo del reciclaje de residuos gráficos, fotográficos y radiológicos. En esta labor, Degraf recupera cientos de miles de litros de fijadores fotográficos evitando de esta forma que más de 20.000 kgs. De metal plata fuesen vertidas en nuestros ríos.

En el año 2007 Degraf orienta su accionar al campo de los residuos electrónicos, poniendo en marcha una planta de reciclaje en la comuna de Quilicura, la cual cuenta con todas las autorizaciones requeridas por la normativa legal vigente y que garantiza a sus clientes una adecuada disposición de sus desechos.

Degraf ha consolidado su presencia y liderazgo participando en las primeras más importantes campañas públicas de reciclaje de residuos electrónicos, contando entre sus clientes a algunas de las más importantes empresas tanto a nivel nacional como internacional. (Degraf, 2017)

Servicios

Degraf asegura un manejo sustentable de los residuos generados por sus clientes, garantizando su trazabilidad y una correcta disposición en plantas autorizadas, contando con los permisos necesarios para la gestión y transporte de los mismos.

- Asesoramiento a empresas en la gestión y manejo de residuos electrónicos para que den cumplimiento a la normativa vigente.
- Destrucción de activos estratégicos, la empresa cuenta con la tecnología necesaria que asegura la total inutilización y garantiza la correcta eliminación de los residuos, entregando un certificado de destrucción al cliente. Algunos activos

estratégicos son Tarjetas de Crédito, Cintas Magnéticas, Discos duros, etc.

- Disposición de baterías de plomo, Degraf es destino autorizado de estos residuos, efectuando su disposición final de forma segura a través de un proceso que garantiza su trazabilidad y da cumplimiento a la legislación vigente.
- Disposición de planchas de aluminio offset de imprenta, Degraf asegura la total destrucción y reciclaje de este material, debido a la gran demanda de este residuo en el mercado por su alta pureza.
- Gestión de residuos peligrosos (Degraf, 2017)

Misión:

Ofrecer a las empresas un servicio de calidad, seguro, confiable y eficiente en el marco de un claro respeto a la legislación vigente y promoviendo todas aquellas acciones tendientes al cuidado de nuestro medio ambiente (Degraf, 2017).

Visión:

Ser una empresa líder en el reciclaje de residuos reconocida por la calidad de los servicios que presta a sus clientes y por su permanente búsqueda de soluciones a los problemas medioambientales (Degraf, 2017).

El cambio que buscan

Degraf busca aportar a un cambio radical de enfoque acerca de los residuos que como sociedad producimos a diario, brindando la posibilidad de minimizar los volúmenes que van a rellenos sanitarios u otros destinos poco sustentables, promoviendo el reciclaje de los aparatos eléctricos y electrónicos, en un proceso que genere valor, trabajo y disminuya los impactos negativos sobre el medio ambiente (Degraf, 2017).

- Empresa Certificada: REMBRE



Rembre trabaja para descontaminar nuestro planeta, dedicada a implementar sistemas de reciclaje, puntos limpios, manejo de residuos, talleres de sustentabilidad para la

comunidad y recolección de reciclaje para organizaciones públicas o privadas (Rembre, 2017).

Las siglas de REMBRE están en inglés y enmarcan un sueño de sustentabilidad en distintas industrias:

R esponsibility	(Responsabilidad)
E nvironment	(Medio Ambiente)
M ining	(Minería)
B iototechnology	(Biotecnología)
R ecycling	(Reciclaje)
E nergy	(Energía)

Misión:

Hacer conscientes a las organizaciones sobre el manejo de residuos (Rembre, 2017).

Visión:

Las organizaciones podemos producir eficientemente impactando positivamente a las comunidades y naturaleza circundante (Rembre, 2017).

- Empresa Certificada: Cerveza Guayacán SpA.



Fundada por Cristóbal Holmgren y Andrés Toro, inician sus operaciones a fines el año 2009, realizando las primeras ventas en Enero 2010. La capacidad de producción inicial era de 3.200 litros mensuales. El crecimiento desde entonces ha sido de manera exponencial alcanzando distribución entre la I región y la RM (Guayacán, 2017).

Su portafolio de productos consta de cinco cervezas constantes que se distribuyen en todos los canales de venta, más una cerveza estacional y que se vende solo en la planta

de producción en Diaguitas. Todos sus productos son elaborados con agua del Valle de Elqui, directo desde la fuente y sin ningún tipo de tratamiento para la producción (Guayacán, 2017).

Hoy en día sus productos se venden en el canal On Trade (bares y restaurantes principalmente) desde Antofagasta hasta Santiago y en el canal Off Trade (Retail) entre las regiones I y RM. Además tienen la particularidad de tener como punto de venta en su propia planta de producción, debido a la gran cantidad de turistas que visitan el Valle de Elqui y que pasan a conocer el proceso de elaboración de la cerveza. Si bien se está desarrollando el área de exportación, son una de las pocas cervecerías en Chile que han logrado llegar a algún mercado internacional.

El año 2012 realizaron su primera exportación a Brasil, Sao Paulo y ya están en conversaciones con clientes en Perú, Colombia y EE.UU para seguir ampliando los mercados internacionales (Guayacán, 2017).

Paralelamente a las ventas en estos canales de distribución, están constantemente participando en eventos cerveceros que les permiten vender altas cantidades a granel (schop) y al mismo tiempo hacer presencia de marca en distintas ciudades de Chile. Además de esto, han participado en Ferias Internacionales como la SIAL en Paris (a través de Prochile) y organizan eventos propios para crear marca y dar a conocer sus productos (Guayacán, 2017).

Han participado en distintos concursos internacionales y ya han ganado cinco medallas (2 en Australia, 1 en Brasil y 2 en Chile) que avalan la calidad de sus productos y la seriedad con que abordan este negocio (Guayacán, 2017).

Misión:

Crear una micro-cervecería sustentable, comprometida con la calidad y con su Origen en el Valle de Elqui, teniendo como desafío ser un actor relevante en el desarrollo de la industria cervecera premium en Chile (Guayacán, 2017).

Impacto Social y medioambiental

Aportar a la des-centralización de Chile, creando nuevos proyectos y oportunidades fuera de Santiago. Generar oportunidades de trabajo en la zona. Desarrollar un circuito turístico en conjunto con las viñas, pisqueras y otras empresas de la zona para potenciar el Valle del Elqui y sus productos. Utilizar una de las mejores aguas de Chile en la producción,

esencia de una buena cerveza. Formar un proyecto único e innovador, como primera cerveza del Valle del Elqui. Potenciar el pueblo de Diaguitas como uno de los destinos importantes del Valle de Elqui (Guayacán, 2017).

Sustentabilidad

Uno de los pilares de nuestra empresa es el compromiso que tenemos con el medio ambiente, y por lo mismo muchas de las decisiones que hemos tomado en el último tiempo van justamente en esta dirección.

En el año 2015 nos convertimos en la primera planta cervecera que produce su propia energía a través de un sistema de paneles solares fotovoltaicos que nos permiten producir 20kw de potencia al mes aproximadamente y que cubren más del 70% del requerimiento energético de nuestra planta de producción.

Además tenemos un programa interno de optimización de recursos y manejo de residuos dentro de los cuales está el tratamiento de riles, donación de subproductos a pequeños agricultores y disminución de nuestra huella de carbono (Guayacán, 2017).

	CONSUMO							DESHECHOS								
	LTS COGNADOS	LTS. POTO. TERMINADO	AGUA CONSUMIDA (m ³)	GAS (m ³)	LIZ. (kWh)	ENERGÍA INYECTADA (kWh)	ENERGÍA PANELES (kWh)	RILES (m ³)	ORLINO (kg)	CO ₂ (kg)**	PAPEL***	VIDRIO	PET	PL/PP	TETRA	TETRA
ENERO	26.000	19.204	115	2,6	3.664	0	2.336	5,2	6.500	4.609						
FEBRERO	24.000	24.923	138	2,4	4.965	0	1.035	4,8	6.000	5.982						
MARZO	28.000	23.103	139	2,8	5.297	512	1.215	5,6	7.000	5.545						
ABRIL	26.000	20.024	139	2,6	3.514	278	1.764	5,2	6.500	4.806						
MAYO	24.000	23.838	121	2,4	3.479	250	1.771	4,8	6.000	5.721						
JUNIO	34.000	28.701	151	3,4	4.315	277	962	6,8	8.500	6.888						
JULIO	32.000	2.6226	157	3,2	3.380	216	1.836	6,4	8.000	6.294						
AGOSTO	30.000	25.014	138	3,0	3.243	499	2.256	6,0	7.500	6.003						
SEPTIEMBRE	20.000	19.089	131	2,0	3.193	1.040	2.847	4,0	5.000	4.581						
OCTUBRE	18.000	17.755	142	1,8	3.740	862	3.322	3,6	4.500	4.261						
NOVIEMBRE	20.000	14.159	135	2,0	3.720	982	3.262	4,0	5.000	3.398	54	6	2	19	0	0
DICIEMBRE	18.000	12.823	152	1,8	4.523	1.221	2.698	3,6	4.500	3.078	47	3	5	26	0	0
TOTAL DEL AÑO	300.000	254.899	1.658	30	47.033	6.137	25.104	60	75.000	61.166	101	9	7	45	0	0

Se calculó según consumo promedio 2015 (sin paneles) de 6.000 kWh/mes entre octubre y marzo, y 5.000 kWh/mes entre abril y septiembre
 * Se calculó en 0,24 Kg de CO₂/litro de poto terminado
 ** Papel, vidrio, etc expresados en Kg.

Fuente: Declaración de Sustentabilidad, Guayacán, 2017

Seminario “Nuevos Ecosistemas de Innovación para Chile”



Participantes:

Felipe Contreras Haye

Socio Fundador Gulliver

Socio Fundador Gulliver S.A, empresa B dedicada a democratizar el emprendimiento en América Latina. Miembro del Directorio de la Asociación de Emprendedores de Chile ASECH. Director para la expansión de empresas B.

Juan Felipe López

Director Ejecutivo Laboratorio de Gobierno

Historiador y MBA de la London School of Economics, experto en gestión pública. Desde su actual cargo, busca acelerar la creación de una cultura de innovación al interior de las instituciones públicas.

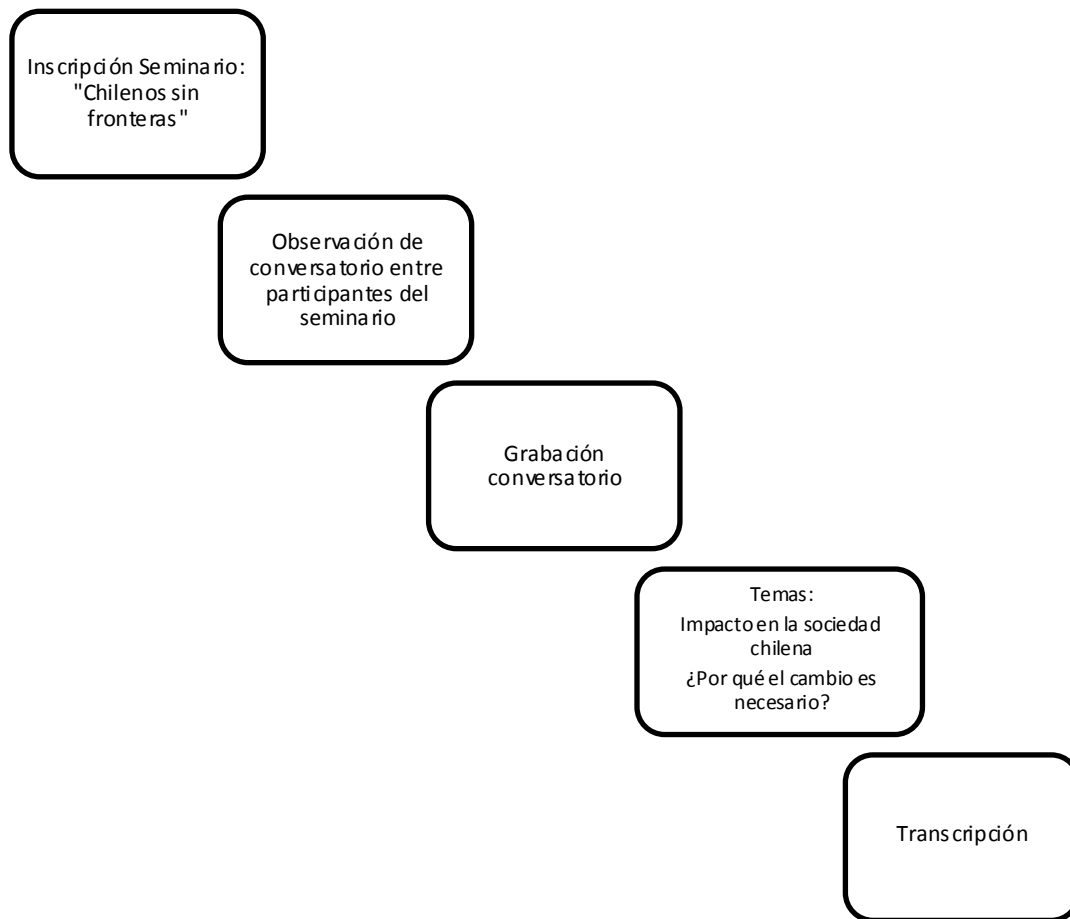
Juan Pablo Larenas

Co-Fundador y Director Ejecutivo Sistema B

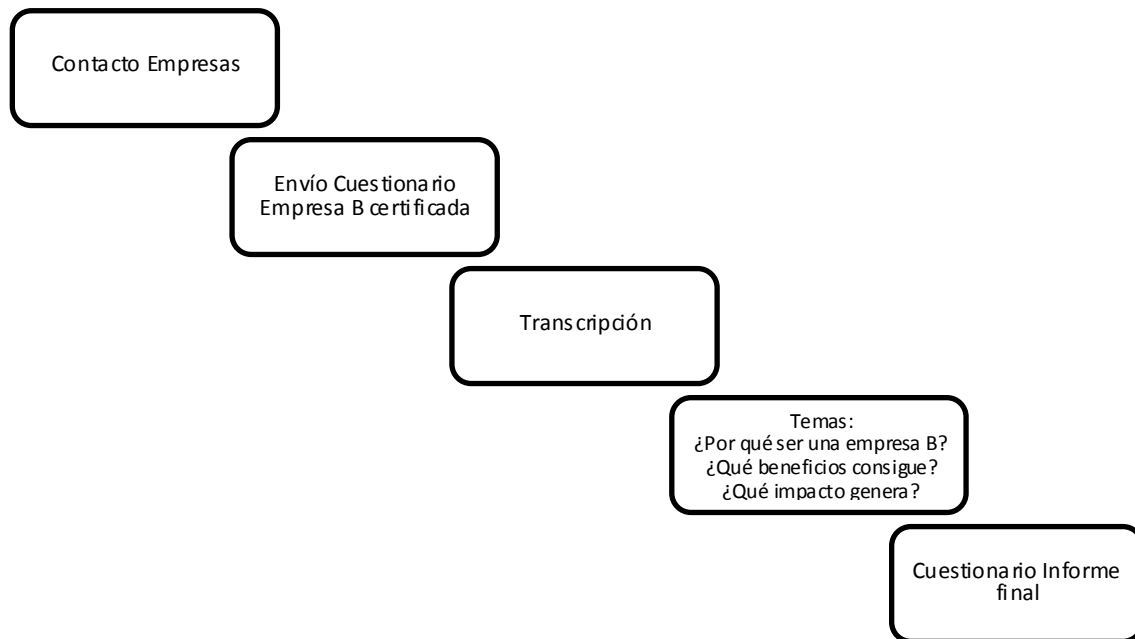
Ingeniero Comercial y MSc in Development Management de la LSE. Investigador, activista y defensor del emprendimiento e innovación Social en Chile y Latinoamérica. Co-fundador de Late! y ex director de Un Techo para mi País en 10 países.

Etapa 4: Aplicación de la técnica de recogida de datos

4.1. Asistencia a Seminario "Chilenos Sin Fronteras" (Fundación Chile, Noviembre 2016)



4.2. Entrevista a Empresas en Estudio



Etapas 5: Criterios de Calidad

La información obtenida de las distintas técnicas de recogidas de datos debe cumplir con los siguientes criterios:

1. **Credibilidad:** Se enviará la transcripción de la entrevista al participante, con el fin de que valide la información otorgada. En caso de ser necesaria una corrección, se modificará en la investigación.
2. **Confirmabilidad:** Se realizarán dos entrevistas a empresas certificadas, con el fin de determinar si el modelo de empresas B es aplicable en Chile.
3. **Fiabilidad:** Se comunicará a la empresa en estudio que el objetivo de dicha entrevista es optar al Título de Contador Público Auditor en la Universidad de Valparaíso.
4. **Transferibilidad:** El contexto en que se genera las entrevistas es en un ámbito nacional, su aplicabilidad en Chile, pero los resultados del estudio se pueden extender a otras regiones del mundo, ya que el problema de investigación es una preocupación internacional.

Etapas 6: Categorización y Subcategorización

- ✓ ¿Por qué ser una Empresa B?
 - o En qué consiste
 - o ¿Cuál es el incentivo para formar parte del Sistema B
 - o ¿Cuál es su finalidad?

- ✓ ¿Qué beneficios consiguen?
 - o ¿Beneficio económico?
 - o Es un compromiso social de las buenas prácticas sociales y ambientales

- ✓ ¿Qué impacto Generan?
 - o En la Sociedad Chilena
 - o En el Medio Ambiente
 - o En el Sector Público y Privado

Etapas 7: Análisis de resultados

En esta etapa se analizará la información obtenida a partir de los documentos y los cuestionarios realizados, con el fin de comprender en qué consisten las Empresas B y cómo benefician a las empresas chilenas.

Se abordará en los siguientes pasos:

- Información obtenida: A través de documentos o artículos, del sitio web de Empresas B, entrevista y grupos de discusión.
- Capturar y transcribir la información: Se grabará cada una de las entrevistas, para luego transcribir la información.
- Validar la información: Una vez transcrita se enviará al entrevistado para su revisión y valide lo dicho allí o bien lo modifique.
- Ordenar la información: De acuerdo a los objetivos de esta investigación para poder concluir finalmente o responder la problemática planteada.

Etapas 8: Discusión de resultados

En la presente etapa se compararon los resultados obtenidos de los cuestionarios realizados a empresas certificadas, con lo establecido en Sistema B a través de su manifiesto.

Etapa 9: Conclusiones

En función de los objetivos y con el análisis de la información se podrá concluir y generar afirmaciones a través de la inferencia, encontrando un patrón en los datos obtenidos y así poder generalizar respecto al caso en investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En base a la información obtenida por los cuestionarios realizados a empresas B certificadas (Ver Anexo N°2) y con la información proporcionada por el Seminario de Fundación Chile “Nuevos ecosistemas de innovación para Chile” (Ver anexo N°3), se analizará por categorización y subcategorización los resultados. Para este análisis cualitativo se usó además Atlas ti (Ver anexo N°4), en el que se agruparon y graficaron las respuestas de los participantes para clarificar las respuestas de los participantes:

1. ¿Por qué ser una empresa B?

Es necesario un cambio en la filosofía de cómo hacer negocios a nivel mundial, desde hace un buen tiempo nuestro planeta está sufriendo las consecuencias del deterioro ambiental y social. Es más rentable ahora ser una empresa no sólo innovadora en sus proyectos sino que también innovar en una manera más saludable al cumplir sus objetivos no afectando a su alrededor (Análisis graficado en Atlas ti).

1.1. ¿Cuál es el incentivo?

El compromiso para las empresas no es tan solo con los socios o accionistas es también con el medio ambiente y comunidad de su alrededor. Es necesario considerar hoy en día los stakeholders de la empresa, es decir, considerar a quienes se ven afectados o pueden ser afectados por las actividades y operaciones que debe realizar la empresa para su funcionamiento. Esto puede agregar valor a la empresa, por ser un movimiento y preocupación universal, las empresas con Sistema B crean su propia red de asociados en que siendo parte de la comunidad B les entrega seguridad y más confianza de sus resultados (Análisis graficado en Atlas ti).

1.2. Finalidad de Empresas B

Las Empresas B tienen que mantener un estándar, un cambio desde sus estatutos en que los empresarios transformen su organización desde la convicción y amor de hacer las cosas bien y no porque esto tenga beneficios asociados. Ciertamente en un período a largo plazo puede verse favorecido de manera cuantitativa y cualitativa con el íntegro a la comunidad B por ampliar sus redes y conocimientos del rubro, pero esa no es la finalidad de Empresas B. Es difícil cumplir con ese estándar del que pretende este Sistema, pero de todas maneras las empresas tienen que tener la disposición de cambiar y mejorar, todo por un bien mayor y esto le provoque un bien a la propia organización también (Análisis graficado en Atlas ti).

2. **¿Qué beneficios consiguen?**

Sistema B no promete un beneficio económico, sino mejorar las buenas prácticas de cómo hacer negocios, “redefinir el sentido del éxito” en base a protocolos estándar en que se evalúa la empresa y ésta realiza un compromiso social y/o medioambiental (Análisis graficado en Atlas ti).

2.1. Beneficio económico

Al ser parte de la comunidad B permite ampliar el mercado de la empresa, conocer otros asociados, adquirir nuevas ideas, estar constantemente actualizados frente a distintos eventos que pueden afectar al rubro, por lo que en un período de largo plazo si puede existir un beneficio económico positivo para la empresa (Análisis graficado en Atlas ti).

2.2. Compromiso social

Cada empresa según sus características y operaciones busca la manera de generar algún impacto positivo al medio ambiente y sociedad en la que está inmerso. Sistema B los guía para que encuentren la mejor manera de llevar esto a cabo, teniendo acceso a charlas, reuniones, encuentros con otras empresas, entre otros (Análisis graficado en Atlas ti).

3. ¿Qué impacto generan?

Las Empresas B son empresas que redefinen el sentido del éxito empresarial, usa la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales, incorporando intereses no financieros, cumpliendo así el compromiso de generar un impacto social y/o medioambiental positivo a la comunidad. Ser una Empresa B no está determinado por el rubro, tamaño o facturación; es un tipo de empresa comprometida a transitar un camino de mejora continua, considerando en sus decisiones a los consumidores, sus trabajadores, la comunidad, inversionistas y el medioambiente; es por esto que el impacto no es tan sólo al exterior sino que también un cambio interno considerando a todas las áreas en que se relaciona (Análisis graficado en Atlas ti).

3.1. En la Sociedad Chilena

Las Empresas B han logrado mostrar tanto a consumidores como a otros empresarios, no sólo la importancia del emprendimiento y de la innovación para nuestra sociedad, sino que la importancia de que estos proyectos tengan un sentido más allá de lo económico. Han logrado demostrar que, si bien el sentido principal de la empresa es maximizar sus utilidades, esto se puede lograr generando beneficios a nivel no sólo ambiental, sino que también sociales (Análisis graficado en Atlas ti).

3.2. Medio Ambiente

Hoy en día las empresas se han dado cuenta que son uno de los entes más importantes para poder generar cambios en la sociedad, y de la importancia de incorporar procesos que sean amigables con el Medio Ambiente.

Es por esta razón que las Empresas que forman parte de este Sistema B involucran sistemas de energías renovables en sus procesos, o bien, comercialización de productos amigables con el ecosistema (Análisis graficado en Atlas ti).

3.3. Sector Público y Privado

El impacto que han generado, principalmente en el Sector Privado, se ve reflejado en las 2000 empresas ya certificadas, de las cuales 100 de ellas son Chilenas, y hay que tener presente que existen muchas que presentan interés en unirse y que, debido a los altos estándares que tiene Sistema B, no han logrado certificarse, pero que aun así, debido a

este proceso de selección logran mejoras en sus procesos y podrían llegar a certificarse posteriormente (Análisis graficado en Atlas ti).

En el Sector Público, si bien es difícil que logren la certificación, debido a la modificación de sus estatutos que se les exige, si se puede ver un interés por trasladar un modelo similar, con el fin de legislar al respecto. Esto se ve reflejado en una propuesta de Ley presentada por los Diputados Felipe Kast y Maya Fernández en el boletín 10321, que pretende regular las empresas sociales o del cuarto sector, conocidas también como “Empresas B” (Análisis graficado en Atlas ti).

En base a los resultados se concluye que hay una buena acogida del Sistema B y sus principios, siendo seguidores y creyendo fielmente que cumplen con los estándares requeridos, o bien teniendo la convicción de que pueden mejorar para llegar a eso. Se cree además que siendo parte de este sistema pueden mejorar su entorno y a su vez el país. Desde las empresas se debe realizar y gestionar el cambio, lo que no sólo contribuye al medio ambiente y la sociedad sino que también le agregan valor a su empresa.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De las empresas consultadas se concluye que los empresarios que deciden formar parte de esta comunidad tienen un fuerte compromiso con los principios de Sistema B, en particular generar conciencia respecto de que es posible “redefinir el éxito empresarial”, Sistema B se encarga constantemente de que este principio fundamental para ellos se cumpla por las empresas certificadas. Esto lo hace mediante constantes evaluaciones y seguimiento a las empresas, también generando instancias de capacitación, guías de apoyo, charlas y seminarios, lo que permite que las empresas se sientan apoyados en su misión.

Respecto de los beneficios que pueden obtener las empresas, tanto económicos, como cualitativos, la mayoría concuerda con que más que percibir beneficios económicos, ser parte de comunidad B les ha ayudado en la creación de alianzas estratégicas con otras

empresas, generando redes que les permiten comercializar sus productos y servicios en otros mercados. Así también concuerdan que el hecho de declararse “Empresas B” les ha servido para captar la atención de nuevos potenciales clientes.

Según un informe emitido por Sistema B Chile, denominado “Comité Oferta de Valor” publicado en Marzo 2017, 53% de las empresas certificadas tiene alianzas comerciales, de las cuales el 75% se generaron después de certificarse.

La misión de Sistema B es “construir un ecosistema favorable para fortalecer empresas que utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales: las Empresas B”, esto se evidencia con los logros que han obtenido las empresas ya certificadas, las que han generado fuentes de empleo para gente de la comunidad en la que están inmersos y también sienten la responsabilidad de devolver el conocimiento y la experiencia que han adquirido, con lo cual pueden ser un agente de cambio para su comunidad y la sociedad chilena. En cuanto al medio ambiente, todas las empresas certificadas se comprometen a mejorar sus procesos en la medida que no afecte a su entorno y de esta manera logran ser parte del movimiento de descontaminar al mundo.

Las empresas certificadas concuerdan en que es fundamental el aporte que realiza el sector público y el privado, ya que son un ente importante en la vida y funcionamiento del país, en que tanto sus buenas como malas prácticas afectan a la sociedad. Es compromiso de todos que esta visión sea incorporada en sus procesos y cuiden el planeta además de generar rentabilidad. Es crear conciencia en el mundo empresarial chileno desde la base en que haciendo las cosas bien, puede que sea más costoso, puede que demore más tiempo en sus procesos, pero a su vez mejoran el ecosistema y esto provocaría mayor rentabilidad en un largo plazo, en la medida que aprovechan más los recursos y esto no afecte a la sociedad, en otras palabras se podría decir que es un buen marketing ser parte de este movimiento.

CONCLUSIONES

La creciente competitividad junto con la preocupación del deterioro ambiental y social, ha influido en que las grandes, medianas y pequeñas empresas encuentren prácticas y políticas de responsabilidad social que no sólo agreguen valor a su negocio, sino también seguir líneas de acción que sean sustentables en lo económico, social y ambiental. La responsabilidad social empresarial no busca solamente el cuidado del medio ambiente, abarca la participación de la comunidad en la que están insertos, el cuidado de los derechos humanos, las prácticas laborales, de operación y preocupación por sus consumidores. Se trata de buscar un equilibrio entre las labores de las empresas y los efectos que ésta tiene en los stakeholders de su entorno, reconociendo así los intereses de cada uno de ellos.

Los beneficios para las empresas que adoptan estas estrategias corporativas, pueden ser cualitativas y cuantitativas, pero el impacto de ésta última es difícil de medir. Desde lo económico, tiene un impacto positivo al generar redes con otras empresas que adoptan estas prácticas, en las que encuentran una oportunidad para hacer negocios, formar alianzas y estrategias de mercado; por otro lado es más llamativo y es parte de una buena estrategia de marketing para atraer nuevos consumidores y acelerar la demanda de sus productos.

Desde lo tributario, también tiene un giro importante en Chile y en el que los empresarios se verán beneficiados; el subsecretario de Hacienda, Alejandro Micco, anuncia que buscan generar un estatuto de desarrollo sostenible de las empresas que represente un incentivo para que, en sus relaciones con la comunidad, no solo se hagan cargo de las externalidades que su negocio puede provocar (RSE), sino también impulsen acciones que sumen valor a la comunidad y al territorio en el que están insertos (desarrollo sustentable), lo anterior con la posibilidad de reconocer tributariamente los gastos que se generan en razón del cumplimiento de las reglas establecidas en este estatuto, ya que los montos destinados a RSE se consideraban, en ocasiones, como gastos rechazados por el Servicio de Impuesto Internos (Diario Oficial, 2017).

Ahora bien, una empresa puede tener las intenciones de iniciar un proyecto o cambiar sus estatutos de acuerdo a la RSE, pero es necesario un marco regulatorio, en el que se deben cumplir ciertos estándares de calidad y para esto existen diversas organizaciones que promueven la RSE en Chile. Antes eran sólo ONGs, ahora existen empresas también

que certifican a otras siempre que cumplan con ciertos requisitos, una de ellas es Empresas B.

Ser una Empresa B no está determinado por el rubro, tamaño o facturación; es un tipo de empresa comprometida a transitar un camino de mejora continua, considerando en sus decisiones a los consumidores, sus trabajadores, la comunidad, inversionistas y el medioambiente; es por esto que el impacto no es tan sólo al exterior sino que también un cambio interno considerando todas las áreas en que se relaciona.

En Chile se han vivenciado una serie de situaciones que hacen que la sociedad en general se cuestione la forma de hacer negocios, y la idea de que el sector empresarial tome conciencia de los daños que sus malas prácticas pueden ocasionar a nivel social y medioambiental se hace cada vez más evidente.

Durante los últimos años han ocurrido diversos hechos en Chile que dan cuenta de lo necesario que se ha hecho un marco regulatorio respecto de las prácticas empresariales. Uno de los últimos casos fue lo ocurrido en el centro de Ski La Parva, ubicado en Santiago, quienes luego de una investigación, se le formularon cargos en contra por no inscribir las instalaciones de combustible, no velar porque el diseño, construcción, mantenimiento y operaciones de las instalaciones se realice en forma segura, y por no informar del accidente dentro de las veinticuatro horas siguientes de ocurrido el hecho. Debido a estas faltas, el combustible terminó en el río Mapocho, provocando no sólo la contaminación del cauce, sino que también el corte de agua potable para cerca de 9 mil familias del sector oriente de Santiago.

Cabe mencionar también el actual conflicto en la comunidad de Til Til, en donde no sólo la falta de un plan regulador ha ocasionado grandes problemas de contaminación en la zona, sino que también la falta de regulación y los bajos estándares de calidad en sus plantas, han ocasionado que la alcaldía de la comunidad clausure diversas instalaciones.

Es a raíz de casos similares a los ocurridos y señalados anteriormente que el sector empresarial chileno cada vez se siente más atraído a incorporar mejores prácticas, ya no sólo a nivel estratégico, sino que a nivel de estatutos. Si bien, cada vez presentan más interés por integrar políticas de Responsabilidad Social Empresarial, también se ha hecho más evidente la falta de un marco regulatorio que proteja tanto a las Empresas B, como a aquellas empresas que presentan buenas prácticas sociales y con el medio.

Es por esta razón que ya se han visto señales desde el poder legislativo. Una de las primeras instancias de las cuales se encontraron registros es en el Año 2015 por parte de los Diputados Felipe Kast H. y Maya Fernández, quienes el 06 de Octubre de dicho año ingresaron a trámite un proyecto de ley que buscaba regular las empresas sociales o empresas del cuarto sector (Ver Anexo Nº6: Boletín 10321), con el fin de otorgarle a dichas empresas credibilidad y certeza jurídica frente a la sociedad e inversionistas. Dicho texto reconoce como empresas sociales a las personas jurídicas con fines de lucro en cuyos estatutos sociales pacten como parte de su objeto social el de generar un impacto positivo en la sociedad y medioambiente.

Así también durante el mes de julio del presente, el subsecretario de Hacienda, luego de reunirse con representantes del sector privado, elaborará un reglamento para regular el tratamiento tributario de los gastos de RSE, como se mencionó anteriormente.

Son acciones como éstas que hacen dar cuenta del contexto empresarial chileno, cada vez las empresas están más dispuestas a formar parte de movimientos que plantean un cambio en la manera de hacer negocios, como lo es Sistema B.

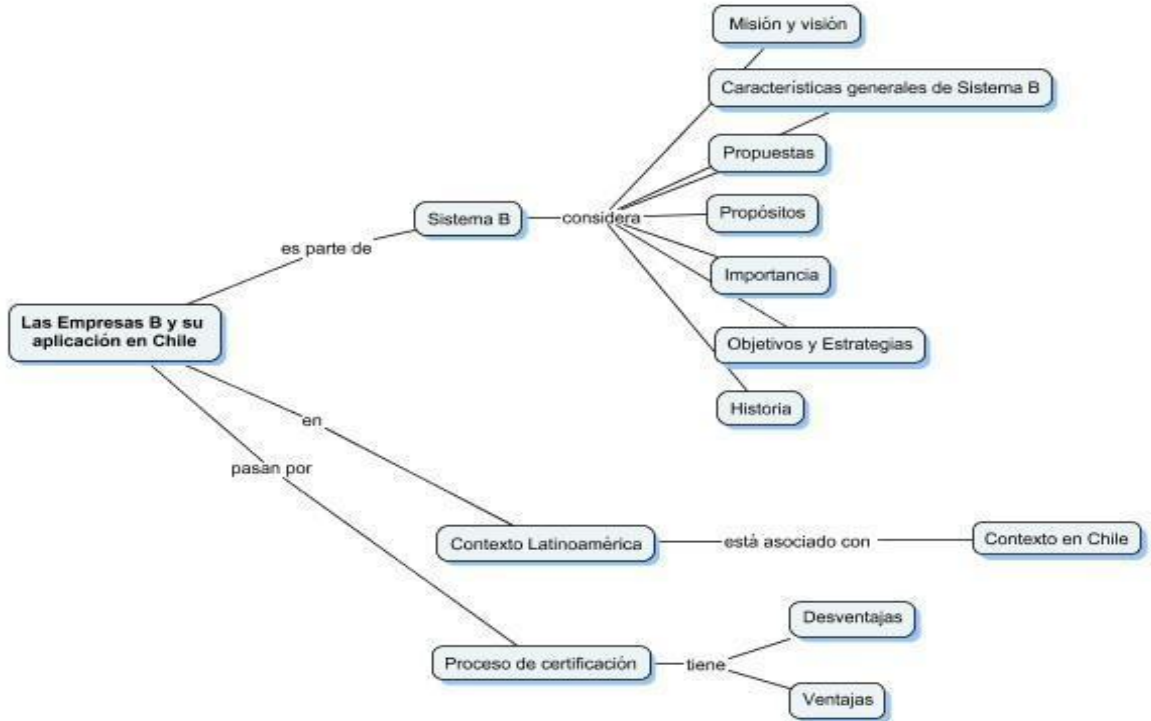
Finalmente, las empresas ven la necesidad de mejorar sus operaciones a través de los principios del desarrollo sustentable y de la responsabilidad ambiental porque con esto consiguen el uso más eficiente de las materias primas, menores costos, mejor imagen corporativa, mayores beneficios sociales, mayor acceso a capital. Anteriormente la protección ambiental y la RSE era un gasto alto e innecesario, ahora tanto el sector público como el privado comprenden que si consideran la cadena de producción y los procesos de sus operaciones, descubriendo además nuevas formas y estrategias para obtener ganancias gracias a Empresas B que los orienta y educa frente a medidas que pueden implementar para cuidar el medioambiente, prevenir la contaminación y proteger sus materias primas; esto puede ser una buena oportunidad para convertir la economía, responder a la demanda de vida del ser humano, sin dañar su entorno ambiental y social, mejorando así la calidad de vida actual y para las próximas generaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Acción Empresas (2017), por un desarrollo sustentable. Disponible en: <http://www.accionempresas.cl/>. Consultado [julio, 2017].
- Andrade, S. (2012). Benefit Corporations o B Corps: Las nuevas empresas del siglo XXI. Innovación Febrero 22.
- Aníbal R. (2014), La empresa comercial frente a la comunidad Empresas. Disponible en: <http://derecho.uba.ar/>. Consultado [marzo. 2017].
- Baltera Santander, P. (2007). Responsabilidad Social Empresarial en Pequeñas Empresas.
- B Lab (2017). Disponible en: <https://www.bcorporation.net/>. Consultado [mayo, 2017].
- Degraf Ltda (2017). Disponible en: <http://www.degraf.cl/es/degraf>. Consultado [mayo, 2017].
- Diario Financiero (2014). Crecimiento de las Empresas B. DF, mayo 29.
- FOMIN, (2012). Nuevas Empresas, Nuevas Economías: Empresas B en Suramérica.
- Guayacán (2017). Disponible en: <http://www.cervezaguayacan.cl/>. Consultado [mayo, 2017].
- Navarro García, F. (2012). Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica.
- Rembre (2017). Disponible en: <http://www.rembre.cl/>. Consultado [mayo, 2017].
- Reyno Momberg, M., (2007). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva.
- Sistema B (2017). Disponible en: <http://www.sistemab.org/>. Consultado [mayo, 2017].

ANEXOS

Anexo N°1: Mapa Conceptual Marco Teórico



Anexo N°2: Cuestionarios realizados a empresas certificadas

2.1. Empresa certificada: DEGRAF SpA

Datos generales:

Empresa: Sociedad Comercial Degraf Spa

Dirección: Las Araucarias 9011, Quilicura

Entrevistado: Gabriela Pérez Ugarte

Cargo: Gerente General

Cuestionario:

1. ¿Qué motivos los incentivó para ser parte la Comunidad B?

R: Cuando nos presentaron el proyecto, nos sentimos plenamente identificados con los principios rectores del Sistema B, no solo por el área de trabajo en que nos desempeñamos, sino que por el enfoque a la base de cómo hacer las cosas, buscando impactos positivos en más dimensiones que sólo la estrictamente económica.

2. ¿Cuál es su compromiso para la sociedad y/o para el medioambiente?

R: Intentar hacer las cosas bien, cumpliendo no solo la legislación vigente, sino que estableciendo parámetros de calidad que busquen siempre ir mejorando nuestros procesos. En el campo del reciclaje, buscamos aportar con un servicio que garantice a nuestros clientes la trazabilidad de sus residuos y un manejo ambientalmente responsable.

3. ¿Cuál es su posición respecto del cuidado del medio ambiente?

R: Es lo principal en nuestra empresa, desde el campo específico de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, brindando alternativas seguras de reciclaje a nuestros clientes.

4. ¿Pertenece a alguna agrupación verde?

R: No.

5. ¿Cuánto tiempo llevan como una empresa certificada por Sistema B?

R: Tres años.

6. Estar certificada como Empresa B, ¿Les generó algún impacto positivo en sus resultados?

R: Ha servido para atraer el interés de algunos jóvenes profesionales que quieren saber más o buscan prácticas profesionales. En términos de negocios, recién este año sentimos que la comunidad de empresas B va aportando en esa dirección. Pero los resultados positivos se asocian en mayor medida a la posibilidad de acceder a actividades, canales de información, etc.

7. ¿Qué beneficios o cambios cualitativos (no medibles en dinero – personal y colectivo) lograron siendo parte de la Comunidad B?

R: Presencia en un segmento de empresas que comparten cierta filosofía de hacer bien las cosas y buscar impactos positivos en la sociedad.

8. Hasta el momento, ¿Ha cumplido sus expectativas ser parte de la Comunidad B?

R: Totalmente, puesto que al ser una comunidad con bastantes espacios de comunicación horizontales, todo lo que falte son cosas que se pueden proponer.

9. ¿Por qué cree que es importante hacer un cambio social desde las empresas en nuestro país?

R: Porque son un actor relevante en la vida del país, por tanto sus prácticas buenas y malas inciden en el resto de la sociedad. Últimas noticias como la colusión, espionajes, sobornos, corrupción, dan cuenta de la urgencia de esos cambios, fundamentalmente en los grande grupos empresariales del país. En la pequeña y mediana empresa, los cambios se refieren más a elevar estándares en sus procesos, cumplimiento cabal de las normas que les apliquen, etc.

10. ¿Cree Ud. que el mundo empresarial chileno está dispuesto a generar un cambio en la forma de hacer negocios?

R: “El mundo empresarial” Es una categoría muy grande y heterogénea como para generalizar. Al menos desde Empresas B, que representa solo una parte de ese mundo, si está esa disposición.

2.2. Empresa certificada: Guayacán Spa

Datos generales

Empresa: Cervecera Guayacán SpA

Dirección: Calle Principal 33 Diaguitas, Vicuña

Entrevistado: Andres Toro Olivos

Cargo: Gerente General

Cuestionario

1. ¿Qué motivos los incentivó para ser parte la Comunidad B?

R: Creemos fielmente en la filosofía que propone Sistema B a nivel mundial. “Redefinir el Sentido del Éxito”. Como emprendedores siempre hemos pensado que nuestro compromiso no solo debe ser con los socios o accionistas de una empresa sino también con el medio ambiente y con la comunidad donde estamos inmersos. Sistema B propone exactamente eso y es una excelente manera de llevar a la realidad los protocolos y procesos para lograr esto. Por lo demás creemos que agregamos mucho valor a la marca y a los stakeholders que pertenecen a nuestra comunidad.

2. ¿Cuál es su compromiso para la sociedad y/o para el medioambiente?

R: Con respecto al medio ambiente, nuestro mayor aporte es el hecho de producir nuestra propia energía fotovoltaica para producir cerveza. Nuestra cervecería funciona con este tipo de energía renovable no convencional al ser capaz de captar la radiación del valle de Elqui e incorporarla en el proceso de producción.

Con respecto a la sociedad hemos sido capaces de generar fuentes de empleo para gente local, muchas veces con barreras al empleo y así mismo generar protocolos de seguridad y bienestar para ellos. Esto va 100% alineado con lo que nos exige Sistema B para poder certificarnos.

3. ¿Cuál es su posición respecto del cuidado del medio ambiente?

R: Las empresas son uno de los entes más importantes para poder generar cambios en la sociedad. Es fundamental que como emprendedores y empresarios tengamos una visión integral de esto e incorporemos procesos que cuiden nuestro planeta además de poder obtener rentabilidad. Para nosotros el cuidado del medio ambiente es tan importante como lograr utilidades en la empresa.

4. ¿Pertenece a alguna agrupación verde?

R: NO

5. ¿Cuánto tiempo llevan como una empresa certificada por Sistema B?

R: 1 mes

6. Estar certificada como Empresa B, ¿Les generó algún impacto positivo en sus resultados?

R: Aun estamos en la etapa inicial, pero ya hemos tenido mucho acercamiento de distintas personas que les llama la atención este tema (ustedes son uno de ellos). Así mismo ya hemos hecho alianzas con otras empresas B a las cuales les vendemos nuestros productos por lo que comercialmente ya vemos un resultado concreto de la certificación.

7. ¿Qué beneficios o cambios cualitativos (no medibles en dinero – personal y colectivo) lograron siendo parte de la Comunidad B?

R: Al pertenecer a este movimiento hemos tenido acceso a charlas, reuniones e instancias que nos permiten seguir agregando valor a nuestra empresa y al mismo tiempo estar muy conectados con el mundo del emprendimiento y de la innovación en general.

8. Hasta el momento, ¿Ha cumplido sus expectativas ser parte de la Comunidad B?

R: Creemos que si pero aun llevamos muy poco tiempo como empresa B por lo que aún no podemos sacar conclusiones integrales.

9. ¿Por qué cree que es importante hacer un cambio social desde las empresas en nuestro país?

R: No todos tienen la posibilidad de emprender y lograr el éxito. Si bien aún somos una empresa chica, creemos que es nuestra responsabilidad devolver el conocimiento y la experiencia que hemos adquirido y desde el mundo del emprendimiento podemos ser un agente de cambio para nuestra comunidad.

10. ¿Cree Ud. que el mundo empresarial chileno está dispuesto a generar un cambio en la forma de hacer negocios?

R: Absolutamente. Los vemos día a día tanto en la manera de hacer negocios, como en la cantidad de empresas B que ya hay certificados. De las 2000 empresas B que hay certificadas en el mundo, 100 son chilenas. Chile es el país que más empresa B tiene per cápita.

2.3. Empresa Certificada: REMBRE

Datos generales

Empresa: REMBRE

Dirección: Alfredo Rioseco 282, Providencia

Entrevistado: Pedro Bulnes

Cargo: Gerente General

Cuestionario

1. ¿Qué motivos los incentivó para ser parte de la Comunidad B?

R: Desde hace un buen tiempo nuestro planeta está sufriendo las consecuencias del deterioro ambiental y social que nosotros mismos provocamos. Queremos como empresa marcar la diferencia como muchas lo están haciendo con el objetivo de no solo llevar a cabo nuestros desafíos propios sino que también contribuir en una mejora al medio ambiente y social de nuestro país.

2. ¿Cuál es su compromiso para la sociedad y/o para el medioambiente?

R: En cuanto al compromiso social, brindamos trabajo a una gran cantidad de personas en distintas regiones del país, les generamos confianza manteniendo un equipamiento de calidad y procedimientos para una mayor seguridad. Y para el medio ambiente, nuestra misión es descontaminar nuestro planeta, por lo que implementamos sistemas de reciclaje, puntos limpios, manejo de residuos, talleres de sustentabilidad para la comunidad y recolección de reciclaje para organizaciones públicas y privadas.

3. ¿Cuál es su posición respecto del cuidado del medio ambiente?

R: El cuidado del medio ambiente es una preocupación a nivel internacional, pero no tan solo es el gobierno quien debe promover el cuidado sino que desde las empresas que son parte fundamental para el funcionamiento de la sociedad. Si todas se comprometieron a mejorar sus operaciones, minimizando o anulando efectos dañinos al ambiente podríamos lograr grandes cambios que en definitiva transformarían el planeta en un mejor lugar para vivir.

4. ¿Pertenece a alguna agrupación verde?

R: Si, alguna de ellas son Feria verde, Fundación mi parque, Fundación basura, Reuso,

entre otras.

5. ¿Cuánto tiempo llevan como una empresa certificada por Sistema B?

R: Hace aproximadamente un año y medio que recibimos la certificación por parte de Sistema B

6. Estar certificada como Empresa B, ¿Les generó algún impacto positivo en sus resultados?

R: Ser parte de la comunidad B nos permite ampliar nuestro mercado y hacernos aún más conocidos. Es importante y bien valorado para algunas empresas que pertenezcamos a ciertas agrupaciones y más todavía para empresas B quienes nos certifican por contribuir de forma positiva al medio ambiente y social, en el que además estamos en constante mejoramiento. Generar más redes nos permite vender más de nuestros productos y servicios por lo que sí ha provocado un impacto positivo en nuestros resultados.

7. ¿Qué beneficios o cambios cualitativos (no medibles en dinero – personal y colectivo) lograron siendo parte de la Comunidad B?

R: Siempre estamos en busca de nuevas ideas para nuestra empresa, con nuestros colaboradores buscamos precisamente eso, aprender de sus experiencias, adquirir estrategias, mejorar nuestro desempeño productivo y competitividad. Con empresas B redefinimos el sentido de hacer negocios, incorporando en nuestras decisiones el beneficio propio agregando valor a la empresa y a su vez generando un impacto positivo en la comunidad.

8. Hasta el momento, ¿Ha cumplido sus expectativas ser parte de la Comunidad B?

R: De todas maneras, queremos seguir siendo parte de la comunidad B y seguir mejorando.

9. ¿Por qué cree que es importante hacer un cambio social desde las empresas en nuestro país?

R: No es suficiente plantear un proyecto y emprender, hoy en día tenemos la responsabilidad de generar cambios en la forma de hacer negocios, de manera que no afecte al medio ambiente y social de nuestro país. Si todas las empresas tuvieran el mismo compromiso, nuestro sistema de vida mejoraría cada vez más.

10. ¿Cree Ud. que el mundo empresarial chileno está dispuesto a generar un cambio en la forma de hacer negocios?

R: Si, creo que estamos dispuestos a mejorar, pero el mundo empresarial chileno no sabe cómo o bien cree que eso significa perder rentabilidad. Pero vamos bien encaminados, son muchas las empresas chilenas ya certificadas y esperamos que sean más en el tiempo, teniendo las pautas y ayuda que ofrece Sistema B.

Anexo N°3: Transcripción Seminario Fundación Chile

¿Cómo fomentar ecosistemas virtuosos que sean capaces de abordar los grandes desafíos sociales del país? ¿Cómo generar la participación de diversos actores aun cuando no compartan la misma visión de un problema? ¿Cómo avanzar en una cultura colaborativa y de confianza que nos permita generar capital social?

Estas y otras inquietudes abordaremos en este panel de conversación

Presentación de los participantes:

- ✓ Soledad Ovando, Gerente de PYME de Banco Estado.
Parte de la Comisión Asesora Presidencial de la Productividad y por más de dos décadas se ha desempeñado en la Industria Financiera, siempre desde el Banco Estado.
- ✓ Juan Pablo Larenas, Cofundador y Director Ejecutivo de Sistema B Internacional, ha sido cofundador de Late, miembro del Directorio de ASECH y Techo.
- ✓ Felipe Contreras Haye, Socio fundador de Gulliver, empresa dedicada a democratizar el emprendimiento en América Latina. Miembro del Directorio de ASECH y Director por la expansión de Empresas B.
- ✓ Juan Felipe López, Director Ejecutivo de Laboratorio de Gobierno, Historiador. Tiene un MBA en de la London School of Economy. Experto en Gestión Pública. Desde su actual cargo busca acelerar la creación de la cultura de innovación al interior de las instituciones públicas.

- **Soledad Ovando:** Feliz de poder compartir con ustedes, en el día en que celebran su cumpleaños, y además contenta de estar aquí con 3 amigos para hablar un poco de innovación social. Hemos escuchado Chile a la lleva en este tema, que hace rato que hemos hecho avances súper grandes, hemos escuchado también que algo está pasando acá en Chile, que esto llegó para quedarse y que no tiene muchas posibilidades de devolverse y que este concepto de los ecosistemas, estos espacios de innovación abiertos, que para mí tienen una base en la palabra colaboración, es como la forma en que parece que no hay otra que de verdad podamos construir en este país, y en este mundo una mejor sociedad.
Quiero partir preguntándole a Felipe Contreras que todo esto que estamos hablando, yo siento que tiene que ver con ciertos cambios culturales que están ocurriendo o que deben ocurrir en nuestra sociedad. Y en tu experiencia y en Gulliver han estado ustedes mirando mucho esto, trabajando mucho en ese sentido ¿Cómo lo han visto? ¿Cuáles son esos cambios que llegaron y que nos van a dar la posibilidad de volver, y que nos van a dar la posibilidad de vivir mejor?

- **Felipe Contreras:** Buenos días, me siento muy honrado de estar participando en esta celebración de Fundación Chile.
Respecto de los ecosistemas, quiero partir señalando que me encanta que estemos celebrando como estamos celebrando, gente que viene gratis, estamos dedicando el día para estar acá, ustedes están aquí aprendiendo de Julián, Julián debe estar sentado allí oyéndonos a nosotros. Siento que esto es lo que nos faltaba en Chile. Es una capacidad de reconocernos válidos como chilenos lindos, que vinimos a aprender, y que efectivamente lo que queremos hacer es ir construyendo desde lo que somos, yo creo que eso nos ha prendido fuerte en Chile.
Y lo otro es que, nos hemos puesto un poco chaqueteros, siento que en Chile nos hemos puesto muy buenos para “chaquetearnos” entre nosotros, en mala, no tenemos una ética de la excelencia, tenemos una ética de la desprolijidad y una ética donde no podemos desarrollarnos como personas excelentes, sino más bien que tenemos toda una chacota permanente. Es todo un mundo como que nos hacen pelear, y a mí me toca vivir día a día en la CASAKUN, en las Empresas B en la ASECH, con el Gobierno todo lo contrario, es cómo lo hacemos juntos, sabiendo que efectivamente tenemos visiones distintas, es normal que las

tengamos, pero si podemos construir juntos si le ponemos, como día Julián, un poquito de amor y colaboración, sabiendo que hay intereses particulares. Tú Sole, desde Banco Estado, también tienes tu interés particular, y yo como Gulliver también tengo el mío, no tenemos que estar de acuerdo en todo, pero si podemos ponernos de acuerdo en algunas cosas para avanzar mejor como sociedad.

- **Soledad Ovando:** ¿Y qué están haciendo ustedes para eso?

- **Felipe Contreras:** Gulliver hace dos cosas muy simples, asesoramos a empresas para que innoven, de manera sustentable, o sea, que no sean ideas geniales, de alguna gente importante, sino que sea “power to the people” desde la gente. Y lo otro que hacemos, trabajamos en distintos ecosistemas de América Latina justamente para que las ciudades puedan tener más emprendedores. A mí me encanta lo que hace el “DEMO” de emprendedores dinámicos, creo que es súper necesario, pero también es súper necesario que haya gente que se dedique a emprender y que a lo mejor no van a ser proyectos tan escalables. Pero yo sí creo que en Chile tiene que haber una cultura de emprendimiento, que efectivamente de los pequeños sean medianos, que de los medianos sean empresas más grandes y emprendedoras que se dediquen a hacer innovación social.

- **Soledad Ovando:** Haber retomemos un poquito de la democratización del emprendimiento que a veces creemos que todos los emprendedores tienen que ser “Google”, “Facebook” y de pronto lo que necesita este país es gente que haga cosas, que piense global pero que lo haga local. (Me encanta esa frase, creo que es de la Fundación Chile).
Pero Juan Pablo, más conocido como Jota. Desde Sistema B, ustedes han estado promoviendo que desde la empresa se empiecen a adoptar prácticas que estén en la línea que dice Felipe, de estas empresas que no ven enemigos en su competencia, y que no ven a la gente que solo le quiere robar, o que quiere sacar la vuelta, o que lo quiere pasar bien, y que tiene una relación con su entorno de gestión social y medioambiente distinto ¿Cómo les ha ido a ustedes con eso en Chile?

- **Juan Pablo Larenas:** Me sumo a las felicitaciones y los agradecimientos. Voy al

tiro con tu pregunta pero primero quiero complementar con Felipe, a mi lo que me encantó de esto, es que esta celebración es de parte de todos los que somos parte del mundo del emprendimiento y de la innovación y gracias por hacernos parte de esta celebración.

¿Cómo nos ha ido? Más o menos, nos debería ir mejor, pero también porque yo soy medio auto flagelante y medio TOC, entonces no me conformo. Pero más allá de la cantidad de empresas B que hay en América Latina, que no es menor que ya son 300 en 4 años y 1000 en el mundo, creo que estamos generando un cambio cultural importante en la forma de hacer empresa . Ayer estábamos con Felipe, conversando con un grupo de Whatsapp, de todo Sistema de todos los países y una de las personas que lidera Sistema B desde Brasil se puso una frase: “Si no transformamos la empresa desde el amor y la convicción, la vamos a terminar transformando desde el dolor”, y lo que yo he visto este último tiempo es eso, es la cantidad de gente que está intentando transformar la empresa desde el amor, independiente de que se certifiquen como Empresa B. Empresas B, probablemente ya saben, tienen que mantener un estándar, es muy difícil llegar a ese estándar, tienen que hacer un cambio de estatuto y probablemente se mantenga nicho, pero acá lo que nos estamos jugando, o al menos lo que nos queremos jugar, es que la gente transforme la empresa desde la convicción y el amor, y no porque esto tiene beneficios asociados. Y quiero dar un ejemplo, ayer fuimos a una comida como ASECH, con líderes de otros gremios, a contarles que es lo que queríamos lograr con la ASECH, y la conversación empieza súper racional, de “mira, bueno, ¿Cómo vamos a escalar? ¿Cuánta gente va a llegar a ser socio? ¿Qué le van a ofrecer? ¿Cuál va a ser la posición con este Gobierno? ¿Cuál va a ser la posición con el otro gobierno?”, tremendamente racional, hasta que uno que estaba en la conversación, que no era ninguno de los que estábamos ahí de la ASECH dice “Esto no se trata de metas, se trata de demostrar que uno puede ser gremio de manera diferente, de demostrar que uno puede ser empresa de manera diferente”. Si estamos hablando de que queremos que Chile sea un país donde todos emprendan, eso incluye ya no solo incorporar los principios de la libertad de emprender, sino de la colaboración como principio fundamental, de la empatía. Y fue una conversación tan extraordinaria, que yo creo que si hace 2 años si hubiera estado con esas personas, estoy seguro que no se hubiera generado lo que se generó ayer.

Entonces cuando digo “nos está yendo más o menos”, quizás en los datos racionales, pero en este cambio cultural, en la forma de hacer empresa, etc. Hasta en el más “main streams” se está logrando tener esa conversación de lo que decía Julián acerca de dar amor empaquetado en empresa, asique muy contento, muy desafiado, pero muy contento.

- **Soledad Ovando:** ¿Sabes lo que me parece más genial? Es estar en un lugar con tanta gente, muy diversa, escuchando lo que estás diciendo. A mí me pasa más o menos lo mismo cuando hablo de las Empresas B, intentar explicarle a las empresas que pueden ganar plata si son buenas y yo digo “está bien, sí, una empresa es para ganar plata, pero también hay que hacerlo porque es bueno, y es ético y es moral. Y en ese espacio me parece extraordinario que en el mundo público estén pasando cosas.

Cuando conocí a Juan Felipe, me pasó lo mismo que al Nico, lo amé y amé el proyecto en el que está. Porque no sé si en el mundo público se están haciendo cosas, y a mí por lo menos me provoca una tremenda curiosidad cuando hablamos de todo este tema de innovar en el sector público y el proyecto “Laboratorio de Gobierno” .

Felipe, ¿Por qué no nos cuentas un poco qué es este proyecto, y cómo se vive la innovación al interior del sector público?

- **Juan Felipe López:** Para no quedar menos, quiero obviamente agradecer a la fundación Chile, pero quiero solamente agregar un dato a lo que ya han dicho. Tiene un valor absolutamente distintivo, organizar una celebración en conjunto con otras personas. Algo lo dijo el Jota, pero tal vez no quedó muy claro, este evento se organizó con mucha gente, se organizó con muchos actores, y eso habla de la vocación que ha tenido Fundación Chile, que si bien tiene varios ojos puestos afuera, su principal foco es Chile, y cómo potenciamos Chile, y eso se está demostrando en este evento. Así que nosotros como Laboratorio de Gobierno les agradecemos muchísimo, no solo la invitación, sino que en la forma que lo hicieron, que para nosotros hace toda la diferencia.

Dicho eso, el Laboratorio de Gobierno es una institución que se crea durante este gobierno precisamente para buscar formas distintas de generar valor público a partir de innovación en el sector público, y por lo tanto el foco es cómo mejoramos

la gestión del Estado, a partir de procesos de innovación.

Algo lo decía Julián al inicio, obviamente la innovación es un medio para generar valor público, o sea, muchas veces pasa en el Sector Público y en las empresas también, cuando hablamos de innovación es como “qué rico estar hablando de innovación”, súper bien, pero hablemos de innovación, “¿Por qué vamos a innovar?” y al menos en el Gobierno hemos visto que hay 3 imperativos.

El primero, la crisis de confianza, por lo tanto qué tiene que decir la innovación al respecto, y cómo mejoramos la relación entre el Estado y las Personas, a partir de lógicas colaborativas, de cooperación y de experimentación.

Lo segundo es que tenemos cada vez tenemos menos plata, y ese es un hecho del cual tenemos que hacernos cargo, por lo tanto qué tiene que decir la innovación dentro del Estado para poder seguir entregando mejores servicios de mayor impacto, tal vez con menos recursos.

Y finalmente, por un tema que nos cuesta mucho decirlo y que es bueno que nos vayamos sincerando, es que al menos desde el Estado nos cuesta entender los problemas, porque las interacciones entre las personas y entre las personas de instituciones son complejas, y el Sector Público está llegando tarde a tener buenos diagnósticos de entender cómo operar sobre sistemas cada vez más complejos. Por lo tanto la innovación ahí también tiene algo que decir.

Y en ese sentido el Laboratorio de Gobierno lo que busca precisamente es de una manera colaborativa, participativa y abierta, en el entendido de que la innovación en el Sector Público no es patrimonio exclusivo de los Funcionarios o la gente que trabaja en el Estado, y por eso entiendo que en este panel también, de poder buscar soluciones primero para temas que no los conocemos, y segundo soluciones que sean legítimas. Aquí no se trata de quien tiene la vara de plata para cierto tipo de problemas, sino cómo construimos legitimidad en las soluciones que desde el sector Público se están proponiendo, y ahí está un poco la visión que tenemos nosotros como Laboratorio de Gobierno

- **Soledad Ovando:** ¿Y qué recepción has encontrado? Porque igual uno tiene unos prejuicios de cómo es el mundo de los Servicios Públicos dentro. ¿o no?
- **Juan Felipe López:** Voy a dar una respuesta que es políticamente muy correcta, pero que estoy convencido que es así. Hay hartito de mito en tu pregunta que no la

terminaste, pero que entiendo para dónde va....

- **Soledad Ovando:** Ya bueno, es lo que he escuchado, por no decirte que en mi Familia mi padre fue toda la vida empleado público. Pero es lo que tú escuchas afuera...

- **Juan Felipe López:** Hay algo que lo ha estado diciendo el Jota, Felipe y que es algo que también menciona Julián. La capacidad innovadora que tienen los funcionarios públicos es infinita, el desafío que tenemos nosotros como Laboratorio de Gobierno, al menos, es visibilizar. Y ahí hay una tarea súper nítida y súper específica, o sea, tú tienes miles de funcionarios, en el nivel central, regional, local, que está todo el día haciendo cosas que valen la pena, que generan impacto, ¿Y quién las conoce?. Entonces más allá de nosotros ir desarrollando un músculo dónde podamos tener metodologías de innovación, también tenemos una responsabilidad en visibilizar el tremendo talento que hay en el Estado, que ahí hay una deuda de poder mostrarlo, y de hecho, hay una experiencia súper tímida que la hacemos con el Servicio Civil que es el premio “Funciona” que el único objetivo que tiene es premiar a funcionarios que no necesariamente por la venia del mandato institucional, han logrado desarrollar algo que genera valor y que genera impacto. Y es un premio que ya tiene 4 años, que partió en el Gobierno anterior, que el Servicio Civil lo mantuvo y que hoy día lo estamos potenciando justamente porque creemos que hay un valor en reconocer a la gente que hace buenas cosas, y que no necesariamente son los Ministros, Subsecretarios, o Jefes de Servicios que están tomando las decisiones.

- **Soledad Ovando:** Yo creo que se merecen un tremendo aplauso por lo que están haciendo en un acto de Gobierno. A mí me parece que debe algo súper innovador que desde el Gobierno se esté haciendo eso. Ahora, los tres son súper optimistas, pero me gustaría que nos dijeran algo que nos remeciera un poquito. Yo los conozco harto y veo la admiración, perseverancia, compromiso, cariño que le ponen por cada una de las causas que persiguen, que están metidos detrás, para que a este país le vaya mejor, que haya más innovación, que la innovación sea para todos, que sea democrático, que ayude a que la gente lo pase mejor. Pero, ¿Cuáles creen ustedes que son las

piedras, esos “lomo de toro” que entre todos tenemos que sacar para que esto fluya, para que fluya más rápido e incluir más gente?

- **Felipe Contreras:** Está bonita la pregunta. “Chasconeémonos” un poco. El Chasconeo uno, es que yo me siento súper privilegiado de estar hablando aquí, te lo digo súper en serio, pareciera ser que es normal, pero para mí no es normal, para mí es increíble estar aquí arriba. Entonces todos ustedes deben decir “oh que bacán, es una persona que le va bien, exitosa”, para nada, lo que pasa es que la única manera con la cual tengo la manera de amar lo que estoy haciendo es tratar de inventar algo y eso genera optimismo, sin lugar a dudas, porque no hay otra cosa que agarrar el machete y pelar los árboles. Entonces, por ejemplo, hoy día puse un proyecto que probablemente no va a funcionar y efectivamente creo que tenemos que convencernos más de que la única manera no es de optimista, sino que el estar construyendo, y el construir es inevitable al ser humano. Y como el construir es inevitable al ser humano, por eso yo estoy enamorado del emprendimiento soledad. Yo no estoy enamorado del emprendimiento la verdad, estoy enamorado de la dignidad. Los seres humanos al final del día estamos jodidos tenemos que emprender nos guste o no nos guste, puede que el emprendimiento tenga un giro comercial, y a eso le llaman empresa, pero estamos condecorados de por vida, la mala noticia, es que estamos obligados a emprender, y esa es una decisión que te trae incertidumbre y certidumbre. La incertidumbre que ustedes no saben qué caraja va a pasar en el panel y por eso vienen, porque no saben.

Imagínense la primera cita con su novia/novio, estás todo enrollado, le sirvo champagne, no le sirves champagne, tomas algo, o no tomas nada, estás todo enrollado. Pero ya a los 40 años de matrimonio, efectivamente se vuelve una rutina, entonces lo que a mí me gustaría decir es que estamos obsesionados con emprender, pero si es que le podemos la oportunidad a cada chileno de que lo intente, de que efectivamente la vida que sueña sea aún más parecido a la vida que quiere creo que estamos haciendo un gran regalo, pero creo que es eso, es la construcción y el menos culebreo.

El culebreo, y con esto cierro, yo creo que en Chile perdemos tiempo diciendo cosas para que el otro entienda más o menos lo que yo quiero decirle, y es súper cansador. Entonces le voy a decir esto para que en realidad ojalá lo entiendan de

fondo lo entiendan lo que les estoy diciendo, porque de fondo en verdad quiero hacer un negocio pero ojalá no se dé cuenta que le quiero ofrecer un negocio, entonces se llenan de expectativas, se frustran, me frustran, no sé qué pasó y al final perdemos un cantidad de tiempo infinito en no decir una cosa. Y es tan fácil construir cuando uno dice las cosas, o sea, “sabes que me gustaría hacer esto, y me gustaría ganar de esta manera” y ser más transparente en eso, yo creo que nos da confianza, honestidad, cariño, y vuelvo a lo mismo, es desde la verdad, desde lo que somos, desde saber que somos finitos, y como somos finitos tenemos carencias y como tenemos carencias, lo único que nos puede ayudar a hacer algo más grande es la colaboración, y saber que el Jota, tú y Juan tienen otra áreas donde yo simplemente puedo abrir la boca y abrir futuros más grandes, porque con ustedes tres soy yo más grande, yo solo soy muy chico.

- **Soledad Ovando:** Imagínense que la otra semana es la ENADI, imagínense que están ahí y que tienen la posibilidad de hablar y que se paren todos esos señores y les digan “Díganos qué es lo que tenemos que hacer para que este país sea mejor” ¿Qué les dirían?
- **Juan Pablo Larenas:** Hartas cosas, voy a partir por lo más etéreo y voy a terminar con algo más práctico. Yo tuve la suerte de hace dos o tres meses me invitaron (yo estuve en el Techo, hartoo tiempo) y me invitaron ahora al directorio del Techo y si hay algo que no puedo hacer, y es decir que no puedo sumarme a eso. Y desde que volví a techo, volví a ver los problemas duros que tiene Chile, porque con las empresas B hablando y es todo muy lindo, estamos en un espacio de confort que se nos olvidó ver la realidad, colaboramos hartoo entre nosotros, promovemos el tema, pero a mí por lo menos me tocó que elegí ir a un campamento y es terrible, y volviendo a Techo a sumarme al Directorio, me conecté de nuevo con esa realidad. Entonces lo primero es que por favor salgamos de la zona de confort. A mí me pasó que me bajó esta culpa media católica que a uno le baja a ratos, pero por otro lado que a veces es necesario decir “Es inmoral que sigan existiendo campamentos, es realmente inmoral, no nos podemos hacer los tontos frente a eso”, y el emprendimiento y la innovación tienen una obligación moral de llegar ahí, eso es lo primero.

Segundo, yo creo que tú como líder de Banco Estado, o la Fundación Chile

también tienes una obligación moral de llegar ahí, entonces yo no necesito llegar a la ENAE para decírselo, puedo decírtelo a ti también y a la Fundación Chile que en ustedes el emprendimiento y la innovación social sea tema. Y ojalá que a los ejecutivos más importantes de Chile los evalúen por promover este tipo de cosas, A mí cuando me preguntan ¿Cuándo vamos a cambiar verdaderamente el paradigma de la manera de hacer empresa? Que yo creo que la empresa es el principal agente de cambio social, es cuando la conversación a nivel de Directorio incorpore esto y cuando los ejecutivos tomen decisiones que generen impactos positivos en las personas, el medioambiente, y no estén en una gerencia aislada, ese bono de fin de año sobre temas sociales y ambientales.

Entonces yo creo que acá hay una responsabilidad de todos y siento que es un ejemplo la Fundación Chile tiene un poder de influencia enorme y estoy feliz que hayamos co-creado este evento, pero también le pido más a la Fundación Chile, que yo creo que puede influir mucho más en la agenda de la conducción del emprendimiento y de la innovación social, y no porque es “cool”, sino porque queremos acabar con los campamentos en Chile, no puede ser que siga habiendo que viva en situación de pobreza como están viviendo algunos, entonces que no se nos olvide la razón de por qué estamos haciendo esto. Yo creo que a veces, nosotros que estamos más metidos incluso, que no se nos olvide que la razón de fondo es esa y que los que tienen posiciones de poder, como tú, como toda la gente de ENAE, como la fundación Chile, que se la juegue de verdad para que Chile sea un país sea un país de emprendedores sociales.

- **Soledad Ovando:** Banco Estado, ya tiene dos sucursales certificadas como Empresas B, y está ya en conversaciones, como dices tú, yo no sé si el Banco estero se puede certificar, por cosas formales, pero ya hay personas de Sistema B, se está conversando con la gente del Banco, eso es un avance.

Y tú Juan Felipe, ¿qué puedes responder a mi pregunta anterior?

- **Juan Felipe López:** ¿Puedo responder las dos preguntas? Porque están buenas las preguntas.

A ver, yo creo que, retomando lo que comentaba el Jota, voy a terminar con lo que partiste tú. Las personas que tienen algún grado de responsabilidad, ya sea, en el estado, sociales, en empresas o en alguna posición que les permita generar una

plataforma que termine en conversaciones, tenemos una responsabilidad, y la responsabilidad está en el tipo de diálogo que se quiere generar con las personas. Tú preguntabas al inicio, cuál es la barrera principal que tenemos para meternos en estos temas, yo creo que es imposible que este tema crezca con el nivel de desconfianza que tenemos hoy día en Chile y entre nosotros, y hay como una paradoja que es bastante curiosa, Chile es el país a nivel de la OCDE con el nivel de desconfianza más bajo. Pero cuando te tocan el timbre en la casa y entra la persona con el balón de gas tú lo dejas pasar hasta la cocina, entonces, ¿Desconfiamos en quién la verdad? Y ¿A través de qué medios desconfiamos?, entonces yo creo que la pregunta que ahí habría que hacerse es, Las personas que tienen algún grado de poder o que tiene la capacidad de poder sentar en la mesa a otras personas, ¿Cómo ellas entablan, y cómo entablamos desde el Gobierno también, conversaciones donde se pueda resolver el tema de la confianza? Y ahí nosotros hemos estado experimentando algunas pistas, que tienen que ver con la transparencia, con la honestidad, con decir las cosas tal como son. De aquí a un mes más vamos a estar lanzando una nueva cuenta de la luz que se congregó tanto con los empresarios como con los ciudadanos de siete ciudades de Chile, y la cuenta que nos va a llegar a todos (alrededor de 5 millones de hogares), fue hecha por vecinos como nosotros, y fue hecho por las eléctricas, que se juntaron para diseñar esta nueva cuenta para precisamente poder resolver este tema de la confianza. Entonces ahí, la pregunta que nos hacemos, bueno, ¿Qué pasó?, ¿Qué pudo pasar para que se generara ese diálogo? Y al final lo único que hicimos fue una invitación súper transparente, decir, “vecinos, empresarios, juntémonos, acá tenemos que resolver un tema que es complejo, es la confianza que hay en el sistema que se expresa en la cuenta de la luz y la pregunta es ¿Cómo podemos generar, ya sea con gerentes, autoridades, gente que le toca o que se siente llamado a juntar personas a tener prácticas que sean un poquito más humildes? Yo creo que nos hace falta bajarnos un poco como del pony y entre dos rayitas de agresividad y de piel, porque nos faltan conversaciones desde la humildad, nos faltan conversaciones donde no partamos diciendo lo que queremos hacer sino que donde podamos sinceramente escuchar lo que las otras personas necesitan y desde ahí estructurar soluciones, empresas, rol del Gobierno, rol del Estado, en fin. Ahí yo creo que hay una clave este tema por cierto no tiene respuesta, pero al menos nosotros hemos estado

experimentando es que con buenas dosis de humildad, de transparencia y de honestidad podemos resolver un poco el problema de la confianza que hoy día tenemos en Chile.

- **Soledad Ovando:** Excelente. Bueno un poco yo para ir terminando, que me están haciendo señas ya. Nosotros cuatro podríamos estar hasta las 4 de la tarde conversando aquí, pero ya me están diciendo allá que tenemos que apurarnos un poco.

- Juan Pablo Larenas: ¿Te puedo hacer un comentario antes?, Para resumirlo, porque seguramente se van a ir, y como hay tanta gente importante después no se van a acordar en la noche de quien habló nada. Pero yo tengo un ejemplo para que se acuerden.

El otro día me tomé un Taxi, y sí me tomé un Uber, y aunque el Ministro de Transporte se enoje, yo tomo Uber, y soy feliz con mi Uber, es una experiencia maravillosa. Y cuando venía en el Uber, yo le dije “Pucha, porque Waze lo mandó por acá” (porque ahora Waze es el tipo que manda por donde uno se va), entonces yo le dije “Pucha, llegamos al “taco””. Y entonces me miró para atrás sorprendido y me dijo “no, no, no, no llegamos al taco, nosotros somos el taco”

Yo digo, porque si nosotros nos tomamos hoy día mismo nosotros cuatro tenemos posición de poder, pero en distintos ámbitos. Hay gente aquí que es seca, talentosa, a mí me encanta, como yo llegué al programa ya atrasado, en el pasillo dijeron –yo no sé si debiera contar estas cosas- “oye a los artistas, sáquene un poco de tiempo” y me encantó porque la respuesta fue “ni cagando”, si por qué es más importante esta cosa que el arte en el escenario. Entonces el ecosistema lo hacemos nosotros, no es responsabilidad ni del gobierno ni de la ONU, somos juntos. Porque si delegamos para arriba, sólo vamos a tener filtraciones.

- **Felipe Contreras:** Como dice Gonzalo Muñoz, tenemos dos opciones: hacernos cargo, o hacernos los tontos. Entonces hagámonos cargo.

- **Soledad Ovando:** Sí, yo también estoy de acuerdo con eso. Y un último mensaje, Felipe, ¿Quieres agregar algo?

- **Juan Felipe López:** Sigamos haciendo lo que estamos haciendo, yo creo que hay

una buena hebra, una buena luz que puede mostrar por donde está el camino. Yo creo que Chile tiene experiencia de sobra en cómo hacer bien las cosas, el desafío es seguir confiando en que se puede hacer, desde la Empresa, el Estado, las Fundaciones, la ONG, los barrios.

- **Soledad Ovando:** Y yo me quedo además con una reflexión que hicieron, de este tema de la humildad, el que empezamos a reflexionar que todas las personas que estamos sentadas aquí no solamente pueden ser una oportunidad y nosotros podemos ser una oportunidad para ellos. Yo creo que una de las cosas, como dice Julián, parece hippie, pero pucha que es necesario para que de verdad puedan surgir cosas buenas para que le pasen mejores cosas a todos los chilenos y al mundo en general.

Yo sólo para despedirme, agradecer de nuevo a la Fundación Chile por juntarnos a todos. Me encantaría que hubiera acá de estos ejecutivos más tradicionales para que vieran que nosotros nos sentamos a conversar acá, donde antes parte una performance artística como la que vimos, maravillosa, y después nosotros estamos conversando una cosa que parece que es empresa pero terminamos hablando de la humildad y el amor. Yo creo que mientras más nos atrevemos a hacer eso, más cosas pueden ir pasando. Así que un aplauso para los chicos, y un aplauso para la Fundación Chile.

Anexo N°4: Imagen Atlas.ti



Anexo N°5: Boletín 10321, ingreso proyecto de Ley a Cámara de Diputados

REGULA LAS EMPRESAS SOCIALES Boletín N°10321-03

Es cada vez más frecuente ver en el Mundo y en nuestro país un cambio del paradigma en la visión de las empresas que persiguen fines de lucro. Muchos empresarios e inversionistas buscan contribuir a la solución de problemas sociales y medioambientales, pero desde la óptica de modelo de negocios con fines lucrativos. Estas son conocidas también como “Empresas B” o “empresas del cuarto sector”.

Teniendo en cuenta el aporte y externalidades positivas que generan estas empresas a la sociedad y medioambiente, este proyecto de ley busca regular este tipo de empresas con el fin de darles credibilidad y certeza jurídica frente a la sociedad e inversionistas, no reconocidas por nuestra legislación.

PROYECTO DE LEY:

Artículo 1º: Reconócese como Empresas Sociales a las personas jurídicas con fines de lucro en cuyos estatutos sociales pacten como parte de su objeto social el de generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente y se encuentren registradas de conformidad a esta ley.

Artículo 2º: Los administradores, directores y accionistas de las empresa sociales -en el marco de sus funciones, derechos y obligaciones- deberán velar por el cumplimiento de los objetivos sociales y actuar siempre con prevalencia de éstos por sobre la maximización de las utilidades u otros intereses. El incumplimiento de este deber dará acción a los accionistas y administradores para demandar la exigibilidad de los objetivos sociales más la indemnización de los perjuicios materiales y morales correspondientes.

Artículo 3º: Mediante uno o más decretos expedidos por medio del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, se reglamentarán los requisitos que deberán cumplir las Empresas Sociales para ser reconocidas como empresas sociales y las causales de eliminación del mismo, así como los requisitos para ser incorporadas y eliminadas del Registro.



H.D FELIPE KAST SOMMERHOFF