



**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
**ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN**

# **ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LAS EMPRESAS B EN CHILE**

Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial, Mención Administración

**Autores:**

Claudio Tapia Velásquez

Pedro Zegers Vial

**Profesor Guía:**

Gustavo Amtmann Darras

**Santiago, Julio 2014**

*"La adoración del antiguo becerro de oro (cf. Ex 32,1-35) ha encontrado una versión nueva y despiadada en el fetichismo del dinero y en la dictadura de la economía sin un rostro y sin un objetivo verdaderamente humano."*

**Exhortación apostólica "Evangelii Gaudium" del Papa Francisco. Punto 55**

## RESUMEN EJECUTIVO

Durante los últimos años, ha estado en boga en nuestro país una nueva forma de hacer empresa. Este modelo rompe con el esquema tradicional, en el cual, la razón de ser de cualquier compañía es maximizar la utilidad de los accionistas. Las llamadas empresas B son aquellas que buscan resolver un problema social o medioambiental a través del mercado, tratando de generar solamente externalidades positivas en el entorno.

Luego de la crisis global que afectó al mundo a comienzos del 2008, la ciudadanía se mostró preocupada e indignada con el modelo económico y con la actitud que habían tenido aquellas personas que, desde el mundo privado, habían desencadenado este gran desastre financiero. Un exceso de ambición y codicia por parte de unos pocos, terminaron por hartar a muchas personas que exigían un cambio en la forma de actuar de las empresas. El surgimiento de esta nueva ciudadanía empoderada, con mayor acceso a la tecnología y cansada de los abusos, fue un hito clave para el desarrollo de este nuevo tipo de firmas en el mundo.

El nacimiento de las empresas B ocurre luego de un problema judicial sufrido por los dueños de una compañía de helados en Estados Unidos, los cuales se negaron a vender su empresa a una multinacional. A pesar de que la

ley no jugó a favor de estas personas, y finalmente tuvieron que venderla, fue un momento clave para generar esta nueva forma de ver el mundo corporativo, en donde el aspecto social y medioambiental tomaron un rol fundamental bajo este nuevo modelo de gestión.

“Ser la mejor empresa para el mundo, y no del mundo” corresponde a su lema principal y a lo que aspiran. Este foco las lleva a realizar buenas prácticas con todos los *stakeholders* involucrados. Utilizar el poder privado para generar beneficios a las personas y el entorno, generar comunidades de práctica y conexiones entre los actores, además de predicar una cultura basada en la pasión y la idealización de un mundo sin fines perversos, corresponden a los cimientos de las empresas B. La ONG certificadora B Lab, tiene los pasos definidos y requerimientos específicos para optar por este camino, el cual puede ser tomado por cualquier tipo de empresa que tenga la convicción de formar parte de esta comunidad. A pesar de que el proceso pueda ser un poco engorroso para algunas firmas, formar parte de este grupo tiene beneficios tangibles e intangibles importantes, capaces de generar ahorros para las empresas y permitirles acceso a recursos que de otra forma no podrían obtener. Además, un nuevo tipo de inversionistas, que buscan generar impacto positivo, juegan un rol fundamental para hacer crecer y darle oportunidades a estas compañías.

En la actualidad, la comunidad de empresas certificadas alrededor del mundo es cada vez más importante. Ya existen más de 1.000 compañías certificadas con presencia en 34 países. En el caso de Chile, hay 51 empresas que han conseguido el estatus B, con lo que nuestro país se ubica como el mayor exponente a nivel latinoamericano, y tercero a nivel mundial (superado sólo por Estados Unidos y Canadá).

El panorama de las empresas B, tanto para Chile como en el mundo se ve positivo y con altas tasas de crecimiento. Dado el cambio de mentalidad que ha tenido la sociedad, cada vez las exigencias son mayores por parte de la comunidad hacia las empresas, lo cual ha llevado a que sea importante considerar otros intereses. En Chile, la capacidad de expansión a otros rubros que este tipo de compañías pudiesen experimentar en el futuro y los proyectos de ley en los que se ha trabajado, corresponden a oportunidades de desarrollo para esta comunidad. Asimismo, incluir estos nuevos modelos de hacer empresa en las mallas curriculares de las universidades, corresponde a un punto fundamental para lograr generar un cambio en la mentalidad en los futuros profesionales, para así impregnarlos de una visión íntegra que se centre en la preocupación por el entorno y la comunidad.

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	3
ÍNDICE .....	6
MOTIVACIONES .....	7
INTRODUCCIÓN A LAS EMPRESAS B.....	9
SITUACIÓN HISTÓRICA Y CRISIS SUB-PRIME.....	12
HISTORIA DE LAS EMPRESAS B EN ESTADOS UNIDOS .....	16
CARACTERÍSTICAS Y PRINCIPALES ASPECTOS DE LAS EMPRESAS B.....	20
VENTAJAS Y DESVENTAJAS .....	22
<i>Ventajas</i> .....	22
<i>Desventajas</i> .....	27
ASPECTOS LEGALES .....	29
CERTIFICACIÓN .....	34
NACIMIENTO Y EVOLUCIÓN DE LAS EMPRESAS B EN CHILE.....	39
INVERSIONISTAS DE IMPACTO.....	44
TRES CASOS EXITOSOS DE EMPRESAS B EN CHILE .....	49
LD CONSTRUCTORA.....	50
ALGRAMO.....	55
TRICICLOS.....	58
PERSPECTIVAS FUTURAS DE LAS EMPRESAS B.....	63
CONSIDERACIONES FINALES .....	71
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS .....	79

## MOTIVACIONES

A lo largo de nuestra formación profesional, el enfoque de empresa al cual se le da énfasis en la mención de Administración corresponde a una visión tradicionalista, la cual se centra netamente en el bienestar de los accionistas. El maximizar las ganancias de estos actores dentro de las empresas corresponde al principal objetivo y una de las enseñanzas que más se ha repetido durante los años cursados. Dado lo anterior, creemos que esto es un tema fundamental a tratar, pero no el único que se debiese enseñar. Hoy en día, dada la evolución de la tecnología y medios de comunicación, cada vez es más fácil enterarse de las prácticas de todas las empresas. En un mundo donde cada vez el consumidor está más empoderado, la masificación e intercambio de información es casi instantánea, lo cual ha llevado a que las exigencias de los usuarios sean cada vez más enfocadas no sólo a buenos productos, sino también a que exista una preocupación por parte de las compañías con el medio ambiente, las buenas prácticas con los trabajadores y el entorno, y no se enfoque netamente a obtener todo el excedente del consumidor. Lo más cercano a la idea anterior se ve reflejado en el concepto principal de la certificación para ser empresa B. Este cambio de paradigma y enfoque se alinea con nuestro pensamiento de lo que significa una empresa sustentable, socialmente responsable y rentable. Este concepto, al ser reciente y no muy conocido, aún no ha tenido la cobertura

y masificación deseada, pero poco a poco se está volviendo más popular. Esperamos que en el corto plazo, la noción de este tipo de prácticas sea cada vez más recurrente en las personas e instituciones educacionales, logrando generar mayores espacios de conocimiento y debate frente a los asuntos que realmente son fundamentales a la hora de crear empresas, siendo esta tesis uno de nuestros aportes para crear conciencia sobre este tema.

## **INTRODUCCIÓN A LAS EMPRESAS B**

En las empresas tradicionales, los directivos y gerentes deben siempre velar por los intereses de los accionistas al momento de tomar decisiones. De esta forma, al estar ligados a este pensamiento y forma de dirigir, empiezan a producirse polémicas por la forma en que estas empresas hacen negocios e impactan al medio ambiente con su actuar. En el caso de las empresas B, con una forma innovadora y rompiendo los paradigmas actuales de la gestión, los directivos tienen la autoridad de tomar en consideración otros intereses aparte de los que tienen los accionistas al momento de tomar decisiones, involucrando a los empleados, consumidores, proveedores, comunidad y entorno.

Las empresas B corresponden a un tipo de compañía que está certificada y cumple rigurosos estándares de sustentabilidad, transparencia, contabilidad y desempeño. Dado lo anterior, estas corporaciones buscan cumplir una misión dual. Por una parte, siguiendo el objetivo tradicional de los negocios, estas empresas quieren satisfacer y generar ganancias para los accionistas, creando un modelo de beneficio y sostenibilidad económica para sobrevivir en el corto y largo plazo, pero de igual forma, persiguen crear valor social, desde proteger a los empleados hasta resguardar el medio ambiente, aun así esto signifique sacrificar ganancias en el corto plazo. De esta manera,

se está liderando un movimiento que busca usar los negocios como un medio para resolver problemas de sostenibilidad social, del entorno y comunidad, impulsando una nueva economía responsable, redefiniendo el propósito del lucro hacia la solución de problemas de la humanidad. Al formular y buscar respuesta a la pregunta: ¿Cuál es el propósito de la empresa en la sociedad?, los rendimientos financieros toman otra dirección de la común, siendo entendidos ahora como un medio indispensable para conseguir los objetivos y no como la única razón de existir de las empresas, en donde el éxito se alcanza "(...) no sólo por su nivel de facturación, utilidades o dividendos, sino por cómo su modelo de negocios integra el lucro con el impacto en la sociedad y el medio ambiente de un modo medible y escalable."<sup>1</sup>. Es así como esta certificación de empresa B, otorgada por una firma externa en la cual los consumidores e inversionistas pueden confiar, permite a las compañías demostrar los beneficios y el impacto positivo que generan en la ciudadanía.

Como se mencionó anteriormente, las empresas que opten por obtener este certificado deben buscar el beneficio social y crear valor para el entorno, pero esto no implica cerrarse a un sólo modelo de negocios o área específica. Es más, el beneficio social por el cual este tipo de empresas trabajan es diverso y variado. Por una parte tenemos corporaciones que se preocupan por mejorar el medio ambiente, siendo un claro ejemplo la empresa Bolsas Reutilizables,

---

<sup>1</sup> Preguntas Frecuentes Sistema B - <http://www.sistemab.org/espanol/informate/preguntas-frecuentes>

quienes dentro de su motivación buscan "(...) cambiar el mundo con pequeños actos día a día. Para esto, diseñamos, fabricamos y distribuimos las mejores bolsas reutilizables, de todos los colores y tamaños. Nos preocupa que el proceso sea responsable social y medioambientalmente, por lo que testeamos cuidadosamente a todos nuestros proveedores."<sup>2</sup>. Así también existen empresas que buscan "tangibilizar y fomentar el espíritu emprendedor de manera seductora y adecuada, con el fin que toda persona interiorice esta nueva forma de aprovechar la vida, para que generen cambios sociales que impacten a la sociedad."<sup>3</sup>, como lo detalla la misión de Emprediem. Cabe destacar que no es necesario que exista una relación o identificación entre el producto que se ofrece con el beneficio social a fomentar. Claro ejemplo de lo anterior corresponde a la empresa Late!, quienes venden botellas de agua con y sin gas, entregando todas las utilidades generadas a proyectos sociales concretos, y teniendo como visión "promover una economía de mercado más equitativa, transformando el consumo de productos masivos en un acto solidario."<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Nuestra Motivación, Bolsas Reutilizables - <http://www.bolsasreutilizables.com/#!untitled/c1bs6>

<sup>3</sup> Misión Emprediem, <http://emprediem.com/somos/>

<sup>4</sup> Misión y Objetivos Late! - <http://www.late.cl/late/>

## **SITUACIÓN HISTÓRICA Y CRISIS SUB-PRIME**

Si nos remontamos al año 2005, cuando se dieron los primeros pasos para cimentar la construcción del movimiento de las empresas B, podemos encontrar algunos factores relevantes a la hora de analizar las circunstancias en las cuales se originó esta tendencia.

El contexto histórico dice mucha relación con la importancia que tiene actualmente la comunidad de las empresas B en el mundo. Fue poco antes del año 2008 cuando la empresa certificadora empezó a sobresalir lentamente y a provocar ruido en los Estados Unidos. Sin embargo, la crisis económica detonada ese año, y que afectó globalmente a muchas economías del orbe, jugó un papel fundamental en la evolución de este tipo de compañías.

Entre los factores causantes de la gran crisis, los cuales se empezaron a desencadenar años antes del 2008 se encuentran: la desregulación económica, los altos precios de las materias primas (cobre y petróleo) por la alta inflación, crisis alimentaria y energética a nivel mundial, crisis crediticia e hipotecaria en Estados Unidos y una grave desconfianza en los mercados de los países más desarrollados del mundo. Todos los factores anteriores son mayormente técnicos. Sin embargo, como pensó colectivamente en ese momento, el gran trasfondo de esta crisis fue un problema ético y moral de los sectores público y

privado que terminó por dañar a millones de personas que poco tenían que ver y hacer, pero al final fueron los más afectados.

Un caso famoso que ilustra lo anterior es lo sucedido con Lehman Brothers. Esta gran compañía financiera, debido a la codicia desenfrenada de parte de sus banqueros, desencadenó un gran problema y terminó por quebrar el año 2008. Casos como este existen muchos, y fue finalmente la ambición, indiferencia y poca ética de algunos directivos y gerentes alrededor del mundo lo que provocó la gran recesión de esos años. Por eso es que el origen mismo de la crisis se remonta a conductas moralmente cuestionables que tuvieron estas personas que manejaban las grandes empresas. Fueron sus decisiones las que produjeron alta inflación, desconfianzas en los mercados, altos precios de los alimentos, entre otros efectos negativos.

Luego de haber entrado en la crisis, se empezó a generalizar el sentimiento de que ésta había sido originada por un problema ético. De ahí en adelante, hubo mayor rechazo a la indiferencia que se había tenido frente a las necesidades de los más vulnerables y se empezó a reprochar las actitudes codiciosas que habían tenido los desencadenadores de la crisis. La viralización de este sentimiento fue uno de los primeros pasos para exigir un comportamiento más correcto de los sectores públicos y privados de la economía y además un interés por implementar condenas más fuertes a

aquellos que velaran únicamente por sus propios intereses, sin importar las consecuencias que esto tuviese en la sociedad.

Todo esto tuvo gran relevancia en la creación de las empresas B. Según uno de sus impulsores fue un momento histórico único para empezar algo distinto. "De pronto, pedir algo más a la empresa ya no parecía una locura" dijo Bart Houlahan. Se comenzó a dar mayor énfasis a la responsabilidad social de las empresas, no como una actividad de marketing o relaciones públicas, sino que como el impacto real que estaban teniendo las acciones de las empresas en la comunidad y sociedad en general.

En Chile, la presidenta ejecutiva de PROhumana (organización que hace un ranking de empresas socialmente responsables cada año en Chile) dijo a fines del 2010: "La crisis económica que azotó al mundo a fines de 2008 planteó grandes desafíos para quienes creían que el éxito era sólo rentabilidad económica, sin una mirada de largo plazo y multidimensional que contemple también otros ámbitos como piezas claves para hacer de la empresa una organización sustentable".<sup>5</sup>

Por lo tanto, la crisis mundial que empezó el año 2008 y que recién empezó a mostrar repuntes de las economías durante el año 2012, fue un hito clave en el colectivo global. Para los gestores de la primera empresa

---

<sup>5</sup> La Responsabilidad Social Empresarial Post Crisis, Ser más que parecer - [http://economia.terra.com.co/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201001191640\\_AGE\\_78691120](http://economia.terra.com.co/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201001191640_AGE_78691120)

certificadora B, la crisis fue un estimulador y facilitador para el propósito que tenían, ya que muchas empresas se dieron cuenta de lo que sucedía y que los consumidores no sólo les interesaba el producto o servicio final, sino que se preocupaban del proceso completo y de las externalidades que éste dejaba en el camino. Además, de una manera aún más global, la crisis tuvo un impacto muy fuerte en la actitud y poder que tomaron los consumidores. Desde hace un tiempo los ciudadanos han estado más empoderados que nunca (ayudados por la tecnología, redes sociales y transmisión de información), y las empresas, quiéranlo o no, deben tomar esto en cuenta. Ejemplos de esto hay por montones, desde el movimiento de los “indignados” en España y Grecia, hasta las múltiples y grandes protestas en Chile.

## HISTORIA DE LAS EMPRESAS B EN ESTADOS UNIDOS

El nacimiento de las Empresas B surge en Estados Unidos. Si no fuese por el lío judicial que obligó a los dueños de la marca de helados Ben&Jerry's a vender su empresa a Unilever el año 2000 y que sentó un precedente para desarrollar empresas con un fin no lucrativo, las cosas hubiesen sido diferentes a cómo está la situación en la actualidad. Las B Corps o Empresas B no existirían y esta innovadora forma de emprender, que contradice las bases mismas del paradigma tradicional de la confección y gestión de empresas, no se estaría dando.

En el año 2000, los socios fundadores de Ben&Jerry's marcaron el precedente para el surgimiento de las Empresas B en el mundo. La Corte Suprema de Estados Unidos los obligó a aceptar la suculenta y millonaria oferta de US\$ 326 millones por su corporación, pese a las constantes negativas que tuvieron en ese entonces. Las razones por las cuales no querían aceptar la oferta eran por el hecho que querían hacer una empresa distinta, que fuera sustentable con el medio ambiente y con la comunidad, con uso de materiales orgánicos, utilizando el comercio justo para potenciar la relación entre los proveedores y la empresa, transparente con los trabajadores y que pudiesen donar parte de sus ganancias para ir en ayuda de la comunidad. Por todas

estas razones fue que ambos socios decidieron rechazar la oferta de Unilever, ya que estaban convencidos que estos propósitos que tenían para su corporación no serían llevados a cabo por la multinacional. Sin embargo, el dictamen judicial del caso fue claro y enfático. Los dueños no pudieron demostrar que dentro de los procesos productivos de Ben&Jerry's podrían generar más dinero del que ofrecía Unilever, y como la ley establece que el primer rol de una empresa es maximizar las utilidades para sus accionistas, se vieron obligados a aceptar la oferta de la multinacional. Cabe destacar que si los socios hubiesen insistido en la negativa, hubieran sido demandados ya que estaban yendo contra la ley, por absurda que ésta fuese a juicio de ellos.

Pero lo ocurrido a los dueños de la marca de helados fue sólo el detonante para lo que vendría después. Bart Houlahan y Jay Coen fundaron la marca de calzados y vestuario deportivo AND1 durante los años 90. Desde un comienzo la empresa fue socialmente responsable a pesar de que no era un tema trascendente durante esos años. Por ejemplo, se preocupaban del bienestar de sus trabajadores, y pagaban sueldos justos a los comerciantes chinos que se encargaban de confeccionar los calzados (otras marcas de calzado famosas como Nike pagaban los salarios mínimos). En un comienzo los ingresos de AND1 estaban por los US\$ 2 millones anuales. En el 2001 los ingresos alcanzaban los US\$ 200 millones anuales. Este rápido crecimiento de la empresa y éxito que tuvieron los hizo llegar a la bolsa y muchas grandes corporaciones empezaron a verse interesados en la marca.

En el año 2005, American Sporting Goods (corporación privada de calzados de California) ofreció US\$ 250 millones por la marca AND1. Al igual de lo sucedido con Ben&Jerry's, Houlahan y Coen no pudieron rechazar la oferta ya que no fueron capaces de demostrar que con sus procesos productivos podrían generar mayor dinero que el ofrecido por American Sporting Goods. Tal como dice Houlahan en una cita: "No estoy quejándome. Nos pagaron el valor total, pero me sentí como si hubiera perdido una extremidad al ver que desaparecían los compromisos que habíamos firmado con nuestros trabajadores, con el medio ambiente y con la comunidad seis semanas después de haberse vendido la empresa"<sup>6</sup>. A pesar de que el monto ofrecido era justo ya que pagaba el valor real de la empresa, dejaban de lado los compromisos y la visión que sus dueños tenían de la compañía.

En base a la experiencia propia, además de lo sucedido con Ben&Jerry's, es que Houlahan y Coen buscaron un nuevo modo de montar una empresa, cuyo primer objetivo fuera resolver problemas sociales y ambientales, con el mínimo de externalidades negativas, con políticas de transparencia claras y al mismo tiempo, con la seguridad de no vivir los problemas que ellos tuvieron con la ley. Como dijo Houlahan en el mismo artículo anterior: "debía existir un medio para que una empresa adquiriera escala, recaudara capital, tuviera liquidez, pero sin abandonar su misión". Para ello, comenzaron a idear la manera de

---

<sup>6</sup> Bart Houlahan, de B Lab: Cómo estimular la responsabilidad social en las empresas - <http://www.knowledgeatwharton.com.es/article/bart-houlahan-de-b-lab-como-estimular-la-responsabilidad-social-en-las-empresas/>

promover una nueva legislación que amparara a este tipo de empresas que quisieran conservar su misión ante todo, y buscaron los estados propicios para ese fin.

Es así como se empiezan a gestar los pasos para crear B Lab. Esta es una organización sin fines de lucro creada años después del problema que les sucedió a Houlahan y Coen con la Corte Suprema. Esta organización creó la *B Corporation Certification*, que consiste en un certificado que la organización le entrega a empresas con fines de lucro que cumplen ciertos requisitos. Este certificado constata que las empresas que realizan el proceso con éxito tienen ciertos estándares de transparencia, responsabilidad, sustentabilidad, y performance con el objetivo de crear valor para la sociedad y no tan solo para los accionistas de la empresa.

## **CARACTERÍSTICAS Y PRINCIPALES ASPECTOS DE LAS EMPRESAS B**

"Ser la mejor empresa para el mundo, y no del mundo" corresponde al lema principal predicado por las empresas B, y la idealización de lo que se quieren convertir y demostrar a la comunidad. Este tipo de empresas tienen claros sus objetivos, misión y visión, aportando de manera constante a construir una nueva economía, en donde los temas sociales y medioambientales correspondan al eje principal y camino a seguir al momento de tomar decisiones empresariales. Es por esto que, a raíz de los problemas que tuvieron Coen y Houlahan con su empresa Ben&Jerry's, nace una nueva perspectiva de firma, la cual sea capaz de crecer, obtener capital y rentabilidad, pero nunca abandonando su misión. Uno de los principales fundamentos corresponde a utilizar el poder del sector privado para crear beneficios para las personas y el entorno, buscando el bien común y equidad en las partes interesadas, desviándose del enfoque tradicional de hacer feliz sólo a los accionistas. Caminar por esta senda significa luchar por construir un ecosistema favorable para las empresas y personas, en donde el éxito no se mida sólo por cuán grande o cuanto liquiden las empresas, sino por el bienestar y valor generado para la sociedad y el medio.

Por otra parte, un pilar fundamental de este tipo de compañías corresponde a generar conexiones trascendentales entre los actores, para que así se generen comunidades de práctica. Este concepto, acuñado por los antropólogos sociales Jean Lave y Etienne Wenger, hace referencia a comunidades formadas por personas que comparten una preocupación o pasión por algo que hacen, generando aprendizaje a medida que interactúan e intercambian ideas de manera cotidiana (Wenger, 2012). A partir de esto es que, las empresas B buscan construir y mantener una visión conjunta y nueva de la economía con un propósito distinto, integrando dentro de sus asociaciones y conexiones al mercado (oportunidades comerciales, tanto con sectores públicos y privados), academia (explotación de talento y desarrollo de los conocimientos), capital (impacto de los flujos de capital y de inversión), líderes de opinión (personas referentes como voceros) y políticas públicas (desarrollo y marcos regulatorios favorables), generando momentos de reflexión y diálogo, en donde la apropiación de valores y construcción de agendas colectivas prime por sobre las personales, aferrándose a las comunidades de práctica para así generar el cambio buscado.

Con una cultura bien definida, basada en la pasión y sueños compartidos, en donde se reconoce y valora la diversidad y el mérito grupal por sobre las individualidades, buscando una construcción conjunta, responsable y colaborativa, atenta a los cambios y adaptándose a éstos, es que las empresas B buscan cumplir con sus objetivos de generar economías saludables, en

donde el bienestar de las personas, de la naturaleza y de la sociedad sean claves para el éxito, y además, tal y como lo destaca su misión, se logre "construir un ecosistema favorable para fortalecer empresas que utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales"<sup>7</sup>.

### **Ventajas y desventajas**

El optar por obtener la certificación puede ser traducido en una carga administrativa grande y en un gran desafío para la empresas, en especial si se es una pequeña empresa que no tiene toda la información en orden, pero que aun así tiene la convicción y ganas de realizar esta transformación y cambio de enfoque. Tener la certificación ya lista, se traduce en beneficios y ventajas importantes para las empresas, más aún para las compañías con acceso limitado a financiamiento o servicios de asesoría externa. Por el contrario, no todo sistema es perfecto, y también se presentan contratiempos y obstáculos que generan un filtro para las empresas. A continuación, se destacan las principales ventajas y desventajas de ser u optar a ser una empresa B.

### **Ventajas**

#### **Diferenciación de la Marca**

La sustentabilidad y la responsabilidad social empresarial son temas de creciente preocupación por parte de los actores que interactúan de manera

---

<sup>7</sup> Misión y Desafíos Sistema B - <http://www.sistemab.org/espanol/el-movimiento-global/mision-y-desafios>

constante con las empresas, por lo que no prestar atención a estos temas tiene un riesgo considerable en la marca y en la capacidad de atraer clientes. Varios segmentos de consumidores están dispuestos a inclinarse y pagar más por productos que provengan de empresas que sean responsables con el medio, preocupadas del bienestar social y que no tengan malas prácticas dentro de su accionar. Es más, un estudio hecho por BBMG (*Conscious Consumer Report*, 2007) destaca que, si un producto tiene misma calidad y precio, casi 9 de 10 americanos son más propensos a comprar de aquellas compañías que produzcan éstos de manera eficiente en términos de energía (90%), que promuevan beneficios de salud y seguridad (88%), que tengan buenas prácticas laborales y apoyen el comercio justo (87%) y que tengan prácticas correctas y respetuosas con el medio ambiente (85%). Es por esto que, al obtener la certificación B, se tiene prueba fehaciente y concreta que la empresa tiene un enfoque comunitario claro, la cual se preocupa por tener un impacto positivo en el ámbito social y con el entorno.

### **Reconocimiento**

Empresas que opten por esta certificación se encuentran cada vez más expuestas a los medios de comunicación, debido a la atención que han ido captando desde su nacimiento. La exposición a la sociedad por parte de estos medios ayuda a generar reconocimiento público de la marca y productos que cada uno ofrece, así también a generar conciencia y acercamiento a lo que

representan las empresas B y su reforma hacia una economía más responsable. Hacia el año 2012, la cobertura de prensa para las empresas B en Estados Unidos abarcó 465 artículos en diversos medios de comunicación, mostrando a 189 empresas con la certificación B<sup>8</sup>. Además, la página de B Lab ofrece visibilidad de las marcas, mostrando los perfiles de las compañías que son certificadas, además de un directorio publicado en el reporte anual.

En cuanto a Chile respecta, en la actualidad existen 51 empresas con la certificación B, las cuales también han tenido cobertura mediática, donde muchas de éstas han ganado premios en reconocimiento a su actividad y creación de valor social.

### **Atraer y retener talento**

El hecho de perseguir un modelo sustentable de negocios, incluyendo dentro de las bases un trato justo hacia los empleados y tener contacto con la comunidad, potencia y es visto como una ventaja al momento de reclutar y retener a los trabajadores. A través de un estudio realizado por la empresa *Cone Communications (Cone Cause Evolution Study, 2010)*, destaca que el 69% de los americanos consideran que los antecedentes sociales y medio ambientales de una empresa son un factor decisivo al momento de elegir donde trabajar. Es más, un estudio hecho por la empresa *Net Impact* muestra que 70% de los estudiantes universitarios de Estados Unidos y 50% de los trabajadores

---

<sup>8</sup> *Generate Press B Lab* - <http://www.bcorporation.net/become-a-b-corp/why-become-a-b-corp/generate-press>

del mismo país expresaron que quieren un trabajo que les permita tener un impacto social positivo (*Net Impact*, 2012).

### **Atracción de inversionistas**

Es muy común que los emprendedores, con el fin de dar inicio a sus actividades y poder hacer crecer su negocio, luchan de manera constante para obtener dinero. En cuanto a los emprendedores sociales, el desafío es aún mayor. La ONG que otorga los certificados de empresa B, B Lab, se preocupa de generar lazos y conectar a las empresas con los inversionistas interesados en este tipo de compañías. Además, las empresas certificadas tienen acceso gratuito a obtener la calificación GIIRS, plataforma que es utilizada por los inversionistas sociales, aumentando así su exposición frente a estas empresas, donde destacan *Good Capital*, *New Resource Bank*, *RSF Social Finance*, *TBL Capital* y FIS Chile.

### **Ahorro y acceso a servicios**

Las distintas empresas certificadas, debido a las asociaciones y alianzas que tiene B Lab/Sistema B con distintas empresas, tienen acceso a descuentos en servicios y productos. Gracias a esto, las empresas B han logrado ahorros de más de US\$ 5 millones, y además acceso a tecnología, talento y experiencia para sus negocios, que de otra forma no hubiesen logrado con tal facilidad. Dentro de estos beneficios destacan los servicios ofrecidos por las empresas *NetSuite*, *Salesforce*, *TrustLaw*, *GIIRS*, además de campañas publicitarias

hechas por B Lab, bolsas de trabajo, mentarías, asesorías legales gratuitas, pasantes profesionales, participación en redes de contacto, participación en eventos y conferencias, entre otros<sup>9</sup>.

### **Protección de la misión**

Las empresas B, al momento de certificarse, además de hacer un compromiso de transparencia, deben realizar modificaciones de sus estatutos con el fin de proteger su misión corporativa a medida que crezcan, y así maximizar los impactos que éstas tengan en términos sociales y ambientales. De esta forma, el impregnar a la empresa con esta modificación de la misión, se busca mantener cohesionada a la empresa a medida que se desarrolle, atraer capital e inversionistas, asegurándose que la misión se mantenga y sobrevivan los cambios de los directores, gerentes, inversionistas y dueños.

### **Comunidad y Benchmarking**

Parte de la esencia de las empresas B corresponde a la comunidad que se forma entre todas las partes pertenecientes a esta nueva forma de gestión, logrando generar sinergias y motivación entre todas, ya que al tener objetivos similares y un enfoque social claro, sobrevivir y ayudarse entre ellas se torna fundamental para hacer surgir el concepto B dentro de la sociedad. El pertenecer a esta gran comunidad de personas y empresas con un deseo

---

<sup>9</sup> Ofertas de Servicios Empresas B Internacionales - <http://www.sistemab.org/wp-content/uploads/2013/02/Servicios-Internacionales-B-Lab-Enero2013.pdf>

genuino de tener una compañía sustentable, con un pensamiento y enfoque similar, genera optimismo, motivación y voluntad para seguir avanzando.

Por otra parte, B Lab ofrece el servicio de B Analytics, una plataforma personalizable para comparar, medir y reportar el impacto que tiene cada empresa. Esta plataforma es la base de datos más grande en cuanto a desempeño social y medioambiental para empresas privadas, la cual es utilizada por inversionistas, emprendedores y empresas.

## **Desventajas**

### **Información Necesaria**

El proceso de certificación para ser empresa B dista de ser muy complejo. Los pasos a seguir están bien detallados y hay guías hechas por la empresa certificadora para realizar paso a paso cada etapa del procedimiento. Aun así, para poder realizar todo esto, es necesario tener a mano información de distinta índole, destacando la financiera y de empleados, y más importante aún, que ésta se encuentre ordenada y lista para ser entregada. Esto no siempre ocurre, lo que dificulta y ralentiza el proceso de postulación y certificación de las empresas.

### **Carga Administrativa y Dificultad de Mantener**

La evaluación que se requiere para postular para ser empresa B resulta compleja en algunos casos para ciertas empresas, debido a la gran cantidad de

información que se requiere para aseverar la autenticidad de los datos. Esto puede llegar a ser una carga administrativa extra para los dueños de las empresas emprendedoras, quienes desistan del proceso debido a los documentos necesarios. Además, luego de ser certificada, es necesario que la compañía mantenga durante el tiempo las buenas prácticas sociales y medioambientales. Al ser una empresa que nace con un propósito social, es muy probable que sea fácil postular, certificar y mantener esta misión alineada con los directivos e inversionistas. Caso contrario, al ser una empresa que nace con un propósito no social, pero a mitad de camino quiere tener un giro y cambiar su visión y misión a un enfoque de este tipo para poder certificarse como empresa B, les será más difícil poder alinear toda la organización con este nuevo rumbo, hacer los cambios necesarios en los estatutos para cumplir con los requisitos pedidos por la evaluación, y en caso de sortear con éxito lo anterior, poder mantener de manera efectiva la orientación social, buenas prácticas, y en fin, la certificación B.

### **Masa incipiente de rubros**

A pesar de ya ser más de 1000 empresas B alrededor del mundo, aún no existe en Chile una diversidad muy grande dentro de las industrias de las empresas certificadas en el país. Al ser una comunidad grande, lo que se busca es que exista apoyo y sinergia entre las firmas existentes, que éstas compartan conocimiento y encuentren motivación entre quienes tienen objetivos similares.

Dado que la variedad de industrias no es algo latente actualmente (Ver Tabla 1 en la sección Anexos), se ha hecho difícil realizar alianzas estratégicas de distintos ámbitos, siendo éstas acotadas sólo a rubros específicos.

### **Certificación no tiene respaldo legal**

Más allá de los beneficios que trae tener la certificación, aún no existe un respaldo legal por parte del gobierno hacia las empresas B. Dado que no rige aún un marco regulatorio para este tipo de empresas, no hay una exigencia legal en cuanto a reportes de transparencia en los ámbitos sociales y medioambientales de las empresas, lo cual puede generar falta de confianza en algunas industrias.

### **Aspectos Legales**

En cuanto a las formalidades legales de las empresas B, cualquier tipo de entidad puede postular a ser una, siempre y cuando cumpla con los requisitos que impone la certificación. Al ser ésta aceptada, es necesario realizar modificaciones a los estatutos de la empresa, con el fin de proteger la misión corporativa y poder ir en la dirección deseada, buscando maximizar los impactos positivos en el entorno y también en el ámbito social. En la actualidad, existen dos modificaciones que se deben realizar. En primer lugar, el agregado 1, debe ser incluido en la sección del estatuto o contrato social, describiendo el objeto social de la sociedad, el cual plantea:

"El objeto de la sociedad será la realización de las siguientes actividades, por cuenta propia o de terceros o en colaboración con terceros:

Para llevar a cabo estas actividades la Sociedad podrá realizar todos los actos y celebrar todos los contratos vinculados a ese objeto, que sean estimados necesarios para el desarrollo de su objeto social, entre los cuales figuran. Dichos negocios y en general cualquier actividad relacionada con el objeto social deberá considerar (i) los intereses a largo plazo de la compañía y de sus socios [accionistas] y los efectos sociales, económicos, legales o de otro tipo en relación con sus socios [accionistas], empleados, proveedores y miembros de la comunidad, entre otros grupos relevantes; y (ii) los intereses a corto y largo plazo de los socios [accionistas] y el efecto de las operaciones de la Compañía y sus subsidiarias, si las hubiere, en el medio ambiente y la economía local, regional, nacional e incluso internacional."<sup>10</sup>

Al realizar esta primera modificación, se garantiza la alineación de la visión y misión de la empresa con los objetivos de impacto ambiental y social, poniendo también principal importancia en las motivaciones de todos los actores interesados pertenecientes a la compañía y que interactúen con ésta.

El agregado 2, la última modificación que se debe hacer al momento de certificarse como empresa B en Chile, debe ser sumado también en la sección del estatuto/contrato social, el cual hace referencia a las facultades que tendrán

---

<sup>10</sup> Modificaciones Legales - <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/6-pasos-para-ser-b/modificaciones-legales>

los directores, gerentes y administradores de la compañía. Esta modificación plantea:

"En el desempeño de sus tareas los directores/gerentes/administradores o apoderados de los mismos que pudiesen ser designados para tales efectos, deberán tomar en cuenta en cualquier toma de decisión o actuación de su competencia los efectos de dicha acción y omisión respecto de: (i) los socios [accionistas] de la compañía (ii) los empleados actuales y pensionados, y en general la fuerza de trabajo de la compañía, y de sus subsidiarias si las hubiere; (iii) los clientes y consumidores que sean beneficiarios del propósito general o específico de interés público de la compañía; (iv) la comunidad, el medio ambiente local y global; y (v) las expectativas a largo y corto plazo de la compañía y sus accionistas y la sociedad en general, de tal forma que se materialice plenamente el objeto social de la compañía con responsabilidad social y ambiental.

Se deja expresa constancia que estas consideraciones, crean de manera exclusiva derechos y obligaciones para los socios/accionistas de la Sociedad, pero no para terceros distintos a estos, quienes no podrán hacer exigibles, de manera alguna, obligaciones contra la Sociedad o sus órganos de administración."<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Modificaciones Legales - <http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/6-pasos-para-ser-b/modificaciones-legales>

Esta modificación es fundamental para el funcionamiento de la empresa, y que ésta no se desvíe de la misión propuesta. Al agregarla, se deja en claro que la compañía no sólo velará por los intereses de los accionistas, sino también por los de la sociedad y el entorno, sus trabajadores, proveedores, clientes, consumidores, y todo aquel que pertenezca al círculo de partes interesadas de la firma.

Cabe destacar que existe un pequeño alcance en cuanto a las empresas que estén constituidas como una sociedad anónima y deseen certificarse como B. Las modificaciones anteriormente nombradas pueden ser agregadas a los estatutos de la firma, pero existe el artículo N°42 de la Ley de Sociedades Anónimas<sup>12</sup>, el cual destaca que los directores, entre otras cosas, no podrán proponer modificaciones de estatutos, por lo que existe un choque con el hecho de tener que modificarlos para pertenecer al grupo creciente de las empresas B. Esto complejiza el proceso para la certificación de empresas con este tipo de sociedad mercantil.

Más allá de lo anterior, y dado que este movimiento es relativamente nuevo, a medida que vayan creciendo la cantidad de empresas existentes con la certificación, se buscará la expansión y trabajo de una legislación adecuada de carácter formal, para que así exista un respaldo legítimo para cumplir con los requerimientos, tanto de certificación como del cumplimiento de la misión de las

---

<sup>12</sup> Ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas -  
[http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/legislacion/complementaria/ley\\_18046a.htm](http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/legislacion/complementaria/ley_18046a.htm)

empresas. Para lograr lo anterior, el partner en Latinoamérica de la empresa certificadora B Lab, estuvo trabajando en un proyecto de ley con el ministerio de Economía para generar una categoría que sea reconocida y que tenga carácter legal, con el fin de generar una responsabilidad no sólo hacia los accionistas, sino hacia todo el público de interés de la empresa. Es importante hacer notar que, el proyecto de ley, en palabras de Juan Pablo Larenas, director ejecutivo de Sistema B, "(...) representa a la nueva dinámica de hacer empresas que usan el mercado, buscan la rentabilidad, pero que tienen como objetivo central el dar cumplimiento a un propósito social o ambiental."<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Empresas B y el gobierno trabajan en un proyecto de ley que garantice su rol social  
<http://www.pulso.cl/noticia/tech/sustentabilidad/2013/05/75-23081-9-empresas-b-y-el-gobierno-trabajan-en-un-proyecto-de-ley-que-garantice-su-rol.shtml>

## CERTIFICACIÓN

La institución que entrega el certificado *B Corporation Certification* a las empresas que logran cumplir los estándares necesarios es B Lab. Esta ONG es una organización sin fines de lucro con sede en Pennsylvania, Estados Unidos, encargada de certificar a las empresas a nivel global. Sin embargo, como el movimiento empezó a crecer alrededor del mundo, B Lab tuvo que buscar ciertos partners que le ayudaran a dar soporte y hacer crecer la comunidad en los distintos lugares del orbe.

Actualmente B Lab tiene 4 partners globales que hacen crecer la comunidad B en cuatro regiones diferentes del planeta. **Sistema B** es la organización encargada de todo Sudamérica. **B Lab Europe** es el colaborador oficial que da soporte a las empresas B en la comunidad europea. **MaRS** es la organización encargada de la comunidad B en Canadá, en donde están buscando activamente generar un cambio potente en la economía del país a través de la innovación social. Por último, **B Lab Australia & NZ** es el más reciente partner de B Lab encargado de darle fuerza a la comunidad en los países del continente oceánico.

En cuanto al proceso de certificación, existen pasos a seguir, los cuales se encuentran definidos por la organización a cargo de otorgar ésta. Antes que

todo, es importante destacar que es obligatorio que se esté legalmente constituido como empresa, y llevar seis meses o más facturando. Ya teniendo claro y definido lo anterior, existe una serie de pasos a seguir, los cuales son mostrados a continuación.

### **Paso 1 - Completar Evaluación**

En primer lugar, es necesario hacer un diagnóstico de cómo se encuentra la organización en varios ámbitos de interés para saber si se cumplen los requisitos o no. Para lo anterior se debe realizar una evaluación de carácter gratuito, en línea y repetible, la cual, dependiendo del rubro y tamaño de la empresa, se evalúan 5 áreas: Gobernanza (contabilidad y transparencia), Trabajadores (compensaciones, salarios, beneficios, educación, capacitaciones, comunicación, cultura organizacional), Comunidad (proveedores, distribuidores, diversidad, involucramiento local, creación de trabajo), Entorno (localización, lugar de trabajo, aporte, rendimiento) y Modelo de Negocios (enfocado a lo social y medioambiental, caridad, conservación del medio, buenas prácticas). Esta evaluación es bastante detallada y busca abarcar la mayor cantidad de información que sea posible, por lo que es necesario tener información disponible, clara y ordenada de la empresa. Además, a medida que se va avanzando, se puede ir comparando el puntaje con otras empresas similares y encontrar ejemplos de mejoras para cada una de las áreas, gracias a las herramientas que B Lab ofrece.

## **Paso 2 - Revisar el puntaje**

Una vez completada la evaluación con todos los datos requeridos, se obtiene un reporte que muestra el puntaje logrado en cada categoría. Es importante destacar que, de los 200 puntos que se pueden obtener en el proceso, es menester conseguir 80. Además, una persona del equipo de B Lab contactará a la empresa para resolver las dudas que pudieran existir en preguntas de la evaluación que no hayan quedado claras, redefinir y reevaluar respuestas para que vayan acorde al fin de la pregunta, entre otras cosas. De esta forma, se busca entender y dejar claro las prácticas y circunstancias que la compañía define.

## **Paso 3 - Documentos de Respaldo**

En caso de obtener el puntaje necesario, se debe respaldar que la información contestada en la evaluación es verdadera, por lo que se pedirá demostrar la veracidad de esas prácticas mediante documentos de respaldo y datos.

## **Paso 4 - Compromiso**

Una vez realizado y aprobado con éxito los pasos anteriores, se oficializa el ingreso a la comunidad de Empresas B Certificadas al momento de firmar la hoja de términos y condiciones, la cual explicita los deberes y derechos que se tendrá al ser parte de este movimiento.

### **Paso 5 - Cambio de estatutos**

Como se mencionó en el segmento de aspectos legales del capítulo 3, uno de los pasos fundamentales para lograr y comprometerse con los objetivos corresponde a realizar cambios en los estatutos de la empresa, para así considerar a la comunidad, medio ambiente, entorno, trabajadores, proveedores, distribuidores, y todo actor interesado de la empresa de manera vinculante en el proceso de toma de decisiones de la compañía.

### **Paso 6 - Pago anual de certificación**

Dependiendo de la facturación anual de la empresa, se debe pagar un monto en dólares, la cual se puede ver en la siguiente tabla:

<b>Facturación Anual en US\$ (Ventas Netas)</b>	<b>Pago Anual en US\$</b>
\$0 – \$999,999	\$ 500
\$1 MM – \$4,999,999	\$ 1,000
\$5 MM – \$9,999,999	\$ 2,500
\$10 MM – \$19,999,999	\$ 5,000
\$20 MM – \$49,999,999	\$ 10,000
\$50 MM – \$99,999,999	\$ 15,000
\$100 MM +	\$ 25,000

Fuente: Sistema B

## **Re-certificación**

Cabe destacar que la certificación entregada tiene una duración de 2 años, y para poder mantenerla por más tiempo, es necesario volver a realizar la evaluación de la compañía, obtener un mínimo de 80 puntos, y pasar nuevamente por el proceso realizado en primera instancia. De esta forma, se procura que las empresas que ya fueron certificadas continúen con un alto nivel de impacto con las partes interesadas, inclusive si el negocio cambia o crece. Además, esto presenta una oportunidad para que las empresas puedan establecer objetivos de mejora, actualizando los estándares de calidad y comparando sus resultados a través del tiempo.

## NACIMIENTO Y EVOLUCIÓN DE LAS EMPRESAS B EN CHILE

Luego de la creación de B Lab, esta certificación comenzó a expandirse a varios países de Latinoamérica de la mano de Sistema B. Esta última organización empezó orientándose en Argentina, Brasil, Chile y Colombia (actualmente abarca más países de la región). Esta plataforma nació el año 2010 para facilitar y dar escala a empresas que redefinen el sentido del éxito en los negocios y nuestra sociedad, utilizando el mercado para resolver problemas sociales y medioambientales. Al fin y al cabo, lo que promueve Sistema B es la transición hacia economías sustentables teniendo como prioridad inicial el desarrollo y potencial de las empresas B en la región.

De hecho, la primera empresa sudamericana en lograr certificarse fue la chilena Triciclos. Tal como revela su fundador Gonzalo Muñoz: “la idea que tuvieron los precursores de este tipo de empresas fue instalar en el mercado a estas compañías, posicionándolas como una innovadora solución, en donde la gobernanza, estatutos, y el deber de los ejecutivos y directores es muy diferente al tradicional”<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Las Nuevas Compañías del Siglo XXI - <http://www.innovacion.gob.cl/reportaje/las-nuevas-companias-del-siglo-xxi/>

En los últimos años, se han puesto en tela de juicio muchos problemas sociales y medioambientales, generando discusiones y debates sobre cómo abordarlos, generar soluciones y poder afrontarlos de manera correcta. Dada la evolución de la tecnología que nos rodea, existe cada vez más accesibilidad a la información, y además, a poder expresar opinión y ser tomado en consideración. La nueva generación de jóvenes y emprendedores están cada vez más preocupados por dichos problemas, generando sus propias soluciones para aportar a disminuir sus impactos negativos, entendiendo que el éxito no va de la mano solamente con maximizar las utilidades, sino que tener una misión y visión integral que abarque variadas perspectivas, trayendo beneficios a varios entes involucrados. Es así como muchas empresas, antes que se conociera y se trajera el concepto de empresa B a Chile, ya operaban con una esencia y alma interesada en ser una compañía con políticas de trabajo justas, preocupadas por la comunidad, por los actores interesados, los trabajadores, poniendo en balanza no sólo entregarles ganancias financieras a los accionistas, sino también estar conscientes de los problemas del entorno.

En el mundo, ya van más de 1000 empresas en 34 países que han logrado obtener la certificación de manera satisfactoria. Más de 100 de ellas se encuentran en Latinoamérica. En cuanto a Chile, en la actualidad hay 51 compañías que han cumplido con los requerimientos para formar parte de esta creciente comunidad. Además, Chile es el país de la región que más empresas

certificadas tiene. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, el gran actor de la comunidad es Estados Unidos.



Fuente: <http://www.bcorporation.net/community/find-a-b-corp>

En un principio, cuando recién se trajo la certificación a Chile, existían tan sólo 17 compañías que obtuvieron el estatus B, siendo Triciclos, a cargo de Gonzalo Muñoz y dedicada al rubro del reciclaje, la primera en obtenerla en el país. Hacia fines del año 2014, se espera que el número de empresas certificadas de manera oficial en Chile crezca a 120 (sería un crecimiento de más del 100% en tan sólo un año). Además, hoy en día existen 150 empresas chilenas que han solicitado la evaluación y se encuentran en proceso para obtenerla. Estos números son alentadores, ya que dan evidencia de que cada

vez es más atractivo obtener este reconocimiento a las buenas prácticas, generando una visión positiva por parte de los consumidores y la comunidad en general. Asimismo, Chile se encuentra en una posición aventajada en comparación a los otros países de la región, ya que más de un tercio de las empresas que están siendo evaluadas actualmente en Sudamérica son chilenas<sup>15</sup>.

Además, es importante destacar que, gracias al crecimiento que ha tenido este movimiento en Chile, se han logrado generar distintas asociaciones estratégicas con entes claves. De esta forma, se ha impulsado el movimiento, masificación y ayuda a la certificación de empresas B y a la comunidad que se ha formado de este tipo de compañías. Entre todas estas, destacan InnovaChile CORFO, Acción RSE, Cámara de Comercio de Santiago y Ashoka. También, es importante notar que, Avina, SocialLab, El Definido y el Laboratorio de Colaboración e Innovación de la Universidad Católica, lanzaron una plataforma denominada 101 Soluciones, la cual corresponde a una recopilación de los principales problemas y trabas que presenta el desarrollo del emprendimiento social en Chile, con el fin de armar una agenda corta que pueda ser presentada a los entes gubernamentales, para así tener un mayor involucramiento del Estado en el incentivo innovador y emprendedor.

---

<sup>15</sup> Son 408 empresas las que esperan ser certificadas en Sudamérica.

Lo más destacable de todo el movimiento, es que, pese al tamaño, evolución y crecimiento de la comunidad en Chile, poco a poco empresas que han optado por la certificación están influyendo en sus industrias, cambiando paradigmas, levantando estándares de hacer empresa e imponiendo distintas formas de actuar dentro de las firmas. Ejemplo de lo anterior es lo que ha hecho la empresa Cumplo, la cual se basa en el *P2P Lending*, es decir, préstamos de persona a persona a tasas definidas por ellos mismos. Esto deja en evidencia que no es necesario ser un gran actor dentro de la industria para generar cambios importantes dentro de ella, sino que se debe tener claro los objetivos y la visión, estar alineados con ésta y cumplir.

## **INVERSIONISTAS DE IMPACTO**

Para lograr llevar a flote ciertos proyectos, es necesario tener la ayuda financiera de inversionistas y personas interesadas en la idea. No siempre será posible obtener el dinero necesario por parte de los bancos, ya que este tipo de instituciones tienen generalmente otro tipo de intereses y aspiraciones, lo cual limita el espectro de personas a las cuales se puede acudir. Con los cambios de paradigmas y enfoque de la visión de empresa, es como comienza a nacer un nuevo tipo de inversionista, los cuales prefieren acceso a este tipo de instituciones por sobre las de una visión más tradicional de administrar una firma. Dado lo anterior, es válido y necesario preguntarse quienes conforman esta red de inversionistas a la cual acceden las empresas certificadas. Quiénes son y porqué buscan invertir en aquellos proyectos o empresas que generarán una externalidad positiva corresponde a un aspecto importante a tomar en cuenta, ya que estos nuevos tipos de inversores buscan algo más que recuperar la inversión y obtener una utilidad sobre lo invertido.

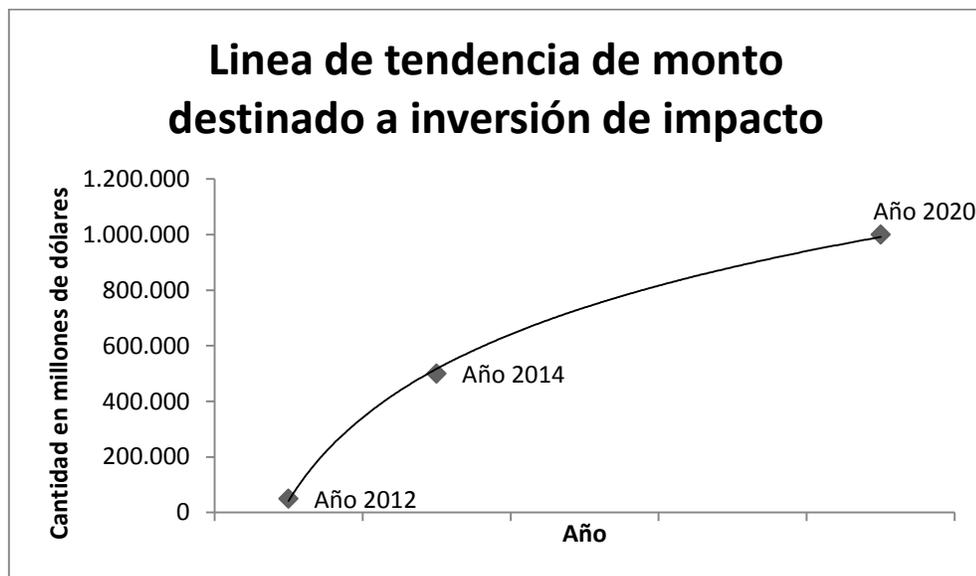
Los denominados inversionistas de impacto, rompen con el esquema tradicional, en el cual una empresa o persona natural invierte cierta cantidad de dinero, esperando recuperarla y generar una ganancia extra sobre el capital aportado, dependiendo del riesgo del proyecto. Ahora, existe un nuevo modelo

de inversión en el cual cobra relevancia el impacto en la sociedad, comunidad y medio ambiente que tiene la inversión hecha. Para este grupo, ya no es trivial adónde va a parar el dinero que han invertido, de hecho es el punto fundamental a la hora de decidir si es que toman el riesgo o no. Por lo tanto, el output de la financiación es generar rentabilidad económica para el que puso el dinero y rentabilidad social o medioambiental para la comunidad afín del proyecto o empresa.

Revisando los datos de *GIIN (Global Impact Investing Network)*, que es una organización sin fines de lucro dedicada a escalar y hacer más eficiente la inversión de impacto alrededor del mundo, se puede concluir que la situación es bastante auspiciosa. Durante el año 2012, las inversiones de impacto alcanzaron los US\$ 50.000 millones en todo el mundo, y se espera que para fines del año 2014 la cifra llegue a los US\$ 500.000 millones. Es decir, el despliegue de recursos que se han destinado a este nuevo modelo es inmenso, y la misma organización prevé que para fines de la presente década, la cifra de inversión de impacto a nivel global pueda alcanzar US\$ 1 billón.

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, las proyecciones realizadas por la GIIN, muestran que la tendencia sigue un crecimiento logarítmico. Esto significa que en los últimos años tuvo un crecimiento muy vertiginoso, y a pesar de que en el futuro seguirá habiendo un incremento, éste

será a tasas decrecientes. Sin embargo, el gráfico es muy preciso para darse cuenta que la inversión de impacto será muy importante en la próxima década.



Fuente: *Global Impact Investing Network (GIIN)*

La inversión de impacto la pueden realizar diversos actores, como individuos de alto patrimonio neto, fundaciones y gestores de activos o fondos. Tradicionalmente, estos inversores han apoyado el micro financiamiento en algunos países en vías de desarrollo. Por ejemplo, el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) ha liderado el préstamo de recursos a aquellos países latinoamericanos marginados de bancos comerciales, pero que también quieren realizar inversión de impacto. De la mano con la expansión del monto

que se ha invertido, este grupo de actores ha querido también, en los últimos años, diversificar la cartera de valores y su impacto expandiéndose a otros sectores como salud, vivienda y educación. De esta manera se han creado fondos y se ha invertido en áreas que antes no se estaban tomando en cuenta, y por consiguiente el impacto que se está consiguiendo es más transversal y abarca más sectores.

Alrededor del mundo existen 4 tipos de actores que realizan este tipo de inversión:

- Los fondos de inversión privado que proveen de capital a negocios que entregan servicios sociales.
- Los clientes de grandes bancos privados y fondos de pensión que piden a sus administradores de inversión opciones de participar en proyectos de impacto.
- Los *Family offices*, organizaciones que buscan activamente socios que los ayuden a encontrar, examinar y ejecutar inversiones de impacto para todo tipo de sectores.
- Las fundaciones privadas que buscan bancos e instituciones financieras para hacer inversiones en áreas relacionadas a su propia misión social.

En Chile y en el mundo existen diversas iniciativas que buscan fomentar este nuevo tipo de inversiones, como el Fondo de Inversión Social (FIS) de

Chile o el caso de *Triodos Bank* en Europa. En el caso del FIS, corresponde a la categoría de fondo de inversión privado que presta capital a empresas que generen algún impacto social positivo. Otro caso es el de *Triodos Bank*, una institución financiera presente en países como Inglaterra, Francia, Bélgica y España, que ha acuñado el término de “banca ética”. Esta entidad de crédito quiere contribuir al cambio positivo y sostenible de la sociedad desde el sistema financiero, y es por esa razón que tienen una política de financiación en tres áreas de impacto: naturaleza y medioambiente, proyectos sociales y cultura. Como se puede observar, estas dos organizaciones y todas las similares que existen alrededor del mundo, tienen un doble propósito: ganar un margen sobre el capital invertido y generar una externalidad positiva con el dinero que se invierte.

Sin lugar a dudas, el alto crecimiento que ha experimentado el número de empresas certificadas B durante el último tiempo, hace que los inversionistas de impacto fijen sus miradas en ellas. Dado que este tipo de compañías buscan resolver problemas sociales y medioambientales a través del mercado, y considerando que este tipo de inversores tienen propósitos similares, resulta obvio que ambas partes interactúen y puedan potenciarse mutuamente.

## TRES CASOS EXITOSOS DE EMPRESAS B EN CHILE

Se puede revisar la historia de tres empresas chilenas que han logrado certificarse, para entender cuáles fueron las motivaciones que tuvieron sus dueños para iniciar el proceso y qué nuevos beneficios les ha traído dicho estatus de empresa B. Para ello, se eligieron tres empresas cada uno con su propósito. En primer lugar, nos interesó tener la perspectiva de una empresa que se desempeñara en la industria de la construcción, ya que es un rubro tradicional y que por lo general acostumbra a tener certificaciones de gestión de calidad<sup>16</sup> y de procesos. Por lo tanto, una empresa constructora que fuera más allá, y quisiera certificar también el impacto social y ambiental positivo que genera, era innovador y llamativo. También tomamos el caso de Algramo, un emprendimiento reciente que surge con el objetivo de reducir los precios de compra de productos básicos a familias vulnerables de manera sustentable e inteligente. Esta empresa es un claro ejemplo de cómo se pueden generar cambios en las industrias o rubros en que se desempeñan las empresas B. Esto, ya que para los supermercados, el surgimiento de Algramo ha significado replantearse las estrategias de innovación y desarrollo de producto de manera seria. Por último, recogimos el caso de Triciclos por el hecho de haber sido la primera organización en Chile y Sudamérica en haber obtenido la certificación.

---

<sup>16</sup> Como la norma ISO 9001 que establece requisitos para modelo de gestión de calidad.

Es relevante este aspecto, ya que esta empresa recientemente tuvo que realizar el proceso de recertificación, lo que nos demuestra que no estamos hablando de una tendencia pasajera, sino que para las empresas es un cambio de paradigma definitivo.

### **LD Constructora**

LD constructora es una empresa dedicada al rubro de la construcción que en marzo de 2014 fue certificada como empresa B. La aprobación y certificación de esta empresa constructora fue un signo positivo para romper con el pensamiento tradicional de que sólo las compañías de algunas industrias podrían ser certificadas. Por esta razón, fue una señal para demostrarles a las empresas de rubros más tradicionales que también pueden ser empresas B si es que cumplen con los requisitos, valores y propósitos necesarios para serlo.

Esta empresa fue fundada el año 1988 por Miguel Lagos y Jaime Danús, quienes hoy se desempeñan como directores de la empresa. Desde un comienzo quisieron generar un impacto social y medioambiental positivo a través de los procesos de gestión y operación que hacían. Un punto fundamental dentro de su lógica era maximizar las oportunidades de desarrollo para sus trabajadores de una forma integral y con una permanente búsqueda de la excelencia a través de la innovación. En el rubro de la construcción muchas veces prima el ser lo más eficiente posible a cualquier costo. Sin embargo, en ésta constructora se propusieron agregar valor a través del estudio

y la gestión de los proyectos, colocando a los trabajadores de la empresa en el centro, para construir en conjunto mejores proyectos para todos los actores involucrados en el proceso.

Como parte del triple impacto que genera la constructora, la parte **medioambiental** se ha visto plasmada en los objetivos que tiene la empresa, buscando producir un impacto positivo en el entorno. Claro ejemplo de lo anterior fue la primera obra realizada en Chile que ha obtenido la certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), la cual exige que se cumplan altos estándares en sitios sustentables; eficiencia en el uso de agua, energía y atmósfera; materiales y recursos; calidad ambiental interior e innovación en el diseño. Es así como, al realizar la nueva sede de Teletón en Coyhaique, se incorporaron desde un principio aspectos de sustentabilidad. Para esto, se agregaron sistemas de reutilización de agua, teniendo como principal enfoque cumplir las exigencias relacionadas a los materiales de construcción, materiales de baja emisión, calidad del aire y un plan de control, contaminación, erosión y sedimentación. Es así como la empresa ha definido su enfoque en desarrollar profesionales preocupados de la comunidad y entorno.<sup>17</sup>

En cuanto al impacto **económico** que ha tenido la empresa, ésta se ha basado en el modelo *Lean Construction*, el cual corresponde a una filosofía de

---

<sup>17</sup> Boletín N°5 Nuevas Exigencias... Nuevos Desafíos: Certificación LEED - <http://www.lidconstructora.cl/wp-content/uploads/2012/04/Boletin-N%C2%BA5-Nuevas-tecnologias-nuevos-desafios.pdf>

gestión que busca satisfacer al cliente en tiempos de entrega, estándares de calidad y seguridad, pero además ser eficaces, reducir pérdidas y tener la menor cantidad de desperdicios. De esta forma, se mejora la competitividad de los proyectos, se obtiene mayor productividad, se mejora el uso de los recursos y existe un control de las pérdidas y de los procesos. Es así como LD Constructora, al implementar esta filosofía dentro de la empresa para la construcción de un sistema de gestión, ha logrado mejorar los procesos de construcción, minimizando los costos, pero siempre teniendo en consideración las necesidades del cliente, dando muestras que se puede ser productivo y rentable sin tener que recurrir a prácticas irresponsables o fuera del marco ético, logrando estar alineados con la misión y visión que tiene la empresa.<sup>18</sup>

Como parte del impacto **social** positivo que generan, se ha dado importancia estratégica dentro de la empresa a la prevención de riesgos y enfermedades profesionales de los trabajadores en las obras e instalaciones. Se ha dado un énfasis especial en este aspecto, ya que no sólo buscan el beneficio para los trabajadores, sino que entienden que como consecuencia hacen un bien mayor en el desarrollo y bienestar del entorno cercano y familiar de sus empleados. Para esta constructora, uno de los ejes principales es el de los trabajadores. Buscan que ellos se sientan orgullosos, motivados y felices, por lo que constantemente los capacitan y ayudan para que puedan progresar y

---

<sup>18</sup> Boletín N°2 Buenas prácticas externas - <http://www.ldconstructora.cl/wp-content/uploads/2012/04/Boletin-N%C2%BA2-Seminario-Lean-Construction.pdf>

sentirse bien dentro de la empresa. Todas estas acciones repercuten indirectamente de manera positiva en sus entornos, haciendo así una labor social muy potente.

Hace poco más de dos meses, la Constructora LD recibió su certificación.<sup>19</sup> Miguel Luis Lagos, gerente general de la firma que factura US\$ 70 millones al año, explica que tuvieron que cambiar y formalizar las herramientas de apoyo para el capital humano, donde trabajan con 700 personas, en promedio. Con actividades de capacitación, beneficios y condiciones laborales, buscan, además, ayudar a disminuir la rotación de personas en las obras de construcción. También están partiendo el proyecto B, para la inclusión laboral, donde buscarán incorporar a las obras a personas infractoras de ley.

Con respecto a las motivaciones que llevaron a los dueños de la constructora para empezar el proceso de certificación, se encuentran principalmente el dar una señal a la industria de que es posible obtener utilidades a través de las buenas prácticas, y que el tener una preocupación especial por los trabajadores y sus familias es una actitud clave para el desarrollo y bienestar de los empleados, lo que al fin y al cabo se traduce en un desempeño superior en las actividades internas de la organización. Por lo tanto, el punto central que los motivó a certificarse fue la consigna de que “si todos

---

<sup>19</sup> En la sección Anexos, se puede revisar el desglose del reporte de impacto del año 2014.

estamos mejor en la empresa, y no tan sólo los de la planta alta, el clima laboral mejora y los resultados económicos también”. Querían dar una señal a todo el resto de las empresas del rubro de que las utilidades son fundamentales para ser sostenibles en el tiempo, pero que no pueden ser obtenidas a cualquier costo, sin considerar las externalidades que se provocan.

Con respecto a los beneficios que les ha traído la certificación, debido a que llevan muy poco tiempo con ésta, no han tenido nada concreto hasta el momento, pero esperan que las ventajas vayan por dos ámbitos. En primer lugar, esperan que la colaboración que tienen con la Cámara Chilena de la Construcción (CCHC), a la cual apoyan con sus programas sociales, sea más intensa y así se pueda generar una mayor conciencia de las ventajas que trae ser una empresa social y medioambientalmente responsable en la industria. En segundo lugar, esperan tener más facilidades para negociar y mayor acceso a proveedores debido a sus buenas prácticas. También confían en que al estar certificados como empresa B, se les abre una gran red de inversionistas de impacto, con la cual tienen un alto potencial de crecimiento en los proyectos que realizan. Es necesario considerar que esta constructora tiene conocimientos adquiridos para realizar obras de diversa índole como instituciones de educación, templos, obras industriales, viviendas, instituciones de salud entre otras, por lo que pueden abarcar muchas áreas de la construcción y captar así la atención de inversionistas de impacto que estén buscando realizar alguna obra de las anteriormente descritas.

## **Algramo**

Esta empresa tiene su origen cuando un grupo de estudiantes universitarios se fue a vivir a una población en La Granja por un año y medio. Durante ese periodo se dieron cuenta que cuando compraban productos en formatos pequeños en los almacenes del barrio pagaban en promedio un 30% más. Este hecho según las mismas palabras de los creadores estaba produciendo 2 efectos indeseables. Por un lado, las familias tenían menos ingresos para comprar los productos cotidianos; y además para las empresas este era la forma más rentable por lo que no estaban incentivadas a innovar en nuevos formatos.

Por lo tanto, empezaron a buscar una innovadora solución a esta problemática que era social pero también medioambiental. Por un lado, era un problema social ya que existe un castigo al formato pequeño que se traduce en un sobreprecio de 30% si se compara al mismo producto en un mayor volumen. Entonces, las familias de menores ingresos que muchas deben comprar en formatos pequeños en los almacenes por falta de liquidez, estaban siendo castigadas injustamente con un alto sobreprecio. Y la segunda arista de la problemática, es el daño medioambiental que se produce con la cultura de las empresas del formato pequeño y desechable. Para estas grandes compañías el formato más rentable es el *sachet*, pero al no ser reutilizable sucede que miles de esos envases se convierten en basura diariamente.

Es por esto que idearon la solución a través de dispensadores de diferentes productos (arroz, lentejas, aceite, detergente, etc.) en los almacenes produciendo así un triple impacto. Primeramente, un impacto **económico** ya que comercializan productos de consumo masivo buscando ser los más eficientes en el uso de recursos, innovando constantemente en la cadena de distribución ayudando a tener mejores resultados económicos a los almaceneros. En segundo lugar, un impacto **sustentable**, ya que al vender los productos a granel en los almacenes, las familias reutilizan los envases con los que compran y así se evita una mayor fabricación de estos, y un impacto positivo en la lucha contra los desechos de plástico. Por último, un impacto **social** muy fuerte ya que les permiten a los almaceneros ser competitivos con los grandes supermercados con precios 30% menores por el mismo producto.

Algramo lleva un año de operación y en marzo de 2014 logró la certificación para ser empresa B.<sup>20</sup> A pesar de que fue un objetivo de los fundadores desde la creación de la empresa, el proceso no fue sencillo, pero ya cuentan con la certificación. Según las palabras de uno de los fundadores de la empresa: "Lograr el sello nos sirve para seguir avanzando en mejoras en lo que nosotros hacemos, solucionar problemas puntuales de triple impacto". De hecho, tienen tan clara la misión y propósito en Algramo, que la visión que tienen escrita y quieren cumplir es: "Mediante la innovación y co-creación buscamos ser uno de los principales canales de distribución de productos

---

<sup>20</sup> En la sección Anexos, se puede revisar el desglose del reporte de impacto del año 2014.

masivos además de ser un aliado estratégico para los almaceneros de barrio y sus vecinos”. Es decir, tienen metas propuestas muy definidas y a pesar de que la meta es complicada, están confiados y quieren generar cambios de alto impacto. La meta para este año es aumentar en más del doble el número actual de almacenes con sus dispensadores, llegando a 300 a fines del 2014.

Conversando con José Manuel Moller, uno de los creadores de Algramo, quisimos entender cuáles habían sido las principales motivaciones e intenciones que tuvieron para empezar el proceso de certificación B. Nos comentó que la principal motivación es generar un grupo de empresas o movimiento donde se demuestre que es posible realizar negocios de otra manera. En donde la función a maximizar no sea la utilidad del accionista, sino más bien solucionar un problema social y/o medioambiental de manera rentable. Concluyó apuntando que este nuevo movimiento B es un cambio de paradigma muy necesario y que todos los interesados, organizándose bajo el estándar de sistema B, pueden generar cambios deseados en la sociedad.

Además, nos interesó recabar información acerca de los principales beneficios o qué cosas habían cambiado para mejor luego de la certificación obtenida a principios del 2014. Nos comentó que a pesar de llevar muy pocos meses con el sello B, han podido acceder a una red de inversionistas que de otra manera no hubiesen podido llegar, y ya están en conversaciones concretas con algunos de ellos. Además, nos dijo que creía que es un reconocimiento

cada vez más popular en el mundo, y que por lo tanto, se le podrían abrir muchas otras puertas teniendo el estatus de empresa B.

## **Triciclos**

El caso de Triciclos es emblemático ya que fue la primera empresa en Latinoamérica en ser certificada. Esta organización nace en mayo del año 2009 con el propósito de ser una empresa que sólo generara impactos positivos en el entorno a través del concepto del reciclaje. Los fundadores comenzaron a analizar el proceso completo que seguía la basura y lo hicieron observando desde sus propias experiencias y otros cercanos. Con el tiempo se dieron cuenta que gran parte de esa basura podía ser materia prima para otros, y que no era simplemente un desperdicio que además contamina el medio ambiente. El hecho detonante para que empezaran con Triciclos fue que era mucho más barato dar un tratamiento de desperdicio a la basura, que hacerlo tratando de generar materias primas. Fue por esa razón, que se propusieron crear la infraestructura y logística necesaria para resolver ese problema.

Cuando los fundadores entendieron cuál era el problema y su origen, empezaron a implementar una red de Puntos Limpios (lugares en los cuales se puede reciclar más 20 materiales distintos). Además de ser lugares para reciclar basura, se tratan también de espacios educativos e innovadores donde todos los actores juntos entienden el impacto negativo que tiene la basura en el

ambiente, pero que transformándola en materia prima (que podrá ser usada nuevamente por fabricantes) se genera una externalidad positiva inmensa.

En el caso de Triciclos, el triple impacto que generan es un gran ejemplo de cómo una empresa B puede ser generadora de cambio y tener muchas externalidades positivas. En primer lugar, el impacto **medioambiental** que producen es gigantesco. De partida, ayudan a reducir considerablemente la basura que se produce diariamente<sup>21</sup>, y la convierten en materia prima para fabricantes de muchas industrias. Además ayudan a reducir la contaminación ya que al entregarles esos insumos a los fabricantes, se evita que éstos últimos usen más recursos hídricos o talen más árboles. También logran que se ahorre energía y se gaste menos petróleo.

El impacto **social** que están generando también es muy destacable. Por un lado ayudan a pequeñas organizaciones y grandes empresas que quieran generar cambios que las hagan más sustentables. Por ejemplo, con el programa "Oficina Verde" capacitan a equipos de la empresa para darles las herramientas necesarias para lograr cambios sostenibles, o a través de una asesoría en la cual diagnostican los residuos producidos por cualquier organización, brindándoles un plan de acción de cómo se podría diseñar un método de reciclaje dentro de la empresa. Además, realizan diferentes talleres

---

<sup>21</sup> Censo 2012 revela dura realidad sobre el reciclaje en Chile - <http://biopuntos.cl/censo-2012-revela-dura-realidad-sobre-el-reciclaje-en-chile/>

<sup>21</sup> Considerar que en Chile el 73,4% de los hogares no realiza ningún tipo de reciclaje.

educativos con las personas, empresas y comunidades para desarrollar los hábitos que nos permitan a todos hacernos cargo de nuestra basura. Con respecto al impacto **económico** de Triciclos, ellos realizan los llamados subsidios cruzados. Esto significa que hacen algunas actividades que son muy poco rentables económicamente pero que dejan una rentabilidad social y ambiental muy grande. Esto lo pueden hacer, ya que realizan otras actividades que dejan un margen económico muy alto y por lo tanto estas subsidian a las primeras. De esta manera, generan un impacto económico alto maximizando la rentabilidad social y ambiental en ese proceso.

La empresa fue certificada a comienzos del 2012 y consiguió ser la primera de Latinoamérica en obtener dicho estatus. Es tal la convicción de los fundadores de Triciclos de querer generar cambios potentes en la mentalidad y hábitos de los ciudadanos con respecto al reciclaje, que Jay Coen (fundador de las B Corps en Estados Unidos) mencionó: “Triciclos es una empresa gestionaora de cambio, oculta detrás de una empresa gestionaora de reciclaje”. Y es la misión y visión que tienen establecida en la empresa, lo que también demuestra el profundo convencimiento que existe con la idea de hacerse cargo de la basura que producimos. Como dice Gonzalo Muñoz (fundador de Triciclos), la misión de la empresa es hacer que el concepto del reciclaje sea contagioso. Y con respecto a la visión, quieren que en el futuro la solución que ellos proponen ya no sea necesaria, producto de los cambios de conductas y mentalidad de nuestra sociedad.

También encontramos relevante el conocer las motivaciones fundamentales que tuvieron en ese entonces los dueños de Triciclos para empezar el proceso de certificación B, ya que era algo absolutamente desconocido en nuestro país años atrás. Para ello hablamos directamente con una persona que hoy trabaja en la empresa.<sup>22</sup> Para Triciclos, el proceso de certificación fue un paso lógico dado el crecimiento que empezó a experimentar la empresa. Desde el momento que lograron identificar un problema puntual en el país y que decidieron hacerse cargo de este, el triple impacto siempre estuvo dentro de sus propósitos, y por lo tanto la visión que tuvieron desde el comienzo estuvo alineada con todo lo que implica ser una empresa B.

Al ser la empresa que lleva más tiempo con la certificación en Chile (y de hecho tuvo que re-certificarse recientemente<sup>23</sup>), era necesario saber cuáles habían sido los beneficios que les ha traído ser empresa B. Para Triciclos, los beneficios van desde la mirada que reciben de otros actores del mundo de los negocios, hasta la manera en que se desenvuelven con sus colaboradores. Además les ha servido para cuestionarse permanentemente el qué están haciendo y cómo lo hacen. Por ejemplo, para ellos es una credencial que les permite presentarse a otros interlocutores de una manera más potente ya que es una certificación reconocida internacionalmente. Asimismo les ha permitido ser parte de una gran red de empresas B que generan intercambios virtuosos

---

<sup>22</sup> Camila Gatica de Triciclos. Mail de respaldo.

<sup>23</sup> En la sección Anexos, se puede revisar el desglose del reporte de impacto del año 2014.

entre ellas, a través de sinergias, alianzas, conversaciones, etc. El último aspecto que destacaron como uno de los grandes beneficios fue la capacidad de transformación que se produce al estar trabajando en una empresa B. Los trabajadores de Triciclos cambian sus hábitos y los de sus familias, miran el mundo de una manera distinta, lo que genera una organización alineada y ayuda a la vez a diseminar el concepto de empresa B.

## **PERSPECTIVAS FUTURAS DE LAS EMPRESAS B**

El movimiento mundial de las empresas B está experimentando tasas de crecimiento muy auspiciosas y claramente Chile no es la excepción. A nivel global existen 1021 empresas certificadas alrededor de 34 países, y las proyecciones para los años venideros son favorables. Según quienes participan en el proceso de certificación de estas sociedades, la situación en Chile podría pasar de 51 empresas B en la actualidad, a 120 a fines del año 2014. Esta cifra nos muestra que el crecimiento está siendo exponencial, ya que en sólo un año habrá un aumento de más del doble de empresas. Chile además está teniendo un rol protagónico dentro de este ámbito a nivel latinoamericano, ya que las proyecciones muestran que para finales del 2014 habrá 200 empresas B certificadas en la región, en donde Chile tendrá más del 50% de las certificaciones.

Otro hecho que demuestra el alto potencial de crecimiento que se espera para las empresas B durante los próximos años, es la variedad y gama de empresas que están realizando el proceso para obtener el certificado. Por lo general, las empresas grandes no se habían mostrado interesadas por este estatus, pero cada vez más empresas medianas y grandes están mostrando interés por formar parte de esta comunidad a nivel global. Por ejemplo, en Chile

compañías como BancoEstado Microempresas y Natura ya están dentro del proceso por ser B. Como dice Juan Pablo Larenas “el interés no es sumar por sumar firmas de mayor tamaño, sino que efectivamente tengan la convicción de serlo”. Este punto es relevante, ya que muestra que realmente existe una intención de firmas de mayor tamaño por ser parte de este movimiento (a pesar de que para una compañía de gran tamaño resulta más engorroso y complicado pasar todo el proceso, si se compara con una empresa pequeña).

Sin embargo, este crecimiento orgánico no basta. Se considera vital por parte de Sistema B que las políticas públicas vayan direccionadas a lograr condiciones más favorables para el desarrollo integral de este tipo de empresas en nuestro país. Por ejemplo, serviría mucho que en un futuro cercano las compras públicas prioricen a aquellas empresas que tienen un impacto social y medioambiental positivo; o que la CORFO también destine parte de los recursos financieros a este tipo de empresas, apoyándolas en financiamiento e inversión para que puedan crecer. Este tipo de acciones permitiría generar un soporte para que las empresas B de nuestro país gocen algún tipo de beneficio, dada las externalidades positivas que están generando hacia nuestra sociedad. ¿No es razonable acaso premiar a aquellas instituciones que están generando bienestar en nuestros ciudadanos?

De hecho hace algún tiempo, Sistema B en conjunto con el ministerio de economía empezó a formular un proyecto que les diera marco legal a estas

empresas para permitirles además de tener un respaldo y mayor credibilidad, gozar de ciertos beneficios. El proyecto no contempla dar beneficios tributarios, sino que se basa principalmente en comprometer de manera permanente, vinculante y estructural a la empresa con su misión y sus propósitos, además de exigir estándares de transparencia y entrega de reportes anuales. De esta manera, frente a cualquier cambio en la administración o dirección de la empresa, se asegura que se seguirán las buenas prácticas que se venían realizando. Este proyecto de ley cobra mucha relevancia al momento de pensar en los inversionistas. Los llamados “inversionistas de impacto” tendrán mayor confianza al momento de invertir sobre estas empresas, ya que gozarán de la certeza absoluta que la misión y propósitos por los cuales pusieron dinero serán incambiables por ley. Por lo tanto, este proyecto de ley va enfocado en parte a generar un ambiente de certidumbre y confianza para inversionistas que comparten los objetivos de alguna empresa B.

Este proyecto de ley empezó a ser estudiado por el ministerio correspondiente (antes de entrar en tramitación en las cámaras de diputados y senadores) a fines de la administración anterior. Primero fue el ministro Pablo Longueira, el cual se mostró dispuesto y entusiasmado con la propuesta. Luego, el ministro Félix De Vicente (que sucedió al primero) continuó la senda y entusiasmo de Longueira. Sin embargo, con el cambio de administración hace algunos meses, el nuevo ministro de economía Luis Felipe Céspedes no se ha

pronunciado aún sobre este proyecto de ley, por lo que existe entonces incertidumbre acerca de si se continuará avanzando con la propuesta o no.

Sistema B se ha propuesto alcanzar ciertas metas para el año 2016, con el fin de seguir por la senda de crecimiento de la comunidad B tanto en Chile como en el resto de la región.

Primeramente, la visión que tiene Sistema B es generar un cambio en la economía y no tan solo en el ámbito de las empresas B. Sin embargo, para diciembre del 2016 el foco principal estará puesto sobre las empresas B. Durante los próximos años se quiere resolver la problemática que existe actualmente que la describen como: “el éxito empresarial no se mide por el bienestar, sino por resultados financieros”. Para resolver este problema se harán acciones específicas en tres ejes de acción distintos.

I. El primer eje será facilitar el desarrollo de un ecosistema favorable para el fortalecimiento de las empresas B. En este sentido, los objetivos concretos en esta dirección son:

**A. Políticas Públicas.** La meta es que para el 2016, existan ley de empresas B vigentes en 3 países de Sudamérica. Además que hayan políticas públicas dirigidas a beneficiar de cierta manera a las empresas B implementadas en 5 países de Sudamérica para la misma fecha.

**B. Capital.** Con respecto al capital, es necesario comenzar apuntando a que actualmente sólo en Chile el conjunto de empresas B facturan US\$

100 millones anuales. La meta para 2 años más es que la industria de inversión tenga un impacto muy superior al de hoy, haciendo que en Sudamérica todas las empresas B facturen US\$ 1.000 millones anuales. Además, se pretende que para esa fecha se hayan invertido US\$ 200 millones en empresas B.

**C. Mercados.** Se está trabajando en una mayor integración y generación de redes de contacto entre las mismas empresas certificadas para potenciarse mutuamente. Se busca que entre ellas se dinamicen las relaciones, que sean clientes y proveedoras, y que puedan hablar con sus pares internacionales. Para esto se ha propuesto que 100 grandes compradores estén participando en cadenas de valor B y que el 50% de las empresas B en Chile estén haciendo vínculos comerciales entre ellas.

**D. Universidades.** En el mundo de la academia se espera que 30 universidades de Sudamérica sean parte de la red de universidades B. Actualmente menos de la mitad del número que se propone participa en esta comunidad.

**E. Líderes de opinión:** También se quiere que un grupo de referentes articulados en una comunidad B sean líderes de opinión y difusión de este sistema. Se pretende que exista al menos un grupo de referentes por cada país (de aquellos con los que Sistema B trabaja). Además, para aumentar la efectividad de la difusión, se quieren realizar prácticas de

embajadores B, quienes tendrán como tarea principal difundir y compartir las ventajas y beneficios de ser B.

II. El segundo eje está para potenciar los resultados económicos, sociales y ambientales de las empresas B. Para este propósito las metas son las siguientes:

**A. Mejores empresas B:** Se tiene como meta que el 50% de las empresas B mejoren sus resultados sociales, económicos y ambientales, potenciados por la oferta de valor de Sistema B a nivel global, regional y nacional. Es decir, que se aprovechen los talleres B o las diversas comunidades de apoyo para mejorar el impacto positivo que se está generando.

**B. Más empresas B:** Se tiene como meta que hayan 500 empresas B certificadas en Argentina, Colombia, Chile y Brasil.

III. El tercer eje se refiere a la consolidación institucional. Para esto las metas propuestas para el año 2016 son las siguientes:

**A. Multiplicación viral:** presencia en 6 países de Sudamérica y 10 nodos territoriales. Se refiere principalmente a puntos de acción física dentro de esos países para aumentar la base y autonomía de cada país.

**B. Sustentabilidad económica:** 50% de los ingresos propios generados por la institución y *endowment* por US\$ 2,5 millones estructurado. Es decir, quieren tener una situación financiera sostenible en un futuro. Para

eso es la dotación financiera, ya que se comprometen a que las donaciones tendrán un impacto a largo plazo y el fondo principal de donaciones permanecerá intacto.

Era importante también conocer la opinión al respecto del futuro del movimiento de las empresas B, según un protagonista de la historia. Por eso recogimos la opinión desde dentro de una de estas empresas, para saber en detalle sus propias perspectivas. Desde Triciclos nos dijeron que en el futuro, ésta debería ser la forma normal de hacer empresas y que por lo tanto podría ser el futuro de la economía del país. El sistema económico y social que rige nuestra sociedad y que hemos construido a lo largo de las últimas décadas, ya ha mostrado los primeros quiebres y problemas y lo seguirá haciendo si es que continuamos con el mismo ritmo y condiciones actuales. Por eso es que una mirada de largo plazo que ubique a las empresas en una posición respetuosa con el entorno en el que se insertan se vuelve cada vez más necesaria para poder seguir avanzando. En este escenario la alternativa que hoy ofrecen las Empresas B se presenta como un camino natural para crecer en armonía, con desarrollo. Por esta razón, según la visión de Triciclos, en el futuro las empresas B serán más que una mera opción, sino que una tendencia mundial.

Otro punto importante a destacar corresponde a la capacidad de expansión a otros rubros por parte de las empresas B. Como se mencionó con anterioridad, las empresas certificadas en Chile, en estricto rigor, caen dentro

de los rubros de retail, servicios, manufactura y agrícola (Ver Tabla 1 en la sección Anexos), mientras que a nivel mundial, estos son más variados y existen más actores en cada sector. Es así como se presentan distintas oportunidades de expansión, abarcando industrias no explotadas, con gran capacidad de generar cambios e innovaciones dentro del país.

Por lo tanto, se espera que este movimiento de empresas B continúe creciendo tanto a nivel nacional, regional y global. Sin embargo, es muy necesario que las políticas públicas vayan direccionadas a ayudar a este tipo de empresas con ciertos beneficios, al igual que aprobar ciertas leyes que podrán permitir a esta comunidad tener un sostén para dar mayor credibilidad y menor suspicacia a este sector. Es por esto, que la empresa partner de B Lab en los países de Sudamérica se ha propuesto metas clara para un futuro cercano, para demostrar así que sí es posible seguir avanzando y creando una mayor comunidad B.

## CONSIDERACIONES FINALES

Luego de haber profundizado en el tema de las empresas B durante esta investigación, son muchas las enseñanzas y consideraciones que, como autores de la tesis, queremos dar a conocer.

En primer lugar, desde un comienzo estábamos con la inquietud de que vivimos insertos en un modelo económico desgastado

. En la actualidad, el sistema que nos rige se basa principalmente en el capital, y a pesar de que intrínsecamente no es un modelo perverso, las acciones que tomamos día a día hacen que el sistema se vaya enviando. Si bien creemos que la empresa y el emprendimiento son los motores principales que mueven una economía, no concebimos que el esquema actual ampare decisiones y gestiones de empresas o personas que perjudican a comunidades enteras y/o al medio ambiente. Es por esta razón que nos dimos cuenta que el modelo económico actual está desgastado. La visión tradicionalista de éste ya no aguanta la realidad en la que vivimos, en donde la ciudadanía está más empoderada y es capaz de generar ruido de manera colectiva a través de los medios disponibles, un mundo en donde la tecnología crece a tasas exponenciales, la desigualdad económica y social de los países es cada vez más visible y las brechas son cada vez mayores, y finalmente estamos todos

expuestos a las externalidades negativas que se puedan generar desde el mundo privado y público. La sociedad ha perdido la tolerancia hacia estos actos, exigiendo día a día mayores retribuciones y mejores estándares a las empresas, donde se prime por un modelo de gestión sano y comunitario, obligando a quienes no se adapten a estos cambios en la mentalidad ciudadana a exponerse a las consecuencias.

Sin embargo, la solución para el problema descrito anteriormente no va por el lado de cambiar radicalmente el modelo económico. Es aquí donde nos encontramos con las empresas B. Más allá de toda la parte técnica de cómo funcionan, cuáles son sus ventajas y desventajas, quiénes las conforman y otras características que abordamos durante la investigación, creemos que esta tendencia va a generar un cambio de mentalidad y actitud en las empresas y ciudadanía. Va a ser este cambio de paradigma el que nos permita vivir en un mundo consciente del medio ambiente y del bienestar de la sociedad completa. Esto va a traer como consecuencia un actuar más ético por parte del mundo de las empresas, ya que podrán darse cuenta que sí es posible ser rentable económicamente, pero sin producir externalidades negativas en el camino. Esperamos y creemos firmemente que la comunidad de empresas B seguirá creciendo en Chile y el mundo, porque tal y como escuchamos muchas veces durante la investigación: “las empresas B deberían ser la forma natural y normal de hacer empresa”.

Es importante destacar que, dentro de nuestro proceso formativo en la facultad, tuvimos un enfoque de aprendizaje direccionado a que la principal razón de ser de una empresa es maximizar la utilidad de los accionistas. Este nuevo concepto de empresas B mueve e introduce nuevas perspectivas a ese esquema de enseñanza. La formación de las diversas universidades tiene que estar enfocada a ensanchar los criterios de los alumnos, mostrando distintas perspectivas y ser capaces de desarrollar profesionales éticamente responsables, correctos, empáticos y con capacidad crítica. Esperamos que a medida que el movimiento B siga creciendo, éste concepto pueda ser agregado en las mallas curriculares de la carrera Ingeniería Comercial, tanto en la Universidad de Chile como en otras del país, para así generar una perspectiva amplia de la realidad actual, motivando a expandir el conocimiento sobre este modelo. El agregar ramos obligatorios que presenten nuevas formas de gestión y de hacer empresa es fundamental para crear conciencia de que la rentabilidad no lo es todo, poder desarrollar futuros colegas íntegros, e impregnar a los jóvenes en proceso de formación de una mirada consciente y preocupada por el medio que nos rodea.

## BIBLIOGRAFÍA

ALÍAS, M. 2014. Empresas B en Chile ya llegan a 50 y facturan más de US\$ 100 millones. [en línea] El Mercurio en internet. 5 de Mayo, 2014.

<<http://impresa.elmercurio.com/Pages/NewsDetail.aspx?dt=2014-05-05&dtB=05-05-2014+0%3A00%3A00&PaginaId=10&bodyid=2>>

ANDRADE, S. 2012. Las Nuevas Compañías del Siglo XXI. [en línea] Innovación en Internet. 22 de Febrero, 2012. <<http://www.innovacion.gob.cl/reportaje/las-nuevas-companias-del-siglo-xxi/>>

BADE, G. 2013. Empresas B y el gobierno trabajan en proyecto de ley que garantice su rol social. [en línea] Pulso. 22 de Mayo, 2013.

<<http://www.pulso.cl/noticia/tech/sustentabilidad/2013/05/75-23081-9-empresas-b-y-el-gobierno-trabajan-en-un-proyecto-de-ley-que-garantice-su-rol.shtml>>

BEMPORAD, R. y BARANOWSKI, M. 2007. Conscious Consumers Are Changing the Rules of Marketing. Are You Ready? Highlights from the BBMG Conscious Consumer Report. [en línea]

<[https://www.fmi.org/docs/sustainability/BBMG\\_Conscious\\_Consumer\\_White\\_Paper.pdf](https://www.fmi.org/docs/sustainability/BBMG_Conscious_Consumer_White_Paper.pdf)>

CELEDÓN, S. 2013. Nueva ley para empresas “tipo B” exigirá reportes anuales de cumplimiento de estándares. [en línea] Economía y Negocios en Internet. 18 de Febrero, 2013.

<<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=105947>>

ETCHEVERRY, R. La empresa comercial frente a la comunidad: Empresas B. [en línea] <<http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/la-empresa-comercial-frente-a-la-comunidad-empresas-b.pdf>>

GOLDEN, B. y RICHARDS, K. 2013. The (Triple) Bottom Line on New Corporate Forms: Benefit, Social Purpose and Flexible Purpose Corporations, and B Corp Certification. [en línea]

<<http://www.startuppercolator.com/files/Uploads/Documents/Benefit%20Corp%20and%20SPC%20handout.pdf>>

HOULAHAN, B. 2012. Cómo estimular la responsabilidad social en las empresas. [en línea] Knowledge at Wharton University. 28 de Noviembre, 2012.

<<http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&ID=2284>>

LABORDE, A. 2013. Dispensadoras Algramo: El ahorro de los clientes debe ser mayor a nuestra ganancia. [en línea] El Definido en Internet. 02 de Octubre, 2013. <[http://www.eldefinido.cl/actualidad/lideres/1136/Dispensadoras\\_Algramo\\_El\\_ahorro\\_de\\_los\\_clientes\\_debe\\_ser\\_mayor\\_a\\_nuestra\\_ganancia/](http://www.eldefinido.cl/actualidad/lideres/1136/Dispensadoras_Algramo_El_ahorro_de_los_clientes_debe_ser_mayor_a_nuestra_ganancia/)>

ORELLANA, F. 2014. Proyectan duplicar y llegar a 120 el número de empresas B en Chile. [en línea] Diario Financiero en Internet. 28 de Mayo, 2014. <<https://www.df.cl/noticias/empresas/emprendimiento/proyectan-duplicar-y-llegar-a-120-el-numero-de-empresas-b-en-chile/2014-05-27/212659.html>>

PATRICIO. 2013. Censo 2012 revela dura realidad sobre el reciclaje en Chile. [en línea] Biopuntos en Internet. 4 de Abril, 2013. <<http://biopuntos.cl/centso-2012-revela-dura-realidad-sobre-el-reciclaje-en-chile/>>

POSADA, D. 2014. La responsabilidad social empresarial en tiempos de crisis. [en línea] Gestión, Revista Empresarial. <<http://www.gestion.org/rsc/43261/la-responsabilidad-social-empresarial-en-tiempos-de-crisis/>>

SALAS, M. 2014. Este banco sólo invierte en empresas que mejoran el mundo. [en línea] El Definido en Internet. 10 de Enero, 2014. <[http://www.eldefinido.cl/actualidad/mundo/1657/Este\\_banco\\_solo\\_invierte\\_en\\_empresas\\_que\\_mejoran\\_al\\_mundo/](http://www.eldefinido.cl/actualidad/mundo/1657/Este_banco_solo_invierte_en_empresas_que_mejoran_al_mundo/)>

TAMARAN, I. B-CORP, Empresas que nacen para regenerar vida. [en línea] <<http://www.ors.org.ar/sites/default/files/library/files/EMPRESAS%20QUE%20NACEN%20PARA%20REGENERAR%20VIDA.pdf>>

VAN DUSEN, H. The Certified B Corporation: building and scaling solutions for change. [en línea] <[http://www.resource-solutions.org/images/events/rem/presentations/2012/Heather\\_bCorp.pdf](http://www.resource-solutions.org/images/events/rem/presentations/2012/Heather_bCorp.pdf)>

VIVES, A. 2012. El cuarto sector: empresas nacidas con responsabilidad. [en línea] Diario responsable en Internet. 17 de Julio, 2012 <<http://www.diarioresponsable.com/portada/destacados/15790-el-cuarto-sector-empresas-nacidas-con-responsabilidad.html>>

WENGER, E. 2012. Communities of practice: a brief introduction [en línea] <<http://wenger-trayner.com/wp-content/uploads/2012/01/06-Brief-introduction-to-communities-of-practice.pdf>>

101 SOLUCIONES. [en línea] < <http://www.101soluciones.org/#>>

B CORPORATION. What are B Corps?. [en línea]  
<<http://www.bcorporation.net/what-are-b-corps>>

B CORPORATION. B Corporation Annual Report. 2012. [en línea]  
<[http://www.bcorporation.net/sites/all/themes/adaptivetheme/bcorp/pdfs/BcorpAP2012\\_Web-Version.pdf](http://www.bcorporation.net/sites/all/themes/adaptivetheme/bcorp/pdfs/BcorpAP2012_Web-Version.pdf)>

B CORPORATION. Term Sheet for B Corporation. [en línea]  
<[http://www.bcorporation.net/sites/all/themes/adaptivetheme/bcorp/pdfs/term\\_sheet\\_constituency\\_states\\_llcs\\_llps\\_3.pdf](http://www.bcorporation.net/sites/all/themes/adaptivetheme/bcorp/pdfs/term_sheet_constituency_states_llcs_llps_3.pdf)>

B CORPORATION. Method Products, Inc. Impact Assessment. [en línea]  
<[http://www.bcorporation.net/sites/default/files/documents/Method\\_ImpactAssessment\\_Final\\_Locked.pdf](http://www.bcorporation.net/sites/default/files/documents/Method_ImpactAssessment_Final_Locked.pdf)>

BID (Banco Interamericano de Desarrollo). 2012. BID impulsa inversiones de impacto en América Latina. [en línea] BID en Internet. 13 de Febrero, 2012.  
<<http://www.iadb.org/es/noticias/articulos/2012-02-13/alianza-con-inversionistas-de-impacto-en-america-latina,9769.html>>

CHILE. Servicio de impuestos internos. 1981. Ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas. [en línea] Actualizada al 14 de Diciembre, 1999.  
<[http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/legislacion/complementaria/ley\\_18046a.htm](http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/legislacion/complementaria/ley_18046a.htm)>

CNN CHILE. 2013. “Triciclos”: una empresa que genera rentabilidad con el reciclaje. [en línea] CNN Chile. 04 de Enero, 2013.  
<<http://www.cnnchile.com/noticia/2013/01/04/triciclos-una-empresa-que-genera-rentabilidad-con-el-reciclaje>>

CONE COMMUNICATIONS. 2010. Case Evolution Study [en línea]  
<<http://www.conecomm.com/2010-Cone-Cause-Evolution-Study>>

DIARIO FINANCIERO. 2014. Crecimiento de las empresas B [en línea] Diario Financiero en Internet. 29 de Mayo, 2014.  
<<https://www.df.cl/noticias/opinion/editorial/crecimiento-de-las-empresas-b/2014-05-28/213847.html>>

FIS (Fondo de Inversión Social). ¿Qué es la inversión de impacto?. [en línea]  
<[http://fondoinversionesocial.cl/?page\\_id=26](http://fondoinversionesocial.cl/?page_id=26)>

GIIN (Global Impact Investing Network). Impact Reporting and Investment Standards (IRIS). [en línea] <<http://www.thegiin.org/cgi-bin/iowa/reporting/index.html>>

GIIRS (Global Impact Investing Rating System). What is impact investing?. [en línea] <<http://giirs.org/about-giirs/what-is-impact-investing>>

HACIA UN MARCO DE políticas públicas para el cuarto sector en Chile. 2013. Por Sebastián Gativa “et al”. Chile. Centro de políticas públicas UC. [en línea] <[http://politicaspUBLICAS.uc.cl/cpp/static/uploads/adjuntos\\_seminarios/adjuntos\\_seminario.archivo\\_adjunto.942e38ae0ec7db62.54616c6c657220325f53656261737469c3a16e204761746963612e706466.pdf](http://politicaspUBLICAS.uc.cl/cpp/static/uploads/adjuntos_seminarios/adjuntos_seminario.archivo_adjunto.942e38ae0ec7db62.54616c6c657220325f53656261737469c3a16e204761746963612e706466.pdf)>

IAQ BUSINESS SCHOOL. B Corporation: Redescubriendo la misión de la empresa. [en línea] <[http://www.iae.edu.ar/antiguos/Documents/Revista30/revista30\\_38\\_41.pdf](http://www.iae.edu.ar/antiguos/Documents/Revista30/revista30_38_41.pdf)>

NBIS. 2012. Launching a new era of impact-driven companies. [en línea] <[http://nbis.org/wp-content/uploads/2012/10/ImpactDrivenCompanies\\_NBIS\\_Whitepaper\\_Oct2012.pdf](http://nbis.org/wp-content/uploads/2012/10/ImpactDrivenCompanies_NBIS_Whitepaper_Oct2012.pdf)>

NET IMPACT. 2012. Talent Report: What workers want in 2012. [en línea] <[https://netimpact.org/docs/publications-docs/NetImpact\\_WhatWorkersWant2012.pdf](https://netimpact.org/docs/publications-docs/NetImpact_WhatWorkersWant2012.pdf)>

SISTEMA B. Preguntas frecuentes Sistema B. [en línea] <<http://www.sistemab.org/espanol/informate/preguntas-frecuentes>>

SISTEMA B. Modelo B [en línea] <<http://www.sistemab.org/espanol/el-movimiento-global/modelo-b>>

SISTEMA B. Annual Report 2012, Milestones and Future Challenges. [en línea] <<https://files.acrobat.com/a/preview/3c8a80ea-9de7-4cb2-a2b8-174c5e9c426b>>

SISTEMA B. Ofertas de Servicios Empresas B Internacionales. [en línea] <<http://www.sistemab.org/wp-content/uploads/2013/02/Servicios-Internacionales-B-Lab-Enero2013.pdf>>

SISTEMA B. Modificaciones Legales. [en línea] <<http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/6-pasos-para-ser-b/modificaciones-legales>>

SISTEMA B. 6 pasos para certificarte B. [en línea] <<http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/6-pasos-para-ser-b>>

SISTEMA B. Constructora LyD (Chile). [en línea] <<http://www.sistemab.org/espanol/comunidad-empresas-b/empresas-b-america-latina/constructora-lyd-chile>>

SISTEMA B. Embajadores B y Metas año 2016. [en línea]  
<<https://www.dropbox.com/sh/uncb92488mb378r/AACHsXEYN9vPFWsdsGMc4d-Xa/Seamos%20Embajadores%20B.pdf>>

LD CONSTRUCTORA. [en línea] <<http://www.ldconstructora.cl/>>

ALGRAMO. [en línea] <<http://www.algramo.cl/>>

TRICICLOS. [en línea] <<http://www.triciclos.cl/>>

Para esta investigación se contactó a las siguientes personas, las que colaboraron en el transcurso del trabajo a través de entrevistas y mails:

- a. **Eloisa Silva** <eloisa@sistemab.org> Colabora en Sistema B Latinoamérica en la generación de la comunidad de Empresas B Certificadas y encargada del área de Comunicaciones.
- b. **Tomás Gueneau** <tomas@sistemab.org> Trabaja en Sistema B acompañando a las empresas en el proceso de certificación, recertificación y escalamiento de sus impactos en el tiempo.
- c. **Camila Gatica** <camila@triciclos.cl> Asistente comercial en empresa Triciclos.
- d. **José Manuel Moller** <josemanuel@algramo.cl> Gerente general en empresa Algramo.

## ANEXOS

**Tabla 1:** Cantidad de empresas certificadas por industria en Chile y el mundo.

Industria o sector	Cantidad en el mundo	Cantidad en Chile
Food and beverage	110	4
IT software and services	82	5
Home and personal care	64	5
Management and financial consulting	55	6
Sustainability consulting	55	1
Apparel footwear and accessories	48	4
Research and design	42	1
Education and training services	35	4
Marketing and communication services	32	0
Housewares home furnishers and accessories	30	2
Nonprofit consulting and fundraising	30	0
Investment advisor	29	0
Equity investor/developed markets	24	0
Storefront	22	3
Legal	21	0
Renewable energy generation and installation	19	0
Architecture design planning	17	0
Machinery and equipment	14	2
Real estate development	14	0
Travel and Leisure	14	0
HR consulting and recruiting	12	3
Sport equipment, toys and accessories	12	1
Books and Media	11	1
Electronics	10	0
Growers	10	1
Healthcare providers	10	1

**Fuente:** <http://www.bcorporation.net/community/find-a-b-corp>

# TriCiclos 2014 B Impact Report



Company  
Score      Median  
Score\*

	Company Score	Median Score*
<b>Overall B Score</b>	<b>144</b>	<b>80</b>
<b>Environment</b>	<b>40</b>	<b>9</b>
Environmental Products & Services (e.g. Renewable energy, recycling)	29	4
Environmental Practices	10	6
Land, Office, Plant	5	4
Energy, Water, Materials	1	2
Emissions, Water, Waste	3	1
Suppliers & Transportation	0	N/A
	<b>39</b>	<b>22</b>
<b>Workers</b>		
Compensation, Benefits & Training	26	15
Worker Ownership	3	2
Work Environment	7	4
	<b>52</b>	<b>32</b>
<b>Community</b>		
Community Products & Services	0	15
Community Practices	51	15
Suppliers & Distributors	27	4
Local	7	5
Diversity	2	2
Job Creation	8	2
Civic Engagement & Giving	7	4
	<b>13</b>	<b>10</b>
<b>Governance</b>		
Accountability	9	6
Transparency	4	3
	<b>144</b>	<b>80</b>
<b>Overall</b>		

80 out of 200 is eligible for certification

\*Of all businesses that have completed the [B Impact Assessment](#)

\*Median scores will not add up to overall



# Algramo 2014 B Impact Report

	Company Score	Median Score*
<b>Overall B Score</b>	<b>122</b>	<b>80</b>
<b>Environment</b>	<b>31</b>	<b>9</b>
Environmental Products & Services (Renewable energy, recycling)	20	4
Environmental Practices	11	6
Land, Office, Plant	1	4
Energy, Water, Materials	3	2
Emissions, Water, Waste	4	1
Suppliers & Transportation	2	N/A
	<b>N/A</b>	<b>22</b>
<b>Workers</b>		
Compensation, Benefits & Training	0	15
Worker Ownership	0	2
Work Environment	0	4
	<b>78</b>	<b>32</b>
<b>Community</b>		
Community Products & Services	0	15
Community Practices	78	15
Suppliers & Distributors	13	4
Local	14	5
Diversity	0	2
Job Creation	0	2
Civic Engagement & Giving	5	4
	<b>14</b>	<b>10</b>
<b>Governance</b>		
Accountability	11	6
Transparency	3	3
	<b>122</b>	<b>80</b>
<b>Overall</b>		

80 out of 200 is eligible for certification

\*Of all businesses that have completed the [B Impact Assessment](#)

\*Median scores will not add up to overall



# Constructora L y D 2014 B Impact Report



	Company Score	Median Score*
<b>Overall B Score</b>	<b>82</b>	<b>80</b>
<b>Environment</b>	<b>16</b>	<b>9</b>
Environmental Products & Services (e.g. Renewable energy, recycling)	2	4
Environmental Practices	13	6
Land, Office, Plant	4	4
Energy, Water, Materials	3	2
Emissions, Water, Waste	5	1
Suppliers & Transportation	1	N/A
	<b>19</b>	<b>22</b>
<b>Workers</b>		
Compensation, Benefits & Training	13	15
Worker Ownership	<1	2
Work Environment	5	4
	<b>40</b>	<b>32</b>
<b>Community</b>		
Community Products & Services	0	15
Community Practices	39	15
Suppliers & Distributors	6	4
Local	2	5
Diversity	<1	2
Job Creation	25	2
Civic Engagement & Giving	6	4
	<b>7</b>	<b>10</b>
<b>Governance</b>		
Accountability	4	6
Transparency	2	3
	<b>82</b>	<b>80</b>
<b>Overall</b>		

80 out of 200 is eligible for certification

\*Of all businesses that have completed the [B Impact Assessment](#)

\*Median scores will not add up to overall

