

## **DOCUMENTO ACLARATORIO DE TÉRMINOS CONCEPTUAL**

*Versión Borrador 2.0 - 20 Agosto 2012. Documento de uso exclusivo para Mesa de Trabajo Empresas del Cuarto Sector. Se ruega NO distribuir.*

Este documento de trabajo busca aportar al proceso de aclaración conceptual de esta mesa de trabajo relativo a los términos asociados a las Empresas del Cuarto Sector, comenzando por las Empresas Sociales y Empresas B. Para ello, se busca abordar tres objetivos. Como primer objetivo, se busca aclarar las diferencias conceptuales y prácticas entre dos empresas del cuarto sector (Empresas B y/o Empresas Sociales), y las Empresas con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Luego de lo cual, y como segundo objetivo, se intenta ilustrar ciertos elementos centrales presentes en las empresas del cuarto sector. Y por último, el documento termina por dar cuenta de ciertas brechas existentes que limitan de uno u otra forma a las Empresas del Cuarto Sector a cumplir su misión orientada al triple impacto (Social, Ambiental y Económico).

### **1. Definiciones Conceptuales**

Para avanzar en los objetivos planteados, este documento hace uso instrumental de ciertas definiciones de los términos Empresa B, Empresa Social y RSE-creación de valor compartido. Estas son las siguientes:

- **Empresa B:** empresa que redefine el sentido del éxito de los negocios, usando el mercado para dar solución a problemáticas sociales y/o ambientales. Estas empresas se obligan de forma legal a no sólo considerar el interés de sus dueños o accionistas, sino que deben considerar el interés de sus stakeholders en la toma de decisiones (*BLab-Sistema B, 2012*)
- **Empresa Social:** Organización cuyo fin principal y determinante en la toma de decisiones es la creación de valor para la sociedad, a partir de la comercialización de bienes y/o servicios, con autonomía en su gestión y combinando diversos mecanismos económicos y administrativos que le otorguen sustentabilidad económica. (*Gatica et al., 2012*)

Cabe destacar que tanto la Empresa B como la Empresa Social le dan relevancia a lo “qué hacen” (producto o servicio que comercializan orientado a generar beneficios para las personas y/o medioambiente) y el “como lo hacen” (prácticas responsables con los trabajadores, proveedores/clientes, comunidades, medioambiente, entre otros). Sin embargo, la Empresa Social tiene un enfoque mayor en el “qué” y la Empresa B en el “como”. Cabe destacar que tanto una Empresa Social como una Empresa B podrían poner énfasis en ambas dimensiones, lo que claramente genera “traslapes” conceptuales.

- **RSE-Creación de Valor Compartido:** El concepto de Valor Compartido al interior de la empresa puede ser definido como políticas y prácticas operacionales que mejoran la competitividad de la compañía mientras simultáneamente, avanza en la economía y condiciones sociales de la comunidad en que opera. La creación de valor compartido se concentra en definir y expandir las relaciones entre el progreso económico y social. (*Porter et al., 2010*). Cabe destacar que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un

concepto genérico que considera diversas prácticas, tales como las filantrópicas, las de gestión de stakeholders (incluyendo aspectos medioambientales) y las prácticas de generación de valor compartido, entre otras.

Tal como lo describen estas definiciones, todas tienen como objetivo principal lograr un equilibrio en los objetivos económicos, sociales y/o medioambientales. Sin embargo, existen diferencias considerables, que su comprensión ayudarán a definir el marco o foco de esta mesa de trabajo.

## **II. Diferencias entre empresas con prácticas de RSE y Empresas del Cuarto Sector; y elementos centrales de éstas últimas**

Dando uso de las definiciones entregadas, como primer objetivo se busca ilustrar diferencias relevantes entre dos grandes grupos: las empresas con prácticas de RSE y las empresas del cuarto sector. Sectores que están ampliamente ilustrados en la **Tabla N°1**, a través de una comparación de sus principales dimensiones: *fundamento, fuentes de ingresos, objetivos, propiedad, grupos de interés más relevantes, prácticas y reparto de utilidades*.

**Tabla N°1**

| <b>Sectores</b>                         | <b>Empresas con prácticas de RSE</b> |                                                           | <b>Empresas del Cuarto Sector</b>                         |                                                |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <b>Organización</b>                     | <b>RSE-Prácticas Filantrópicas</b>   | <b>RSE-Creación de Valor Compartido</b>                   | <b>Empresa B</b>                                          | <b>Empresa Social</b>                          |
| <b>Fundamento</b>                       | Fundamento Económico                 |                                                           | Fundamento Social y Económico                             |                                                |
| <b>Fuentes de Ingresos</b>              | Ingresos Por Ventas                  | Ingresos Por Ventas                                       | Ingresos Por Ventas                                       | Ingreso por Ventas y Donaciones o Subvenciones |
| <b>Objetivos</b>                        | Económicos con preocupación social   | Económicos con preocupaciones sociales y medioambientales | Económicos, sociales y/o medioambientales                 | Sociales, Económicos y/o medioambientales      |
| <b>Propiedad</b>                        | Privada                              | Privada                                                   | Privada                                                   | Privada y Social <sup>1</sup>                  |
| <b>Grupos de interés más relevantes</b> | Accionistas                          | Accionistas                                               | Accionistas y <i>Stakeholders</i> en general <sup>2</sup> | Accionistas, Comunidad, Trabajadores           |

<sup>1</sup> Se entiende por propiedad social cuando los derechos de la empresa pertenecen en su mayoría a trabajadores y a la comunidad.

<sup>2</sup> Por ejemplo, trabajadores, comunidad, consumidores, proveedores, entre otros.

|                           |                                                                                                           |                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                   |          |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>Prácticas</b>          | Maximizan las utilidades cumpliendo la ley vigente, y desarrolla filantropía en función de las utilidades | Maximizan las utilidades cumpliendo estándares de sustentabilidad, e integran estos conceptos en la estrategia corporativa | Maximiza el valor social y/o medioambiental, y utiliza la rentabilidad financiera para lograr aquello. Esto a través de un modelo de negocio con foco en sector social y medioambiental, y sus prácticas deben ser sustentables según estándares. |          |
| <b>Reparto Utilidades</b> | Ilimitado                                                                                                 | Ilimitado                                                                                                                  | Limitado <sup>3</sup>                                                                                                                                                                                                                             | Limitado |

*Fuente: Gatica, Soto, Larenas (2012)*

Tal como lo describe la tabla, existe una diferencia evidente entre prácticas de RSE (Valor Compartido) y Empresas B/Sociales, respecto a los **objetivos** que persigue y sus **grupos de interés más relevantes**. Éstas son:

1. **Objetivos que persiguen:** Empresas con prácticas de RSE de Valor Compartido tienen objetivos económicos con preocupaciones sociales y ambientales. Sin embargo, su principal responsabilidad fiduciaria es generarle valor a sus accionistas ó dueños, bajo el marco de lo que permite la ley. Por otro lado, tanto la Empresa B como la Empresa Social poseen objetivos económicos, sociales y/o ambientales, teniendo obligaciones a maximizar no solo el interés de sus accionistas o dueños, sino también el interés de la sociedad y el medioambiente. Es un compromiso legal y vinculante, donde se amplía la responsabilidad fiduciaria de la empresa.
2. Por lo mismo, los **stakeholders más relevantes** en el caso de las Empresas con prácticas de RSE-Valor Compartido son sus *accionistas*; y para las Empresas B-Empresas Sociales, también son los *trabajadores, comunidad y otros grupos de interés directos a la misión de la Empresa*, con quiénes existen compromisos vinculantes.

Por otro lado, en una próxima versión de este documento borrador se detallarán los elementos centrales de las Empresas del “Cuarto Sector” como un todo, tal como lo describe la Tabla N°1.

Queda aún abierta la discusión sobre las principales diferencias entre las Empresas B y Empresas Sociales (ambas parte de las empresas del cuarto sector), como por ejemplo:

1. **Fuentes de Ingresos:** en la mayoría de los casos, la Empresa B utiliza únicamente mecanismos de mercado para dar solución a problemáticas sociales y/o ambientales. Es decir, cumple su misión comercializando productos o servicios, sin considerar donaciones

<sup>3</sup> Se busca hacer el reparto de utilidad mientras no afecte el bienestar de algún stakeholder.

o subvenciones como fuente de financiamiento<sup>4</sup>. Por otro lado, la Empresa Social mezcla diversos mecanismos de financiamiento para satisfacer su misión: comercialización de productos y/o servicios, donaciones, subvenciones, etc.

2. **Reparto de Utilidades:** La Empresa B puede repartir el 100% de sus utilidades a sus accionistas. Sin embargo, el reparto de utilidades está limitado a que la empresa esté dando fiel cumplimiento a su misión, lo que se transforma en una práctica exigible, a través de las modificaciones legales que debe hacer la Empresa B. Por otro lado, la Empresa Social por obligación debiera reinvertir un % en su misión o en sus grupos de interés. Sin embargo, en Chile aún no existe claridad del % óptimo, lo cuál será parte del debate de esta mesa de trabajo.

Cabe destacar que las Fuentes de Ingresos y Reparto de Utilidades están relacionadas en el análisis, dado que un reparto de utilidades restringido podría abrir las puertas para obtener donaciones.

3. **Figuras Jurídicas:** Actualmente la Empresa B utiliza figuras legales de Empresa (SA, SPA, SRL, EIRL o Cooperativa). La Empresa Social puede utilizar las mismas figuras, pero además muchas de éstas utilizan la figura legal de Fundación o bien una figura híbrida (una Empresa que tiene como principal accionista o dueño a una Fundación).

### **III. EL PARA QUE DE ESTA MESA DE TRABAJO**

Para obtener resultados concretos en esta mesa de trabajo, consideramos fundamental comprender el “**Para qué**”, el cuál lo podemos dividir en dos etapas:

1. El Para qué de Corto Plazo (“El desde”)
2. El Para qué de Largo Plazo (“El hasta”)

Respecto al “Para qué de Corto Plazo”, esperamos que las definiciones de esta Mesa de Trabajo, permitan la dinamización de este nuevo sector en la economía (Empresas del Cuarto Sector). Adicionalmente, existen ciertas **brechas prácticas** de corto plazo por resolver. A modo de ejemplo, algunas<sup>5</sup> de éstas son:

#### **III.1 Legales:**

1. Objetivo social como predominante y vinculante (Caso Sociedades Anónimas)

---

<sup>4</sup> Sin embargo esta es una reflexión abierta, donde en el caso de existir una legislación pertinente, la Empresa B, también podría utilizar mecanismos de NO mercado para cumplir su misión.

<sup>5</sup> Probablemente serán relevadas muchas más brechas a lo largo de la Mesa de Trabajo.

2. Ampliación de responsabilidad fiduciaria como algo posible y exigible (triple impacto como acción vinculante). (Caso Sociedades Anónimas)
3. Obligación de reportar con los más rigurosos estándares de transparencia.
4. Posibilidad de recibir donaciones y/o subvenciones, condicionando que éstas no puedan ser utilizadas para repartir utilidades.
5. Entregar donaciones no asociadas al giro de la Empresa, sin caer en gasto rechazado

### **III.2 Brechas no necesariamente legales, sino más bien de Mercado y Política Pública:**

Una empresa con altos estándares éticos, que busca generar impactos positivos en la sociedad y el medioambiente desde “lo que hacen<sup>6</sup>” y “como lo hacen<sup>7</sup>”, presenta diversas barreras que debe derribar.

Algunas<sup>8</sup> de éstas son:

1. **Acceso al capital.** Exceptuando los incipientes fondos de inversión social, la banca mide a una empresa de este tipo con los mismos estándares que a cualquier otra. No valora su triple impacto, e incluso podría castigarlo ya que lo asumiría como una debilidad del modelo de negocios.
2. **Competitividad.** Desde el punto de vista competitivo, algunas empresas que tienen las mejores prácticas, suelen tener mayores costos de corto plazo, de modo que el camino se le hace mucho más difícil.

Hoy en el mercado todos somos iguales primando el bajo precio al momento de competir, como gran agente diferenciador. Estamos comenzando recién a medir otros parámetros que son de suma importancia en el proceso productivo de las empresas, pero aún no es suficiente. La respuesta evidente debe ser: NO SE PUEDE GENERAR VENTAJAS COMPARATIVAS POR HACERLO MAL, SINO, DIFERENCIARSE SIENDO COMPETITIVO POR HACERLO BIEN.

3. **Comunicación para la credibilidad.** La principal herramienta para fortalecer la propuesta de valor pasa a ser el marketing. Y una empresa de estas características suele tener conflictos con el "cacareo exagerado", por lo tanto tiende a buscar terceros creíbles que hablen por ella. Sería interesante que sea el gobierno el que haga ese trabajo, y de esa forma dar visibilidad y credibilidad a estas organizaciones.

---

<sup>6</sup> Asociado al modelo de negocios de la empresa, al producto o servicio que comercializan; a su ADN.

<sup>7</sup> Asociado a las políticas y prácticas de la empresa con sus diferentes grupos de interés.

<sup>8</sup> Probablemente serán relevadas muchas más barreras a lo largo de la Mesa de Trabajo.

4. **Educación y academia.** Tal como ya hemos comentado, en muchos momentos la propuesta de valor de las empresas del cuarto sector no resulta creíble para el público convencional. Ese rol de tipo "educativo" es otra tarea titánica.
5. **Ahorro país.** La mayoría de las empresas del cuarto sector realizan labores que generan valor público, y que por lo tanto están asociados a algún área del estado. Cuando esa línea sea evidente, ¿no es válido pensar que parte del ahorro generado al estado por parte de sea transferido a esas empresas?

#### **IV. Breve Conclusión**

Cabe destacar que la inestabilidad social, ambiental y financiera está comenzando a traducirse en una mayor presión social hacia resultados sustentables más que a rentabilidades inmediatas. Aquí el desafío es que la institucionalidad pública y privada, sintonicen con esta necesidad de estabilidad y que comience a poner limitantes a las prácticas derivadas de la búsqueda de rentabilidad de corto plazo que desestabilizan el sistema. En esa medida se establecerán los incentivos necesarios para que por ejemplo la banca, buscando su propia estabilidad y rentabilidad de mediano y largo plazo, empiece a premiar los proyectos sustentables desde la triple mirada económica-social-ambiental. Por ejemplo, la emergencia de los "fondos verdes" y "fondos éticos" relacionados a este fenómeno.

Por otro lado, con una sociedad civil movilizadada, atenta a los impactos sociales y ambientales, los proyectos de empresas del cuarto sector se tornan más viables y rentables "de hecho". Sin embargo, resulta clave que la institucionalidad pública se adapte de tal modo de (1) filtrar mejor los proyectos (exigencias para operar) y (2) para castigar con mayor fuerza (multas, responsabilidades penales y civiles...) a los infractores. Esa es la única manera de evitar que las comunidades se transformen en "reguladores", lo que claramente no es su rol. Pero también debe (3) asegurar una comunicación eficiente (sistemas de información) desde y hacia la comunidad.

Es absolutamente razonable que la regulación contemple sistemas de incentivos monetarios que estén alineados con los impactos positivos y de generación de beneficios de las actividades económicas. Lo importante es tener un sistema de eficiente para calcular el valor de estos impactos y evitar los abusos.