

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**VICERRECTORADO DE INNOVACIÓN, INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**  
**UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21**



**Empresas B: análisis de factores  
determinantes de competitividad  
percibidos por las Empresas cordobesas  
Certificadas B**

**Autor: Mgter. Miguel A. Lapilli**  
**Directora: Mgter. Carina Marqués Bertinatti**

## **Resumen**

La realidad actual nos encuentra en un punto de la historia de la humanidad de elevada complejidad. Problemas ambientales e inequidades sociales coexisten en un entramado organizacional que ha probado generarlos en la búsqueda de rentabilidad sobre todo propósito.

La demanda de solución a estos conflictos dio surgimiento a Empresas B, las cuales generan un triple impacto positivo (económico, social y medioambiental), mejorando su competitividad y garantizando su sostenibilidad.

El presente trabajo se enfoca en la relación entre factores determinantes de la competitividad seleccionados y la Certificación de Empresa B. Asimismo, se aborda paso a paso el proceso para obtener la certificación que otorga B Lab.

Como conclusiones, se comprueban la viabilidad entre hacer negocios y buscar mejorar el mundo, así como la relación entre los factores analizados y mejoras conseguidas a causa de la Certificación de Empresa B.

*Palabras clave:* Empresas B, triple impacto, competitividad, sostenibilidad.

## **Abstract**

The current reality finds us at a highly complex point in the history of humanity. Environmental problems and social inequities coexist in an organizational framework that has proven to generate them in search of profitability above all purposes.

The demand for a solution to these conflicts gave rise to B Corps, which generate a triple positive impact (economic, social, and environmental), improving their competitiveness and guaranteeing their sustainability.

This paper focuses on the relationship between selected factors that determine competitiveness and B Corp Certification. In addition, it also addresses the step-by-step process to obtain the certification granted by B Lab.

As for conclusions, the viability between doing business and seeking to improve the world is proved, as well as the relationship between the factors analyzed and the improvements achieved as a result of the B Corp Certification.

*Key words:* B Corp, triple impact, competitiveness, sustainability.

## Tabla de contenido

Capítulo 1 – Introducción.....	6
Planteamiento del Problema.....	7
Objetivos de la investigación.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Justificación de la investigación.....	11
Capítulo 2 – Marco Teórico.....	12
Certificación de Empresa B.....	15
Competitividad empresarial.....	23
Triple Bottom Line (TBL, 3Ps o 3BL).....	30
Capítulo 3 – Marco Metodológico.....	33
Capítulo 4 – Análisis de Resultados.....	38
Referente a la Certificación con Sistema B.....	38
Referente a factores determinantes de la competitividad.....	41
Imagen de marca y posicionamiento en el mercado.....	41
Calidad y mejora continua.....	43
Capital humano.....	45
Relación con otros stakeholders.....	48
Impacto ambiental.....	51
Capítulo 5 – Conclusiones.....	53
Referencias.....	56
Anexos.....	59
Anexo I: Herramienta de Evaluación de Impacto B.....	60
Anexo II: Distribución geográfica de Empresas Certificadas B a Junio de 2020 ...	117
Anexo III: Listado de Empresas Cordobesas Certificadas B a Junio de 2020 .....	122
Anexo IV: Análisis de Pertenencia de Preguntas Formuladas a Encuestados .....	130
Anexo V: Entrevistas realizadas.....	134

## Lista de tablas

Tabla 1: Aspectos a valorar en cada área de la evaluación de una Empresa B .....	16
Tabla 2: Fee anual a pagar en función de la facturación de cada Empresa.....	20
Tabla 3: Empresas B que conforman la población bajo estudio .....	33
Tabla 4: Secciones contempladas en la encuesta propuesta .....	33
Tabla 5: Cantidad de preguntas formuladas para lograr cada objetivo planteado ..	34

## Lista de figuras

Figura 1: PIB mundial (USD a precios actuales).....	7
Figura 2: PIB países (USD a precios actuales) .....	8
Figura 3: Los 10 Principios del Pacto Mundial .....	9
Figura 4: Áreas de evaluación de una Empresa B.....	16
Figura 5: Distribución de Empresas B en el mundo (por regiones) .....	21
Figura 6: Distribución de Empresas B en Latinoamérica .....	21
Figura 7: Distribución de Empresas B en Argentina .....	22
Figura 8: Tipificación de los encuestados .....	36
Figura 9: Sectores de la economía en que se desarrollan las Empresas.....	36
Figura 10: Tipificación del mercado en el que operan las Empresas .....	37
Figura 11: Relevancia de los objetivos de triple impacto .....	38
Figura 12: Motivos que influyeron para decidir conseguir la Certificación .....	39
Figura 13: Cambios realizados para certificar con Sistema B .....	39
Figura 14: Sacrificios realizados para certificar con Sistema B .....	40
Figura 15: Factores Determinantes de la Competitividad de las Empresas.....	41
Figura 16: Confianza de los clientes como consecuencia de la Certificación .....	42
Figura 17: Mejoras directas producidas como consecuencia de la Certificación.....	42
Figura 18: Importancia de la sostenibilidad en el negocio de las Empresas B.....	42
Figura 19: Implementación de nuevos procesos internos .....	43
Figura 20: Prácticas de sostenibilidad internas .....	43
Figura 21: Reacción ante actividades no sostenibles .....	44
Figura 22: Cumplimiento de prácticas sostenibles por parte de proveedores y subcontratistas o tercerizados .....	44
Figura 23: Beneficios adicionales a los previstos por ley .....	45
Figura 24: Ponderación de antecedentes del personal gerencial .....	45
Figura 25: Personal local contratado .....	46
Figura 26: Exigencia a subcontratistas/tercerizados de contratar personal local....	46
Figura 27: Normativa anti discriminación de minorías étnicas y colectivo LGBT.....	46
Figura 28: Mejoras relacionadas con la Certificación de Empresa B .....	47
Figura 29: Iniciativas recibidas en el último año .....	47
Figura 30: Tipos de iniciativas recibidas en el último año .....	48
Figura 31: Fuentes de feed-back positivo.....	48
Figura 32: Acciones registradas en la competencia .....	49
Figura 33: Reconocimientos y premios .....	49
Figura 34: Iniciativas a raíz del cumplimiento de objetivos de triple impacto .....	50
Figura 35: Programas de intervención social y/o ambiental en la comunidad .....	50
Figura 36: Donaciones a la comunidad .....	50

Figura 37: Importancia de la sostenibilidad de potenciales inversionistas o fuentes de financiamiento .....	51
Figura 38: Importancia del impacto ambiental para las Empresas .....	51
Figura 39: Focos en la medición de impacto ambiental .....	52
Figura 40: Formas elegidas para minimizar o remediar el impacto ambiental .....	52

## Capítulo 1 – Introducción

Actualmente, existe en diversas ubicaciones del mundo un tipo de organización denominado Benefit Corporation o Empresa B. Su surgimiento deviene de los deberes demandados por la sociedad a las empresas y la incorporación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Dichas empresas incluyen determinados intereses con el objetivo de generar un triple impacto positivo: económico, social y medioambiental. De esta manera, la organización logra desempeñarse de una manera sustentable, lo cual es cada vez más valorado por la sociedad.

Puesto en otras palabras, la competitividad empresarial dejó de entenderse solamente bajo un enfoque de rentabilidad, ya que una compañía no es una entidad aislada sino una parte de un sistema mayor: la sociedad.

Una Empresa certificada B utiliza la generación de rentabilidad como un medio para lograr sus objetivos; o sea, crear los valores económico, social y medioambiental, aparte de la tradicional generación de beneficios, empleos y pago de impuestos.

Según Certified B Corporation (2020), a junio de 2020 existen más de 3.500 Empresas B certificadas en el mundo, de las cuales 117 están radicadas en Argentina y 10 son cordobesas.

En este marco, con el presente trabajo de investigación se pretende abordar un tema no estudiado a la fecha en Argentina, basado en la experiencia concreta de las Empresas certificadas B cordobesas.

La estructura de esta investigación cuenta con cinco capítulos: el primero consiste en una introducción a la problemática, objetivos y justificación de la misma; el segundo, el marco teórico que fundamenta existencia de la Certificación para brindar elementos que potencien la competitividad empresarial y el triple impacto (económico, social y medioambiental); el tercero, el marco metodológico empleado para alcanzar los objetivos de la investigación a través del aporte de las Empresas B en forma de respuestas a una encuesta especialmente formulada para este trabajo y a entrevistas de seguimiento; el cuarto, el análisis de resultados obtenidos y, finalmente, el quinto, las conclusiones obtenidas de la investigación.

## Planteamiento del Problema

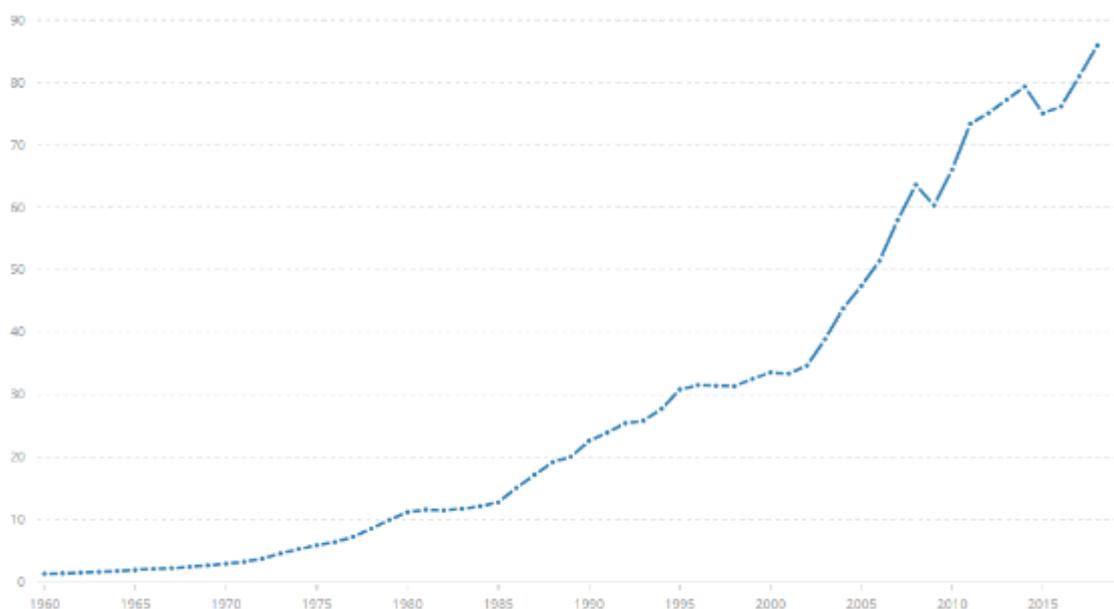
El contexto mundial actual es de gran complejidad, gracias a la concatenación de eventos originados a partir de la revolución industrial y las innovaciones producidas desde ese entonces. En el ámbito económico se puede verificar un crecimiento basado en el consumo y la extracción de recursos (IGBP, 2012).

Considerada la base del capitalismo, La riqueza de las Naciones (Smith, 1776/1994) postula que, a través de la búsqueda de la maximización de la ganancia individual, en un mercado sin intervenciones de tipo institucional, se alcanza el bienestar colectivo. Así, podría extrapolarse el pensamiento a cada empresa que produzca ganancias para sus accionistas.

No obstante, la realidad actual demuestra que el beneficio individual no asegura el colectivo dentro de la sociedad. Basta con analizar que el Producto Interno Bruto mundial (PIB) ha aumentado a lo largo de los años (Figura 1) pero no lo ha hecho en la misma proporción en cada uno todos los países (Figura 2). Las disparidades de riqueza asociadas implican barreras de acceso a beneficios y calidad de vida de las personas.

### Figura 1

*PIB mundial (USD a precios actuales)*



*Fuente: Banco Mundial, 2020.*

## Figura 2

PIB países (USD a precios actuales)



Fuente: Banco Mundial, 2020.

Asimismo, el crecimiento económico ha tenido efectos en la naturaleza. Hace años, se advierte que el consumo actual resulta insostenible:

La humanidad necesita la capacidad regenerativa de 1.6 Tierras para obtener los bienes y servicios que consume cada año. Además, la Huella Ecológica per cápita de las naciones de altos ingresos supera la de los países de bajos y medianos ingresos (WWF International, 2016, p.13).

Patricia Sáez y Luis Pareras (2010) plantean: "¿Cómo cambiar el mundo cuando ni el gobierno ni el ecosistema económico arreglan las cosas?" (p. 44). La incógnita viene dada por las siguientes premisas:

(1) las desigualdades sociales siguen creciendo, (2) se amplifican cada vez más la distancia entre las sociedades del primer y tercer mundo, (3) los gobiernos son incapaces de ponerse de acuerdo y (4) las empresas no tienen incentivos para tratar de resolver esos problemas (Sáez y Pareras, 2010, p. 44).

En un intento para abordar el problema y bajo el lema "uniting business for a better world", la Organización de las Naciones Unidas (ONU) convoca, desde

el año 2000, a todas las empresas para que adopten los “Diez Principios del Pacto Mundial” (Figura 3) y establece que:

La sostenibilidad corporativa comienza con el sistema de valores de una empresa y un enfoque basado en principios para hacer negocios. Esto significa operar de manera que, como mínimo, cumpla con las responsabilidades fundamentales en las áreas de derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción. Las empresas responsables promulgan los mismos valores y principios donde sea que tengan presencia, y saben que las buenas prácticas en un área no compensan el daño en otra. Al incorporar los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en las estrategias, políticas y procedimientos, y establecer una cultura de integridad, las empresas no solo defienden sus responsabilidades básicas con las personas y el planeta, sino que también preparan el escenario para el éxito a largo plazo (ONU, 2020).

### Figura 3

#### Los 10 Principios del Pacto Mundial



Fuente: United Nations Global Compact, 2020.

Cabe aclarar que la adhesión a la convocatoria de la ONU es de carácter voluntario. Sin embargo, en el año 2007 nació el Movimiento B que mejoró la misma con la posibilidad de obtener la Certificación de Empresa B.

La Certificación de Empresa B va más allá de la certificación de nivel de producto o servicio. Es la única certificación que mide todo el desempeño social y ambiental de una empresa. La Evaluación de Impacto B valora cómo las operaciones y el modelo comercial de una empresa impactan a sus trabajadores, la comunidad, el medioambiente y los clientes. Desde su cadena de suministro y materiales de entrada hasta sus donaciones caritativas y beneficios para los empleados, la Certificación de Empresa B demuestra que una empresa cumple con los más altos estándares de rendimiento verificado.

El impacto positivo está respaldado por los requisitos de transparencia y responsabilidad. La Certificación de Empresa B no solo prueba dónde se destaca una empresa ahora, sino que la compromete a considerar el impacto de las partes interesadas a largo plazo al incorporarlo a la estructura legal de la empresa (Certified B Corporation, 2020).

En función del contexto expuesto, la presente investigación pretende responder la pregunta: ¿qué beneficios en términos de determinantes de competitividad evalúan haber alcanzado las empresas cordobesas al obtener la Certificación de Empresa B?

De la anterior, se derivan las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cómo se logra la Certificación de Empresa B?
- ¿Se aprecian beneficios competitivos de ser una Empresa B certificada en Córdoba?

## **Objetivos de la investigación**

### ***Objetivo General***

Determinar si las empresas cordobesas percibieron mejoras a determinantes de la competitividad luego de obtener la Certificación de Empresa B hasta junio de 2020.

### ***Objetivos Específicos***

- Conocer el proceso de certificación de las Empresas B, mediante la cual logran validar su triple impacto (económico, medioambiental y social).
- Determinar si hubo cambios en los siguientes factores determinantes de competitividad, luego de obtenida la Certificación de Empresa B:
  - Imagen de marca y posicionamiento en el mercado.
  - Calidad y mejora continua.
  - Atracción y retención de capital humano.
  - Relación con los stakeholders.
  - Impacto ambiental.

## **Justificación de la investigación**

La presente investigación aporta valor al exponer, desde la experiencia de las Empresas B certificadas en Córdoba, los beneficios del cambio de paradigma de negocios, mutando de la referencia de éxito vista desde su rentabilidad hacia una que tiene en cuenta su responsabilidad con la sociedad al llevar a cabo su actividad.

La propuesta de este estudio, entonces, es generar reflexión en aquellas personas a quienes llegue el mensaje para evaluar los beneficios reales de la Certificación de Empresa B con el objetivo de propagar la tendencia hacia la creación de valor para la sociedad y el medioambiente.

Cabe destacar que no existen estudios previos que hayan explorado estos efectos para el caso de las empresas cordobesas ni tampoco para el resto del país hasta el cierre de esta investigación. Por esta razón, se podría tomar la misma como un modelo a replicar para otras empresas B de Argentina.

## Capítulo 2 – Marco Teórico

En el sistema capitalista, existe una única regla que gobierna a todas las empresas, sean grandes o pequeñas, familiares o sociedades anónimas, y es que el único deber de la empresa es maximizar el valor para los accionistas, muchas veces generando efectos secundarios no deseados. Para maximizar las ganancias se disminuye el costo lo más posible. Otra alternativa es disminuir la cantidad de beneficiarios del negocio (Ibarbia, 2013).

A medida que el espíritu del capitalismo de libre mercado y los valores asociados con él (espíritu empresarial, innovación, autosuficiencia) han penetrado en la mayoría de las economías, ha habido enormes saltos sociales y económicos, así como también costos. La calidad de nuestro medioambiente ha empeorado drásticamente (Kim et al., 2016).

Según Normander (2012), el ritmo actual de extinción de las especies es unas 1.000 veces superior al de la época preindustrial. Los científicos han calificado este declive como la sexta extinción masiva de la historia de la Tierra, y la única provocada por una criatura viviente: el ser humano. La última y más conocida la ocurrida hace 65 millones de años, la cual exterminó a los dinosaurios. Los cinco factores principales que están conduciendo a esta pérdida de biodiversidad son la transformación de los hábitats, la sobreexplotación, la contaminación, la invasión de especies exóticas y el cambio climático.

El capital social también ha disminuido a medida que los desafíos ambientales y la globalización económica y cultural amplían la disparidad entre ricos y pobres y perturban las comunidades locales. Existe un creciente reconocimiento de que estos y otros problemas sistémicos complejos tienen su origen en fallas estructurales a nivel organizacional. Resolver estos problemas requiere nuevas formas de pensar y actuar por parte de los individuos, junto con nuevos diseños organizacionales que fomenten acciones de las partes interesadas consistentes con el bienestar a largo plazo de nuestros sistemas ecológico, económico y social (Kim et al., 2016).

En las últimas décadas, los límites entre los sectores privado, público y sin ánimo de lucro se han estado difuminando. Algunas empresas han dedicado mayores recursos para generar beneficios sociales y medioambientales y para

servir a una amplia variedad de partes interesadas más allá de los accionistas. Organizaciones pioneras han surgido con nuevos modelos para abordar los desafíos de la sociedad, mezclando atributos y estrategias de todos los sectores. Están creando empresas híbridas que trascienden los límites sectoriales convencionales (Sabeti, 2009). Se basan en el mercado, pero proponen una alternativa para que las personas puedan elegir donde crear, invertir, trabajar o comprar sus productos con más conocimiento. Buscan valor compartido para todos los públicos de interés del negocio y no solo maximizar el valor para los accionistas (Ibarbia, 2013).

Ahora bien, el éxito de cualquier organización depende, en gran medida, de su capacidad para entablar una relación de manera efectiva con sus diversas partes interesadas. Este es el propósito principal detrás del diseño de una organización. A través de estructuras de compensación e incentivos, deberes legales, gobernanza, derechos de propiedad y otros aspectos de su diseño, las organizaciones están estructuradas para motivar ciertas acciones por parte de cada una de sus partes interesadas y restringir o desalentar otras (Sabeti, 2009).

Adicionalmente, ante una situación de compra en la que la calidad de los productos es equivalente y una de las empresas establece un precio más alto que la competencia, la información de que la empresa que fija el precio más alto es socialmente responsable (frente a la ausencia de esta información) hará que el consumidor perciba un mayor beneficio en la oferta de esta empresa, perciba que la diferencia de precios en relación con la competencia es más justa, perciba un mayor valor en la oferta de esta empresa y muestre una mayor intención de compra. En otras palabras, una compra que contribuya a la sensación de bienestar del consumidor, al tiempo que contribuye a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), resulta aún más atractiva si además incluye un beneficio asociado al interés propio de este consumidor (Abrantes Ferreira et al., 2010).

Al respecto y dada la diversidad de definiciones y falta de consenso, Hopkins define que:

La RSE se preocupa por tratar a las partes interesadas de la empresa de manera ética o responsable. "Ética o responsable" significa tratar a los interesados de una manera que se considere aceptable en las

sociedades civilizadas. Social incluye responsabilidad económica. Las partes interesadas existen tanto dentro de una empresa como fuera de ella. El entorno natural es una parte interesada. El objetivo más amplio de la responsabilidad social es crear niveles de vida cada vez más altos, preservando al mismo tiempo la rentabilidad de la corporación, para las personas tanto dentro como fuera de la corporación (Hopkins, 2004).

Las empresas que son socialmente responsables en la obtención de ganancias también contribuyen a algunos, aunque obviamente no a todos, de los aspectos del desarrollo social. No se debe esperar que todas las empresas participen en todos los aspectos del desarrollo social. Eso sería ridículo e innecesariamente restrictivo. Pero que una empresa se involucre en algunos aspectos, tanto dentro de la empresa como en el exterior, hará que sus productos y servicios sean más atractivos para los consumidores en general, lo que hará que la empresa sea más rentable. Habrá mayores costos para implementar la RSE, pero es probable que los beneficios superen con creces los costos (Hopkins, 2004).

El crecimiento constante pero sólido de alternativas de diseño organizacional presenta un desafío al dominio histórico de las entidades centradas en los accionistas. Si el modelo de empresa tradicional ya no es la norma, sino una de las muchas alternativas, ¿cómo pueden prepararse los gerentes para asegurar la competitividad a largo plazo? ¿Cómo podrían los líderes pensar en su estructura organizativa fundamental cuando buscan comunicar sus valores en un mercado poblado de empresas más convencionales? Tal como demuestra el auge de las Empresas B, los esfuerzos para reformar y evolucionar los estándares de la industria requieren cada vez más cambios en el propósito fundamental y la forma legal de una organización (Kim et al., 2016).

Ampliando este concepto, las Empresas B certificadas son un nuevo tipo de negocio que equilibra el propósito y las ganancias. Están legalmente obligadas a considerar el impacto de sus decisiones en sus trabajadores, clientes, proveedores, la comunidad y el medioambiente y, de esta manera, impulsan un movimiento global de personas que usan los negocios como una fuerza para el bien (Certified B Corporation, 2020).

Este nuevo modelo de negocios no se encarga de redistribuir el valor de la compañía actual en la sociedad según las diferentes necesidades; sino que genera un mayor valor económico y estratégico para todas las partes interesadas. Lo logra gracias al trabajo en red con diferentes actores de la sociedad que buscan resolver necesidades sociales y medioambientales fundamentales, y no exclusivamente las de un segmento de consumidores. Así, se vuelve necesario definir los mercados según estas necesidades para entender que el daño a ellas crea costos también para las empresas a largo plazo, por lo que el tratar de satisfacer estas necesidades generará mayor productividad al permitirles a las empresas innovar a la hora de utilizar tecnología, procesos y operaciones; y gestionar los negocios en su totalidad (Porter y Kramer, 2011).

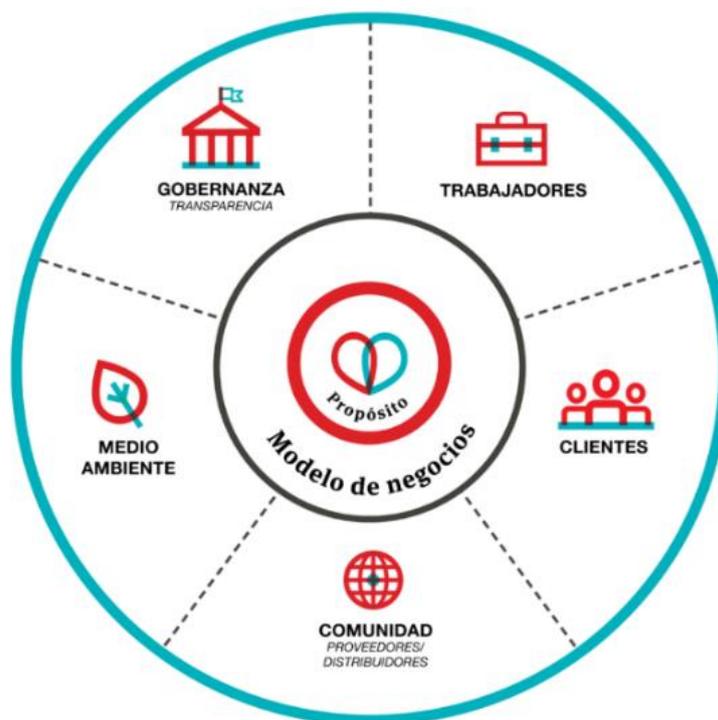
### **Certificación de Empresa B**

Las empresas que se certifican NO son perfectas, pero toman un compromiso de mejora continua y ponen el propósito empresarial al centro de su modelo de negocio. Alineado con dicho propósito, se consideran las acciones de la empresa en cinco áreas: Gobernanza, Trabajadores, Clientes, Comunidad y Medioambiente (Figura 4).

Esta certificación es una revisión detallada de todos los ámbitos de la empresa. Busca ayudar a identificar todas las posibles áreas de mejora y oportunidades para ser un agente de cambio en la economía, protegiendo la misión y potenciando el triple impacto positivo (Sistema B, 2020) (Tabla 1).

**Figura 4**

Áreas de evaluación de una Empresa B



Fuente: Sistema B, 2020.

**Tabla 1**

Aspectos a valorar en cada área de la evaluación de una Empresa B

Área	Detalle
Gobernanza	Evalúa la misión general, la ética, la responsabilidad y la transparencia de una empresa. Mide si la empresa ha adoptado una misión social o ambiental, y cómo involucra a sus empleados, miembros de la junta y la comunidad para lograrla. Esta sección evalúa el acceso de los empleados a la información financiera, las oportunidades de los clientes para proporcionar comentarios y la diversidad de los órganos de gobierno de la empresa.
Trabajadores	Evalúa la relación de la empresa con su fuerza laboral. Mide cómo la empresa trata a sus trabajadores a través de compensaciones, beneficios, capacitación y oportunidades de propiedad que se brindan a los trabajadores. La categoría también se centra en el entorno de trabajo general dentro de la empresa al evaluar la comunicación entre la gerencia y los trabajadores, la flexibilidad laboral, la cultura corporativa y las prácticas de salud y seguridad.

Clientes	Mide el impacto que tiene una empresa en sus clientes al centrarse en si una empresa vende productos o servicios que promueven el beneficio público y si esos productos/servicios están destinados a satisfacer las necesidades de poblaciones desatendidas. La sección también mide si el producto/servicio de una empresa está diseñado para resolver un problema social o ambiental (mejorar la salud, preservar el medioambiente, crear oportunidades económicas para individuos o comunidades, promover las artes y/o las ciencias o aumentar el flujo de capital hacia empresas con propósito).
Comunidad	Evalúa las relaciones con los proveedores, la diversidad y la participación de una empresa en la comunidad local. Mide las prácticas y políticas de la empresa en torno al servicio comunitario y las donaciones caritativas, incluso si el producto o servicio de una empresa está diseñado para resolver un problema social, como el acceso a servicios básicos, salud, educación, oportunidades económicas y las artes.
Medioambiente	Evalúa el desempeño ambiental de una empresa a través de sus instalaciones, materiales, emisiones y uso de recursos y energía. Las empresas responden preguntas sobre sus canales de transporte/distribución y el impacto ambiental de su cadena de suministro. Mide si los productos o servicios de una empresa están diseñados para resolver un problema ambiental, incluidos los productos que ayudan en la provisión de energía renovable, conservan recursos, reducen los desechos, promueven la conservación de la tierra/vida silvestre, previenen el uso de sustancias tóxicas/peligrosas o la contaminación o educan, miden y/o ayudan a solucionar problemas ambientales.

*Fuente: Certified B Corporation, 2020.*

La Certificación es entregada por B Lab, una entidad sin fines de lucro en Estados Unidos (Sistema B, 2020) y permite a empresarios y consumidores identificarse claramente con una empresa con propósito diferenciador y de impacto positivo con la sociedad y el medioambiente (Gilbert et al., 2013).

Las instancias a seguir para obtener la misma son ocho, según la información proporcionada por Sistema B (2020):

### **1. Completar la Evaluación de Impacto B**

Para poder ser Empresa B, debe completarse la Evaluación de Impacto B (Evaluación B o EIB). Es una herramienta gratuita y la información entregada es confidencial y diseñada para ayudar a medir y gestionar el impacto positivo de la empresa en relación a sus trabajadores, la comunidad, los consumidores y el medioambiente.

La herramienta incluye un análisis detallado de cómo la empresa interactúa con su público de interés: gobierno, trabajadores, clientes, comunidad y medioambiente (ver la Herramienta de Evaluación de Impacto B detalle en Anexo I).

## **2. Responder el Cuestionario de Divulgación e Industrias Controversiales**

Además de completar la Evaluación de Impacto B, la empresa debe declarar la relación de la empresa con industrias o prácticas controversiales o negativas. Mientras la Evaluación de Impacto B se enfoca principalmente en evaluar el impacto positivo de una empresa, cualquier impacto negativo significativo se considera mediante el Cuestionario de Divulgación, la revisión de antecedentes y un canal público de denuncias o reclamos.

El Cuestionario de Divulgación permite a la empresa compartir con B Lab, de manera confidencial, cualquier práctica sensible, multas o sanciones recibidas en relación a la empresa o sus afiliados. Las respuestas de la empresa en el Cuestionario de Divulgación no afectan el puntaje numérico que se obtiene en la Evaluación de Impacto B; sin embargo, puede requerir mayor transparencia, remediación o puede significar un freno para la certificación.

## **3. Aguardar los resultados del análisis de elegibilidad**

En esta etapa, Sistema B confirmará que la empresa cumpla con los requisitos básicos para optar por la Certificación de Empresa B.

## **4. Realizar el pago inicial**

Concluida la primera etapa llamada Elegibilidad Inicial (también conocida como Diagnóstico), la empresa debe realizar el pago inicial para poder dar inicio formalmente al proceso de Certificación.

Este pago inicial no reembolsable corresponde al 30% del fee anual de certificación, valuado según la facturación anual de la empresa.

## **5. Verificación**

En esta etapa, Sistema B confirma que la empresa cumple con los requisitos básicos para optar a la Certificación de Empresa B. Luego de completar la Evaluación de Impacto B, habiendo logrado 80 puntos o más, la empresa puede solicitar el proceso de certificación. Tan pronto como la Evaluación de Impacto B se envía para revisión, cada empresa pasa por una evaluación inicial antes de realizar la verificación con B Lab.

Para poder dar inicio a la etapa de verificación, se requieren documentos y evidencia para probar las prácticas, políticas y procesos reportados en la Evaluación de Impacto B. Si, luego de la verificación, la empresa aún permanece con 80 puntos o más, es elegible para ser Empresa B Certificada pagando la tarifa anual y firmando la hoja de compromiso de B Lab.

Todas las empresas, seleccionadas de manera aleatoria, están sujetas a una posible auditoría in situ. Además, hay empresas que deben tener una auditoría obligatoria, esto se determina en la etapa de Elegibilidad Inicial.

## **6. Pago del fee anual**

El costo de la certificación debe pagarse anualmente y varía según la facturación anual de la empresa. Luego de haber transcurrido el proceso, y haber obtenido la certificación, se abona el 70% restante al fee de certificación valuado al inicio del proceso, según la siguiente escala:

**Tabla 2**

*Fee anual a pagar en función de la facturación de cada Empresa*

<b>Facturación anual (USD)</b>	<b>Fee anual (USD)<sup>1</sup></b>
0 a 149.999	500
150.000 a 1.999.999	1.000
2 MM a 4.999.999	1.500
5 MM a 9.999.999	2.500
10 MM a 19.999.999	5.000
20 MM a 49.999.999	10.000
50 MM a 74.999.999	15.000
75 MM a 99.999.999	20.000
100 MM a 249.999.999	25.000
250 MM a 499.999.999	30.000
500 MM a 749.999.999	37.500
750 MM a 999.999.999	45.000
+1 BN	Basado en el tamaño y la complejidad de la empresa o grupo

*Fuente: Sistema B, 2020.*

## **7. Recertificación de Empresa B**

Para poder mantener la Certificación B, la empresa debe actualizar su Evaluación B cada tres años, proveer documentación adicional para poder verificar sus respuestas y lograr por lo menos 80 de los 200 puntos disponibles en la Evaluación B. La recertificación provee la oportunidad para que la empresa pueda definir metas de mejora según los más recientes estándares y poder comparar su desempeño.

## **8. Modificar el estatuto/contrato social**

Para ser Empresa B debe realizarse un cambio al estatuto para integrar las políticas de triple impacto a los mismos.

Así, los estatutos B dan protección legal para los directores y gestores de la empresa al considerar los intereses de todos sus stakeholders, no solamente sus accionistas, cuando se toman decisiones.

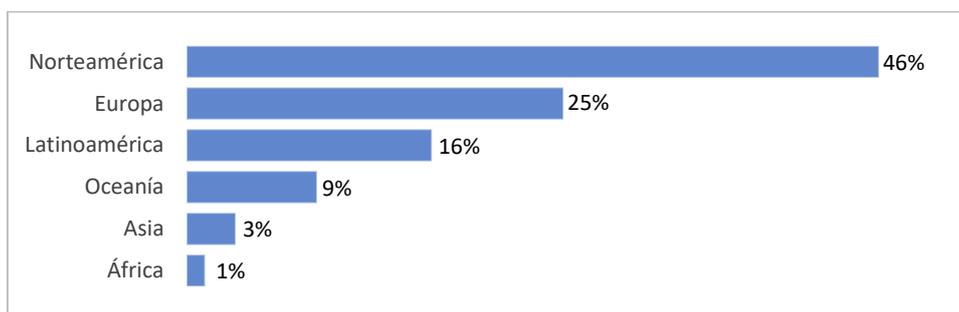
<sup>1</sup> No incluye impuestos locales (dependiendo del país).

Este cambio también crea derechos adicionales de rendición de cuentas para los accionistas, permitiéndoles solicitar que los directores o gestores de la empresa que cumplan las políticas de triple impacto delineadas para el funcionamiento de la misma.

De acuerdo a datos provistos por Sistema B (2020), a junio de 2020, el total de empresas certificadas B en el mundo asciende a 3.503, de las cuales 568 se encuentran en Latinoamérica y 117 en Argentina (ver detalle en Anexo II).

### Figura 5

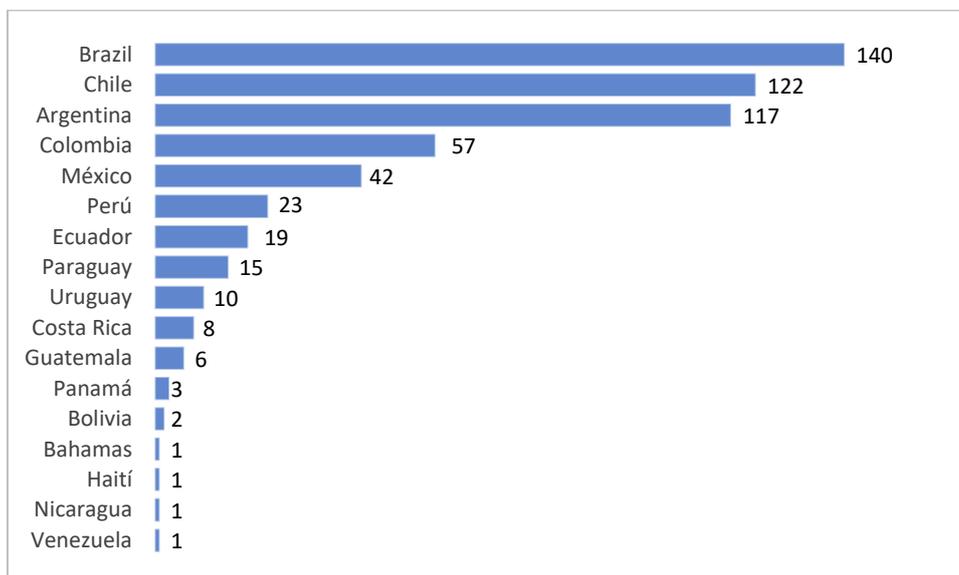
*Distribución de Empresas B en el mundo (por regiones)*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

### Figura 6

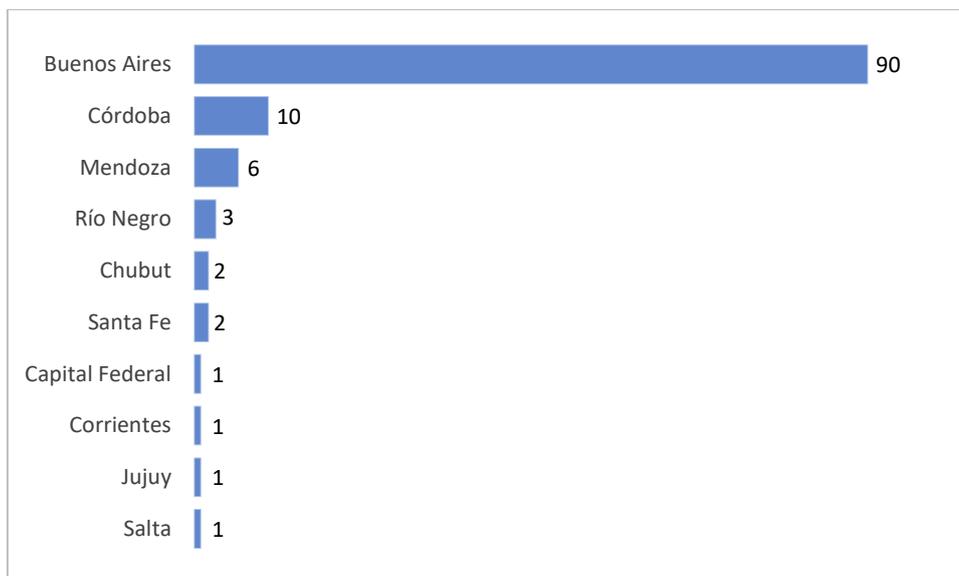
*Distribución de Empresas B en Latinoamérica*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

## Figura 7

### Distribución de Empresas B en Argentina



Fuente: Elaboración propia, 2020.

Asimismo, según Sistema B (2020), existen numerosos beneficios y oportunidades para las Empresas B, luego de su certificación:

#### 1. Mejora continua

La certificación de Empresa B es una herramienta de mejora continua, que ayuda a las Empresas B a mejorar de manera permanente. Es una herramienta didáctica y flexible.

#### 2. Difusión y posicionamiento

Cada vez hay más espacios de difusión para las Empresas B en los medios de comunicación y en eventos.

#### 3. Actividades de intercambio y aprendizaje permanente

Sistema B y las Empresas B están permanentemente organizando actividades para la Comunidad B. Estas actividades son instancias de aprendizaje, de conversación y de generación de redes.

#### 4. Atracción de talentos

Cada vez son más las personas que prefieren trabajar en empresas con propósito como las Empresas B.

Según un estudio realizado por Harvard Business Review, los millennials, que corresponden a aproximadamente a un 50% de la fuerza laboral, buscan empleos asociados a un propósito mayor.

Las Empresas B representan una gran oportunidad para conectar a aquellos que buscan un mayor significado detrás de su trabajo.

### **5. Las Empresas B son más resilientes**

Según estudios internacionales, las prácticas estratégicas, es decir, aquellas que hacen parte integral del negocio, contribuyen a la resiliencia frente a crisis graves.

Existe evidencia de que las empresas que implementan prácticas sociales y ambientales estratégicas experimentan menos pérdidas, es decir, sus resultados son más estables, y además se recuperan más rápidamente, lo que habla de su flexibilidad frente a cambios fuertes en el entorno.

### **6. Ventas a otras empresas (B to B)**

Según encuestas, el 53% de Empresas B vende sus productos o servicios a otras Empresas B y de estas, el 75% las generó después de certificarse. Además, el 53% declara que ser Empresa B les ha servido para tener nuevos clientes o proveedores que no son B.

### **7. Ventas a consumidores (B to C)**

Existen distintos canales de venta con beneficios para las Empresas B que llegan directamente a consumidores conscientes.

## **Competitividad empresarial**

La competitividad ha estado asociada con los indicadores del desarrollo empresarial pero muchas veces no se entiende su concepto o su alcance, en especial cuando las organizaciones se enfrentan a la tarea de alcanzarla. El concepto de competitividad, aunque guarda relación con el sentido de la competencia, no solo se asume desde la rivalidad entre competidores, sino que también se enfoca en la capacidad de los entes económicos o sociales para sostenerse en un mercado; esto permite un crecimiento constante, adquiriendo ventajas competitivas (diferenciadoras), a partir de las comparativas (sin innovación) (Hernández-Gil et al., 2018).

En otras palabras, se puede entender que competitividad empresarial como la capacidad que poseen las empresas para mantener o aumentar las cuotas de mercado en forma sostenida (Krugman, 1994) o como la capacidad que poseen para disminuir los costos y ofrecer productos de alta calidad a un precio favorable (Porter y Van Der Linde, 1994).

A los efectos del presente trabajo, y en correspondencia con los objetivos específicos planteados, se analizan cinco factores determinantes o críticos de la competitividad:

- **Imagen de marca y posicionamiento en el mercado.**

Al estar las empresas inmersas en un mundo globalizado, no basta con la comercialización de productos y servicios de alta calidad para lograr la competitividad; adicionalmente se requiere la capacidad de ser identificadas por la sociedad, a través de una marca desde la cual se generen vínculos de tipo emocional y simbólico con los consumidores. Esta relación es más relevante que la simple transacción de compra y venta de bienes y servicios. Además, la gestión de marcas permite una mayor confianza en los colaboradores, un reconocimiento público y un aumento de su reputación y prestigio ante los demás stakeholders (Rodríguez y Sandoval, 2017).

- **Calidad y mejora continua.**

La calidad es un concepto inherente a la misma esencia del ser humano. Desde los mismos orígenes del hombre, éste ha comprendido que el hacer las cosas bien y de la mejor forma posible le proporciona una ventaja competitiva sobre sus congéneres y sobre el entorno con el cual interactúa. En la actualidad, cambios en el esquema empresarial mundial conducen a que la calidad deje de tener el contexto de moda que se percibía en años anteriores para convertirse en una herramienta para la toma de decisiones de obligatorio manejo en cualquier organización que pretenda asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

Al madurar el liderazgo de las directivas, el trabajo en equipo sufre una transformación de grupos de trabajo a equipos de mejora continua, dotando al personal de medios formales para implementar mejoras en su propio lugar de gestión.

Al competir en un mercado globalizado, las empresas se enfrentan al reto de producir y vender productos y servicios de alta calidad al menor costo posible. La suma de los esfuerzos del personal y la optimización del proceso se reflejan en una reducción continua de costos que, junto con la reducción de la brecha con los clientes, traducida en ventas, refleja una mejora en las utilidades de la empresa (Cubillos Rodriguez et al., 2009).

- **Atracción y retención de capital humano.**

El capital humano constituye un activo intangible que tiene la capacidad de apoyar el incremento de la productividad e impulsar la innovación y, con ello, la competitividad. Su misma naturaleza le da características definitivamente distintivas de cualquier otro tipo de recurso. Sin lugar a dudas, el éxito de cualquier organización se vincula estrechamente al desempeño de todas las personas que la integran, sin importar su jerarquía, ubicación y condición, pues son ellas las que poseen habilidades, conocimientos, relaciones sociales, actitudes y valores, entre otros, y son ellas las que deciden dónde, cuándo y cómo utilizarlos. Los recursos humanos son fuente de ventaja competitiva de las organizaciones, por ello las empresas cada vez en mayor medida deben identificar el valor que la persona tiene para la organización y tratar de potenciarlo. Al igual, debe incrementar el valor que la empresa tiene para el empleado, con el fin de captar a las mejores personas y reducir el riesgo de transferibilidad de un activo tan valioso como es el capital humano (Valencia, 2005).

- **Relación con los stakeholders.**

La consideración de los grupos de interés en la toma de decisiones ha ocasionado que las compañías deban replantear algunas de sus estrategias debido a la presión ejercida por los mismos. Esta es producto de un sinnúmero de necesidades y requerimientos que son considerados insatisfechos por aquellos. Es por eso que las organizaciones deben identificar a cada uno de ellos para luego identificar sus demandas y dar paso a la formulación de estrategias socialmente responsables (Acuña Moraga et al., 2019); ya que los

stakeholders constituyen actores fundamentales en la cadena de valor y la construcción de relaciones con cada uno de ellos puede llevar a las empresas a la generación de ventajas competitivas que permitan mejorar los sistemas económicos en su conjunto (Armijos Cordero, 2017).

- **Impacto ambiental.**

Los asuntos medioambientales han llegado a ser un factor de consideración para un número significativo de empresas. Las razones pueden ser variadas, entre las que se pueden mencionar las regulaciones ambientales internas o externas al país, la búsqueda de la eficiencia productiva, las presiones de los consumidores, la estrategia publicitaria, la oportunidad de negocio o simplemente la conciencia ambiental de sus directivos. Independientemente de ello, la búsqueda o mantención de la rentabilidad pareciera ser el factor que resulta ser un común denominador de las razones mencionadas. Lo anterior debido a que, al incorporar la variable ambiental en los procesos de toma de decisiones de una empresa, de una u otra forma, implica evitar perder un mercado, competir adecuadamente con empresas o aprovechar una oportunidad de negocio (Cerdeña, 2013).

Identificarse como una Empresa B es una forma de declarar una identidad como organización interesada en el éxito tanto de los accionistas como de las demás partes interesadas. Asimismo, tener una identidad clara puede ayudar a las empresas a comunicar sus valores a los clientes, lo cual es particularmente beneficioso cuando manifiestan ser diferentes a la norma de la industria (Kim et al., 2016).

La sostenibilidad ambiental se ha convertido en un elemento significativo de la estrategia corporativa y el éxito del mercado y, a menudo, se correlaciona con un desempeño económico superior y competitividad tanto para las empresas como para los países. Fundamentalmente, las compañías que buscan formas de resolver los desafíos ambientales o de uso de energía de sus clientes suelen encontrarse con oportunidades sustanciales en el mercado y nuevos abordajes para obtener ventajas competitivas. El beneficio se produce no sólo en forma de apego del consumidor a la marca, sino también

en términos de un reclutamiento y retención de los empleados más sobresalientes y mejores relaciones con líderes comunitarios, defensores del consumidor y ONG ambientales.

Un desempeño ambiental de primera línea a nivel corporativo y nacional genera beneficios para la productividad y el éxito económico sostenido por las siguientes razones:

En primer lugar, en respuesta a requisitos de gestión de recursos naturales y control de la contaminación debidamente estructurados, las empresas tienden a adoptar prácticas innovadoras más ecoeficientes que mejoran la productividad industrial al reducir los insumos, eliminar la chatarra y los desechos y mejorar la eficiencia energética. Evidencia para respaldar este argumento se puede encontrar tanto a escala corporativa como a escala nacional. Wal-Mart, por ejemplo, redujo sus costos e impactos ambientales al establecer estrictos estándares para sus propias operaciones y todos sus proveedores con respecto a los desechos, los envases, el consumo de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero. Los objetivos aplicados en toda la cadena de valor de la empresa han impulsado a 60.000 proveedores a mejorar su performance con un impacto medible en el desempeño ambiental y la eficiencia de producción, en los países en los que Wal-Mart adquiere bienes. Como ha argumentado Michael Porter, es precisamente este tipo de productividad mejorada de los recursos de donde se deriva la ventaja competitiva de hoy en día.

En segundo lugar, los estándares ambientales bien diseñados pueden inducir a las empresas a desarrollar nuevos productos, técnicas de producción y servicios ecológicamente amigables que reducen los impactos ambientales y el consumo de recursos, y que también ofrecen resultados superiores en valor para quienes compran estos bienes y servicios. Las empresas que crean nuevas tecnologías u otras ofertas de mercado a menudo descubren que pueden aplicar sus avances no solo a sus propias actividades, sino también a otras empresas y sectores. El impulso de General Electric, por ejemplo, para producir motores a reacción más eficientes también propició el éxito de la empresa empleando nuevos materiales y una mayor eficiencia a las turbinas que son la clave para la energía eólica de menor costo.

En tercer lugar, algunas innovaciones agregan tanto valor que impulsan nuevas categorías comerciales y proporcionan una base para la ventaja competitiva del "océano azul" y, a veces, industrias completamente nuevas. Por ejemplo, el Toyota Prius redefinió el automóvil y desencadenó un nuevo mundo en auge de la movilidad eléctrica. De manera más general, el impulso en muchas jurisdicciones por una mayor eficiencia energética ha llevado a una "manufactura esbelta", menores costos de producción e industrias más competitivas. El éxito de fabricación de Japón en las últimas décadas, a pesar de los altos costos de la energía, representa el ejemplo por excelencia de este tipo de fuerza competitiva inducida por la sostenibilidad.

En cuarto lugar, una mejor implementación de las leyes y políticas ambientales reduce los costos para la salud humana por exposición a la contaminación que, de otro modo, disminuiría la productividad y la producción. Es posible imaginar un escenario en el que ciertas empresas contaminen fuertemente y sean más rentables en ausencia de una regulación ambiental estricta. Sin embargo, cualquier ganancia obtenida sería resultado de una falsa competitividad porque los beneficios para la empresa vendrían a costa una mayor pérdida para la sociedad en general. De hecho, como han señalado varios economistas, incluido Paul Krugman, algunas industrias estadounidenses (como la electricidad a carbón) pueden estar infligiendo cargas a la salud pública y daños ambientales que son más altos que la suma de los salarios y las ganancias que generan esas industrias (Esty y Charnovitz, 2013).

Referente a la dimensión social de la actividad empresarial, se observa que no se cuenta con una definición precisa pero que se vincula con aspectos de justicia social, cohesión social, calidad de vida y mejora en las oportunidades de generación de riqueza para todos (Chaihuaque, 2019).

Recopilando lo expuesto por diversos autores, Chaihuaque (2019) amplía que puede abarcar las siguientes ideas: (a) valores básicos de equidad y democracia (Sachs, 1999); (b) consecuencias sociales y culturales en la sociedad (Marafa, 2002); (c) condiciones mejoradas en las comunidades y fortalecimiento de los procesos que tienen que ver con la mejora de las condiciones de vida (McKenzie, 2004); (d) necesidades básicas y capacidad de individuos y comunidades (Gilchrist y Allouche, 2005); (e) satisfacer

necesidades humanas, actuar dentro de los principios de justicia social, dignidad humana y compromiso (Littig y Grießler, 2005); (f) cultura, equidad y justicia social (Koning, 2010); (g) necesidades básicas relacionadas la con salud, vivienda, equidad alimentaria y equidad social (Colantonio, 2008); (h) acceso al capital, infraestructura social, justicia social, equidad y compromiso del gobierno (Cuthill, 2010); (i) bienestar social, calidad de vida, justicia social, cohesión social, diversidad cultural, derechos democráticos (políticos), equidad de género, derechos de los trabajadores, desarrollo del capital social y capacidades individuales (Boström, 2012); (j) democracia, justicia social, cohesión social, bienestar e identidad cultural (Juha et al., 2012); (k) equidad en educación, calidad de vida, capital social, cohesión social, integración y diversidad (Ahman, 2013); (l) establecer sistemas, productos y servicios diseñados para mejorar la salud y bienestar de todos los miembros de una comunidad (Danielle et al., 2016).

Al respecto, SEKN (2016) aporta que, en el caso de las empresas privadas, los emprendimientos tienen que ver por regla general con la mejora de las condiciones de vida de las comunidades donde aquellas actúan. Esto es fuente de legitimidad para la organización ante audiencias internas, locales (comunidades vecinas), nacionales e internacionales y contribuye al éxito del emprendimiento, puesto que es la manera de conocer los diferentes puntos de vista, necesidades y contribuciones posibles de los diferentes grupos de interés y añade:

Muchas veces las decisiones estratégicas buscan cómo lograr ciertas ventajas para la organización, por ejemplo respecto a otras organizaciones o a la competencia. Esta ventaja competitiva puede consistir en muchas cosas diferentes: lealtad de los clientes o destinatarios de los productos o servicios, motivación de los empleados o voluntarios, reputación y visibilidad, relaciones estrechas con proveedores, buenas relaciones con el entorno social y político, etc. Esto, a su vez, permite reforzar la capacidad operacional y crear más valor social y económico (SEKN, 2006, p. 77).

### **Triple Bottom Line (TBL, 3Ps o 3BL)**

Siguiendo la línea de desarrollo sustentable, el resultado final triple es un marco de sostenibilidad que examina el impacto social, medioambiental y económico de una empresa (Elkington, 2018). García López (2015) explica que:

Durante los últimos años se ha podido apreciar como en todos los niveles y grupos relacionados con la empresa (la dirección, consultoría, inversores, ONG's, la sociedad en general) ha aparecido un nuevo concepto que se ha puesto de moda: la cuenta del triple resultado, más conocida por su acepción inglesa "The Triple Bottom Line".

El término "triple bottom line" data de mediados de los años 90, cuando un grupo de expertos en contabilidad empieza a utilizarlo en sus trabajos. No obstante, no será hasta la publicación en 1998 del libro de John Elkington's "Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business" cuando este concepto empieza a tener fuerza. No es de extrañar, por tanto, que la mayoría de las grandes empresas de auditoría hayan aprovechado la aparición de este nuevo nicho de negocio para ofrecer sus servicios con el fin de ayudar a las empresas que quieran medir, auditar o hacer una memoria de sus líneas sociales y/o ambientales.

John Elkington diseñó un sistema nuevo para evaluar la sostenibilidad, al plantear un nuevo marco para medir el desempeño. Este marco contable, llamado TBL, fue más allá de las medidas tradicionales de beneficios, el rendimiento de la inversión, y valor para los accionistas e incluyó las dimensiones ambiental y social.

Sin embargo, y en coincidencia con el 25º aniversario desde la proposición del término "Triple Bottom Line", Elkington (2018) reconoció que:

El concepto de TBL ha sido capturado y diluido por contadores y consultores de informes. Miles de informes TBL se producen anualmente, aunque no está claro que los datos resultantes se agreguen y analicen de manera que realmente ayuden a los tomadores de decisiones y a los responsables políticos a rastrear, comprender y gestionar los efectos sistémicos de la actividad humana.

Fundamentalmente, existe un problema cultural en los negocios, las finanzas y los mercados. Mientras que los CEO, CFO y otros líderes corporativos mueven cielo y tierra para asegurarse de que alcanzan sus objetivos de ganancias, lo mismo ocurre muy raramente con sus objetivos de sociales y ambientales. Claramente, la Triple Línea de Fondo no ha logrado enterrar el paradigma de la línea de fondo única.

Elkington (2018) nota un gran impulso para el cambio de la mano de las Empresas B certificadas ya que todas están configuradas en torno a 3BL, dedicadas a ser no solo "los mejores del mundo", sino "los mejores para el mundo".

Sin embargo, para cambiar la realidad actual se requerirá una nueva ola de innovación y despliegue de TBL con escala adecuada e intención radical para evitar que la humanidad sobrepase los límites planetarios: un ADN para la creación de valor, un código genético para el capitalismo de mañana, estimulando la regeneración de las economías, sociedades y biosfera (Elkington, 2018).

En detalle, Kraaijenbrink (2019) explica que el marco de las 3Ps implica lo siguiente:

- **People (Personas):** el impacto positivo y negativo que tiene una organización en sus partes interesadas más importantes. Estos incluyen empleados, familias, clientes, proveedores, comunidades y cualquier otra persona que influya o se vea afectada por la organización.
- **Planet (Planeta):** el impacto positivo y negativo que tiene una organización en su entorno natural. Esto incluye la reducción de su huella de carbono, el uso de recursos naturales, materiales tóxicos, etc., pero también la eliminación activa de desechos, la reforestación y la restauración del daño natural causado.
- **Profit (Ganancia):** el impacto positivo y negativo que tiene una organización en la economía local, nacional e internacional. Esto incluye crear empleo, generar innovación, pagar impuestos, crear riqueza y cualquier otro impacto económico que tenga una organización.

En la lectura clásica de las 3Ps, existe confusión sobre el tercero: la ganancia; ya que se interpreta en el sentido tradicional, es decir, el beneficio financiero

que obtiene una empresa. Esto es erróneo porque, al centrarse solamente en las ganancias monetarias de la organización, se pierde el enfoque original que gravita en torno al impacto social y, por lo tanto, en el beneficio social.

Esta interpretación generalizada de 3BL sugiere que las organizaciones funcionan correctamente si generan grandes ganancias y limitan su daño a las personas y al planeta.

Lo que, en rigor, representa la tercer P es "prosperity" o prosperidad, retirando la atención de las ganancias como una meta legítima. Claramente las ganancias son necesarias para mantener vivas a las organizaciones, pero siempre como un medio y no un objetivo en sí mismo. Mejorar el impacto en las personas, el planeta y la prosperidad son objetivos en sí mismos. Esas fueron las intenciones originales de Elkington con el 3BL: minimizar nuestros impactos negativos y maximizar nuestros impactos positivos en los tres (Kraaijenbrink, 2019).

### Capítulo 3 – Marco Metodológico

El enfoque de la presente investigación es de carácter cualitativo y, a efectos de cumplir con los objetivos planteados precedentemente, se contactó a la totalidad de Empresas certificadas B existentes en la provincia de Córdoba a junio de 2020. De esta manera, la muestra es representativa estadísticamente.

Del total de la muestra, la cantidad de respuestas considerada representa el 70% de la población (siete Empresas respondieron la encuesta enviada para la recopilación de información, mientras que tres omitieron hacerlo por razones no especificadas).

Con el propósito de conocer los beneficios en factores determinantes de la competitividad de las empresas de la muestra, el alcance de la investigación es exploratorio, familiarizando al lector con fenómenos relativamente desconocidos (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 79).

En la Tabla 3 se aprecia el listado de Empresas certificadas B que componen la población bajo estudio mientras que en el Anexo III se detallan las características y el modelo de negocio de cada una.

**Tabla 3**

*Empresas B que conforman la población bajo estudio*

Empresa	Actividad comercial
	Desarrollo de soluciones sustentables de diseño gráfico e industrial para todo tipo de compañías.
	Venta de soluciones B2B a empresas que quieren utilizar bioplásticos, mediante la venta de resinas primarias, ingeniería, diseño, y asesoramiento en general.
	Desarrollo de recursos enfocado en implementar estrategias de comunicación y desarrollo de recursos que contribuyan al posicionamiento público y a la sustentabilidad de las organizaciones de la sociedad civil.
	Recupero de materiales desechados por grandes generadores (industrias, comercios, municipios, etc.) para ser re insertados en el mercado como materia prima.
	Desarrollo de la creatividad e imaginación de los niños a partir de juguetes elaborados de material reciclado.

	<p>Venta de productos de consumo masivo, alcohol etílico, carbonato de calcio, gas carbónico, quimosina, servicios tecnológicos y mini-distilerías.</p>
	<p>Servicio de asesoría y capacitación empresarial basada en las personas.</p>
	<p>Servicio de coordinación de experiencias de voluntariado internacional con el propósito de generar un encuentro de culturas con impacto social.</p>
	<p>Prestador de servicios turísticos en el Parque Nacional Talampaya (área declarada Patrimonio de la Humanidad).</p>
	<p>Desarrollo de software a medida.</p>

*Fuente: Certified B Corporation y Sistema B, 2020.*

Con la intención de abordar ordenadamente los objetivos planteados, se elaboró una encuesta agrupando preguntas de acuerdo a distintas secciones. Las mismas permitieron conocer características de cada Empresa, sondear su relación con Sistema B y obtener datos respecto a la relación entre la Certificación y cambios percibidos en los factores determinantes de la competitividad propuestos.

#### **Tabla 4**

*Secciones contempladas en la encuesta propuesta*

<b>Secciones de la encuesta</b>	
<b>I</b>	La Empresa.
<b>II</b>	Sistema B.
<b>III</b>	Imagen de marca y posicionamiento en el mercado.
<b>IV</b>	Calidad y mejora continua.
<b>V</b>	Capital humano.
<b>VI</b>	Relación con otros stakeholders.
<b>VII</b>	Impacto ambiental.

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

A continuación, se detalla la cantidad de preguntas formuladas en la encuesta la cuales contribuyen a lograr los objetivos del trabajo (en el Anexo IV se detalla con mayor apertura la relación entre cada pregunta y el objetivo al cual responde).

**Tabla 5**

*Cantidad de preguntas formuladas para lograr cada objetivo planteado*

	<b>Objetivo</b>	<b>Cantidad de preguntas</b>
<b>A</b>	Recolectar datos generales.	19
<b>B</b>	Analizar el modelo de negocio para lograr triple impacto.	13
<b>C</b>	Identificar cambios en imagen de marca y posicionamiento en el mercado.	14
<b>D</b>	Identificar cambios en calidad y mejora continua.	7
<b>E</b>	Identificar cambios en atracción y retención de capital humano.	18
<b>F</b>	Identificar cambios en relación con los stakeholders.	11
<b>G</b>	Identificar cambios en impacto ambiental.	6
	<b>Total</b>	<b>69</b>

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Adicionalmente y con el objetivo de conocer en mayor profundidad el modelo de negocio y proceso de certificación, se realizaron entrevistas semi estructuradas a las empresas que brindaron este acceso (ver Anexo V).

Para entablar la relación con cada Empresa, se relevaron los datos de contacto de los referentes de cada una de ellas, publicados en la página web oficial de Sistema B. Contando con los mismos, se realizó una primera aproximación, vía telefónica, para verificar la intención de responder la encuesta formulada. Luego, se envió un link de Google Forms por correo electrónico, buscando la máxima facilidad de respuesta en el menor tiempo posible y atendiendo los cuidados sanitarios necesarios producto de la pandemia generada por el virus COVID-19. Una vez recibidas las contestaciones, se elaboró un análisis de la información recabada para luego proceder a realizar algunas entrevistas de seguimiento y, finalmente, elaborar las conclusiones del presente Trabajo Final.

Cabe aclarar que las encuestas, como fuentes primarias de información, fueron dirigidas a las Empresas certificadas B en cuestión para ser respondidas de forma anónima, pero no a sus clientes por cuestiones legales

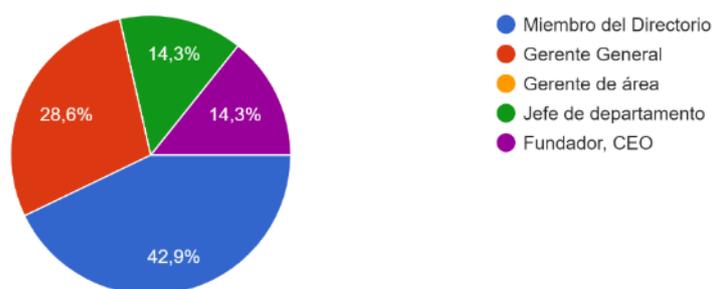
y de privacidad. En este sentido, el estudio se basa en la información proporcionada por el personal afectado a las compañías que respondió los cuestionarios.

Asimismo, se recabaron datos de fuentes secundarias como libros, artículos y otras publicaciones. También se consultó la información oficial de Certified B Corporation, Sistema B Latinoamérica y otras entidades reconocidas en la materia.

El siguiente gráfico muestra los cargos que ocupan los encuestados que participaron del estudio, todos idóneos para responder sobre los temas de interés en cuestión:

### Figura 8

*Tipificación de los encuestados*



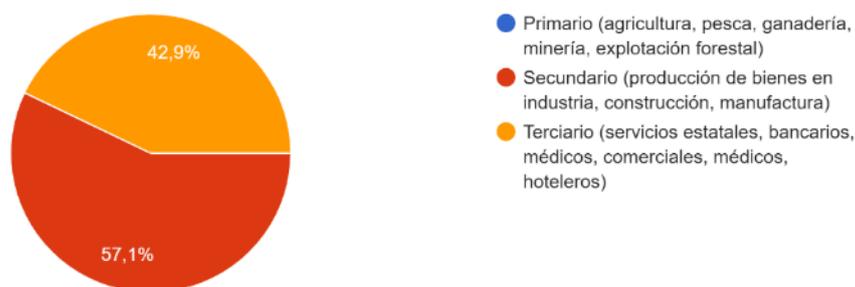
*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Las Empresas certificadas B cordobesas tienen más de un año de existencia y se auto perciben como pequeñas o medianas.

A continuación, se aprecia que ninguna de las empresas que respondieron la encuesta desarrolla su actividad en el sector primario y que operan en estructuras de mercado variadas.

### Figura 9

*Sectores de la economía en que se desarrollan las Empresas*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

**Figura 10**

*Tipificación del mercado en el que operan las Empresas*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

## Capítulo 4 – Análisis de Resultados

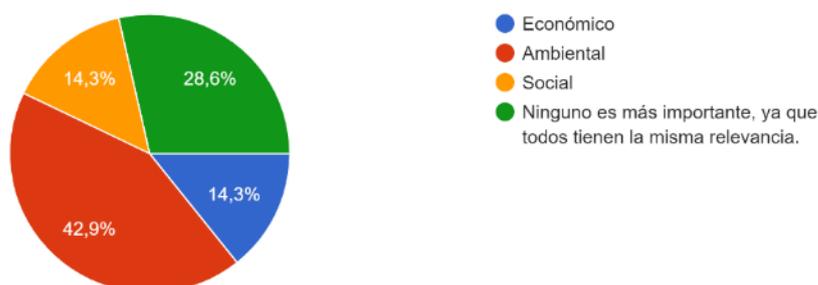
En el presente capítulo se exponen los resultados obtenidos a partir de la encuesta enviada a las Empresas B cordobesas y las entrevistas de seguimiento realizadas junto con el análisis efectuado en función del Capítulo 2 – Marco Teórico. A tal efecto, primero se aborda lo referente a la Certificación con Sistema B y luego lo referente a Factores Determinantes de la Competitividad seleccionados.

### Referente a la Certificación con Sistema B

Según los encuestados, la valoración de los tres objetivos del triple impacto planteados por Sistema B se aprecia en la siguiente figura, teniendo mayor preponderancia la cuestión ambiental:

#### Figura 11

*Relevancia de los objetivos de triple impacto*

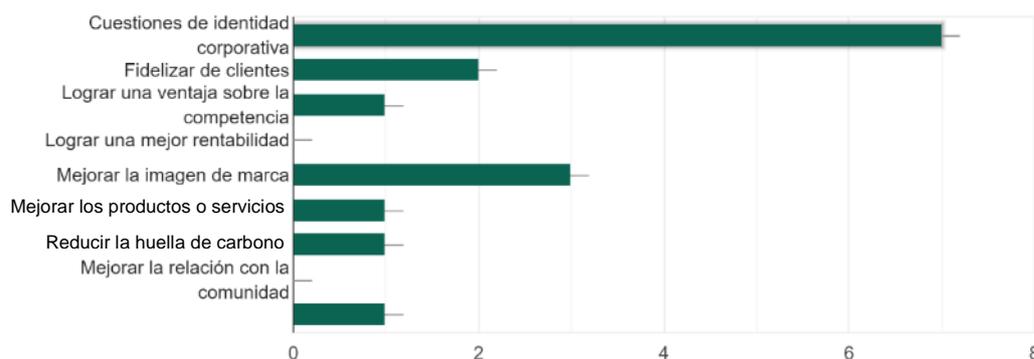


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Al momento de avocarse a la tarea de conseguir la Certificación de Empresa B, la totalidad de los referentes lo relacionó con una cuestión de identidad corporativa y ninguno con lograr un aumento de rentabilidad (esto fue constatado también en las entrevistas de seguimiento), consistente con el cambio de paradigma para abordar negocios; o sea, sin descuidar el valor compartido para las partes interesadas, y consonante con el núcleo de lo que Sistema B pretende para las mejores organizaciones para el mundo. El hecho de conseguirla repercutió mayoritariamente en una mejora de imagen de marca y posicionamiento en el mercado, lo cual es parte de una estrategia para generar vínculos emocional y simbólico con los consumidores y lograr mantener una mayor confianza y reconocimiento por parte de los stakeholders, todo apuntando a la sostenibilidad del negocio.

**Figura 12**

*Motivos que influyeron para decidir conseguir la Certificación*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

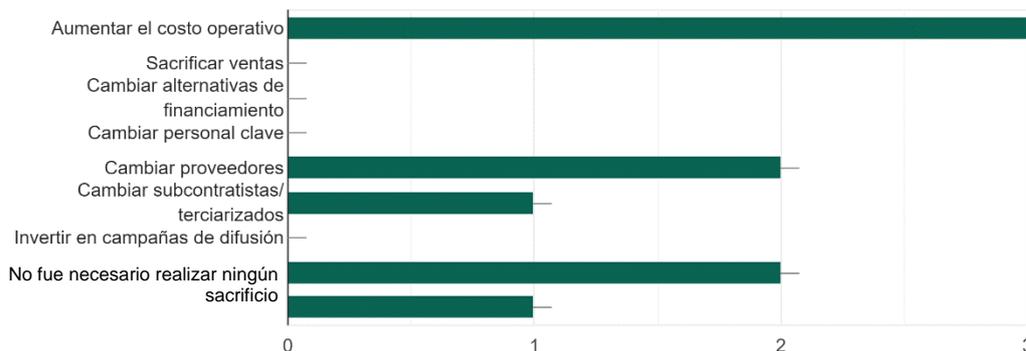
Para obtener la Certificación de Empresa B, los encuestados reportaron que debieron hacerse cambios y sacrificios, con algunos casos de aumento de costos operativos (14,3% de la muestra). Dado que han obtenido beneficios asociados, se infiere que lo antedicho representa una inversión y no un gasto para estas organizaciones. En las entrevistas de seguimiento quedó claro que el acompañamiento de Sistema B colaboró a lograr la Certificación y que el tiempo demandado para realizar el proceso fue menor que el esperado.

**Figura 13**

*Cambios realizados para certificar con Sistema B*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

**Figura 14***Sacrificios realizados para certificar con Sistema B*

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Si bien todos los encuestados establecieron que ninguna Empresa viró totalmente hacia un nuevo tipo de negocio equilibrando propósito y ganancias, el 100% planea recertificar (reforzando lo analizado anteriormente). Se infiere que las Empresas nacieron con visiones concordantes con los principios de triple impacto y que validaron las mismas al obtener la Certificación de Sistema B.

La totalidad de las Empresas participó en eventos de la Comunidad B pero dos temas en la agenda de Sistema B no fueron de interés para ellas: atracción de talentos y resiliencia. Por otra parte, la mayoría obtuvo descuentos y beneficios de otras Empresas B, tal como detalla Sistema B como ventaja de obtener la Certificación.

El 71,4% de los participantes solicitó financiamiento específicamente orientado a Empresas B pero solamente el 33,3% lo obtuvo.

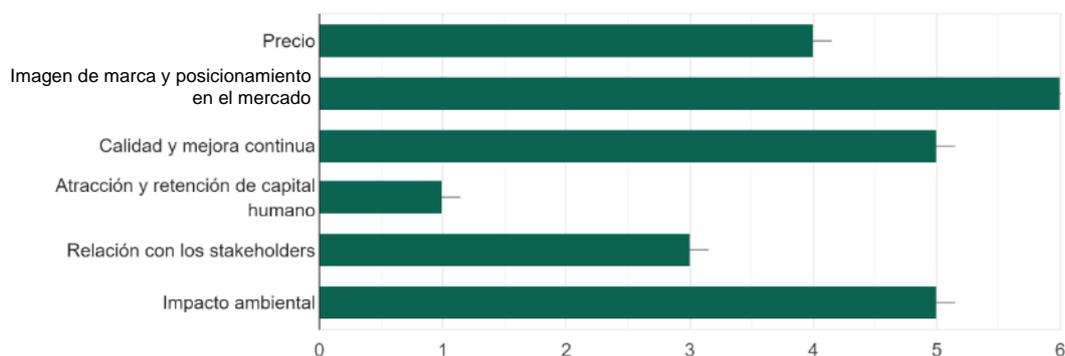
De las entrevistas se desprende que la cantidad de modelos de negocio abarcados para la certificación es amplia y, con ayuda de Sistema B Argentina, el proceso es ameno tanto para la certificación como para las recertificaciones posteriores. También se rescatan su validez para gestionar la mejora continua de los procesos internos y que no es una herramienta estática, sino que se ajusta con el pasar del tiempo, volviéndose cada vez más exigente, en concordancia con la evolución de los estándares globales.

## Referente a factores determinantes de la competitividad

Respecto a los factores que determinan la competitividad de cada Empresa, los encuestados respondieron de manera diversa pero generalmente enfocados en imagen de marca y posicionamiento en el mercado, calidad y mejora continua e impacto ambiental. La atracción y retención de capital humano no es percibida como un factor determinante de la competitividad.

### Figura 15

*Factores Determinantes de la Competitividad de las Empresas*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

### ***Imagen de marca y posicionamiento en el mercado***

En relación a los clientes, las Empresas evalúan que la confianza en los productos y/o servicios brindados es afectada de manera diversa por la Certificación, según cada experiencia (se intuye que esto tiene relación con el ámbito en el que se desarrolla la actividad económica de cada empresa; ya que distintos clientes valoran de manera distinta dicha confianza). No obstante; luego de conseguida, la mayoría registró más cantidad de consultas, contactos o visitas por sus productos y/o servicios, a través de sus canales de vinculación con el público producto de su mejora de imagen de marca.

**Figura 16**

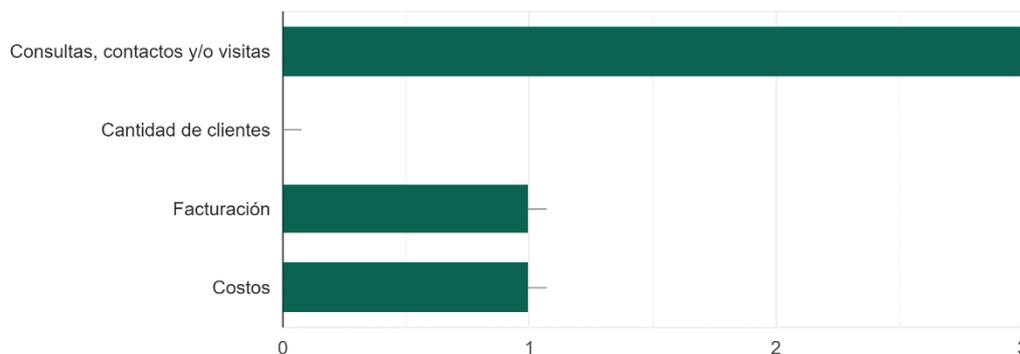
*Confianza de los clientes como consecuencia de la Certificación*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

**Figura 17**

*Mejoras directas producidas como consecuencia de la Certificación*

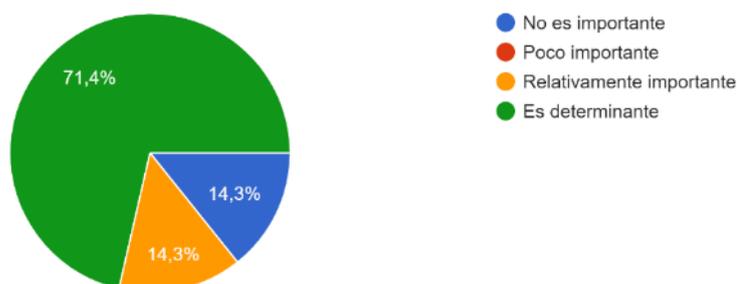


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Un aspecto a destacar del conjunto de Empresas es que la gran mayoría considera que la sostenibilidad de su negocio es relativamente importante o determinante, poniendo el foco de su actividad en el crecimiento constante mediante la adquisición de ventajas competitivas (diferenciadoras) a partir de las comparativas (sin innovación).

**Figura 18**

*Importancia de la sostenibilidad en el negocio de las Empresas B*



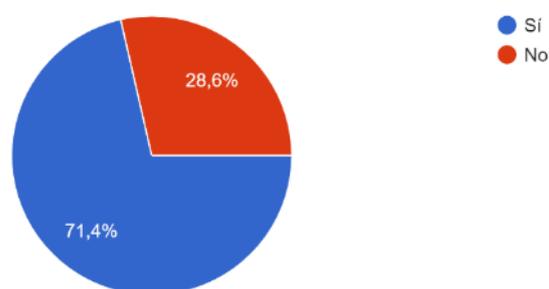
*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

### **Calidad y mejora continua**

En la mayoría de los casos, se implementaron nuevos procesos al obtener la Certificación de Empresa B. En todos los casos, la evaluación de impacto ambiental juega un factor preponderante en lo que refiere a prácticas de sostenibilidad, en segundo lugar, la evaluación de impacto social de su Empresa.

#### **Figura 19**

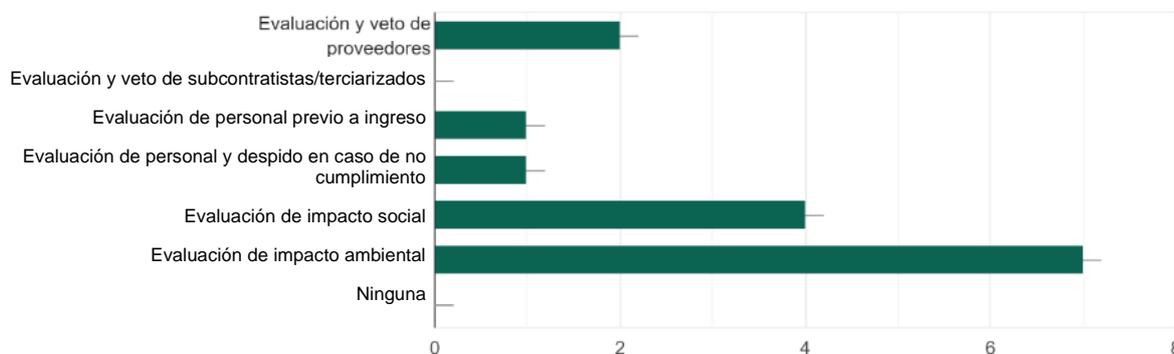
*Implementación de nuevos procesos internos*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

#### **Figura 20**

*Prácticas de sostenibilidad internas*



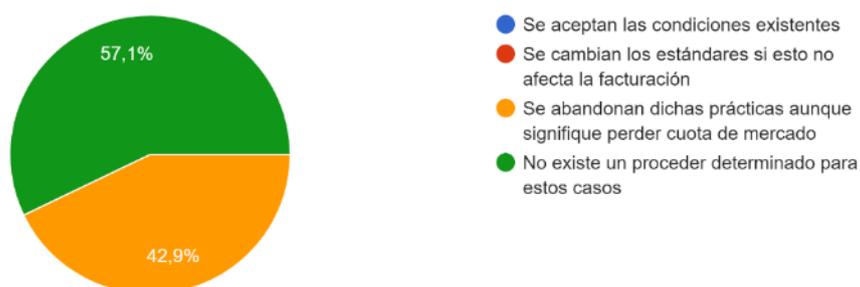
*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

En caso de detectarse prácticas no sostenibles en la actividad comercial de la Empresa, la mayoría admite que no existe un proceder determinado, sino que se analiza cada caso puntualmente. Coincidentemente, el mismo porcentaje de encuestados no admite la posibilidad de trabajar con proveedores ni subcontratistas o tercerizados que no cumplan con las prácticas de sostenibilidad fijadas por las Empresas. Se infiere que analizarían caso por caso porque los incumplimientos procederían desde dentro de las organizaciones.

Casi la mitad de los encuestados afirma que se abandonarían dichas prácticas aun si disminuye su participación en el mercado; sin embargo, 14,3% admite que no es importante que proveedores ni subcontratistas o tercerizados cumplan con las prácticas requeridas (en estos casos existe un doble estándar: se busca evitar prácticas que vayan en contra de la sostenibilidad del negocio pero se admiten fuera de la organización, lo cual es claramente contrario a la filosofía de contagio de premisas de Sistema B). Estas Empresas serían permeables a incumplir con algunos valores y se asume que esto está relacionado con el sistema de puntuación en el que se requieren 80 o más puntos de un total de 200 que contempla el Diagnóstico de B Lab a través de su exhaustiva encuesta.

### Figura 21

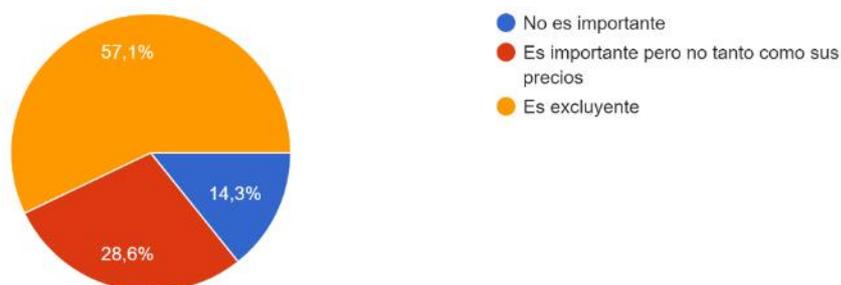
*Reacción ante actividades no sostenibles*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

### Figura 22

*Cumplimiento de prácticas sostenibles por parte de proveedores y subcontratistas o tercerizados*



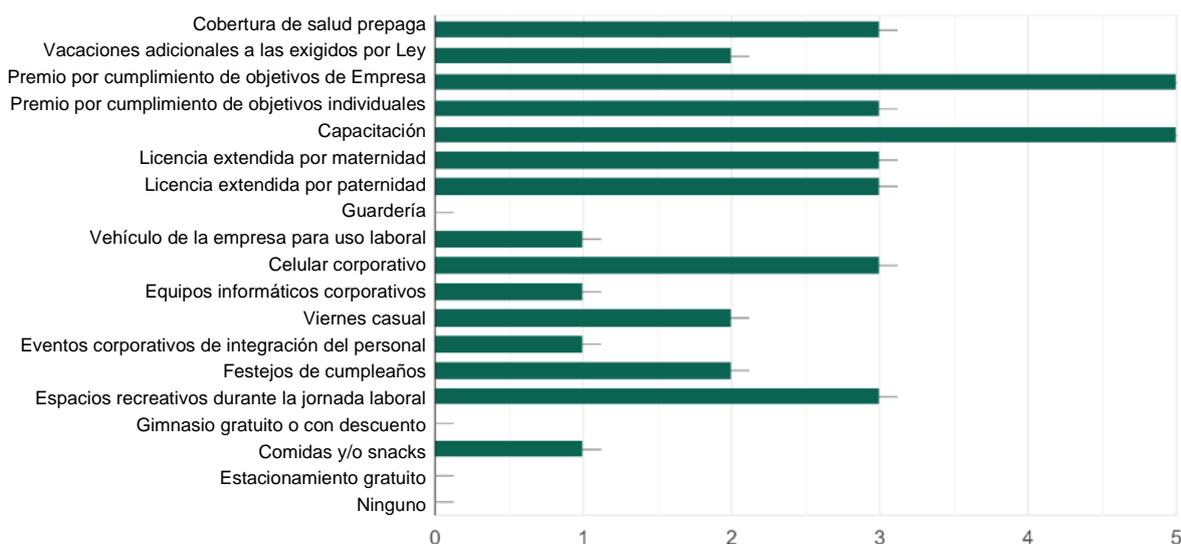
*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

## Capital humano

Si bien la atracción y retención de capital humano no es percibida como un factor determinante de la competitividad, las respuestas de los encuestados denotan acciones por parte de las Empresas para favorecer el bienestar del personal, siguiendo la tendencia actual de valorar este activo intangible.

### Figura 23

#### Beneficios adicionales a los previstos por ley

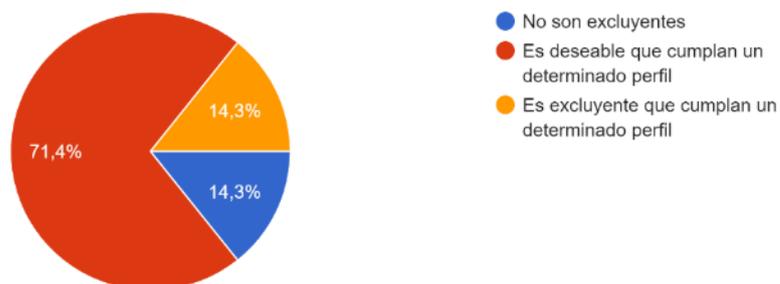


Fuente: Elaboración propia, 2020.

Con excepción de una de las empresas, el resto pondera como deseable o excluyente el historial en materia de sostenibilidad de postulantes para cubrir vacantes gerenciales; esto permite apreciar un compromiso en este sentido de lo más alto de la jerarquía hacia el resto de la organización.

### Figura 24

#### Ponderación de antecedentes del personal gerencial



Fuente: Elaboración propia, 2020.

Referente a la composición del capital humano, la mayoría de las Empresas cuenta con colaboradores locales, pero no siendo una exigencia interna. Ninguna establece un cupo femenino a cumplir y la mayoría no cuenta con una política interna antidiscriminatoria. Sin dejar de ser un aspecto a mejorar, esto parece ser más bien un reflejo del lento avance de la sociedad Cordobesa en dichas cuestiones y no de una contradicción con las premisas de la Comunidad B.

**Figura 25**

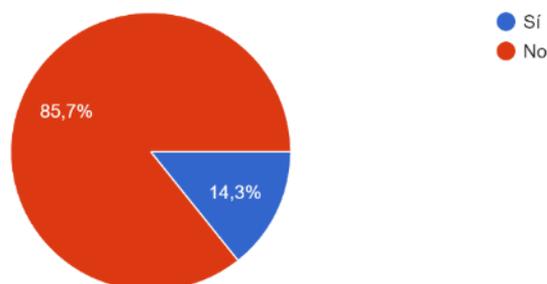
*Personal local contratado*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

**Figura 26**

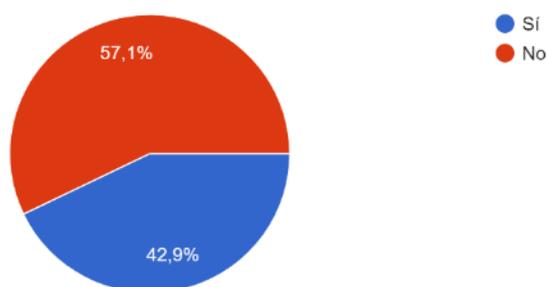
*Exigencia a subcontratistas/tercerizados de contratar personal local*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

**Figura 27**

*Normativa anti discriminación de minorías étnicas y colectivo LGBT*

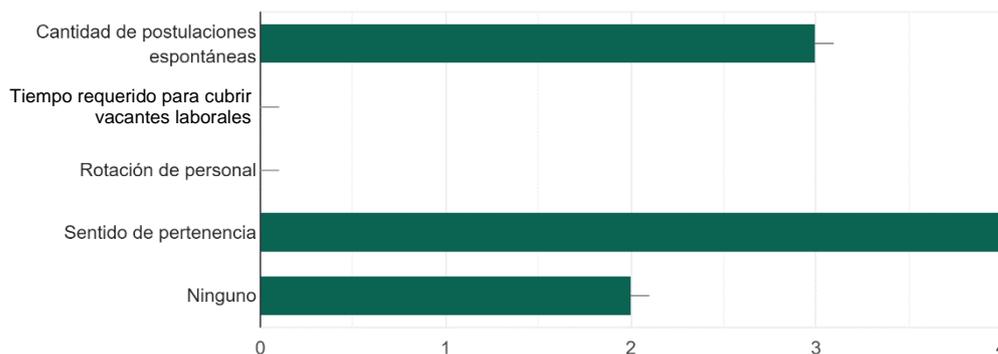


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Es de destacar que, luego de lograr la Certificación de Empresa B, se generaron algunas mejoras directas en el capital humano. En la mayoría de los casos, en lo referente al sentido de pertenencia, tal como detalla Sistema B como ventaja de obtener la Certificación.

### Figura 28

*Mejoras relacionadas con la Certificación de Empresa B*

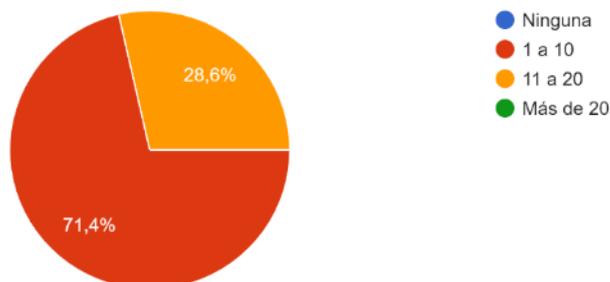


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

También se destaca que todos los colaboradores, sin distinción de jerarquía, pueden presentar propuestas para la toma de decisiones de las Empresas y, de hecho, en todos los casos se han registrado iniciativas en el último año. La mayoría de las propuestas tuvieron relación con cuestiones referidas al impacto ambiental y proveedores. Lógicamente, solamente algunas de ellas se implementaron.

### Figura 29

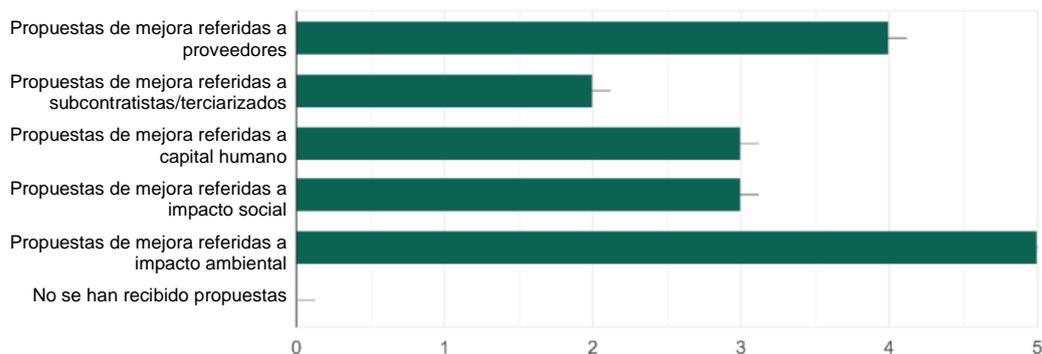
*Iniciativas recibidas en el último año*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

### Figura 30

*Tipos de iniciativas recibidas en el último año*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

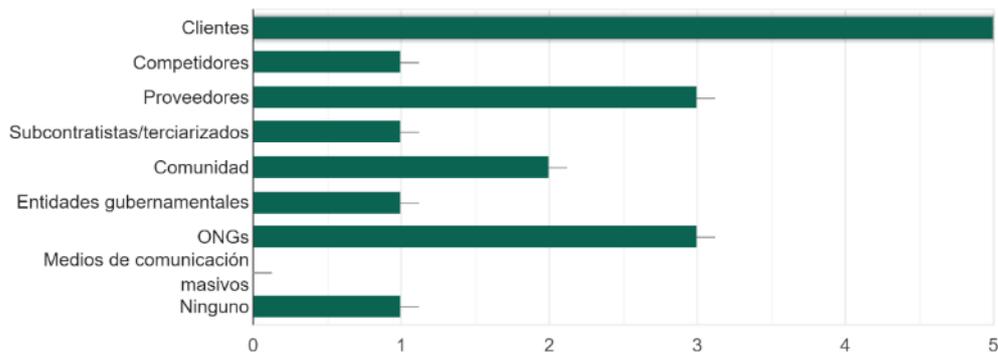
En ninguna de las Empresas B se registraron despidos ni reclamos relacionados con la Certificación.

### **Relación con otros stakeholders**

Para relacionarse con otros stakeholders, la herramienta elegida más frecuentemente es la página web de cada empresa. Difundidos los propósitos y logros económicos, sociales y ambientales de cada Empresa, en la mayoría de los casos, se registró feed-back positivo de parte de los clientes. En menor medida, lo hicieron así algunos proveedores y ONGs. En ningún caso se registraron críticas negativas, lo cual refuerza la premisa de que atender las necesidades sociales y medioambientales es exigencia de las partes interesadas porque las Empresas se conciben como una parte de la sociedad en lugar de ser meramente entidades productoras de rentabilidad para sus accionistas.

### Figura 31

*Fuentes de feed-back positivo*

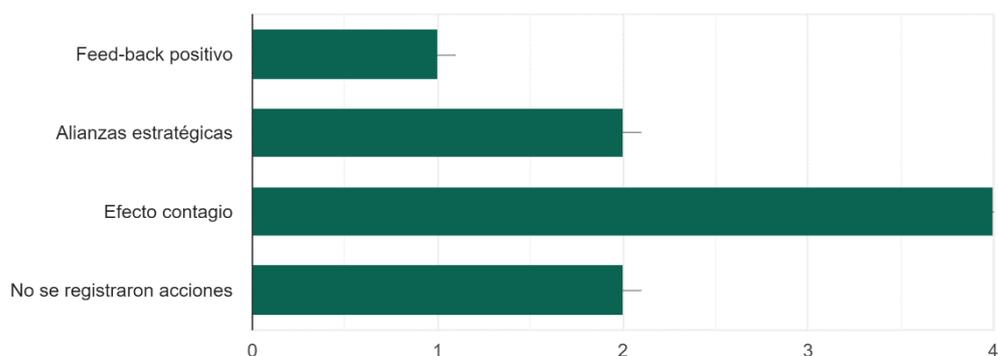


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Tal como se pretende dentro del Ecosistema B, el efecto contagio es la reacción más usual de la competencia de las Empresas B. En lo concreto, para el desarrollo de la actividad de cada organización, se logran formalizar algunas alianzas estratégicas.

### Figura 32

#### Acciones registradas en la competencia

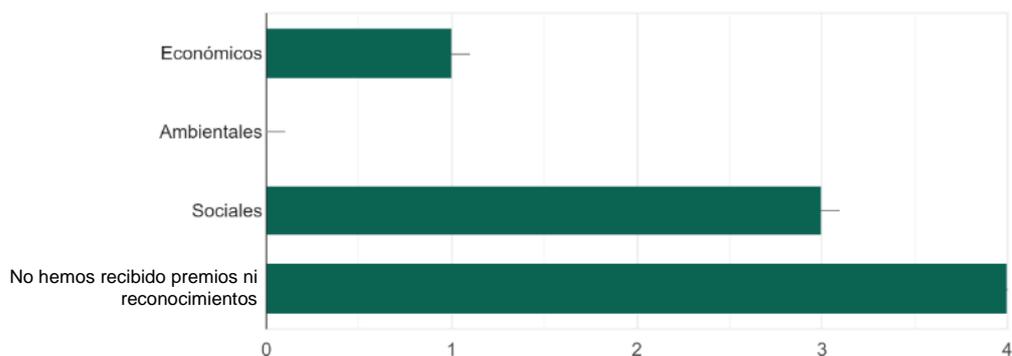


Fuente: Elaboración propia, 2020.

Como parte del cumplimiento del compromiso de impacto ambiental gestado por cada empresa, el 42,9% de los casos recibió premios y reconocimientos.

### Figura 33

#### Reconocimientos y premios

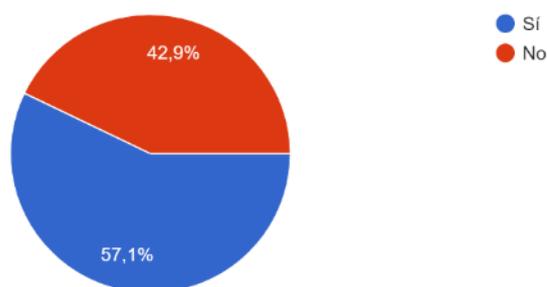


Fuente: Elaboración propia, 2020.

Es llamativo que, en la mitad de los casos, estos logros no tuvieron difusión interna ni externa y es destacable que, en la mayoría de los casos, dieron surgimiento a nuevas iniciativas, como parte de un círculo virtuoso.

**Figura 34**

*Iniciativas a raíz del cumplimiento de objetivos de triple impacto*

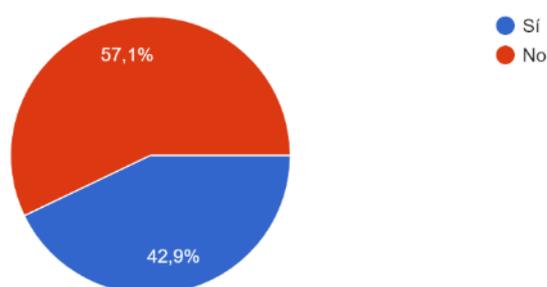


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Casi la mitad de las Empresas B (42,9%) cuentan con programas de acción social y/o ambiental en la comunidad. Una gran mayoría realiza donaciones de algún tipo a la comunidad.

**Figura 35**

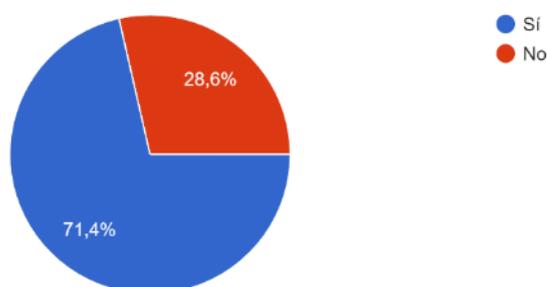
*Programas de intervención social y/o ambiental en la comunidad*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

**Figura 36**

*Donaciones a la comunidad*

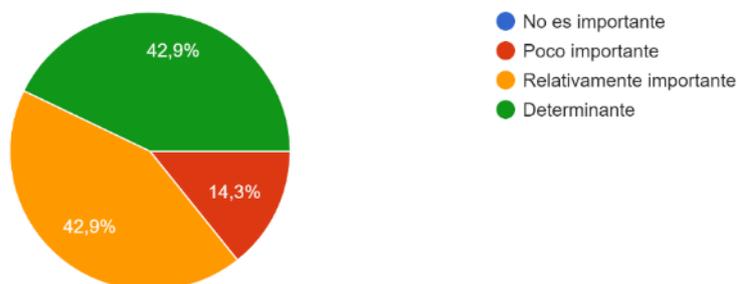


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Todas las Empresas ponderan la importancia de la sostenibilidad de potenciales inversionistas o fuentes de financiamiento para la toma de decisiones.

**Figura 37**

*Importancia de la sostenibilidad de potenciales inversionistas o fuentes de financiamiento*



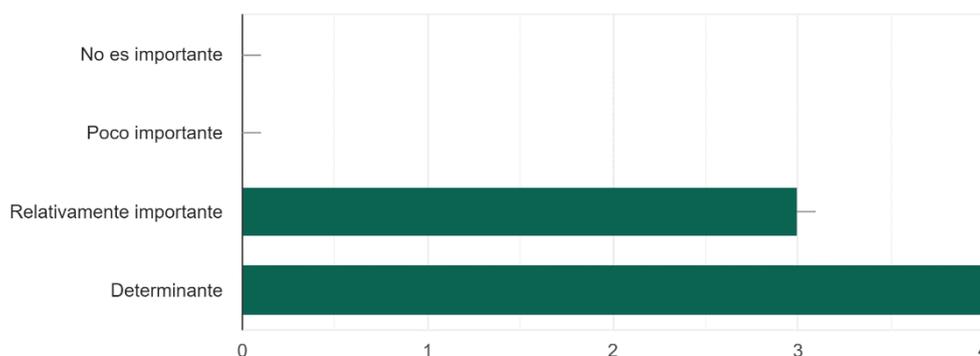
*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

**Impacto ambiental**

En el total de los casos, el impacto ambiental de la Empresa tiene algún grado de importancia. En la mayoría (57,1%), este factor se considera determinante.

**Figura 38**

*Importancia del impacto ambiental para las Empresas*

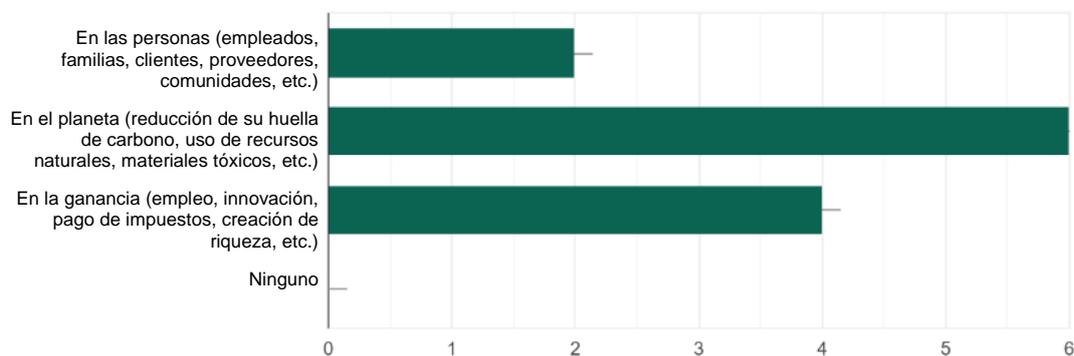


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

Las mediciones que se realizan se enfocan principalmente en el impacto medioambiental pero sin dejar de lado los aspectos social y económico. Todas las empresas realizan dichas mediciones de alguna manera: 85,7% lo hace de manera objetiva mientras que el resto lo hace de manera subjetiva.

### Figura 39

#### *Focos en la medición de impacto ambiental*

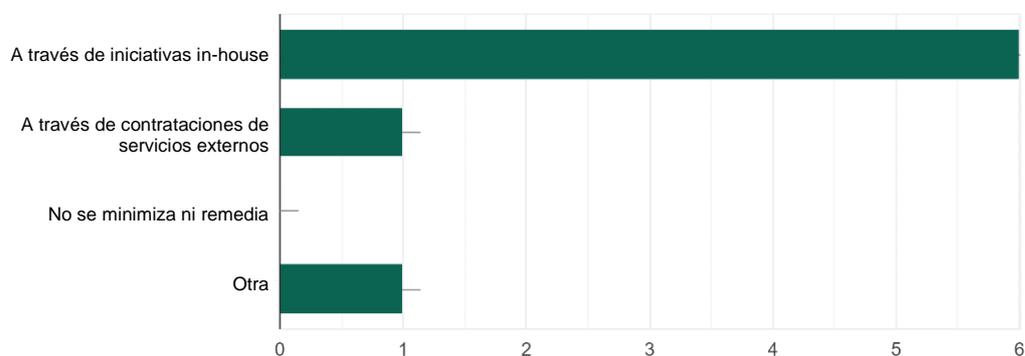


*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

En línea con la filosofía de Sistema B, todas las Empresas minimizan o remedian sus respectivos impactos ambientales, eligiéndose las iniciativas in-house (no divulgadas por los encuestados) como la principal manera de hacerlo.

### Figura 40

#### *Formas elegidas para minimizar o remediar el impacto ambiental*



*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

## Capítulo 5 – Conclusiones

Estamos transitando la sexta extinción masiva, pero aún se puede detener. La disparidad creciente entre pobres y ricos es alarmante, pero se puede morigerar. Por ello, es imperioso alinear objetivos hacia la sostenibilidad de las actividades humanas en la Tierra.

Tanto las personas como las organizaciones fácticamente pueden y moralmente deben buscar beneficios colectivos a largo plazo aprovechando el cambio de paradigma en la forma de concretar negocios. El núcleo de la cuestión reside en aportar racionalidad a las actividades humanas; entre ellas, las que desarrollan con las empresas.

En Argentina, en ausencia de una obligación legal, el hecho de formar parte de Sistema B representa una convicción por impulsar el funcionamiento de las Empresas de manera sustentable, favoreciendo a todos los stakeholders. Sin descuidar la generación de rentabilidad requerida para garantizar la viabilidad de los emprendimientos, esta identidad produce un efecto contagio entre competidores y en la comunidad que fomenta mejoras en el desempeño social y ambiental. Se ha demostrado que existe sinergia, no contradicción, entre hacer negocios y buscar mejorar el mundo.

Cumpliendo el primer objetivo de este trabajo, se determina que la Certificación es un proceso que requiere cambios y sacrificios; sin embargo, resulta ser una oportunidad de autoevaluación y mejora que, de la mano de Sistema B Argentina resulta ser viable para todo tamaño de organización.

Si bien en la presente investigación existen limitaciones para generalizar al universo de Empresas B, el hecho de que la totalidad de las encuestadas planee recertificar refuerza la valía del instrumento, ostenta su compromiso con la sostenibilidad y muestra una relación fructuosa entre Certificación y crecimiento corporativo.

Respecto al segundo objetivo del presente trabajo, se comprueba que la Certificación de Empresa B aportó beneficios directos en la mayoría de los factores determinantes de competitividad analizados, pero lo hizo especialmente en tres de ellos: imagen de marca y posicionamiento en el mercado, calidad y mejora continua e impacto ambiental.

En primer lugar, para la mayoría de las empresas, dentro del triple impacto, la cuestión ambiental es la de mayor relevancia. La totalidad de ellas buscó conseguir la Certificación como parte de su identidad corporativa y, al lograrlo, vio mejorada su imagen de marca y posicionamiento en el mercado. Si bien esto no garantiza una mejora en la rentabilidad, sí contribuye a la sostenibilidad por cuanto se logra atraer a mayor cantidad de clientes y se desarrolla un vínculo y apego a la marca que fomenta la fidelización de los mismos. Cabe destacar que gran mayoría de las firmas encuestadas percibe la sostenibilidad de su negocio como un imperativo. En este factor determinante de la competitividad, se verifica que existe un cambio beneficioso luego de obtenida la Certificación de Empresa B.

En segundo lugar, en lo que refiere a calidad y mejora continua, la mayoría de las empresas implementó nuevos procesos tendientes a garantizar el cumplimiento de sus objetivos. Sin embargo, algunas de ellas admiten que tolerarían prácticas contrarias a la filosofía de Sistema B por parte de proveedores y subcontractistas o tercerizados. Se concluye que, en este factor determinante de la competitividad, existen cambios beneficiosos gracias a la Certificación hacia dentro de las organizaciones, pero todavía quedan algunos aspectos por optimizar hacia fuera. Con el correr del tiempo, las crecientes demandas de mejora de las partes interesadas y las recertificaciones, posiblemente contribuirá a corregir esta discrepancia o dualidad.

En tercer lugar, en todos los casos, las empresas consideran que su impacto ambiental tiene importancia e incluso es un factor excluyente para sus negocios. En consonancia, realizan mediciones objetivas en la mayoría de los casos y subjetivas en el resto. Ligado a los procesos internos de cada organización, se concluye que la Certificación aporta beneficios para que este factor determinante de la competitividad cuente con un seguimiento acorde y se mantenga la sostenibilidad de las actividades comerciales.

Por último, en términos de capital humano y relación con los stakeholders, se verifica la existencia de acciones que se corresponden con las premisas de Sistema B aunque no con la magnitud en que podrían implementarse para maximizar su efecto. Lo mencionado tiene explicación en el hecho de que estos factores son considerados de orden secundario por las organizaciones encuestadas. A raíz de esto, no se puede concluir que la Certificación haya aportado beneficios a los mismos. Nuevamente, el tiempo, nuevas demandas de las partes interesadas y recertificaciones posiblemente permitan perfeccionar estos aspectos para lograr una mayor competitividad.

Todas las mejoras citadas son esperables en el marco de la propuesta de Sistema B. Esto permite afirmar que la realidad acompaña a la teoría y la Certificación no resulta meramente una insignia de marketing sino un verdadero factor de cambio.

Sin embargo, se supone que las exigencias de los stakeholders se incrementarán, por lo que el diferencial con que cuentan las empresas certificadas B respecto al resto tendería a volverse la norma. En este sentido, aquellas que certifiquen antes lograrán posicionarse de mejor manera frente al desafío de realizar negocios de manera sostenible.

## Referencias

- Abrantes Ferreira, D., Gonçalves Avila, M. y Dias de Faria, M. (2010). Corporate social responsibility and consumers' perception of price. *Social Responsibility Journal*, 6(2), 208-221.
- Acuña Moraga, O., Severino González, P. y Cires Gómez, A. (2019) Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. El estudio de pequeñas empresas mineras de Chile. *Encuentros*, 17(2).
- Armijos Cordero, J. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial. Una óptica desde los stakeholders. *Revista economía y política*, 26, 103-123.
- Chaihuaque, B. (2019). Una mirada a las dimensiones de la sostenibilidad empresarial. *Notas académicas*, 43, 1-12.
- Cerda, A. (2003). Empresa, competitividad y medio ambiente. *Panorama Socioeconómico*, (26).
- Certified B Corporation (2020). <https://bcorporation.net/>
- Cubillos Rodríguez, M. C. y Roza Rodríguez, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de La Salle*, (48), 80-99.
- Elkington, J. (25 de junio de 2018). 25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>
- Evaluación de Impacto B (2021). <https://bimpactassessment.net/es/como-funciona/evalua-tu-impacto#see-sample-questions>
- Esty, D. y Charnovitz, S. (2013). Environmental Sustainability and Competitiveness: Policy Imperative and Corporate Opportunity. *Institute for International Economic Policy Working Paper Series, Harvard Business School*, (U.S. Competitiveness Project), 1-14.
- García López, M. (2015), La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 20, 65-77.
- Gilbert, J. C., Houlahan, B. y Kassoy, A. (13 de julio de 2013). Today marks a tipping point in the evolution of capitalism. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/skollworldforum/2013/07/17/today-marks-a-tipping-point-in-the-evolution-of-capitalism/#3cdc314b63a7>

- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. McGraw-Hill.
- Hernández-Gil, C., Figueroa-Ramírez, E. y Correa-Corrales, L. (2018). Reposicionamiento de marca: el camino hacia la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 9(1), 33-46.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Alianza Editorial.
- Hopkins, M. (2004). Corporate social responsibility: an issues paper. *World Commission on the Social Dimension of Globalization*, 27, 1-33.
- Ibarbia, M. (2013). *¿Por qué las empresas pueden cambiar el mundo? Campaña de comunicación masiva para impulsar las Empresas B en Mendoza* [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Cuyo – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales].
- International Geosphere-Biosphere Programme (2012). Anthropocene: The geology of humanity. *Global Change*, Issue 78.  
[http://www.igbp.net/download/18.1081640c135c7c04eb480001182/1376383108168/NL78-for\\_web.pdf](http://www.igbp.net/download/18.1081640c135c7c04eb480001182/1376383108168/NL78-for_web.pdf)
- Kim, S., Karlesky, M., Myers, C. y Schifeling, T. (17 de junio de 2016). Why companies are becoming B Corporations. *Harvard Business Review*.  
<https://hbr.org/2016/06/why-companies-are-becoming-b-corporations>
- Kraaijenbrink, J. (10 de diciembre de 2019). What The 3Ps Of The Triple Bottom Line Really Mean. *Forbes*.  
<https://www.forbes.com/sites/jeroenkraaijenbrink/2019/12/10/what-the-3ps-of-the-triple-bottom-line-really-mean/#84aa37751435>
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A dangerous obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28-44.
- López Rodríguez, C. y Perea Sandoval, J. (2017). El gerente de marca como protagonista de las organizaciones en Colombia. *Equidad y Desarrollo*, 1(28), 259-278.
- Normander, B. (2012). Biodiversity: Combating the Sixth Mass Extinction. *State of the World 2012: Moving Toward Sustainable Prosperity*, 49(15), 311-323.

- Organización de las Naciones Unidas (2020). *Pacto Mundial de las Naciones Unidas*. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Porter, M. y Kramer, M. (2011). *The big idea: Creating Shared Value*. <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Porter, M. y Van Der Linde, C. (1994). Toward a New Conception of the Environment - Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97-118.
- Sabeti, H. y Fourth Sector Network Concept Working Group (2009). *The emerging fourth sector, executive summary*. The Aspen Institute and the W. K. Kellogg Foundation.
- Sáez, P. y Pareras, L. (2010). *Capitalismo 2.0: El poder del ciudadano para cambiar el mundo*. Plataforma Editorial.
- SEKN (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Planeta.
- Sistema B (2020). <https://sistemab.org/>
- Smith, A. (1776/1994). *La riqueza de las naciones*. Hyspamerica Ediciones Argentina S.A.
- Valencia Rodriguez, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. *Entramado*, 1(2), 20-33.
- WWF International (2016). *Planeta Vivo*, Informe 2016. [http://awsassets.panda.org/downloads/informe\\_planeta\\_vivo\\_2016.pdf](http://awsassets.panda.org/downloads/informe_planeta_vivo_2016.pdf)

**Anexos**

## Anexo I: Herramienta de Evaluación de Impacto B

### Gobernanza

#### Misión y compromiso

OPERACIONES

0.0

#### Nivel de compromiso con el impacto

Describa el enfoque de su empresa para generar un impacto positivo.

Esta es una pregunta que no suma puntos y sirve únicamente para fines de investigación/comparativos.

- Crear un impacto social o ambiental positivo no es una prioridad para nuestra empresa
- De vez en cuando se tiene en cuenta el impacto social y ambiental de algunos aspectos del negocio
- A menudo se tiene en cuenta el impacto social y ambiental de la empresa, pero no es un tema prioritario para la toma de decisiones
- Siempre se tiene en cuenta el impacto social y ambiental para la toma de decisiones, porque consideramos que es un aspecto importante para el éxito y la rentabilidad de nuestra empresa
- Consideramos que el impacto social y ambiental es una medida importante para medir el éxito de la empresa y le damos prioridad incluso en aquellos casos en los que no incrementa la rentabilidad

Puntos disponibles: 0.00

#### Características de la declaración de la misión

Si su empresa tiene una declaración de misión corporativa establecida por escrito, ¿cuáles de los siguientes aspectos incluye la declaración?

Una declaración de misión corporativa establecida por escrito es una declaración pública o que se divulgó formalmente para los empleados de la empresa. Seleccione todas las opciones que correspondan.

- La empresa no tiene un compromiso social o ambiental
- Un compromiso general de responsabilidad social o ambiental (p. ej., la conservación del medioambiente)
- Un compromiso de producir un impacto social positivo específico (por ejemplo: reducción de la pobreza, desarrollo económico sostenible)
- Un compromiso con un impacto ambiental positivo específico (por ejemplo, reducir los desechos enviados a vertederos a través de productos reutilizados para otros fines)
- Un compromiso para atender a un grupo de beneficiarios en situación de vulnerabilidad (por ejemplo, clientes de bajos ingresos, pequeños productores agrícolas)
- No tenemos una declaración de misión establecida por escrito

Puntos disponibles: 0.75

#### Declaración de la misión

Incluya aquí el texto de la declaración de misión de la empresa.

Incluya aquí el texto de la declaración de misión de la empresa.

Puntos disponibles: 0.00

[Get Help](#)

---

## Integración de desempeño social y ambiental en la toma de decisiones

¿De qué manera su empresa integra el desempeño social y ambiental en la toma de decisiones?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Se proporciona capacitación a los empleados sobre cuestiones sociales y ambientales relevantes para la empresa o para su misión
- Las descripciones de puestos gerenciales incorporan explícitamente el desempeño social y ambiental
- La empresa realiza evaluaciones de desempeño que incorporan formalmente cuestiones sociales y ambientales
- Las remuneraciones y las descripciones de los puestos ejecutivos de la empresa incorporan el desempeño social y ambiental
- Se evalúa el desempeño social y ambiental de la Junta Directiva de la empresa
- La empresa mide sus externalidades en términos monetarios y las incorpora a sus balances financieros
- Otros (especificar)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 1.50

---

## Involucramiento de las partes interesadas

¿La empresa ha aplicado alguna de las siguientes prácticas para involucrar a las partes interesadas en relación con el desempeño social y ambiental de la empresa?

- Tenemos una junta asesora que incluye representación de partes interesadas
- Tenemos un plan o una política formal de involucramiento de las partes interesadas que incluye la identificación de grupos de partes interesadas relevantes
- Hemos creado mecanismos para identificar e involucrar a grupos de partes interesadas o grupos demográficos tradicionalmente subrepresentados
- Tenemos procesos formales y periódicos para recabar información de las partes interesadas (grupos de discusión, encuestas, reuniones comunitarias, etc.)
- La empresa tiene procedimientos formales para abordar los resultados del involucramiento de las partes interesadas y tiene una persona o un equipo responsable de hacer un seguimiento.
- Informamos los resultados del involucramiento de las partes interesadas en el desempeño social y ambiental al nivel más alto de supervisión de la empresa, como la Junta Directiva
- Informamos públicamente sobre los mecanismos y los resultados del involucramiento de las partes interesadas
- Otros (especificar)
- No hay un involucramiento formal de las partes interesadas

Puntos disponibles: 0.75

---

## Indicadores clave de desempeño social/ambiental

¿Existen indicadores clave de desempeño (KPI) o métricas que su empresa monitoree al menos una vez al año para determinar si se están cumpliendo los objetivos sociales o ambientales?

- La empresa mide KPI/métricas o resultados directos que ha identificado y definido para determinar si se están cumpliendo los objetivos socioambientales
- La empresa mide los resultados indirectos a nivel socioambiental a lo largo del tiempo (p. ej., evaluaciones de impacto de entidades independientes, índice PPI (Progress out of Poverty Index), encuestas sobre resultados indirectos para los beneficiarios, etc.)
- La empresa no monitorea indicadores clave de desempeño social o ambiental

Puntos disponibles: 1.50

## Ética y transparencia

OPERACIONES  
**0.0**

### Estructuras de gobernanza

¿Cuál es el nivel más alto de supervisión corporativa en la empresa?

- El nivel de supervisión más alto está a cargo de los socios o gerentes (lo que incluye una Junta Directiva que solo está compuesta por socios o ejecutivos)
- El nivel de supervisión más alto está a cargo de la gerencia o un Comité Ejecutivo o la empresa tiene un sistema de gobernanza democrático
- Junta asesora sin responsabilidad fiduciaria
- Board of Directors (with at least one member who is not an executive or owner of the company)

Puntos disponibles: 0.82

### Buena gobernanza interna

¿De qué manera su empresa fomenta la gestión interna y la buena gobernanza?

- La empresa tiene un organigrama formal que define la estructura de gestión y de reporte de la empresa
- La empresa cuenta con descripciones de tareas formalizadas por escrito para todos los empleados, donde se definen las responsabilidades y el nivel de autoridad de cada uno en la toma de decisiones
- La empresa organiza reuniones del equipo gerencial para planificar estrategias y tomar decisiones operacionales
- Otros (especificar)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.82

---

## Políticas y prácticas éticas

¿Cuáles de las siguientes prácticas aplica su empresa para promover la ética en la toma de decisiones y prevenir la corrupción?

- La empresa tiene un código de ética formalizado por escrito
- La empresa tiene una política de denuncias formalizada por escrito
- La empresa implementa controles financieros internos
- La empresa realizó una evaluación de riesgos relacionados con cuestiones éticas en los últimos dos años
- Otros (especificar)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.82

---

## Normas de información financiera

¿Qué normas de información financiera siguió la empresa durante el último año fiscal?

- Normas Internacionales de Información Financiera (International Financial Reporting Standards, IFRS), a través del Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (International Accounting Standards Board)
- Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (Generally Accepted Accounting Principles, GAAP), a través de un ente normativo independiente de los Estados Unidos
- Normas de contabilidad locales, a través de un ente normativo local independiente
- Otros (especificar)
- Ninguna de las opciones anteriores
- N/A. La empresa todavía no genera ingresos

Puntos disponibles: 1.64

---

## Revisión/auditoría de estados financieros

¿Qué tipo de profesional o de entidad realizó la evaluación de los estados financieros de la empresa?

- Empresa de auditoría acreditada por un organismo local o un contador público certificado (Certified Public Accountant, CPA) o analista financiero certificado (Chartered Financial Analyst, CFA) por un organismo local
- Empresa de auditoría acreditada por un organismo internacional o un contador público certificado (Certified Public Accountant, CPA) o analista financiero certificado (Chartered Financial Analyst, CFA) por un organismo internacional
- Ninguna de las opciones. Los estados financieros no fueron auditados ni revisados

Puntos disponibles: 0.41

---

## Transparencia de la empresa

¿Qué información es comunicada de manera pública y transparente por la empresa?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Titularidad real de la empresa
- Desempeño financiero (debe comunicarse de manera transparente, por lo menos, a los empleados)
- Desempeño social y ambiental (p. ej., informes de impacto)
- Miembros de la Junta Directiva
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.82

## Métricas de gobernanza

OPERACIONES

**0.0**

Esta sección solicita a su empresa que brinde información financiera importante a la que se hará referencia más adelante en la evaluación.

### Último año fiscal

¿En qué fecha terminó su último año fiscal?

Si la empresa todavía no ha operado por un año fiscal completo, ingrese la fecha futura de finalización del año fiscal.

¿En qué fecha terminó su último año fiscal?

Puntos disponibles: 0.00

### Moneda utilizada en los estados financieros

Seleccione la moneda utilizada en los estados financieros

Puntos disponibles: 0.00

### Ingresos del penúltimo año

Facturación Total

Referente al penúltimo año fiscal

Si la empresa todavía no ha operado durante un año fiscal completo, seleccione USD 0.

Referente al penúltimo año fiscal

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Ingresos del último año

### Facturación Total

Referente al último año fiscal

Esta pregunta se tomará en cuenta para calcular el puntaje de otras preguntas en la evaluación. Responda la pregunta para poder calcular con precisión el puntaje de su evaluación. Si la empresa todavía no ha operado durante un año fiscal completo, seleccione USD 0.

Referente al último año fiscal

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Ingresos netos del último año fiscal

### Ingresos Netos

Referente al último año fiscal

Si la empresa todavía no ha operado durante un año fiscal completo, seleccione USD 0.

Referente al último año fiscal

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Ingresos netos del penúltimo año

### Ingresos Netos

Referente al penúltimo año fiscal

Referente al penúltimo año fiscal

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Pagos al gobierno

### Pagos al gobierno durante el último año fiscal

Si la empresa aún no genera ingresos, seleccione "N/A".

Pagos al gobierno durante el último año fiscal

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Protección de la misión - Modelo de negocio de impacto

MODELOS DE NEGOCIO DE IMPACTO

**0.0**

---

Reconoce los documentos societarios y las enmiendas a dichos documentos que tienen como objetivo proteger la misión y/o consideran a las partes interesadas independientemente de quiénes sean los dueños de la empresa

## Protección de la misión

Además de la declaración de la misión, ¿qué otras medidas legales ha tomado la compañía para asegurarse de que su desempeño social o ambiental sea tomado en consideración en su proceso de toma de decisiones independientemente de quiénes sean los dueños de la empresa?

Esta pregunta está relacionada con el requisito legal para las Empresas B Certificadas. Haga clic en "Más información" para acceder a más información y materiales complementarios sobre este requisito.

- Se firmó un contrato o la Junta Directiva emitió una resolución en virtud de la cual la empresa se compromete a adoptar una forma jurídica que requiera que todas las partes interesadas sean tomadas en cuenta en la toma de decisiones (p. ej., se firmó un Acuerdo de Empresa B)
- Se adoptó una entidad jurídica o una estructura de gobernanza específica que protege la misión a lo largo del tiempo, pero no exige que se tomen en cuenta a todas las partes interesadas en la toma de decisiones (p. ej., una cooperativa)
- Como subsidiaria de otra compañía que no ha realizado las modificaciones para proteger su misión, la empresa modificó sus documentos constitutivos o adoptó una entidad jurídica que exige que todas las partes interesadas sean tenidas en cuenta en el proceso de toma de decisiones (p. ej., una empresa de beneficio e interés colectivo, una enmienda jurídica completa de la Empresa B)
- Como organización independiente o pública, la empresa modificó sus documentos constitutivos o adoptó una entidad jurídica que exige que todas las partes interesadas sean tenidas en cuenta en el proceso de toma de decisiones (p. ej., una empresa de beneficio e interés colectivo, una enmienda jurídica completa de la Empresa B)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 10.00

**Trabajadores →**

---

## Trabajadores

---

### Métricas de Trabajadores

OPERACIONES

**0.0**

Esta sección establece quién debe ser considerado un “trabajador” a los fines de la Evaluación de Impacto B e informa las métricas de la empresa relacionadas con los trabajadores. También identifica si su empresa está diseñada para generar un impacto positivo, específico y sustancial en sus trabajadores. En caso de que sea así, abrirá la sección del modelo de negocio de impacto “Trabajadores” que sea más relevante.

#### Trabajadores Pagados por Hora

¿Su empresa le paga a la mayoría de sus trabajadores (más del 50%) un salario fijo, o una remuneración por hora o por día?

Es NECESARIO responder esta pregunta para determinar el conjunto de preguntas adicionales sobre el impacto a los trabajadores que su empresa deberá responder.

- Salario fijo
- Remuneración por hora o por día

Puntos disponibles: 0.00

---

#### Uso de servicios contratados

¿Su empresa subcontrata los servicios de otras empresas o personas (p. ej., servicios de selección de personal subcontratados o contratistas independientes)?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Sí, la empresa contrata los servicios de terceros para que gestionen al personal en su nombre
- Sí, la empresa contrata los servicios de contratistas independientes que trabajan más de 20 horas por semana para la empresa de forma indefinida o por un período de más de 6 meses
- Si bien la empresa contrata los servicios de contratistas independientes, estos no trabajan para la empresa más de 20 horas por semana por más de 6 meses
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 0.00

---

#### Introducción al modelo de negocio de impacto para los trabajadores

¿Su compañía está estructurada de la siguiente manera en beneficio de sus empleados?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Estructuras de participación societaria que proporcionan porcentajes importantes de participación (más de un 40%) y empoderamiento a todos los empleados (p. ej., cooperativas o empresas que pertenecen a los trabajadores)
- Ofrece empleo o desarrollo profesional de alta calidad a personas con barreras crónicas al empleo (programas de desarrollo del personal)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.00

[Get Help](#)

---

---

### Cantidad de trabajadores de tiempo completo

Número Total de Trabajadores a Tiempo Completo

Cantidad total actual de trabajadores de tiempo completo

Cantidad total actual de trabajadores de tiempo completo

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

### Cantidad de trabajadores de tiempo completo durante el último año

Número Total de Trabajadores a Tiempo Completo

Cantidad total de trabajadores de tiempo completo hace 12 meses

Cantidad total de trabajadores de tiempo completo hace 12 meses

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

### Cantidad de trabajadores de tiempo parcial

Número total de trabajadores de jornada parcial.

Cantidad total actual de trabajadores de tiempo parcial

Cantidad total actual de trabajadores de tiempo parcial

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

### Cantidad de trabajadores de tiempo parcial durante el último año

Número total de trabajadores de jornada parcial.

Cantidad total de trabajadores de tiempo parcial hace 12 meses

Cantidad total de trabajadores de tiempo parcial hace 12 meses

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

### Cantidad de trabajadores temporarios

Número Total de Trabajadores Temporales

Cantidad total actual de trabajadores temporarios

Cantidad total actual de trabajadores temporarios

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Cantidad de trabajadores temporarios durante el último año

Número Total de Trabajadores Temporales

Cantidad total de trabajadores temporarios hace doce meses

Cantidad total de trabajadores temporarios hace doce meses

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

## Seguridad financiera

OPERACIONES

0.0

### Remuneración más baja

¿Cuál es la remuneración por hora más baja en la empresa?

No incluya ni a estudiantes ni a pasantes en esta respuesta.

¿Cuál es la remuneración por hora más baja en la empresa?

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

### Porcentaje de empleados con un salario mínimo vital

¿Qué porcentaje de los empleados (en términos de equivalente de empleados de tiempo completo) recibe, por lo menos, el equivalente al salario mínimo vital de una persona?

No incluya ni a estudiantes ni a pasantes en esta respuesta.

- Menos del 75%
- 75-89%
- 90-99%
- 100%
- N/A

Puntos disponibles: 2.96

### Porcentaje de empleados con un salario mínimo vital para una familia

¿Qué porcentaje de los empleados (en términos de equivalente de empleados de tiempo completo) recibe, por lo menos, el equivalente al salario mínimo vital para una familia?

No incluya ni a estudiantes ni a pasantes en esta respuesta.

- Menos del 75%
- 75-89%
- 90-99%
- 100%
- N/A

Puntos disponibles: 2.96

---

### % por encima del salario mínimo

¿Cuál es el porcentaje por encima del salario mínimo oficial que se le paga al empleado por hora que recibe el salario más bajo?

Responda esta pregunta teniendo en cuenta SOLO a los trabajadores por hora. Si su empresa no tiene trabajadores por hora, seleccione "N/A".

- 0% - El salario más bajo es equivalente al salario mínimo
- 1-9%
- 10-29%
- 30-49%
- 50-75%
- Más del 75%
- N / A - No empleamos trabajadores por hora

Puntos disponibles: 1.48

---

### Iniciativas para aumentar salarios y beneficios

Si en su país no hay un cálculo verificado para el salario mínimo vital, ¿su empresa ha participado en alguna iniciativa de liderazgo o algún acuerdo para aumentar los salarios o los beneficios proporcionados a los empleados en su país o industria?

Por ejemplo, dar comienzo a una iniciativa para el cálculo del salario mínimo vital. Si ya existe un salario mínimo vital, seleccione la opción "N/A".

- Sí
- No
- N/A. Ya existe un salario mínimo vital

Puntos disponibles: 1.48

---

### Prácticas y políticas de remuneración

¿Cuáles de los siguientes beneficios financieros adicionales ofrece la empresa a sus trabajadores en puestos no ejecutivos?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- La empresa realiza ajustes salariales de acuerdo con el costo de vida local que se equiparan con los índices de inflación del país
- La empresa ofrece bonificaciones o participación en las ganancias
- La empresa genera oportunidades de participación societaria para los empleados
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 1.48

---

---

### Porcentaje de empleados con participación societaria

¿Qué porcentaje de los empleados de tiempo completo de la empresa recibió acciones, opciones de compra de acciones u opciones equivalentes a acciones (como planes de participación accionaria para empleados u otros planes de participación societaria aplicables)?

Seleccione la opción "N/A" si su empresa es una cooperativa de consumidores/de servicios compartidos, una cooperativa de productores o una organización sin fines de lucro.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- N/A

Puntos disponibles: 1.48

---

### Programas de jubilación

¿A qué tipo de programas de ahorro para la jubilación tienen acceso los empleados de su empresa?

- Planes de pensión o jubilación patrocinados por el gobierno
- Pensión privada o fondos de previsión
- Un plan de jubilación que incluye, específicamente, opciones de inversión socialmente responsable
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 1.48

---

---

## Servicios Financieros para Empleados

¿Qué productos, programas o servicios financieros proporciona su empresa para ayudar a satisfacer las necesidades financieras de los empleados por hora?

Responda esta pregunta teniendo en cuenta SOLO a los trabajadores por hora. Si su empresa no tiene trabajadores por hora, seleccione "N/A".

- Depósito directo
- Acceso a servicios bancarios gratuitos o accesibles o a tarjetas de pago de salario (por ejemplo, tarjeta de débito gratuita para usar en cajeros automáticos)
- Herramientas de gestión financiera o coaching
- Programas de ahorro de emergencia o de corto plazo
- Préstamos con una tasa de interés baja o sin intereses
- Gestión de la deuda, refinanciación o contribuciones de pago de préstamos
- Aportaciones parejas por parte de la empresa a las cantidades depositadas por los trabajadores en cuentas de ahorro
- Cheques de pago emitidos fuera de horario según la necesidad
- Servicios de preparación de impuestos
- Otros (especificar)
- Ninguna de las opciones anteriores
- N/A - No empleamos trabajadores por hora

Puntos disponibles: 0.74

---

## Salud, bienestar y seguridad

OPERACIONES

**0.0**

---

### Prestación de servicios gubernamentales de atención médica

¿Qué tipo de atención médica se ofrece en el país donde reside la mayoría de los empleados?

- Prestación universal de servicios básicos de atención a la salud (p. ej., en el Reino Unido)
- Programas de seguros de salud exigidos u ofrecidos por el gobierno (p. ej., Suiza)
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 0.00

---

### Cobertura de salud

¿Qué porcentaje de los trabajadores de su empresa son elegibles para recibir beneficios de salud a través de planes corporativos o gubernamentales?

- Menos del 75%
- 75-84%
- 85-94%
- Más del 95%

Puntos disponibles: 4.00

---

## Beneficios de salud adicionales

¿Qué beneficios ofrece su empresa a todos los empleados efectivos de tiempo completo para complementar los programas gubernamentales?

- Cobertura por discapacidad o seguro contra accidentes
- Seguro de vida
- Seguro dental privado
- Seguro de salud complementario privado
- Extensión de los beneficios de salud al cónyuge y a los hijos
- Acceso a servicios médicos locales o a una clínica (en las instalaciones o subsidiada)
- Otros (especificar)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 4.00

## Acceso a beneficios de salud adicionales para trabajadores de tiempo parcial

¿A partir de qué momento pueden acceder los trabajadores de tiempo parcial a los beneficios adicionales que ofrece su empresa?

Si corresponde, seleccione una respuesta que indique el requisito de tiempo transcurrido desde la contratación (respuestas 1 a 2) y una respuesta que indique el requisito de horas de trabajo semanales (respuestas 3 a 4).

- Los trabajadores de tiempo parcial no pueden acceder a estos beneficios al momento de la contratación, pero sí pueden acceder a partir de los primeros 6 meses de empleo
- Los trabajadores de tiempo parcial tienen acceso a los beneficios desde el momento de su contratación
- Los trabajadores de tiempo parcial solo tienen acceso a estos beneficios si trabajan más de 20 horas por semana
- Los trabajadores de tiempo parcial tienen acceso a estos beneficios incluso si trabajan menos de 20 horas por semana
- La empresa no ofrece beneficios de salud adicionales para los trabajadores de tiempo parcial
- N/A - La empresa no tiene trabajadores de tiempo parcial

Puntos disponibles: 4.00

## Desarrollo profesional

OPERACIONES

0.0

### Empleo formal

¿Qué porcentaje de las personas que trabajan en su empresa están formalmente registradas en la nómina de la empresa?

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%

---

Puntos disponibles: 1.20

### Políticas y prácticas de desarrollo profesional

¿Cuáles de las siguientes oportunidades de capacitación ofrece la empresa para el desarrollo profesional de sus trabajadores?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- La empresa tiene un proceso formal de inducción de nuevos empleados
- Durante el último año, la empresa ofreció a los empleados capacitación continua sobre las principales responsabilidades profesionales
- La empresa tiene una política para incentivar la promoción y contratación internas para ocupar puestos de mayor jerarquía (p. ej., las vacantes se publican primero internamente)
- La empresa ofrece capacitaciones cruzadas para promover el desarrollo profesional o para facilitar las transiciones (p. ej., capacitaciones gerenciales para empleados en puestos no gerenciales)
- La empresa ofrece capacitaciones de habilidades para desenvolverse en la vida que no están relacionadas específicamente con sus funciones (p. ej., educación financiera, inglés como segunda lengua)
- La empresa facilita o tiene un presupuesto designado para oportunidades de desarrollo profesional externas (p. ej., asistir a conferencias, capacitaciones en línea)
- La empresa proporciona reembolsos o programas para obtener certificados de educación continua intensiva (p. ej., título universitario, matrículas profesionales)
- Ninguna de las anteriores

---

Puntos disponibles: 1.20

### Proceso de evaluación de empleados

¿Cuáles de las siguientes opciones se aplican al proceso formal de la empresa para dar feedback a los empleados sobre su desempeño?

Marque todas las opciones que correspondan.

- El proceso sigue un cronograma regular y se realiza al menos una vez al año
- Incluye feedback de pares y de subordinados
- Incluye orientación escrita sobre desarrollo de carrera
- Incluye objetivos sociales y ambientales
- Incluye metas claramente identificadas y alcanzables
- Se trata de un proceso de feedback de 360 grados
- Todos los empleados permanentes reciben feedback
- Ninguna de las opciones anteriores

---

Puntos disponibles: 2.40

### Satisfacción y compromiso

OPERACIONES

**0.0**

---

---

## Información sobre el manual del empleado

¿Cuáles de las siguientes políticas están escritas en el manual del empleado y son de fácil acceso?

- Una declaración de no discriminación
- Una política contra el acoso que contiene mecanismos y procesos de denuncia y procedimientos disciplinarios
- Una declaración sobre el horario de trabajo
- Políticas sobre cuestiones de pago y desempeño
- Políticas sobre beneficios, capacitaciones y licencias
- Proceso de resolución de reclamos
- Medidas disciplinarias y posibles sanciones
- Una declaración de neutralidad sobre el derecho de los trabajadores a negociar colectivamente y a la libertad de asociación
- Prohibición del trabajo infantil y del trabajo forzoso u obligatorio
- La empresa no tiene un manual del empleado por escrito

Puntos disponibles: 0.41

---

## Política de no discriminación

¿Cuáles de los siguientes aspectos están contemplados en la política escrita de no discriminación de la empresa?

Marque todas las opciones que correspondan.

- Género
- Raza
- Color
- Discapacidad
- Opinión política
- Orientación sexual
- Edad
- Religión
- Estado de VIH
- No tenemos una política escrita de no discriminación

Puntos disponibles: 0.41

---

---

### Licencia parental remunerada para el cuidador secundario

¿Qué políticas de licencia parental para cuidadores secundarios se les ofrece a los empleados, ya sea a través de la compañía o de un programa del gobierno?

Seleccione todas las opciones que correspondan, pero, para indicar la cantidad total del equivalente a una licencia paga (respuestas 2 a 4), seleccione solo una respuesta. Para ver más instrucciones, consulte la sección "Más información".

- Los empleados tienen derecho a una licencia parental no remunerada para cuidadores secundarios
- Los empleados tienen derecho a hasta 2 semanas de licencia remunerada (o su equivalente en términos salariales)
- Los empleados tienen derecho a entre 2 y 5 semanas de licencia remunerada (o su equivalente en términos salariales)
- Los empleados tienen derecho a más de 5 semanas de licencia remunerada (o su equivalente en términos salariales)
- La política no hace una distinción entre cuidador primario y secundario, o establece el mismo tiempo de licencia y de remuneración para ambos
- La empresa no ofrece licencia parental para cuidadores secundarios

Puntos disponibles: 0.81

---

### Beneficios adicionales

¿Qué beneficios adicionales se les ofrece a la mayoría de los trabajadores en puestos no gerenciales?

Incluya a los trabajadores de tiempo completo y de tiempo parcial. Marque todas las opciones que correspondan.

- Transporte gratuito o subsidiado
- Comidas gratuitas o subsidiadas
- Cuidado infantil en las instalaciones de la empresa o subsidiado
- Vivienda gratuita o subsidiada
- Otros (especificar)
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 1.63

---

## Empoderamiento de los trabajadores

¿De qué manera su empresa incentiva y empodera a los trabajadores?

- La empresa tiene mecanismos de presentación de comentarios y quejas que van más allá de las líneas de reporte directo y que buscan responder a las preocupaciones y mejorar las prácticas de la empresa
- La empresa tiene procesos para tomar en cuenta los comentarios de los empleados antes de realizar cambios operativos y/o a nivel de políticas o prácticas estratégicas
- Los mecanismos para que los empleados presenten quejas o comentarios se revisan al menos cada dos años y en el proceso se toman en cuenta los comentarios de los empleados mismos
- La empresa hace un seguimiento del uso de los mecanismos de presentación de comentarios y quejas y de la tasa de resolución/implementación
- La empresa ha adoptado principios de gestión de libros abiertos o de autogestión en el lugar de trabajo
- Los trabajadores tienen la oportunidad de elegir uno o más miembros para la Junta Directiva
- Otros (especificar)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.81

## Relevamiento y evaluación comparativa de las tasas de satisfacción y rotación de personal

¿Cuáles de las siguientes opciones describen mejor la forma en la que la empresa monitorea y evalúa la satisfacción y el compromiso de los trabajadores?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Calculamos la tasa de rotación de empleados
- Comparamos nuestra tasa de rotación de personal con los índices de referencia pertinentes
- Realizamos encuestas de satisfacción o compromiso de los empleados de manera periódica, al menos una vez al año
- Comparamos el nivel de satisfacción de los empleados con índices relevantes de la industria
- Realizamos un desglose de los cálculos según los distintos grupos demográficos para identificar tendencias
- Nuestra tasa de rotación de personal es inferior a la tasa promedio de la industria
- Nuestra índice de satisfacción del personal es superior al índice promedio del mercado
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 0.81



**Gobernanza**

**Comunidad** →

---

**Comunidad**

---

**Introducción al área de impacto "Comunidad"**

OPERACIONES

**0.0**

---

Esta sección identifica si su empresa está diseñada para generar un impacto positivo, específico y sustancial en su comunidad. En caso de que sea así, abrirá la sección del modelo de negocio de impacto "Comunidad" que sea más relevante.

**Modelo de negocios de impacto orientado a la comunidad**

¿El modelo de negocios de su empresa genera un beneficio específico para las partes interesadas, tales como organizaciones benéficas asociadas, proveedores desfavorecidos o la comunidad local?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

**Diversidad, equidad e inclusión**

---

OPERACIONES

**0.0**

---

**Diversidad en la participación societaria y el liderazgo de la empresa**

¿Cuáles de las siguientes opciones de grupos subrepresentados describen mejor la diversidad en la participación societaria mayoritaria o el liderazgo de la empresa?

Marque todas las opciones que correspondan.

- La empresa está liderada por una mujer
- La empresa está liderada por una persona que es parte de una minoría étnica o racial subrepresentada
- La empresa está liderada por una persona de otro grupo subrepresentado (veteranos de guerra, personas de la comunidad LGBT, etc.)
- La participación mayoritaria de la empresa está en manos de mujeres
- La participación mayoritaria de la empresa está en manos de personas que son parte de minorías étnicas o raciales subrepresentadas
- La participación mayoritaria de la empresa está en manos de personas de otro grupo subrepresentado (veteranos de guerra, personas de la comunidad LGBT, etc.)
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 1.03

---

[Get Help](#)

---

## Creación y gestión de entornos de trabajo inclusivos

¿Cuáles de las siguientes prácticas sobre diversidad, equidad e inclusión están vigentes en la empresa?

- La empresa incluye en todas sus búsquedas laborales un mensaje que afirma su compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión
- La empresa evalúa currículums y solicitudes de empleo sin tener acceso a los nombres o a otras características que permitan identificar a los postulantes
- La empresa analiza los requisitos y el lenguaje que se utiliza en las descripciones de tareas para garantizar que sean equitativos e inclusivos
- La empresa ofrece capacitaciones a todos los empleados sobre temas relacionados con la diversidad, la equidad y la inclusión
- La empresa tiene metas específicas y medibles para mejorar la diversidad
- La empresa ha realizado un análisis de igualdad salarial por género, raza/etnia u otros factores demográficos e implementó políticas o planes para mejorar esta métrica (según fuere necesario)
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 1.03

---

## Medición de la diversidad

¿Cuáles de los siguientes atributos de una fuerza laboral diversa monitorea la empresa, ya sea a través de encuestas anónimas o de otros métodos legales vigentes en su jurisdicción?

If collecting this type of demographic data is not legal in your jurisdiction, select None of the Above.

- Nivel socioeconómico (establecido a través de parámetros como vivir en una zona de bajos ingresos, nivel educativo, etc.)
- Raza o etnia
- Género
- Edad
- Otros (especificar)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 1.03

---

## Relación entre la remuneración más alta y la más baja

¿Cuál es la proporción entre la remuneración más alta (incluyendo las bonificaciones) y la remuneración más baja que paga la empresa?

- Más de 20x más alto
- 16-20x más alto
- 11-15x más alto
- 6-10x más alto
- 1-5x más alto

Puntos disponibles: 1.03

---

---

## Mujeres en cargos gerenciales

¿Cuántos gerentes de la empresa se identifican como mujeres?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-39%
- 40-49%
- Más del 50%
- No se sabe
- N/A

Puntos disponibles: 1.03

---

## Gerentes de grupos subrepresentados

¿Cuántos de los gerentes de la empresa se identifican como parte de otro grupo social subrepresentado?

If collecting this type of demographic data is not legal in your jurisdiction, select Don't Know.

- 0%
- 1-9%
- 10-19%
- 20-29%
- 30%+
- No se sabe

Puntos disponibles: 1.03

---

## Políticas o programas para la diversidad de proveedores

¿Cuáles de los siguientes programas o políticas son implementados por la empresa para promover la diversidad en la cadena de suministro?

- La empresa monitorea la diversidad en la participación societaria de sus proveedores
- La empresa tiene una política que documenta la preferencia por aquellos proveedores cuyos propietarios pertenecen a grupos subrepresentados
- La empresa tiene metas formales en cuanto al porcentaje específico de compras a proveedores con mayor diversidad entre sus propietarios
- La empresa tiene un programa formal para comprar y dar asistencia a proveedores con mayor diversidad entre sus propietarios
- Ninguna de las opciones anteriores
- N/A - Recopilar datos de los proveedores o tener políticas que den tratamiento preferencial a ciertos proveedores es ilegal en el país donde opera la empresa

Puntos disponibles: 0.52

---

---

### Diversidad en la participación societaria de los proveedores

¿Qué porcentaje de las compras fue realizado a empresas cuyos socios mayoritarios son mujeres o personas de grupos subrepresentados?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-39%
- 40-49%
- 50% o más
- No lo sé

Puntos disponibles: 1.03

OPERACIONES

---

### Impacto económico

**0.0**

#### Alcance y estructura geográfica

Comprendemos que, para las empresas que tienen más de una oficina, definir qué es el "compromiso local" es más complejo. Describa brevemente la estructura geográfica que tiene la empresa.

Comprendemos que, para las empresas que tienen más de una oficina, definir qué es el "compromiso local" es más complejo.

Describa brevemente la estructura geográfica que tiene la empresa.

Puntos disponibles: 0.00

---

#### Tasa de crecimiento del empleo

¿Cuántos de los puestos de tiempo completo y de tiempo parcial de la empresa fueron creados en los últimos doce meses y reciben un salario mínimo vital?

Si en el país en el que la empresa lleva a cabo las operaciones no hay datos disponibles sobre el salario mínimo vital, incluya los nuevos puestos a los que se paga un 10% más sobre el salario mínimo o un porcentaje mayor.

- 0% (sin crecimiento sobre una base neta)
- 1-24%
- 25-49%
- Más del 50%

Puntos disponibles: 5.00

---

---

### Nuevos puestos de trabajo incorporados el año pasado

Número de puestos de trabajos a jornada completa y parcial que han sido agregados a la liquidación de sueldos de la compañía. Ingrese 0 si no ha habido un aumento de puestos de trabajo, o si la compañía no tiene ningún trabajador.

En los últimos 12 meses:

En los últimos 12 meses:

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

### Participación societaria de inversionistas no acreditados

¿Qué porcentaje de la empresa pertenece a personas que podrían ser consideradas inversionistas no acreditados?

- 0%
- 1-9%
- 10-24%
- 25-49%
- Más del 50%
- No se sabe

Puntos disponibles: 2.50

---

### Socios que residen en la comunidad local

¿Los titulares de la participación mayoritaria (más del 50%) de la empresa, ya sean personas físicas o jurídicas, tienen domicilio en la misma comunidad que al menos dos tercios del personal?

- Sí
- No
- No se sabe

Puntos disponibles: 2.50

---

### Gastos en proveedores locales

¿Qué porcentaje de los gastos de la empresa (excluyendo gastos laborales) fue incurrido con proveedores locales independientes, es decir, en la misma zona geográfica que la casa central o los centros estratégicos de la empresa durante el último año fiscal?

- < 20%
- 20-39%
- 40-59%
- Más del 60%
- No se sabe

Puntos disponibles: 2.50

---

## Clientes locales

¿La mayoría de sus clientes viven cerca de la sede central de la empresa o de los centros de producción?

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 2.50

---

## Compromiso Cívico y Donaciones

OPERACIONES

0.0

---

### Programa de ciudadanía corporativa

¿Cuáles de las siguientes prácticas de participación cívica implementa la empresa?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Donaciones financieras o en especie (sin incluir causas políticas)  
 Inversiones destinadas a la comunidad  
 Servicio comunitario o pro bono  
 Fomento de la adopción de políticas o prácticas para promover un mejor desempeño social o ambiental  
 Asociaciones con organizaciones benéficas o participación en organizaciones comunitarias  
 Descuentos en productos o servicios para grupos desfavorecidos específicos  
 Uso gratuito de las instalaciones de la empresa para realizar eventos comunitarios  
 La empresa otorga participación societaria o accionaria a una organización sin fines de lucro  
 Otros (especificar)  
 Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 0.96

---

### Prácticas y políticas sobre donaciones benéficas e inversiones en la comunidad

¿Cuáles de las siguientes prácticas implementa la empresa con respecto a las donaciones y las inversiones orientadas a la comunidad?

- La empresa tiene una declaración formal con respecto al impacto social o ambiental que espera generar a través de sus actividades filantrópicas  
 La empresa tiene un compromiso formal con respecto a sus donaciones benéficas (p. ej., 1% for the Planet)  
 La empresa realiza donaciones benéficas por el mismo valor que las realizadas por los trabajadores individuales  
 La empresa permite que los trabajadores o clientes elijan las organizaciones a las cuales destinar las donaciones benéficas  
 La empresa implementa prácticas para evaluar las donaciones benéficas o mecanismos para medir el impacto de sus inversiones en la comunidad  
 Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.96

---

## Fomentar un mejor desempeño social y ambiental

¿Qué prácticas ha implementado su empresa para trabajar con sus partes interesadas (incluidos sus competidores) con el objetivo de mejorar su comportamiento o su desempeño en cuestiones sociales o ambientales en los últimos dos años?

- La empresa ha trabajado con otros actores del sector para impulsar una iniciativa conjunta para establecer estándares sociales y ambientales para la industria
- La empresa ha aportado datos o ha contribuido a la realización de investigaciones académicas sobre cuestiones sociales o ambientales
- La empresa participa en paneles de discusión y otros foros de diálogo públicos relacionados con cuestiones sociales o ambientales
- La empresa ofrece públicamente recursos útiles para ayudar a otras compañías o partes interesadas a mejorar su desempeño social o ambiental
- Otros (especificar)
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.48

OPERACIONES

## Gestión de la cadena de suministro

**0.0**

### Descripciones de los proveedores significativos

Seleccione los tipos de empresas que representan a sus proveedores significativos:

Todas las empresas tienen proveedores significativos, que son aquellos que representan aproximadamente el 80% de los costos no laborales. Seleccione todas las opciones que correspondan.

- Fabricantes de productos
- Empresas de servicios profesionales (consultoría, asesoría legal, contabilidad)
- Contratistas independientes
- Marketing y publicidad
- Insumos de oficina
- Proveedores de beneficios para empleados
- Tecnología
- Materias primas
- Productores agrícolas
- Otros (especificar)

Puntos disponibles: 0.00

### Evaluación del impacto social o ambiental de los proveedores

¿La empresa verifica o evalúa el impacto social y ambiental de sus proveedores significativos?

Esta pregunta determina qué preguntas deberá responder la empresa con respecto a sus proveedores.

- Sí
- No

---

Puntos disponibles: 0.00

---

### Servicios tercerizados

¿Su empresa terceriza servicios de apoyo (como contratación de personal) esenciales para la prestación de sus servicios a otras personas u organizaciones?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Sí  
 No

---

Puntos disponibles: 0.00

---

### Temas de evaluación respecto de los servicios tercerizados

Si la empresa revisa o establece requisitos respecto de las prácticas laborales de los proveedores de servicios tercerizados, ¿cuáles de los siguientes temas se incluyen?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Cumplimiento de toda la legislación y reglamentación local  
 Cumplimiento de estándares internacionales sobre derechos humanos y prácticas laborales (para empleados y contratistas)  
 Pago de remuneraciones según los parámetros de referencia de la industria o por encima de estos  
 Pago de un salario mínimo vital (para empleados y contratistas)  
 Beneficios para los empleados  
 Oportunidades de desarrollo profesional  
 Otra  
 Ninguna de las anteriores  
 N/A

---

Puntos disponibles: 0.44

---

### Porcentaje de servicios tercerizados sujetos al código de conducta

¿Qué porcentaje de los servicios tercerizados (en términos monetarios) está sujeto al código de conducta o a los requisitos formales establecidos en la pregunta anterior?

- 0%  
 1-20%  
 21-49%  
 50-74%  
 75-99%  
 100%  
 N/A

---

Puntos disponibles: 1.78

---

## Evaluación/monitoreo de prestadores de servicio

¿Cuáles de los siguientes métodos se utilizan para evaluar el impacto social o ambiental de los servicios tercerizados?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- La empresa comparte políticas o reglas con sus subcontratistas, pero no cuenta con un proceso de verificación
- La empresa exige que los subcontratistas completen una evaluación diseñada internamente
- La empresa utiliza herramientas de evaluación de riesgos o de impacto creadas por entidades independientes (como la Evaluación de Impacto B)
- La empresa realiza auditorías o evaluaciones de rutina de sus subcontratistas al menos cada dos años
- Una entidad externa realiza auditorías o evaluaciones de rutina de los proveedores de nivel 1 de la empresa al menos una vez cada dos años
- Otra
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.44

---

## Porcentaje del personal tercerizado que es evaluado/monitoreado

¿Qué porcentaje del personal tercerizado (en términos monetarios) es evaluado a partir de los métodos seleccionados en la pregunta anterior?

- 0%
- 1-20%
- 21-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- N/A

Puntos disponibles: 1.78

---

## Certificaciones de proveedores

Durante el último año fiscal, ¿qué porcentaje de sus proveedores significativos (en términos monetarios) contaba con certificaciones de productos de reconocimiento internacional?

Seleccione 0% si no sabe si sus proveedores significativos están certificados.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- Más del 75%
- No se sabe

Puntos disponibles: 0.89

---

## Medio Ambiente

---

### Introducción al área de impacto "Medioambiente"

OPERACIONES

**0.0**

Esta sección pregunta acerca de la huella ambiental de la empresa para determinar qué preguntas serán relevantes luego en la evaluación. También identifica si el producto y/o servicio de su empresa está diseñado para generar un impacto ambiental positivo, específico y sustancial. En caso de que sea así, abrirá la sección del modelo de negocio de impacto "Medioambiente" que sea más relevante.

#### Tipo de instalaciones

¿Qué tipo de instalaciones utiliza la empresa para sus operaciones principales?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Oficinas que son propiedad de la empresa
- Oficinas que la empresa alquila
- Espacios de trabajo compartidos
- Oficina virtual u oficina en casa

Puntos disponibles: 0.00

---

#### Modelo de negocios ambiental

¿Los productos/servicios o procesos de la empresa están estructurados para restaurar o preservar el medioambiente en cualquiera de las siguientes maneras? (Tenga en cuenta que el impacto ambiental de sus operaciones diarias será evaluado en las secciones restantes del área de impacto "Medioambiente". Esta pregunta se refiere específicamente a los productos/servicios o procesos de producción innovadores).

Si responde afirmativamente, le daremos acceso a secciones adicionales de la Evaluación de Impacto B que incluyen preguntas específicas sobre este Modelo de Negocio de Impacto

- A través de un proceso innovador agrícola, de fabricación o de comercio mayorista, diseñado para reducir significativamente el impacto ambiental en comparación con las prácticas típicas del sector industrial en que opera la empresa
- A través de un producto o servicio que preserva, conserva o restaura o el medioambiente o los recursos
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 0.00

---

## Gestión ambiental

OPERACIONES

**0.0**[Get Help](#)

## Eficiencia ambiental de las instalaciones de la empresa

¿Qué prácticas implementa la empresa en la mayoría de sus plantas de producción y oficinas para maximizar la eficiencia ambiental de sus instalaciones?

- En los edificios, se aplican estrategias de ahorro energético (p. ej., monitoreo del consumo de energía, uso de instrumentos de iluminación o artefactos eléctricos con un consumo energético eficiente, uso de energía renovable)
- Los edificios tienen sistemas para mejorar el uso eficiente del agua (p. ej., artefactos, grifería, aparatos y sistemas de irrigación que promueven un uso eficiente del agua)
- Los edificios tienen sistemas para monitorear y mejorar la calidad del aire (p. ej., más ventilación)
- Se utilizan materiales sostenibles para la construcción u operación de los edificios (p. ej., productos recuperados)
- Los terrenos para construir se eligen en función de ciertos criterios de sostenibilidad (p. ej., minimizar el impacto en los ecosistemas y las vías fluviales)
- Los edificios tienen la certificación LEED o una certificación equivalente
- Otros (especificar)
- Ninguna de las opciones anteriores
- N/A (la empresa no tiene oficinas o plantas de producción)

Puntos disponibles: 1.75

---

## Protección del ambiente en oficinas virtuales

¿De qué manera su empresa fomenta prácticas de protección del ambiente relacionadas con la gestión de sus oficinas virtuales?

- La empresa tiene una política escrita que fomenta las prácticas y los productos ambientalmente preferibles en las oficinas virtuales de los empleados (p. ej., reciclaje)
- La empresa comparte recursos con los trabajadores sobre protección del ambiente en oficinas en casa (p. ej., uso eficiente de la energía)
- La empresa tiene una política sobre la eliminación segura de residuos electrónicos y de otros materiales peligrosos comprados para las oficinas en casa de los trabajadores
- Los empleados reciben una lista de proveedores ambientalmente preferibles de suplementos de oficina
- Ninguna de las opciones anteriores
- N/A

Puntos disponibles: 3.50

---

## Sistemas de gestión ambiental

Si la empresa cuenta con un sistema de gestión ambiental (EMS) que cubre la generación de desechos, el consumo energético, el consumo de agua y las emisiones de carbono, ¿cuáles de las siguientes opciones forman parte de ese sistema?

Marque todas las opciones que correspondan.

- Una declaración formal que establece el compromiso de la empresa con la protección ambiental
- Una evaluación de la empresa sobre el impacto ambiental de sus actividades de negocio
- Establecimiento de metas cuantificables y objetivos formales relacionados con aspectos ambientales de las operaciones empresariales
- La empresa no tiene un sistema de gestión ambiental

Puntos disponibles: 1.75

OPERACIONES

## Aires y clima

**0.0**

### Monitoreo del consumo de energía

¿La empresa monitorea, registra o genera informes sobre su consumo energético?

Incluya el consumo de energía eléctrica y otros consumos de energía para calefacción, calentamiento de agua, etc. Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- No, actualmente la empresa no monitorea ni registra el consumo energético
- Sí, la empresa monitorea y registra el consumo energético, pero no tiene metas de reducción establecidas
- La empresa monitorea el consumo y ha fijado metas de reducción de la intensidad de las emisiones que también monitorea (p. ej., en relación con los ingresos en dólares, el volumen producido, etc.)
- Sí, la empresa monitorea el consumo energético y ha establecido objetivos de reducción absoluta independientemente de su crecimiento
- La empresa ha alcanzado las metas de reducción específicas durante el período evaluado

Puntos disponibles: 0.70

### Consumo total de energía

Consumo total de energía (en gigajoules) durante los últimos 12 meses:

Consumo total de energía (en gigajoules) durante los últimos 12 meses:

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

### Consumo total de energía renovable

Consumo total de energía de fuentes renovables (en gigajoules) durante los últimos 12 meses

Consumo total de energía de fuentes renovables (en gigajoules) durante los últimos 12 meses:

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Fuentes de energía

¿Qué fuentes de energía utiliza su empresa para la electricidad?

Marque todas las opciones que correspondan.

- Generadores diésel
- Red eléctrica municipal (fuentes desconocidas o no renovables)
- Red eléctrica municipal (al menos 10% de la energía de la red municipal proviene de fuentes renovables como energía solar, eólica o hídrica a pequeña escala)
- Generadores que utilizan biocombustible u otras fuentes de energía limpia o renovable
- Fuentes de energía renovable (incluyendo energía renovable generada en las instalaciones de la empresa)
- Otros (especificar)

Puntos disponibles: 0.70

---

## Uso de energía renovable

¿Qué porcentaje de la energía que utiliza su empresa es generado por fuentes renovables?

Incluya el consumo de energía eléctrica y otros consumos de energía para calefacción, calentamiento de agua, etc.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- Desconocido

Puntos disponibles: 0.35

---

## Consumo de energía renovable de bajo impacto

¿Qué porcentaje de la energía que utiliza su empresa es generado por fuentes renovables de bajo impacto?

Incluya el consumo de electricidad y otros consumos de energía, como la calefacción, el agua caliente, etc., Incluya tanto la energía renovable generada en las instalaciones como aquella suministrada por proveedores externos.

- 0%
- 1-24%
- 25-49%
- 50-74%
- 75-99%
- 100%
- No se sabe

Puntos disponibles: 1.40

---

## Equipos ecológicos

¿Qué porcentaje de los equipos nuevos (según su costo total) comprados durante los últimos 24 meses son equipos que hacen un uso eficiente de la energía o son ambientalmente preferibles?

Seleccione "N/A" si no se realizaron inversiones de capital durante los últimos 24 meses.

- 0% (no hay equipos ecológicos)  
 Menos del 50% (algunos equipos)  
 50% o más (la mayoría de los equipos)  
 100% (todos los equipos)  
 N/A - no se han comprado equipos nuevos

Puntos disponibles: 0.35

---

## Monitoreo de emisiones de gases de efecto invernadero

¿De qué manera se gestionan las emisiones de gases de efecto invernadero, por lo menos de alcance 1 y 2, de la empresa?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- En la actualidad no supervisamos ni registramos emisiones  
 Regularmente monitoreamos y registramos emisiones pero no hemos establecido metas de reducción  
 Regularmente monitoreamos y registramos las emisiones y hemos establecido metas de reducción específicas en relación con el rendimiento anterior (por ejemplo, una reducción del 5% de los GEI desde el año de referencia)  
 La empresa monitorea y registra regularmente sus emisiones y ha establecido metas específicas con bases científicas para cumplir con los objetivos globales de reducción definidos para combatir el cambio climático  
 Hemos cumplido con los objetivos de reducción específicos establecidos durante este período  
 La empresa alcanzó la neutralidad en emisiones de carbono

Puntos disponibles: 0.70

---

## Total de emisiones de GEI de alcance 1

Total de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (toneladas métricas de CO2 equivalente) en:

Alcance 1:

Alcance 1:

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Total de emisiones de GEI de alcance 2

Total de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (toneladas métricas de CO2 equivalente) en:

Alcance 2:

Alcance 2:

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

Puntos disponibles: 0.00

---

### Total de emisiones de GEI de alcance 3

Total de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (toneladas métricas de CO2 equivalente) en:

Alcance 3:

Alcance 3:

No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

### Intensidad de las emisiones de carbono

¿Cuál es la intensidad de sus emisiones de carbono de alcance 1 y 2 (medida en toneladas de CO2/millón de USD de ingresos), sin incluir el uso de bonos y compensaciones de carbono?

Calcule esta métrica en USD para facilitar la comparación con estándares predefinidos.

- Más de 100
- 81-100
- 61-80
- 41-60
- 21-40
- 1-20
- 0%
- No se sabe

Puntos disponibles: 0.70

---

### Intensidad de las emisiones de carbono

¿Cuál es la intensidad de las emisiones de carbono de alcance 1 y 2 de la empresa (medida en toneladas de CO2/millón de USD de ingresos), incluyendo el uso de bonos y compensaciones de carbono?

Calcule esta métrica en USD para evaluar la opción de respuesta de forma precisa.

- Más de 100
- 81-100
- 61-80
- 41-60
- 21-40
- 1-20
- 0%
- No se sabe

Puntos disponibles: 1.40

---

## Reducir el impacto de los traslados al lugar de trabajo

¿Su empresa tiene algún programa o política vigente para reducir la huella de carbono causada por los traslados al lugar de trabajo?

- Los empleados reciben subsidios o incentivos para utilizar el transporte público, para compartir vehículos o para usar la bicicleta para ir a trabajar
- Las instalaciones están diseñadas para facilitar el uso de transporte público, de bicicletas o de vehículos de combustión más limpia (por ejemplo, puntos de carga para vehículos eléctricos)
- Se incentiva a los empleados a utilizar la tecnología para tener reuniones virtuales con el fin de reducir los traslados
- La empresa tiene una política escrita que limita los viajes corporativos
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 0.70

OPERACIONES

## Agua

**0.0**

### Monitoreo y gestión del consumo de agua

¿De qué manera se monitorea y se administra el consumo de agua de su empresa?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Actualmente la empresa no monitorea ni registra el consumo de agua
- La empresa monitorea y registra el consumo de agua, pero no tiene metas de reducción establecidas
- La empresa monitorea y registra el consumo de agua y ha establecido metas de reducción específicas de acuerdo con su desempeño anterior (p. ej., una reducción del consumo de agua del 5% en comparación con el año tomado como referencia)
- La empresa monitorea y registra el consumo de agua y ha establecido metas específicas con bases científicas que son necesarias para alcanzar un uso sostenible de la cuenca hidrográfica local
- La empresa ha alcanzado las metas de reducción específicas durante el período evaluado

Puntos disponibles: 1.00

### Consumo total de agua

Consumo total de agua (en litros) durante los últimos 12 meses

Consumo total de agua (en litros) durante los últimos 12 meses

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Prácticas de conservación del agua

¿Qué métodos de conservación del agua se han implementado en la mayoría de las oficinas corporativas o las plantas de producción?

Marque todas las opciones que correspondan.

- Grifos, inodoros, mingitorios o regaderas/duchas para el ahorro de agua
- Uso de aguas grises para riego
- Irrigación de bajo volumen
- Recolección de agua de lluvia
- Otros (especificar)
- Ninguna de las opciones anteriores
- N/A - La empresa tiene una oficina virtual

Puntos disponibles: 1.00

OPERACIONES

---

## Tierra y vida

**0.0**

---

### Monitoreo y generación de informes de los desechos no peligrosos

¿De qué manera se monitorea y se administra la producción de desechos en la empresa?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Actualmente la empresa no monitorea ni registra la producción de desechos
- La empresa monitorea y registra la producción de desechos, pero no tiene metas de reducción establecidas
- La empresa monitorea y registra regularmente la producción de desechos y ha establecido metas de reducción específicas de acuerdo con su desempeño anterior (p. ej., una reducción de los desechos producidos del 5% en comparación con el año tomado como referencia)
- La empresa monitorea y registra la producción de desechos, y ha fijado una meta de cero desechos
- Hemos cumplido con los objetivos de reducción específicos establecidos durante este período
- We produce zero waste to landfill / ocean

Puntos disponibles: 0.80

---

---

## Método de eliminación de los desechos

¿De qué forma se elimina la mayoría de los desechos y residuos no peligrosos de la empresa?

- Los desechos se incineran, queman o eliminan en las instalaciones (sin certificación)
- Un proveedor externo recolecta los desechos (no tiene certificación que acredite la eliminación)
- Se utiliza el servicio de recolección municipal de residuos
- Los residuos de la empresa se compostan
- La eliminación está a cargo de un proveedor privado independiente que cuenta con una certificación que acredita la eliminación responsable de los desechos
- Se realiza la eliminación de desechos in situ en conformidad con métodos aceptados a nivel mundial (revisados o auditados por un tercero)
- Los residuos se separan y se reciclan o reutilizan para la producción de la empresa o se donan/proveen a otras instalaciones
- Otros (especificar)

Puntos disponibles: 0.80

---

## Producción de desechos no peligrosos

Producción de desechos: cantidad de desechos no peligrosos (expresada en toneladas métricas) producidos durante los últimos 12 meses

Producción de desechos: cantidad de desechos no peligrosos (expresada en toneladas métricas) producidos durante los últimos 12 meses

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Total de desechos eliminados

Desechos eliminados (en toneladas métricas) durante los últimos 12 meses

Desechos eliminados (en toneladas métricas) durante los últimos 12 meses

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

## Total de desechos reciclados

Eliminación de desechos: Cantidad de desechos reciclados o reutilizados (expresada en toneladas métricas) durante los últimos 12 meses

Eliminación de desechos: Cantidad de desechos reciclados o reutilizados (expresada en toneladas métricas) durante los últimos 12 meses

- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Programas de reciclaje

¿Su empresa tiene algún programa de reciclaje/reducción de desechos/reutilización como los que se describen a continuación en el 80% de sus instalaciones?

- La empresa recicla y reutiliza materiales en las instalaciones, y cuenta con recipientes claramente identificados para estos fines
- La empresa tiene una política de reciclaje/reducción de desechos/reutilización que está publicada en las instalaciones y cuenta con recipientes claramente identificados para estos fines
- Otros (especificar)
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 0.80

---

### Reducción de desechos

Opcional: ¿En qué porcentaje ha reducido la generación de desechos sólidos y nocivos (considerando cambios en la facturación) durante los siguientes períodos?

Los últimos dos años

- Los últimos dos años
- No hacemos un seguimiento de esto

Puntos disponibles: 0.00

---

### Eliminación de desechos peligrosos

¿La empresa puede corroborar que los desechos peligrosos que produce siempre se eliminan de forma responsable?

Esto incluye la eliminación responsable de baterías, pintura, equipos electrónicos, etc.

- Sí
- No
- N/A - La empresa ya no produce desechos peligrosos

Puntos disponibles: 0.80

---

## Gestión de materiales peligrosos en las instalaciones

Si su empresa utiliza materiales peligrosos en sus instalaciones, seleccione todos los procedimientos utilizados.

Los materiales peligrosos incluyen productos químicos, pesticidas y fertilizantes. Seleccione "N/A" si se utilizan productos químicos y materiales no peligrosos.

- Documentación escrita que especifica los procedimientos para el almacenamiento, el uso y la eliminación de cada tipo de material peligroso de manera segura, disponible en el idioma local
- Todos los materiales peligrosos se almacenan dentro contenedores o recipientes sellados que están en un depósito bajo llave ubicado en espacio separado de donde se realizan las operaciones de negocio diarias
- Todos los contenedores o recipientes con materiales peligrosos están debidamente etiquetados, con instrucciones para su correcto almacenamiento, uso y eliminación
- No se sigue ninguno de estos procedimientos
- N/A

Puntos disponibles: 0.80

← **Comunidad**

**Clientes** →

## Cientes

### Introducción al área de impacto "Clientes"

OPERACIONES

**0.0**

Esta sección identifica si el producto y/o servicio de su empresa está diseñado para generar un impacto positivo, específico y sustancial en sus clientes (más allá del valor generalmente aportado por los productos o servicios). En caso de que sea así, abrirá la sección del modelo de negocio de impacto "Clientes" que sea más relevante.

### Introducción al modelo de negocio de impacto para los clientes

¿Alguno de los productos/servicios de su empresa aborda un problema social o económico de sus clientes y/o sus beneficiarios?

Sus respuestas determinan cuáles son las próximas preguntas de la evaluación que se aplican a su empresa.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

## Gestión de clientes

OPERACIONES

**0.0**

### Gestión de la relación con el cliente

¿Cuáles de las siguientes prácticas implementa su empresa para gestionar el impacto y el valor creado para los clientes?

- La empresa ofrece garantías, ya sean contractuales o no, o políticas de protección respecto de sus productos o servicios
- La empresa tiene certificaciones de calidad emitidas por terceros
- La empresa tiene mecanismos de control formales
- La empresa tiene mecanismos para recibir comentarios o quejas de los clientes
- La empresa monitorea el nivel de satisfacción del cliente
- La empresa evalúa los resultados indirectos que se generan para los clientes a través del uso de los productos o servicios de la empresa
- La empresa tiene políticas formales que establecen prácticas éticas de marketing, publicidad o compromiso con el cliente
- La empresa gestiona la privacidad y la seguridad de los datos de los clientes
- Ninguna de las opciones anteriores

Puntos disponibles: 1.25

[Get Help](#)

### Gestionar el impacto del producto

¿La empresa toma alguna de las siguientes medidas en cuanto a la gestión del impacto potencial de sus productos en los clientes/beneficiarios?

- La empresa monitorea los resultados y el bienestar del cliente
- La empresa tiene un programa formal en marcha para incorporar estudios y feedback de los clientes al diseño del producto
- La empresa tiene programas formales en marcha para mejorar continuamente los resultados que obtienen los clientes (p. ej., reducir los efectos negativos o aumentar los efectos positivos)
- Otra
- Ninguna de las anteriores

Puntos disponibles: 1.25



**Medio Ambiente**

**Cuestionario de Divulgación** →

---

## Cuestionario de Divulgación

---

### Divulgación de información - industrias

---

Preguntas de divulgación de información sobre prácticas específicas de producción y de gestión comercial.

#### Divulgación de actividades relacionadas con el alcohol

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

La empresa realiza actividades relacionadas con el alcohol

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

#### Divulgación de prácticas relacionadas con el tabaco

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Tabaco

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

#### Divulgación de información: apuestas

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Apuestas

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Divulgación de prácticas relacionadas con armas de fuego

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Armas de fuego, armamento o municiones

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Divulgación de prácticas relacionadas con la pornografía

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Pornografía

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Divulgación de información: préstamos de día de pago, a corto plazo o con altos intereses

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

La empresa otorga préstamos de día de pago, préstamos a corto plazo o préstamos con altos intereses

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Divulgación de información: combustibles fósiles

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

La empresa trabaja con la extracción, distribución y/o venta de carbón, gas natural o combustibles fósiles como petróleo

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

Puntos disponibles: 0.00

### **Divulgación de prácticas relacionadas con la actividad minera**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Minería

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

### **Divulgación de información: energía nuclear o materiales peligrosos**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Las operaciones de la empresa involucran energía nuclear, materiales radiactivos o desechos peligrosos

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

### **Divulgación de prácticas relacionadas con el sector carcelario**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Prisiones

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

### **Divulgación de prácticas relacionadas con seguros de vida total o permanente**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Productos de seguro de vida total o permanente

Seleccione "Sí" solo si la empresa obtiene el 80% o más de sus ingresos a partir de productos de seguro de vida total o permanente.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

Puntos disponibles: 0.00

### **Divulgación de prácticas relacionadas con servicios de cobro de deudas**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Servicios de cobro de deudas

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Divulgación de prácticas relacionadas con el voluntariado en instituciones de cuidado infantil**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Organización de programas de voluntariado en orfanatos o instituciones de cuidado infantil

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Divulgación de prácticas relacionadas con servicios de asesoramiento fiscal**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Servicios de asesoramiento fiscal

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Divulgación de información: productos o servicios que involucran animales**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Productos o servicios que involucran animales (incluidos mariscos)

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### **Divulgación de información: organismos modificados genéticamente**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Organismos modificados genéticamente

Además, seleccione "Sí" solo si su empresa presta servicio a clientes de esta industria.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Divulgación de información: productos ilegales o en proceso de eliminación progresiva**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

La empresa tiene productos o realiza actividades que son ilegales bajo las leyes o regulaciones locales del país donde opera, que están prohibidas por acuerdos o convenios internacionales, o que están sujetas a la regulación o a la eliminación progresiva internacional

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Divulgación de información: industrias en riesgo de generar violaciones a los derechos humanos**

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Industrias que dependen del uso de materiales que tienen una alta probabilidad de generar violaciones a los derechos humanos (p. ej., minerales de zonas en conflicto)

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Otra

Por favor indique si la empresa está involucrada en la producción o la compraventa de algunos de los siguientes. Seleccione Sí para todas las opciones que apliquen.

Otras industrias que podrían ocasionar daños sociales y ambientales, que están sujetas a críticas de las partes interesadas o que son un motivo de preocupación para estos grupos

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Explicación de la empresa sobre las observaciones realizadas en las respuestas del cuestionario de divulgación de información

Si seleccionó "Sí" a cualquiera de los ítems en "Divulgación de información: industrias" enumerados anteriormente, proporcione una explicación detallada de la participación de la empresa para cada respuesta afirmativa:

Si esto no está relacionado con su empresa, escriba "No aplica" en el campo de texto a continuación.

Si seleccionó "Sí" a cualquiera de los ítems en "Divulgación de información: industrias" enumerados anteriormente, proporcione una explicación detallada de la participación de la empresa para cada respuesta afirmativa:

Puntos disponibles: 0.00

---

### Divulgación de información: prácticas

Preguntas de divulgación sobre prácticas sensibles.

#### Falta de registro formal conforme a las regulaciones locales

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa no está registrada formalmente conforme a los requisitos y regulaciones relevantes

Si la empresa está registrada formalmente, seleccione "No".

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### **Elusión impositiva a través de sociedades pantalla**

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa utiliza sociedades pantalla u otros medios (p. ej., la constitución de múltiples sociedades) para reducir los impuestos que paga

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Falta de transparencia en los estados financieros corporativos que se presentan ante entidades gubernamentales**

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa retiene información financiera del gobierno

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Operaciones en zonas de conflicto**

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa opera en zonas de conflicto

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Venta de datos**

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa vende o brinda acceso a datos de los usuarios o los consumidores

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Instalaciones ubicadas en ecosistemas sensibles

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

Las instalaciones de la empresa se encuentran al lado o dentro de ecosistemas sensibles

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Comercialización de sustitutos de la leche materna

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

Comercialización de sustitutos de la leche materna

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Los trabajadores no tienen acceso a agua potable ni a baños limpios

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa no brinda acceso a agua potable ni a baños limpios a los trabajadores durante su turno laboral

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Pago inferior al salario mínimo

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

Una parte de los trabajadores, contratistas, subcontratistas o trabajadores contratados por hora percibe menos que el salario mínimo

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Falta de contratos de trabajo firmados por todos los trabajadores

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa no cuenta con un contrato de trabajo firmado por cada trabajador en un idioma que el empleado entienda

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### No se entregan recibos de sueldo para mostrar cómo se calculan las remuneraciones y deducciones

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa no entrega recibos de sueldo o un documento equivalente a todos sus trabajadores para demostrar cómo se calcula su remuneración ni qué deducciones se aplican

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Acciones contra la libertad de asociación y la negociación colectiva

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa ha comunicado públicamente su posición contra la sindicalización, ha participado en actividades que se pueden percibir como una toma de posición contra la organización sindical o prohíbe a los trabajadores asociarse libremente y negociar colectivamente durante el plazo de contratación

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Los trabajadores no pueden dejar el lugar de trabajo en el horario no laboral

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa prohíbe que sus trabajadores se retiren libremente del lugar de trabajo durante el horario no laboral o al finalizar sus turnos

Esto incluye a los trabajadores que viven en el lugar de trabajo.

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Retención de documentos de identidad o sanciones por renuncia

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa retiene los documentos de identidad o pasaportes originales de los trabajadores y/o no permite que los trabajadores renuncien libremente sin sanciones, incluso cuando se trata de renunciaciones con aviso previo

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Contratos de cero horas

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa emplea trabajadores a través de contratos de cero horas

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Los trabajadores de la empresa son prisioneros

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa emplea a prisioneros

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### La empresa emplea a trabajadores menores de 15 años (u otro parámetro de edad mínima establecido por la OIT)

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

La empresa emplea a trabajadores menores de 15 años (u otra edad mínima cubierta por el Convenio N° 138 de la Organización Internacional del Trabajo) y/o no tiene registros del personal que incluya documentación que acredite la fecha de nacimiento de cada trabajador

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Horas extra obligatorias para trabajadores por hora

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

Es obligatorio realizar horas extra y la jornada laboral excede las 48 horas semanales

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Otra

Favor indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas o no en relación a las prácticas de su empresa (marque todas las que apliquen).

Otras prácticas sensibles que podrían ocasionar daños sociales y ambientales o que son motivo de preocupación de las partes interesadas

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Explicación de la empresa sobre las observaciones realizadas en las respuestas del cuestionario de divulgación de información

Si seleccionó "Sí" a cualquiera de los ítems en "Divulgación de información: prácticas" enumerados anteriormente, proporcione una explicación detallada de la participación de la empresa en cada práctica marcada de forma afirmativa:

Si esto no está relacionado con su empresa, escriba "No aplica" en el campo de texto a continuación.

Si seleccionó "Sí" a cualquiera de los ítems en "Divulgación de información: prácticas" enumerados anteriormente, proporcione una explicación detallada de la participación de la empresa en cada práctica marcada de forma afirmativa:

Puntos disponibles: 0.00

## Divulgación de información: resultados y sanciones

---

Preguntas de divulgación de información sobre litigios, reubicación de comunidades, accidentes y muertes en el trabajo.

### Fatalidad en el lugar de trabajo

Favor indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas en relación a lo que la empresa ha experimentado en los últimos 5 años (marque todas las que apliquen). Si la declaración es verdadera, seleccione "Verdadera". Si es falsa, seleccione "Falso".

Se ha producido una fatalidad durante las operaciones o en el lugar de trabajo

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

### Litigios o arbitrajes

Favor indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas en relación a lo que la empresa ha experimentado en los últimos 5 años (marque todas las que apliquen). Si la declaración es verdadera, seleccione "Verdadera". Si es falsa, seleccione "Falso".

Litigios/arbitrajes que se encuentran en curso, en los que se llegó a un acuerdo o en los que la empresa fue condenada

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

### La empresa se ha declarado en quiebra

Favor indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas en relación a lo que la empresa ha experimentado en los últimos 5 años (marque todas las que apliquen). Si la declaración es verdadera, seleccione "Verdadera". Si es falsa, seleccione "Falso".

La empresa se ha declarado en quiebra

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### **Soborno, fraude o corrupción**

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Soborno, fraude o corrupción

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Comportamiento anticompetitivo**

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Comportamiento anticompetitivo

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Información financiera, impuestos, inversiones o préstamos**

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Información financiera, pago de impuesto, inversiones o préstamos

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### **Contribuciones políticas o asuntos internacionales**

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Contribuciones políticas o asuntos internacionales

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Cuestiones laborales

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Cuestiones laborales (incluidas cuestiones relacionadas con la seguridad y la discriminación)

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Violaciones relacionadas con información confidencial

Favor indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas en relación a lo que la empresa ha experimentado en los últimos 5 años (marque todas las que apliquen). Si la declaración es verdadera, seleccione "Verdadera". Si es falsa, seleccione "Falso".

Violaciones a la privacidad individual y/o pérdidas de datos personales confidenciales

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Índice de despidos significativo

Favor indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas en relación a lo que la empresa ha experimentado en los últimos 5 años (marque todas las que apliquen). Si la declaración es verdadera, seleccione "Verdadera". Si es falsa, seleccione "Falso".

La empresa ha despedido a más del 20% de sus trabajadores

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Descargas peligrosas en el aire/el agua/la tierra (últ. 5 años)

Favor indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas en relación a lo que la empresa ha experimentado en los últimos 5 años (marque todas las que apliquen). Si la declaración es verdadera, seleccione "Verdadera". Si es falsa, seleccione "Falso".

Se han producido descargas accidentales de sustancias peligrosas en el aire, el agua o la tierra alrededor de donde se encuentran las instalaciones de la empresa

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Adquisición, conversión o reubicación de tierras a gran escala

Favor indique si las siguientes afirmaciones son verdaderas en relación a lo que la empresa ha experimentado en los últimos 5 años (marque todas las que apliquen). Si la declaración es verdadera, seleccione "Verdadera". Si es falsa, seleccione "Falso".

La construcción o las operaciones de la empresa implicaron la compra, conversión o degradación de grandes porciones de tierra (incluyendo la construcción o restauración de represas), o provocaron el reasentamiento o desplazamiento económico de más de 5000 personas

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Sanciones evaluadas por cuestiones ambientales

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Sanciones relacionadas con la gestión ambiental, incluido el bienestar animal

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Violaciones a los derechos de los pueblos indígenas

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Violación de derechos de los pueblos indígenas, p. ej., mediante la utilización de tierras pertenecientes a pueblos indígenas o utilizadas por ellos, sin el consentimiento debidamente documentado de estos grupos

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Otra

Favor indique si la empresa ha tenido alguna queja formal reportada a las autoridades o ha recibido alguna multa o sanción en los últimos 5 años por algunas de las siguientes prácticas o políticas. Seleccione todas las que aplican.

Otras sanciones, denuncias o quejas presentadas o impuestas contra la empresa por su impacto negativo en las comunidades locales, los derechos humanos u otras áreas de preocupación de las partes interesadas

- Sí  
 No

Puntos disponibles: 0.00

---

### Explicación de la empresa sobre las observaciones realizadas en las respuestas del cuestionario de divulgación de información

Si seleccionó "Sí" a cualquiera de los ítems en "Divulgación de información: resultados y sanciones" enumerados anteriormente, proporcione una explicación detallada de la experiencia de la empresa para cada respuesta afirmativa:

Si esto no está relacionado con su empresa, escriba "No aplica" en el campo de texto a continuación.

Si seleccionó "Sí" a cualquiera de los ítems en "Divulgación de información: resultados y sanciones" enumerados anteriormente, proporcione una explicación detallada de la experiencia de la empresa para cada respuesta afirmativa:

Puntos disponibles: 0.00

---

### Divulgación de información - cadena de suministro

Preguntas de divulgación de información sobre los proveedores significativos de la compañía

#### Proveedores: operaciones en zonas de conflicto

Por favor, indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas con respecto a los proveedores significativos de su empresa.

La empresa opera en zonas de conflicto

- Sí  
 No  
 No se sabe

Puntos disponibles: 0.00

---

---

### Proveedores: impacto social negativo

Por favor, indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas con respecto a los proveedores significativos de su empresa.

Prácticas o resultados indirectos que produjeron un impacto negativo sustancial a nivel de los derechos humanos, las condiciones laborales o las comunidades locales

- Sí
- No
- Desconocido

Puntos disponibles: 0.00

---

### Proveedores: impacto ambiental negativo

Por favor, indique si alguna de las siguientes afirmaciones son verdaderas con respecto a los proveedores significativos de su empresa.

Prácticas o resultados indirectos que produjeron un impacto negativo sustancial a nivel ambiental

- Sí
- No
- Desconocido

Puntos disponibles: 0.00

← **Cientes**

*Fuente: Evaluación de Impacto B, 2021.*

## Anexo II: Distribución geográfica de Empresas Certificadas B a Junio de 2020

**Tabla 6**

*Distribución de Empresas B en el mundo (por país)*

<b>País</b>	<b>Cantidad de Empresas B</b>	<b>Participación en el total</b>
Estados Unidos	1315	38%
Reino Unido	343	10%
Canadá	288	8%
Australia	262	7%
Brazil	140	4%
Chile	122	3%
Argentina	117	3%
Francia	115	3%
Italia	113	3%
Países Bajos	94	3%
Colombia	57	2%
España	55	2%
México	42	1%
Nueva Zelanda	40	1%
Suiza	40	1%
Alemania	37	1%
Taiwán	29	1%
Dinamarca	26	1%
Perú	23	1%
Ecuador	19	1%
China	18	1%
Kenia	18	1%
Corea	15	0%
Paraguay	15	0%
Portugal	14	0%
Singapur	13	0%
Hong Kong	12	0%
Uruguay	10	0%

Costa Rica	8	0%
Sudáfrica	7	0%
Guatemala	6	0%
Japón	6	0%
Uganda	6	0%
Bélgica	5	0%
India	5	0%
Irlanda	4	0%
Suecia	4	0%
Turquía	4	0%
Austria	3	0%
Indonesia	3	0%
Luxemburgo	3	0%
Noruega	3	0%
Panamá	3	0%
Bolivia	2	0%
Filipinas	2	0%
Ghana	2	0%
Hungría	2	0%
Israel	2	0%
Polonia	2	0%
Ruanda	2	0%
Tailandia	2	0%
Vietnam	2	0%
Bahamas	1	0%
Bangladesh	1	0%
Benin	1	0%
Burkina Faso	1	0%
Chipre	1	0%
Egipto	1	0%
Emiratos Árabes Unidos	1	0%
Finlandia	1	0%
Grecia	1	0%
Haití	1	0%

Malasia	1	0%
Malta	1	0%
Mozambique	1	0%
Myanmar	1	0%
Nicaragua	1	0%
República Checa	1	0%
Rusia	1	0%
Senegal	1	0%
Serbia	1	0%
Sierra Leona	1	0%
Tanzania	1	0%
Venezuela	1	0%
Zambia	1	0%
<b>Total Mundial</b>	<b>3503</b>	

*Fuente: Certified B Corporation, 2020.*

### **Tabla 7**

*Distribución de Empresas B en el mundo (por región)*

<b>Región</b>	<b>Cantidad de Empresas B</b>	<b>Participación en el total</b>
África	43	1%
Asia	114	3%
Europa	873	25%
Latinoamérica	568	16%
Norteamérica	1603	46%
Oceanía	302	9%
<b>Total Mundial</b>	<b>3503</b>	

*Fuente: Certified B Corporation, 2020.*

**Tabla 8***Distribución de Empresas B en Latinoamérica*

<b>País</b>	<b>Cantidad de Empresas B</b>	<b>Participación en el total</b>
Brazil	140	25%
Chile	122	21%
Argentina	117	21%
Colombia	57	10%
México	42	7%
Perú	23	4%
Ecuador	19	3%
Paraguay	15	3%
Uruguay	10	2%
Costa Rica	8	1%
Guatemala	6	1%
Panamá	3	1%
Bolivia	2	0%
Bahamas	1	0%
Haití	1	0%
Nicaragua	1	0%
Venezuela	1	0%
<b>Total Latinoamérica</b>	<b>568</b>	

*Fuente: Certified B Corporation, 2020.*

**Tabla 9***Distribución de Empresas B en Argentina*

<b>Provincia</b>	<b>Cantidad de Empresas B</b>	<b>Participación en el total</b>
Buenos Aires	90	77%
Córdoba	10	9%
Mendoza	6	5%
Río Negro	3	3%
Chubut	2	2%
Santa Fe	2	2%
Capital Federal	1	1%
Corrientes	1	1%
Jujuy	1	1%
Salta	1	1%
<b>Total Argentina</b>	<b>117</b>	

*Fuente: Certified B Corporation, 2020.*

## Anexo III: Listado de Empresas Cordobesas Certificadas B a Junio de 2020

Empresa	Características del modelo de negocio
<p data-bbox="268 1832 292 1944"><b>Empresa</b></p> <p data-bbox="327 1675 391 1720"> <b>Políticas y prácticas B</b></p> <p data-bbox="432 1093 528 1731">En Aero trabajamos con materiales e insumos responsables y certificados buscando siempre generar el menor impacto posible al ambiente. Tenemos insumos propios (desarrollados por nosotros) como las lonas biodegradables BioBanner entre otras soluciones. Buscamos digitalizar y desmaterializar todo lo que podamos.</p> <p data-bbox="576 1776 646 1989"><b>aero.</b></p> <p data-bbox="576 1149 667 1731"> <b>¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?</b></p> <p data-bbox="687 1093 903 1731">Solamente en Argentina se imprimen el equivalente a más de 900 canchas de fútbol por año de lona para publicidad, las cuales tardan más de 1000 años en biodegradarse y la mayoría de las veces se lo imprime para eventos de menos de una semana de duración. Pero esto es solo hablando de uno de los tantos elementos que utiliza una marca para constituirse como tal. Desde Aero buscamos desarrollar marcas con ADN Sustentable y trabajamos activamente en la experiencia de Marca Sustentable, es decir, trabajando la coherencia de la marca alineando sus valores y propósito de existencia con lo que comunica, como lo comunicamos y como llega a sus clientes.</p>	<p data-bbox="327 678 391 1059"> <b>Modelo de Negocio de Impacto:</b></p> <ul data-bbox="432 555 480 1025" style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de diseño con impacto social y ambiental medido.</li> <li>• Carbono Neutro</li> </ul> <p data-bbox="576 790 639 1059"> <b>¿Cómo lo resuelve?</b></p> <p data-bbox="667 432 762 1059">Trabajamos la sustentabilidad desde el planteo de una marca hasta cada uno de los elementos físicos donde esta se soporta. Buscamos generar el menor impacto ambiental posible y el mayor impacto visual. Buscamos que las marcas sean sustentables y no solo que parezcan.</p>
<p data-bbox="1102 1776 1173 2011"> <b>BiopSA</b></p> <p data-bbox="943 1675 1007 1720"> <b>Políticas y prácticas B</b></p> <p data-bbox="1050 1317 1074 1731">Política de ambiente, trabajadores y no discriminación.</p> <p data-bbox="1145 1149 1236 1731"> <b>¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?</b></p> <p data-bbox="1257 1104 1329 1731">Buscamos reemplazar el plástico convencional por el uso del bioplástico. Principalmente centrándonos en los plásticos de un solo uso que son los que más problemas están generando al ambiente.</p>	<p data-bbox="943 678 1007 1059"> <b>Modelo de Negocio de Impacto:</b></p> <ul data-bbox="1050 387 1098 1025" style="list-style-type: none"> <li>• Conservación de Recursos: Reconoce productos/servicios que reducen el uso de recursos naturales o reducen el envío de desechos a vertederos.</li> </ul> <p data-bbox="1145 790 1209 1059"> <b>¿Cómo lo resuelve?</b></p> <p data-bbox="1257 409 1329 1059">BiopSA propone el uso de un plástico que se degrada en el ambiente y contaminando menos el ambiente. El mismo tiene certificación que garantiza que el producto es biodegradable.</p>



Políticas y prácticas B

Proa trabaja con organizaciones cuya misión siempre está dirigida a proteger y promover los derechos e intereses de grupos y comunidades vulnerables. Busca proteger el ambiente y fomentar el desarrollo comunitario. Sumado a esto, nuestros clientes son organizaciones del tercer sector, con lo que en cada cliente encontramos una causa y en cada causa la oportunidad de implementar estrategias que permitan a las organizaciones generar impacto positivo y de largo plazo. Por último, hoy más del 50% de nuestra estructura está integrada por mujeres, incluyéndolas también en los puestos de liderazgo.



Modelo de Negocio de Impacto:

- **Flujo de Capital y Fortalecimiento:** Reconoce productos/servicios que facilitan el éxito financiero u operacional de empresas con propósito o a personas en situación de vulnerabilidad.
- **Ayuda a los Necesitados:** Reconoce productos/servicios que benefician directa o indirectamente a individuos o grupos en situación de vulnerabilidad.



¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?

Las organizaciones sociales buscan resolver problemas que son relevantes y urgentes para la sociedad en una variedad de causas y temáticas (infancia, ambiente, género, pobreza, educación, etc). Muchos de estos esfuerzos se pueden convertir en soluciones duraderas si se logra trabajar a gran escala y con recursos sostenidos. En Argentina hay 9000 organizaciones sociales y sin fin de lucro que abarcan una variedad de desafíos a resolver. Proa busca acompañar el desarrollo de recursos suficientes para lograr una base de sostenibilidad económica y financiera, diseñando y ejecutando campañas de pequeños donantes y estrategias de financiamiento diversificada.



¿Cómo lo resuelve?

El trabajo de Proa se especializa en la gestión y desarrollo de recursos para las organizaciones sociales. Lo hacemos acompañando a las organizaciones sociales en sus procesos de planificación, crecimiento desde sus propias estructuras y cumplimiento de sus misiones y objetivos institucionales. En el proceso de posicionarse las organizaciones buscan generar vínculos con sus públicos, a partir de interacciones genuinas y de calidad. PROA brinda las herramientas para que cada organización pueda comunicar su causa de la mejor manera.

Proa se vincula con organizaciones cuya misión siempre está dirigida a proteger y promover los derechos e intereses de grupos y comunidades vulnerables, proteger el medio ambiente y fomentar el desarrollo comunitario. Para ello es necesario una base de obtención de fondos acorde a los objetivos estratégicos a mediano y largo plazo. Proa Diseña y se compromete con las organizaciones en el cumplimiento de esos objetivos.



**Políticas y prácticas B**

IRCA SRL por su naturaleza es una Empresa B fundada en el 2007. Se ocupa del recupero de materiales desechados por grandes generadores (industrias, comercios, municipios, etc) para ser re insertados en el mercado como materia prima. Es un medio para generar economía circular reduciendo el uso de recursos naturales (agua, árboles, energía).



**¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?**

IRCA SRL recupera los residuos reciclables de grandes generadores, reduciendo el destino de enterramiento. Realiza la clasificación y valorización desde el origen del generador y son trasladados a la planta de IRCA para ser acopiados y reciclados. Compra los residuos ya clasificados (cartón, plástico, papel, metales). IRCA SRL recicla plástico convirtiendo en materia prima. En la actualidad, en la provincia de Córdoba solamente se recupera el 2% de los residuos y no hay leyes que fomenten el recupero y el reciclado.



**Modelo de Negocio de Impacto**

- **Conservación de Recursos:** Reconoce productos/servicios que reducen el uso de recursos naturales o reducen el envío de desechos a vertederos.



**¿Cómo lo resuelve?**

IRCA SRL aporta soluciones a la sociedad ya que recupera materiales que eran enviados a los basurales. IRCA SRL en 2018 logró el siguiente impacto ambiental según datos conversión EPA: 82.637 árboles que se dejaron de cortar, 26.736 MWh de ahorro de energía, 128.817 M3 de agua que se ahorraron, 60.763 M3 que no se ocuparon en vertederos y emisión de gases 4849 ton. de carbono equivalente. IRCA SRL al ser una empresa de servicio y recuperadora de residuos reciclables es una empresa que genera mano de obra intensiva, incorpora trabajadores de sectores informales o excluidos del sistema laboral.



**Políticas y prácticas B**

Ondulé es una empresa que desarrolla la creatividad e imaginación de los niños a partir de juguetes elaborados de material reciclado. Todo este concepto lo basamos en un modelo de negocios que además de cuidar el ambiente genera impacto social. Hoy el envasado de nuestros productos lo realizamos en cooperativas de mujeres que se encuentran en situación de vulnerabilidad con los principios de comercio justo.



**¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?**

Los padres están cada vez más preocupados por la infancia que están teniendo sus hijos, los juguetes son cada vez más sofisticados, individualistas, tecnológicos y no fomentan el uso de la imaginación. Por otro lado, en Argentina, se genera más de 12 millones de toneladas de basura de las cuales solo se recicla el 5% y más de 40.000 familias de recicladores urbanos viven de esto en una situación de indigencia debido a los bajos ingresos que genera la actividad.



**Modelo de Negocio de Impacto:**

- **Conservación de Recursos:** Reconoce productos/servicios que reducen el uso de recursos naturales o reducen el envío de desechos a vertederos.



**¿Cómo lo resuelve?**

Ondulé es una empresa B que desarrolla la creatividad e imaginación de los niños a partir de juguetes elaborados de cartón reciclado. Todo este concepto lo basamos en un modelo de negocio que además de cuidar el ambiente genera impacto social. Nos proveemos de cooperativas de recicladores urbanos y el envasado de nuestros productos lo realizamos en cooperativas de mujeres que se encuentran en situación de vulnerabilidad. Actualmente estamos comercializando nuestros productos en Argentina, Chile, Uruguay y Guatemala.



**Políticas y prácticas B**

En Porta tenemos políticas y prácticas que refuerzan nuestro propósito de Triple Impacto: - Política de Preferencia Local (para capital humano y para compras), Programa Aportate (1º oportunidad laboral para jóvenes entre 18 y 25 años sin experiencia formal), Programa de Voluntariado (espacio de acción que potencia el vínculo con la comunidad), Gestión Ambiental Integral, medición periódica de huella de carbono, monitoreo de calidad de agua, efluentes, aire y gestión del consumo de agua y energía.



**Modelo de Negocio de Impacto**



**PORTA**



**¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?**

Creemos profundamente en utilizar la empresa como fuerza positiva para mejorar el mundo. Generar valor agregado en origen y trabajar junto a las diferentes comunidades en el desarrollo de las economías locales es para nosotros el camino que permite lograr un mayor progreso y bienestar común. En Porta creemos en el progreso fundado en la cooperación y ayuda mutua de carácter local, priorizando colaboradores y proveedores de la comunidad cercana.



**¿Cómo lo resuelve?**

En Porta fomentamos el desarrollo de la inteligencia colectiva como generadora de valor en la construcción de una realidad mejor para todo su entorno buscando empoderar y dar oportunidades laborales con prioridad a productores y proveedores locales.



**Políticas y prácticas B**

En Motivador de Experiencias sabemos que el mundo se encuentra en una crisis ecológica, por ello nos planteamos ser una organización consciente de la huella ecológica que genera, siendo la principal pregunta ¿Cómo gestionamos nuestro impacto? y ¿Cómo hacemos para disminuir nuestra huella al actuar? Para ello tenemos manuales de política ambiental que compartimos con nuestros colaboradores, free-lancers, proveedores y socios estratégicos. Además fomentamos un modelo de economía social, poniendo delante a las personas, incentivando la participación, la igualdad, el desarrollo de la economía local y el respeto al ambiente. Para ello trabajamos con nuestra red de proveedores locales sustentables. Sumado a esto, potenciamos la educación a través de charlas, conferencias, talleres y encuentros a distintos sectores de la comunidad. El objetivo es empoderar a los asistentes para que puedan desarrollar nuevas habilidades personales y sociales. Buscamos crear un "efecto dominó" en el aprendizaje, transmitiendo información y creando conocimiento de forma conjunta. Por último, nos tomamos en serio la gestión del talento, por eso desarrollamos estrategias para mejorar la calidad de vida de los colaboradores, centrándonos en la comunicación interna y la cultura organizacional.



**Modelo de Negocio de Impacto:**

- **Educación:** Reconoce productos/servicios que apoyan o proveen educación, o que mejoran los conocimientos y habilidades de las personas.



**¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?**

En Argentina, durante el año 2017 se registraron 605.626 empresas activas, donde trabaja poco más de la mitad de la población total (23.780.000) pero sólo el 51% de ellas lo hacen de manera formal (el resto, se mantiene en la informalidad). Si a ello le sumamos, el incremento en las tasas de desempleo, la disminución de la productividad laboral y la cantidad de tiempo que una persona pasa en su trabajo, obtenemos como resultado un impacto negativo en los salarios de los colaboradores y en los niveles de vida de la sociedad en general. Las empresas son parte importante del contexto social y tienen una gran responsabilidad: ser mejores para los trabajadores, mejores para las comunidades y mejores para el mundo.



**¿Cómo lo resuelve?**

Con ME Motivador de Experiencias colaboramos para alcanzar el octavo objetivo de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: "Promover un crecimiento económico inclusivo y sostenible, un empleo pleno y productivo y un trabajo decente para todos". Para lograrlo entendemos que las personas no son recursos, sino el núcleo de la organización y por eso trabajamos para transformar el paradigma de "Recursos Humanos" y "Administración Tradicional" a un management avanzado basado en valores, en la ciencia de la felicidad y en la psicología positiva aplicado en las organizaciones. Para eso ofrecemos asesoría integral en estrategia, comunicación interna y cultura organizacional que permiten liberar el potencial de la organización para lograr la mejor versión de sí misma con la vista puesta en el Triple Impacto.



**Políticas y prácticas B**

Tingua cuenta con políticas y prácticas B, a saber:

- Política de Selección de Proveedores y/o organizaciones anfitrionas con el objetivo de construir una red de suministro local sostenible para trabajar en conjunto con organizaciones, familias o personas que compartan los mismos valores e ideales éticos y estén comprometidos con el bienestar de la sociedad. Para Tingua los proveedores son considerados aliados estratégicos.
- Política de Sustentabilidad en el lugar de trabajo. Tingua lleva adelante un compromiso de cuidado y preservación del ambiente y los recursos en el espacio de trabajo a través del uso de las lámparas de bajo consumo, reducción del consumo del agua, separación y clasificación de los residuos, uso de papel reciclado, utilización en los posible de medios de comunicación de bajo impacto (bicicleta, conferencias Skype, etc). Aplica además a cada participante una encuesta para evaluar el impacto de las experiencias Tingua en el desarrollo de sus habilidades personales.



**Modelo de Negocio de Impacto**

- Educación: Reconoce productos/servicios que apoyan o proveen educación, o que mejoran los conocimientos y habilidades de las personas.



**¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?**

Vivimos en un sistema tan individualista que aunque estemos hiperconectados muchas veces nos encontramos alejados de la realidad o sintiéndonos impotentes ante ella. En el año 2017, el Foro Económico Mundial vaticinó que la desigualdad económica, la polarización social y los crecientes peligros ambientales son las tres principales amenazas del mundo. Ese mismo año, la ONU destacó el rol transformador del turismo como agente de cambio para promover el entendimiento mutuo, la paz, respeto por la diversidad cultural y conservación del ambiente. El futuro requiere ciudadanos comprometidos con la resolución de problemáticas globales, verdaderos ciudadanos del mundo.



**¿Cómo lo resuelve?**

Las experiencias de viaje de Tingua se focalizan en desarrollar la conciencia social, la sensibilidad interculturalidad y la empatía, acercando culturas a través del entendimiento mutuo y sumergiéndose en la cultura del destino, viviendo con una familia local, aprendiendo su idioma, y trabajando codo a codo como voluntarios en proyectos sociales y ambientales. Tingua ha desarrollado un proceso de evaluación estructurada que permite medir el impacto de cada experiencia. Este impacto es evaluado en diferentes momentos de la experiencia mostrando el desarrollo de dichas habilidades en cada participante y el compromiso con la resolución de las problemáticas globales.



**Políticas y prácticas B**

- Gestión eficiente de recursos, reciclado de residuos y forestaciones.
- Excursiones 100% bonificadas para escuelas públicas de La Rioja en el marco del programa "Educar".
- Compra y contratación de recursos locales.



**¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas pais?**

A lo largo de la historia la industria del turismo fue creciendo, de forma vertiginosa, el aprovechamiento de recursos culturales, históricos y naturales que han constituido la base del desarrollo de esta actividad, siendo la calidad paisajística uno de los factores determinantes del valor turístico de un lugar. Sin embargo, las visiones cortoplacistas y las actividades extractivas de recursos, sin considerar la resiliencia de los ecosistemas y la necesidad de conservar los recursos en el tiempo, condujeron al deterioro ambiental y pérdida permanente de recursos de gran valor ecológico y sociocultural. Allí es cuando surge una nueva concepción del turismo que incluye la sustentabilidad ambiental, el en especial en áreas con recursos de valor especial.



**Modelo de Negocio de Impacto:**

- Educación Ambiental: Reconoce productos/servicios que promueven la educación sobre problemas ambientales y facilitan espacios de discusión para estos problemas.



**¿Cómo lo resuelve?**

Volterra, en su rol de prestador de servicio turísticos en un área declarada Patrimonio de la Humanidad desempeña sus actividades con el menor impacto ambiental y social posible, y a través de la comunicación de sus prácticas concientiza a su personal y visitantes del parque. Además, realiza actividades con la comunidad, principalmente con escuelas. La empresa mantiene un Sistema de Gestión Ambiental y de Calidad certificado internacionalmente bajo las normas ISO 14001:2015 e ISO 9001:2015.



Políticas y prácticas B

En Santex tienen políticas de género variadas. Por ejemplo, 4 años atrás solo el 20% de las posiciones de dirección eran ocupadas por mujeres, hoy es el 50%. Lo mismo sucedió con el crecimiento de los salarios, se fueron modificando hasta alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres que ocupan posiciones semejantes. Además, con la intención de que las mamás puedan reincorporarse a la vida laboral con mayor facilidad, pudiendo amamantar y ver a sus bebés en la oficina, crearon el "Nido de Santex", en donde las madres llevan a sus bebés recién nacidos hasta que cumplen el primer año de vida. El espacio también está abierto para los padres que trabajan en Santex. Por último, y en relación a la Gobernanza, Santex trabaja desde hace años con políticas que promueven la transparencia y la distribución de las ganancias, esto último está relacionado con la ética, la misión y el compromiso de su empresa.

**santex**



Modelo de Negocio de Impacto



¿Cuál es el problema que busca resolver tu Empresa relacionado a problemáticas país?

Argentina tiene casi un 58% de los niños bajo la línea de pobreza, según datos de Unicef. En ese mismo ecosistema convive una lucha por problemas de género: la brecha salarial es de un 25% y 2 de cada 3 mujeres ocupan puestos de baja calificación. Por eso, Santex decidió darle una respuesta a ambas problemáticas: logró que el 50% de los cargos gerenciales cuenten con una mujer, ajustó los salarios para promover la igualdad y paralelamente creó una Sala Nido. Además, realizaron trabajos con distintos sectores de la comunidad para que la tecnología sea una herramienta capaz de ayudar a salir de la pobreza a los niños.



¿Cómo lo resuelve?

Santex es una Empresa B de desarrollo de software que emprendió su ayuda al ambiente a través de políticas simples en la oficina: como la creación de una zona de reciclaje, la invitación a disminuir las impresiones y uso responsable del agua. Además, la empresa efectúa donaciones y el reciclaje de las computadoras para reducir los desechos tecnológicos, que en Argentina representan 300.000 toneladas por año.

Fuente: Sistema B

## Anexo IV: Análisis de Pertenencia de Preguntas Formuladas a Encuestados

Referencias		
<b>A</b>	Recolectar datos generales	
<b>B</b>	Analizar el modelo de negocio para lograr triple impacto	
<b>C</b>	Identificar cambios en imagen de marca y posicionamiento en el mercado	
<b>D</b>	Identificar cambios en calidad y mejora continua	
<b>E</b>	Identificar cambios en atracción y retención de capital humano	
<b>F</b>	Identificar cambios en relación con los stakeholders	
<b>G</b>	Identificar cambios en impacto ambiental	

Pregunta		Objetivo al cual responde
<b>La Empresa</b>		
<b>1</b>	Identifique por favor cuál es su cargo actual dentro de la organización	A
<b>2</b>	¿Hace cuánto tiempo existe la Empresa?	A
<b>3</b>	¿Cuál es el tamaño de la Empresa?	A
<b>4</b>	¿En qué sector de la economía se desarrolla la actividad de la Empresa?	A
<b>5</b>	¿En qué tipo de mercado opera la Empresa?	A
<b>6</b>	¿Qué tipo de competidores tiene la Empresa?	A
<b>7</b>	¿Qué factores determinan la competitividad de la Empresa?	A
<b>8</b>	Luego de haber obtenido la Certificación de Empresa B, ¿considera usted que la Empresa evolucionó hacia un nuevo tipo de negocio equilibrando propósito y ganancias?	A y B
<b>9</b>	Con respecto a la pregunta anterior: si cambió total o parcialmente, indique brevemente en qué aspectos y en qué sentido se produjeron dichos cambios.	A y B
<b>10</b>	¿Cuándo se logró la Certificación de Empresa B por primera vez?	A
<b>11</b>	¿Cuántas veces han recertificado?	A
<b>12</b>	¿Prevén certificar nuevamente?	A
<b>13</b>	¿Qué motivos influyeron en la toma de decisión para conseguir la Certificación de Empresa B?	B
<b>14</b>	¿Cuál de los tres objetivos del triple impacto planteados por Sistema B es el más relevante para la Empresa en la actualidad?	B
<b>15</b>	Con motivo de la Certificación de Empresa B, ¿en cuáles de los siguientes aspectos se hicieron cambios?	B

<b>16</b>	Posterior a alcanzar la Certificación de Empresa B, ¿en cuál/es de los siguientes factores percibe o cuenta con mediciones objetivas de mejoras o cambios favorables?	C, D, E, F y G
<b>17</b>	Con la finalidad de lograr el triple impacto (económico, ambiental y social), ¿en cuál/es de los siguientes aspectos fue necesario realizar sacrificios?	A y B
<b>18</b>	En su opinión, el hecho de haber conseguido la Certificación de Empresa B, ¿contribuyó para enfrentar de mejor manera la situación de pandemia por COVID-19?	A
<b>Sistema B</b>		
<b>19</b>	¿Cómo conocieron Sistema B en la Empresa?	A
<b>20</b>	¿Participaron en eventos de la Comunidad B?	B
<b>21</b>	¿Propusieron temas de discusión en alguno de los siguientes aspectos a la Comunidad B?	B
<b>22</b>	¿Obtuvieron descuentos y otros beneficios de otras Empresas B?	B
<b>Imagen de marca y posicionamiento en el mercado</b>		
<b>23</b>	A partir del logro de la Certificación de Empresa B, ¿en cuál/cuáles de los siguientes factores se generaron mejoras directas para la Empresa?	C
<b>24</b>	En su opinión, la Certificación de Empresa B, ¿cambia la confianza de sus clientes en los productos y/o servicios que brinda la Empresa?	C
<b>25</b>	¿Cuán importante es la sostenibilidad en el negocio en que se desarrolla la Empresa?	B y D
<b>26</b>	¿Cuáles son los canales disponibles para contactar a la Empresa?	A
<b>27</b>	¿Cuántas veces solicitaron financiamiento específicamente orientado a Empresas B?	B
<b>28</b>	En caso de haber solicitado dicho financiamiento, ¿cuántas veces consiguieron dicho financiamiento?	B
<b>29</b>	¿Qué porcentaje del financiamiento obtenido luego de la Certificación de Empresa B corresponde a líneas de crédito específicas para Empresas B?	B
<b>Calidad y mejora continua</b>		
<b>30</b>	¿Se implementaron nuevos procesos a partir de la Certificación de Empresa B?	D
<b>31</b>	¿Qué prácticas de sostenibilidad cumple la Empresa internamente?	D
<b>32</b>	En caso de detectarse prácticas no sostenibles en la actividad comercial de la Empresa, ¿cómo se procede?	D
<b>33</b>	¿Qué tan importante es el cumplimiento de dichas prácticas a la hora de seleccionar un proveedor?	D
<b>34</b>	¿Qué tan importante es el cumplimiento de dichas prácticas a la hora de seleccionar un subcontratista/tercerizado?	D
<b>Capital humano</b>		

<b>35</b>	¿Son importantes los antecedentes en sostenibilidad de los profesionales al momento de cubrir vacantes en posiciones gerenciales?	E
<b>36</b>	¿Qué porcentaje del total de los empleados es local?	E
<b>37</b>	¿Se exige a subcontratistas/tercerizados que cumplan con un porcentaje de empleados locales?	E
<b>38</b>	¿Existe cuota interna de participación de mujeres que cumplir?	E
<b>39</b>	¿Existe normativa interna anti discriminación de minorías étnicas?	E
<b>40</b>	¿Existe normativa interna anti discriminación del colectivo LGBT?	E
<b>41</b>	Además de los beneficios previstos por ley, ¿ofrece la Empresa alguno de los siguientes?	E
<b>42</b>	A partir del logro de la Certificación de Empresa B, ¿en cuál/es de los siguientes factores se generaron mejoras directas?	E
<b>43</b>	¿Qué grado de participación tienen los colaboradores en iniciativas para la toma de decisiones de la Empresa?	E
<b>44</b>	¿Cuántas propuestas de colaboradores han recibido en el último año?	E
<b>45</b>	¿Qué tipo de iniciativas de colaboradores han recibido en el último año?	E
<b>46</b>	¿Cuántas de dichas iniciativas se implementaron?	E
<b>47</b>	¿Se produjeron despidos y/o renunciaciones en directa relación con la Certificación de Empresa B?	E
<b>48</b>	En caso de haber respondido afirmativamente la pregunta 46 con respecto a los despidos, ¿qué antigüedad tenían mayormente los empleados despedidos?	E
<b>49</b>	En caso de haber respondido afirmativamente la pregunta 46 con respecto a las renunciaciones, ¿qué antigüedad tenían mayormente los empleados que renunciaron?	E
<b>50</b>	¿Se registraron reclamos internos directamente relacionadas con la Certificación de Empresa B?	E
<b>51</b>	En caso de haber respondido afirmativamente la pregunta 49, ¿a qué aspectos se referían dichos reclamos internos?	E
<b>Relación con otros stakeholders</b>		
<b>52</b>	¿Qué medios utilizan para realizar la comunicación interna en la Empresa?	A
<b>53</b>	¿Qué medios utilizan para la comunicación externa en la Empresa?	A
<b>54</b>	¿De qué manera se difunden los propósitos y logros económicos, sociales y ambientales de la Empresa?	A
<b>55</b>	¿Cuáles de los siguientes grupos de interés se pronunciaron favorablemente luego de efectuados dichos comunicados?	C y F
<b>56</b>	¿Cuáles de los siguientes grupos de interés se pronunciaron negativamente luego de efectuados dichos comunicados?	C y F

<b>57</b>	En relación a la reacción de sus competidores, ¿cuál/es de las siguientes acciones se registraron?	C y F
<b>58</b>	¿Qué tipos de reconocimiento o premios recibieron?	C y F
<b>59</b>	En caso de haber recibido premios y/o reconocimientos, ¿tuvieron alguna difusión interna y/o externa?	C y F
<b>60</b>	¿Surgieron nuevas iniciativas a partir de las comunicaciones efectuadas?	C y F
<b>61</b>	¿Surgieron reclamos a partir de las comunicaciones efectuadas?	C y F
<b>62</b>	¿Cuentan con programa/s de acción social en la comunidad?	C y F
<b>63</b>	¿Cuentan con programa/s de intervención ambiental en conjunto con la comunidad?	C, F y G
<b>64</b>	¿Realizan donaciones a la comunidad?	C y F
<b>65</b>	¿Qué tan importante resulta la sostenibilidad de un potencial inversionista o una fuente de financiamiento?	C
<b>Impacto ambiental</b>		
<b>66</b>	¿Cuán importante es el impacto ambiental en el negocio que se desarrolla la Empresa?	G
<b>67</b>	¿Qué tipo de impacto ambiental derivado de la actividad de la Empresa se mide?	G
<b>68</b>	¿Cómo se mide?	G
<b>69</b>	¿Cómo se minimiza o remedia?	G

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

## **Anexo V: Entrevistas realizadas**

**Nombre y apellido: Francisco Ulla**

**Empresa: AERO STUDIODESIGN**

**Cargo: CEO / Gerente General**

iBuenos días!

En primer lugar, quiero agradecerte atenderme y brindarme tu tiempo para esta breve entrevista. Las preguntas serán orientadas hacia el proceso de certificación de Empresa B experimentado oportunamente.

Toda la información recolectada será trabajada sólo con fines académicos.

Para comenzar:

- 1.** ¿Qué factores intervinieron en la toma de decisión para realizar el proceso de certificación con Sistema B?

En realidad, Aero nació como una empresa de triple impacto. Nosotros siempre pensamos que era importante la perspectiva ética a la hora de qué tipo de diseños ofrecíamos. De hecho, esa fue nuestra primera propuesta de valor. Era un estudio de diseño industrial y diseño gráfico y esa era la manera en que nosotros veíamos el negocio, pero nos hacíamos cargo de qué objetos traíamos al mundo; es decir, buscábamos no imprimir de más o con tintas a base de agua o, en caso de diseño industrial, productos que pudieran ser fabricados a partir de materia prima recuperada o que tenían alguna perspectiva de sustentabilidad.

Un día, conversando con Pedro Tarak, uno de los fundadores de Sistema B, le planteamos que queríamos ser B y él nos dijo que ya éramos B y que buscáramos certificar. Creíamos que no podíamos, pero probamos y, después de varios cambios por temas formales como la comunicación o la declaración en los estatutos, logramos obtener la primer Certificación de Empresa B en el año 2015.

**2. ¿Cuál es el modelo de negocio elegido para certificar la Empresa?**

El modelo de negocio ha ido cambiando con el tiempo porque la propuesta de valor ha cambiado. Nosotros recertificamos en 2017 y 2019 y en 2021 estamos por hacerlo nuevamente.

En nuestra experiencia, no es que hemos certificado buscando desarrollar un modelo de negocio u otro, sino que simplemente hemos contado lo que hacíamos y la plataforma nos encasilló en un modelo de negocio. Sinceramente, no sé cuál es el que nos cataloga porque eso no es algo que lo comuniquen generalmente pero sí en la última recertificación nos dijeron que entramos en tres modelos de negocio y finalmente terminó quedando uno que es el modelo educativo porque para nosotros establecer competencias en las empresas para que puedan gestionar, para que aprendan y, sobre todo, para sensibilizar con distintos temas es sumamente importante entonces Sistema B dijo que teníamos un modelo muy educativo pero no fue una decisión nuestra. Nosotros tenemos ese valor y lo transferimos, pero no lo hemos diseñado para que sea así el modelo de negocio.

**3. ¿Cuál es tu opinión sobre la herramienta de Evaluación de Impacto B?**

Mi opinión sobre la herramienta de evaluación es sumamente positiva. Ayuda a revisar muchos puntos de la empresa. Generalmente se crea mucho valor que uno no es consciente y también hay mucho valor que uno no está visualizando y la herramienta permite saber dónde estás parado; es una especie de autodiagnóstico.

También me parece muy positivo que con los años se va actualizando y haciendo más difícil alcanzar el puntaje mínimo porque los estándares globales y locales van cambiando. Los estándares en general para todas las industrias van subiendo y celebro que la medición de Sistema B también se vaya complejizando cada vez más.

- 4.** ¿Qué tiempo y cantidad de trabajo insumió el proceso de certificación de inicio a fin?

El tiempo es algo bastante relativo porque creo que para una empresa grande termina llevando muchos recursos certificar como Empresa B y para una empresa pequeña como la nuestra es mucho menor entonces, la primera vez, nos llevó dos meses de trabajo. En la última recertificación, porque hemos crecido y porque se ha complejizado el sistema de certificación, nos está costando más tiempo. También hay un cuello de botella porque muchas empresas están queriendo certificar y B Lab está colapsado de trabajo.

- 5.** ¿Existen particularidades que hayan hecho ameno el proceso de certificación?

Sí, hay pequeños detalles que hacen que sea menos tedioso el proceso. Creo que, cuando uno puede comprobar en el sistema que tiene una organización que puede alcanzar el puntaje, desde Sistema B te contactan y te acompañan en la última milla para que presentes lo que haga falta o revises lo que pusiste.

Suele ser muy común que una empresa junte 160 puntos y eso dispara una alarma en Sistema B porque parece un caso interesante y al revisar termina en 50 o que uno llegue a 70 puntos y te contactan porque no estás tan lejos y podés alcanzar el puntaje haciendo algunos cambios. Es algo bastante positivo ese acompañamiento que te brindan.

- 6.** ¿Existen particularidades que hayan hecho tedioso el proceso de certificación?

Desde nuestra opinión como equipo de trabajo, no hemos visto algo negativo. Es justo que sean rigurosos pidiendo que mostremos que sea así algo que dijimos. Como expectativa nos gustaría cerrar el proceso de recertificación pero los tiempos a nivel global no acompañan por el cuello de botella que mencionaba.

**7. ¿Qué factores impulsan la recertificación de 2021?**

La idea es seguir dentro del sistema porque nos motiva a seguir mejorando nuestras prácticas y también disfrutamos mucho de proclamar un paradigma empresarial diferente.

**Nombre y apellido: Dayana Friedrich**

**Empresa: VOLTERRA**

**Cargo: CEO / Gerente General**

¡Buenos días!

En primer lugar, quiero agradecerte atenderme y brindarme tu tiempo para esta breve entrevista. Las preguntas serán orientadas hacia el proceso de certificación de Empresa B experimentado oportunamente.

Toda la información recolectada será trabajada sólo con fines académicos.

Para comenzar:

- 1. ¿Qué factores intervinieron en la toma de decisión para realizar el proceso de certificación con Sistema B?**

Cuando comenzamos a indagar sobre la certificación B, a investigar de que se trataba, nos dimos cuenta que esta certificación vendría a ponerle un "sello" a nuestro ADN como empresa. Somos una empresa que trabaja con la comunidad receptora; fomentando oportunidades en el presente y el futuro, generando empleo digno, sin comprometer la integridad cultural, poniendo en valor el patrimonio local y preservando los recursos al hacer un uso responsable de los mismos.

Desde 2009 estamos certificados en ISO 9001 e ISO 14001 por lo que certificarnos como empresa B no fue arrancar de cero y, finalmente, desde 2019 somos una Empresa B.

Nos sentimos identificados con este movimiento, nos inspira a seguir mejorando y continuar por este camino. Seguramente tenemos mucho por delante y ser parte de esta comunidad de empresas que buscan ser agentes de cambio nos motiva muchísimo.

- 2. ¿Cuál es el modelo de negocio elegido para certificar la Empresa?**

Nuestro modelo de negocio es educativo ambiental. Favorecemos educación sobre problemáticas ambientales.

**3. ¿Cuál es tu opinión sobre la herramienta de Evaluación de Impacto B?**

La herramienta nos parece relativamente buena, si bien en algunos aspectos notamos que no estaba totalmente adaptada a PyMEs argentinas pudimos sortear los inconvenientes y con la asesoría de la gente de Sistema B Argentina fue posible cumplimentar la evaluación. Por ejemplo, las leyes ambientales no estaban adaptadas a cada país y no contemplaba la existencia del monotributo, por ejemplo. En estos aspectos estaba más cercana a la legislación de Norteamérica.

La herramienta está en constante actualización y va incorporando mejoras como así también más puntos en su evaluación.

**4. ¿Qué tiempo y cantidad de trabajo insumió el proceso de certificación de inicio a fin?**

Nos llevó aproximadamente 8 meses y fue posible gracias al trabajo en equipo con Noelia Wuthrich (una consultora externa que es Lic. en Gestión Ambiental y Auditora IRAM) y dos colaboradores de la empresa responsables de Administración y Calidad, ellos aportaron la información y documentación necesaria, también participó de manera activa el director de Volterra.

**5. ¿Existen particularidades que hayan hecho ameno el proceso de certificación?**

Fue muy importante sumar al proceso una consultora externa, que si bien conocía muy bien a la empresa sumó su mirada externa y sus conocimientos sobre como validar las acciones de triple impacto que desarrolla la empresa.

**6. ¿Existen particularidades que hayan hecho tedioso el proceso de certificación?**

Lo más tedioso fue encontrar la forma de validar acciones que se llevan a cabo a diario en Volterra, no teníamos todo documentado y eso nos dejó

un gran aprendizaje, es necesario la toma de datos y certificar cada acción para poder medir su impacto y así poder gestionar la mejora continua.

**7. La empresa, ¿recertificó y/o piensa hacerlo?**

Aun no recertificamos, pero si lo vamos a hacer en agosto 2022.

**Nombre y apellido: Jorge Cabrera**

**Empresa: IRSA**

**Cargo: CEO / Gerente General**

¡Buenos días!

En primer lugar, quiero agradecerle atenderme y brindarme su tiempo para esta breve entrevista. Las preguntas serán orientadas hacia el proceso de certificación de Empresa B experimentado oportunamente.

Toda la información recolectada será trabajada sólo con fines académicos.

Para comenzar:

- 1.** ¿Qué factores intervinieron en la toma de decisión para realizar el proceso de certificación con Sistema B?

En nuestro caso, los factores fueron el valor de nuestra actividad en el mundo, nuestra necesidad de estandarizar procesos y realizar mediciones, todo sin descuidar la viabilidad económica de la empresa.

- 2.** ¿Cuál es el modelo de negocio elegido para certificar la Empresa?

El modelo fue toda la actividad de IRCA SRL: recuperación y reciclado de materiales.

- 3.** ¿Cuál es su opinión sobre la herramienta de Evaluación de Impacto B?

Creo que la herramienta es muy buena. De 1 al 10 la valoramos entre un 7 y 8. Presenta algunas dificultades o diferencias con nuestro contexto porque se adapta mejor a países más desarrollados, estandarizados, con más recursos.

- 4.** ¿Qué tiempo y cantidad de trabajo insumió el proceso de certificación de inicio a fin?

El tiempo insumido fue, aproximadamente, de 5 a 6 meses y nos ayudó el personal de Sistemas B. Gracias al apoyo de ellos pudimos certificar.

- 5.** ¿Existen particularidades que hayan hecho ameno el proceso de certificación?

Sí, el apoyo y persistencia de algunos miembros de Sistema B.

- 6.** ¿Existen particularidades que hayan hecho tedioso el proceso de certificación?

Sí, la cantidad de información solicitada y, en nuestro caso, la carencia de procesos estandarizados y mediciones.

- 7.** La empresa, ¿recertificó y/o piensa hacerlo?

Todavía no venció el plazo, pero sí pensamos rectificar.