



BERNARDO LARRAÍN
Presidente de la Sofofa



ALFONSO SWETT
Expresidente de la CPC



JANET AWAD
Directora de Comunidad Mujer y FGE



JEAN PAUL LUKSIC
Presidente de Antofagasta Minerals



VIVIANNE BLANLOT
Vicepresidenta de Icare y directora de empresas

LAS EMPRESAS han sido uno de los pilares del desarrollo de Chile en los últimos 30 años, sin embargo, desde antes del estallido social su rol venía siendo cuestionado por distintos actores. Casos de colusión o de financiamiento ilegal de la política son algunos de los acontecimientos que contribuyeron a esta situación.

Además, temáticas como el cuidado del medioambiente, la diversidad de género y la desigualdad, entre otras, han sido foco de críticas a la labor empresarial.

Según el Estudio Empatía Social y Manejo de Conflictos, Icreo 2020, dado a conocer a mediados de octubre, hoy la expectativa es que las empresas participen activamente en temas sociales. Por ejemplo, el 65% de los encuestados señaló que directamente busca marcas que apoyen causas sociales y el 52% demanda que la empresa persiga un objetivo más allá de solo vender productos y servicios.

Es en este contexto que surge la alianza entre PwC Chile, el Centro de Gobierno Corporativo y Sociedad del ESE Business School de la Universidad de los Andes y la Fundación Generación Empresarial (FGE), con el fin de aportar ideas al debate que sean una contribución al fortalecimiento de las empresas. En esta línea, las organizaciones sostuvieron conversaciones con más de 20 reconocidos líderes empresariales para dar origen al estudio "Fortaleciendo el rol de la empresa en una nueva sociedad post pandemia".

Entre los empresarios y empresarias consultados destacan Bernardo Larraín, presidente de Sofofa; Alfonso Swett, expresidente de la CPC; Janet Awad, directora de Comunidad Mujer y FGE; Jean Paul Luksic, presidente de Antofagasta Minerals; Vivianne Blanlot, vicepresidenta de Icare y directora de empresas; Richard von Appen, presidente de Ultramar; Pilar Dañobeitia, presidenta de SMU; Luis Enrique Yáñez, presidente de Bci; San-

Chile post estallido social y pandemia:

Cómo definen los empresarios el nuevo rol que deben tener las empresas

Un grupo de más de 20 líderes empresariales entrevistados por PwC Chile, el Centro de Gobierno Corporativo y Sociedad ESE Business School de la Universidad de los Andes y la Fundación Generación Empresarial (FGE), destacan conceptos como el valor compartido, los colaboradores como principal foco de la empresa y la comunicación como un aspecto clave para dar a conocer la labor empresarial y su aporte a la sociedad.

Un reportaje de
JAIME FLORES FIERRO

dra Guazzotti, vicepresidenta de Oracle para Multi Country Region; Rosario Navarro, vicepresidenta de Sonda, y Luis Felipe Gazitúa, presidente de CMPC; entre otros.

Un nuevo rol de la empresa

Uno de los primeros puntos que se plantean en el documento es el rol de la empresa. Los entrevistados señalaron que se han ampliado las fronteras de la empresa, moviéndose las barreras entre lo público y privado y que surge con fuerza la

concepción de valor compartido. "Este capitalismo es más inclusivo, es más medioambiental, más tecnológico, el propósito de la empresa se agranda y esa es la justificación de que seamos un actor que debe conectarse con una sociedad más amplia", afirmó uno de los empresarios.

En tanto, otro de ellos señaló que "para esto resulta indispensable la creación de valor compartido para los accionistas de las empresas, para sus trabajadores,

para las empresas que forman parte de sus cadenas de valor, para las comunidades que las acogen y todo ello mediante prácticas éticas y justas, con un respeto integral al medioambiente y a los derechos humanos".

La importancia de los colaboradores

Un segundo tema tratado en el documento es del gobierno corporativo. En dicho punto se plantea que fortalecer la composición, es-

tructura y debate interno de los directorios es una deuda pendiente, sumado a la necesidad de aumentar la velocidad y profundidad en la incorporación de mujeres, y que esta diversidad vaya más allá del género integrando a profesionales con distinta formación, edad, procedencia, nacionalidad y realidad en las mesas directivas.

Otro tema planteado por los entrevistados es el de los colaboradores y existe consenso en que debería ser la principal preocupación dentro de la empresa. En esta línea, muchos manifestaron lo fuerte que resultó en sus empresas la reacción por el 18 de octubre y que esto generó conversaciones que no habían tenido con anterioridad.

Uno de los líderes empresariales expresó que "las empresas han empezado a ver todas las cosas que nunca vieron, la pobreza multidimensional en sus colaboradores, sus índices de endeudamiento, cuánto se demoran en llegar a la pega, ¿estamos mirando a nuestros colaboradores? Están habiendo conversaciones que nunca habíamos tenido".

En tanto, otro empresario fue autocrítico y afirmó que "cuántos de nosotros hacíamos road shows por el mundo explicando los planes de inversión de nuestra compañía, pero nunca los explicamos a nuestros propios colaboradores".

Un cuarto punto es la creación de una cultura organizacional, la que tiene que ver con fortalecer los valores de la empresa, su propósito y generar instancias para su realización.

En el documento se detalla que "el propósito debe ser la expresión más profunda del potencial que tiene una organización de mejorar la vida de las personas y del planeta".

La comunicación: un aspecto clave

Un elemento en el que los consultados fueron particularmente autocríticos es en el tema de la comunicación desde el empresariado hacia la sociedad, con respecto a lo que significa hacer empresa en el



RICHARD VON APPEN
Presidente de Ultramar



PILAR DAÑO BEITÍA
Presidenta de SMU



LUIS ENRIQUE YARUR
Presidente de BCI

día a día y que la población conozca el rol y aporte de las compañías.

En esta línea, uno de los entrevistados expresó que “las empresas tenemos que encantar y reencantar a la población. La gente joven no ve un mérito en lo que hacemos día a día, no lo perciben (...) La gente no se sorprende de todo el trabajo que hay detrás. Pero sí se sorprenden de la tecnología, del Cornershop, y eso es porque no hemos comunicado o lo hemos hecho mal”.

Por su parte, otro entrevistado añadió que “creo que las empresas tienen un déficit de comunicar lo que hacen. El ejemplo de las AFP es de lo más obvio”.

Un sexto tema destacado por los líderes empresariales es el surgimiento de nuevos liderazgos que inspiren y propicien vínculos, ya que en su opinión hoy no basta solo con el perfil técnico de excelencia de jefes, gerentes y directores.

Mostrar cambios concretos

Un séptimo punto que ven como necesario los consultados es el de establecer nuevas métricas para gestionar los progresos en las diferentes temáticas. De esta forma, señalan que es necesario cambiar y mostrar los cambios para animar a los demás a avanzar en el mismo sentido.

Finalmente, un último tema que los consultados consideraron relevante es el compromiso de los controladores con el gobierno corporativo y con el propósito de la empresa.

“Mi abuelo me decía: después de comer vamos a dar una vuelta a la fábrica, a eso de las 22 horas. Llegaba y saludaba a toda la gente. Empezó esto de los CEO, de los *holdings*, de vámonos al Golf y se acabó esa cultura. Hoy, lo principal es el Ebitda, no la cultura. Los números son muy importantes, pero deben ser la consecuencia y no el fin”, ilustró uno de los entrevistados. ●

Se activó la grúa: firma ligada a Compass compra AGF de Vision Advisors

Finix, la firma socia de Compass que provee back office de servicios financieros, también es parte de la operación.

—Mientras la vacuna que pueda darle fin a la pandemia del coronavirus está en la puerta del horno, ya se están empezando a ver operaciones de fusiones y adquisiciones en el mercado financiero local.

La administradora general de fondos (AGF) Vision Advisors, ligada al reconocido ejecutivo financiero y piloto del Dakar, Boris Garafulic, informó a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) que Vision Advisors Asset Managers SpA, Boris Garafulic y Arturo Alegría vendieron la totalidad de sus acciones de la sociedad a las firmas Fingroup SpA y Fund Services SpA.

Detrás de estas últimas dos firmas está como socio el reconocido *holding* financie-

ro local Compass Group, ligado a Jaime de la Barra, Manuel José Balbontín y Jaime Martí, entre otros socios. También estaría involucrada la firma que presta servicios de *back office* a empresas financieras, Finix Group.

Vision Advisors fue fundada en 1996 por Boris Garafulic con el fin de construir una plataforma de asesorías financieras integrales, con foco en el extranjero, para clientes institucionales, *family offices* e inversionistas de alto patrimonio, en forma directa y a través de fondos de inversión globales.

En 2013 crearon su administradora general de fondos y hoy tienen presencia además en Colombia y Perú.

Los nuevos dueños de la AGF ya hicieron cambios. Como presidente asumió Erwin Merino, actual gerente de operaciones de Compass; mientras que la gerencia general la tomó Raimundo Ducci, socio de Finix. ●

Nuestra cobertura creció para servirte en 400 ciudades a lo largo del país.

Envía en cualquier momento, desde cualquier lugar.

