



KARÜN
EST. IN PATAGONIA

REPORTE



IMPACTO

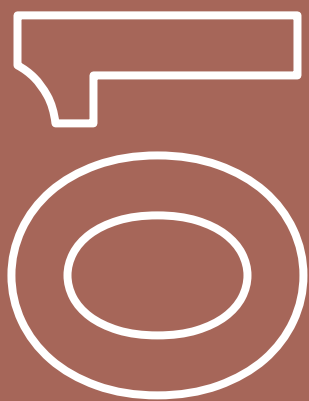
2021

Empresa



Certificada





SOBRE NOSOTROS 03

- 1.1 Nuestra Historia 04
- 1.2 Nuestra Hipótesis 05
- 1.3 Nuestros Stakeholders 06



CADENA DE VALOR

- 08
- 2.1 Primer Ciclo: Abastecimiento Karün y desarrollo de colectores. 09
- 2.2 Segundo Ciclo: Diseño y proceso de producción 13
 - A. Materiales 13
 - B. Diseño de producto 18
 - C. Embalaje 19
 - D. Fabricación 20
- 2.3 Tercer Ciclo: Regeneración y protección de la naturaleza a través de comunidades rurales 21
- 2.4 Aliados de Impacto 24



RESULTADOS 2021 25

3.1 Un adelanto en números	25
3.2 Cadena de Valor	30
3.2.1 Primer Ciclo	30
3.2.2 Segundo Ciclo	32
A. Estándares de Calidad	33
B. Diseño de Producto	34
3.2.3 Tercer Ciclo	38
A. Campañas de Limpieza	38
B. Campaña Oftalmológica Cochamó	40
C. Karün + Balloon Latam	42
3.3 Personas & Cultura	44
3.3.1 Distribución Organizativa	46
3.3.2 Beneficios & Compromisos	47
3.3.3 Círculo de Cultura	48
3.3.4 Eco-misión	49
3.4 Huella de carbono y Certificaciones	50
3.4.1 Huella Corporativa	50
3.4.2 LCA de Producto	52



NUEVOS DESAFÍOS 59

4.1 Sistema de Trazabilidad™	60
4.2 Plan de Fabricación Distribuida	62

Hace nueve años comenzamos con una pregunta. **¿Cómo sería el mundo si entendiéramos que todos somos naturaleza?**

Estábamos convencidos de que trabajando juntos podíamos crear una forma totalmente diferente de entender lo que podía ser una empresa. Un grupo de personas que comparten pasiones unidas para hacer realidad una visión; conectando la conservación de la naturaleza con el emprendimiento rural a través de la innovación de productos.

Hemos progresado desde ese comienzo. Hemos creado nuestro propio Modelo Karün de Desarrollo Consciente™ que logra reciclar toneladas de materiales desechados, trabajando con cientos de emprendedores rurales para proteger cientos de miles de hectáreas de naturaleza virgen en una de las zonas más salvajes del planeta: la Patagonia.

Todavía tenemos mucho que hacer. Los problemas que enfrentamos como personas son más desafiantes, y creemos que la única forma de resolverlos es mirarnos a los ojos y ver cómo la naturaleza se refleja en cada uno de nosotros y, a partir de ahí, comenzar a generar confianza.

Este informe es un logro importante para nosotros, ya que es el primer resultado de un esfuerzo de equipo para medir nuestro impacto tanto como sea posible. Es el primer paso de un largo camino en el que buscamos demostrar con el ejemplo que es posible cambiar la forma en que nos relacionamos con el entorno natural. Y mediremos cada paso de este viaje y lo compartiremos con el mundo para que las lecciones aprendidas y los desafíos puedan ser útiles para otros.

Miremos el mundo desde
otro punto de vista.

Thomas Kimber
Fundador & CEO

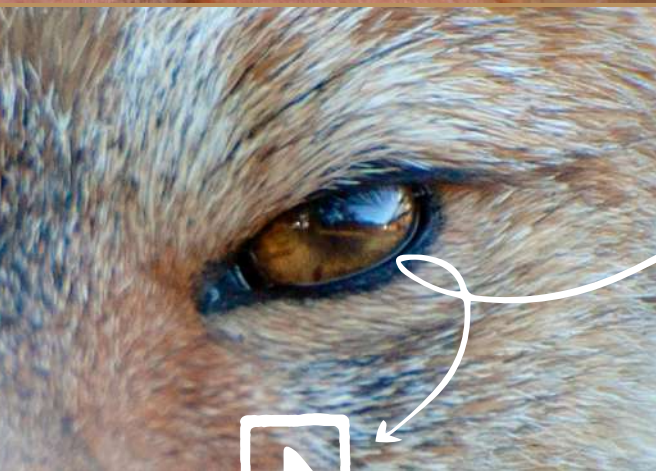


01.

SOBRE

NOSOTROS

Sobre Nosotros



Karün significa “**ser naturaleza**” en idioma Mapuche (Mapudungun); cultura indígena ancestral de Chile.

Basados en la Patagonia, nuestro origen ha conformado los cimientos de nuestra cosmovisión y la forma en que hemos construido nuestra empresa; comprometidos a colaborar con personas de todo el mundo para hacernos una pregunta todos los días...

¿Cómo sería
el mundo si
entendiéramos
que **todos somos
naturaleza?**

Hacemos anteojos sostenibles que sirven como símbolo de una forma diferente de ver el mundo y se fabrican bajo una lógica muy diferente; en lugar del proceso lineal y extractivo ampliamente utilizado, toda nuestra cadena de valor se desarrolla bajo un **modelo circular y regenerativo**.

Nuestra Historia

Vinculamos la conservación de la naturaleza con el empoderamiento rural a través de la innovación de productos desde 2012.

Aquí puedes ver un poco de este viaje.

COLECCIÓN 2020

Agregamos **metal reciclado** a nuestro diseño de anteojos, lo que nos permite no solo aumentar la variedad de nuestro producto sino también hacer crecer nuestra red de coleccionistas e impacto.

NATGEO KARÜN

Una colaboración basada en un amor compartido por la exploración y las historias interminables que inspiran. Nos asociamos con el **líder de exploración y ciencia**, National Geographic, y desarrollamos las mejores **gafas para aventuras**.

THE SAILING EDITION

Para navegantes, por navegantes. Desarrollamos las gafas de sol oficiales para **The Volvo Ocean Race (17'-18')**, una de las competencias de deportes más extremos del mundo.

CERTIFICADO B CORP

Empresa



Certificada

2013

2016

2015

2017

2020

2021

2011

PROTOTIPO INICIAL

Nos tomó 2 años llegar a este prototipo inicial que nos llenó de ilusión y motivación como **punto de partida de una historia de innovación**.

PRIMER ANTEOJO DE PLÁSTICO

Campaña de crowdfunding de Kickstarter: con Bureo Inc, creamos las **primeras gafas de sol del mundo con redes de pesca 100% recicladas**.

PRIMERA COLECCIÓN

Totalmente hechos a mano con **árboles caídos de la Patagonia**, lo que nos convierte en uno de los pioneros del mundo en la **creación de gafas de sol de madera**.

KARÜN POR SHAILENE WOODLEY

Encontramos un socio en el crimen. La actriz de Hollywood y ecologista Shailene Woodley se unió y lanzó una nueva colección con nosotros. **Modelos urbanos para reflejar tu naturaleza**

COLECCIÓN: CLOTHING

A veces, la innovación trae el fracaso. Después de años de desarrollo, en 2017 presentamos otro material nunca antes visto en gafas. Monturas hechas de **jeans reciclados y bio-resina**.

Aunque hermosa, esta colección no superó nuestros estándares de calidad. Esto nos hizo reforzar nuestro compromiso con nuestros clientes: **cada producto Karün debe crearse para durar toda la vida**.

Nuestra Hipótesis

Creemos que un entorno natural con una comunidad empoderada y una economía que depende de la conservación de su entorno es un lugar con mayores posibilidades de ser conservado. Así, con parte de nuestros ingresos por ventas, estamos trabajando con nuestro socio de impacto “Balloon Latam” y la gente local para potenciar el capital social de esta comunidad.

Nuestros orígenes han formado la base de nuestra cosmovisión y la forma en que elegimos construir nuestra empresa; comprometidos a colaborar con personas de todo el mundo para preguntarnos: **¿Cómo sería el mundo si entendiéramos que todos somos naturaleza?**

Creemos que si las personas de todo el mundo comienzan a reflexionar sobre esta pregunta, podríamos tener la posibilidad de vivir en un mundo que esté en armonía con nosotros mismos y nuestro entorno natural.

Nuestros Stakeholders

ALIADOS DE IMPACTO

Empresas u organizaciones proveedoras y/o colaboradoras de Karün, con quienes buscamos unir esfuerzos para ser **articuladores de impacto positivo** en temas socioambientales y territorios naturales.

COMUNIDAD RURAL

Las personas, familias y empresas que **se articulan para la protección** del territorio desde el interior del territorio.

EL EQUIPO

Personas que ponen su **experiencia y voluntad en cambiar el negocio** desde adentro hacia la naturaleza.

NUESTROS INVERSIONISTAS

Estamos construyendo un movimiento de personas con valores compartidos que **creen en la posibilidad de transformar** la forma en que interactuamos con nuestro planeta.

NUESTROS CLIENTES

Las personas que se atreven a ver el mundo **desde otro punto de vista**.





02.

CADENA
DE VALOR

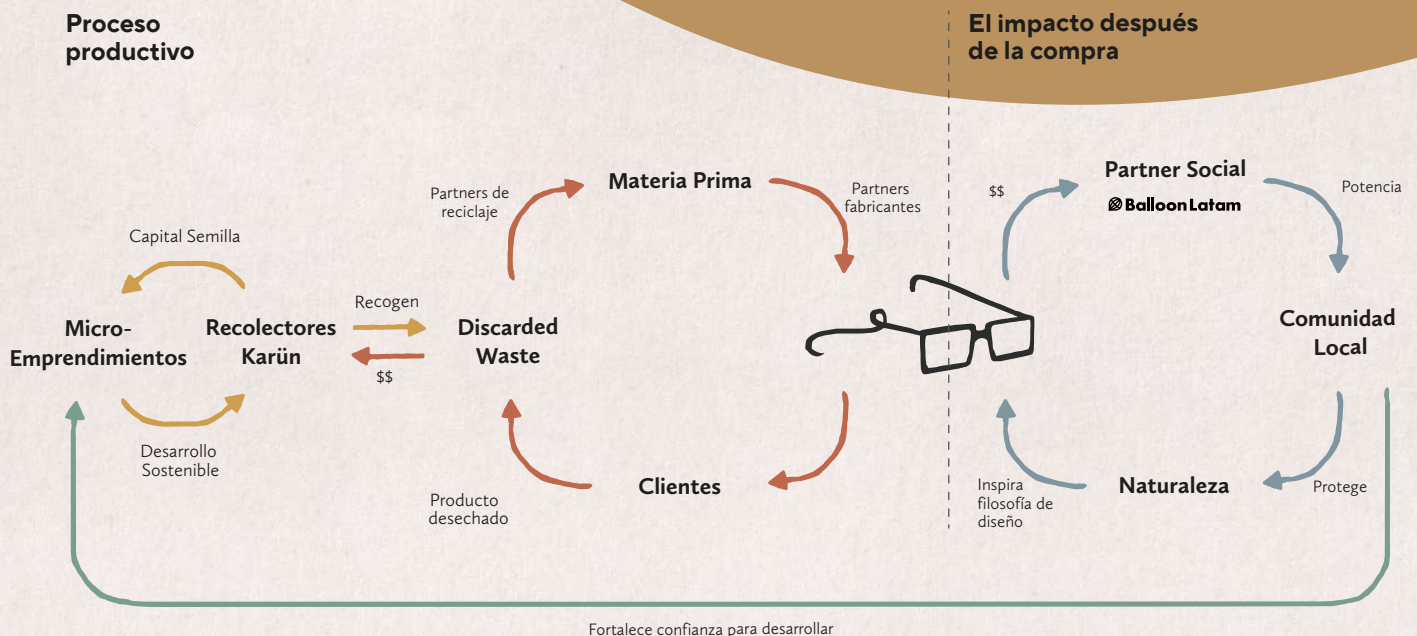
Cadena de Valor

Llevamos años trabajando para desarrollar un modelo que pueda demostrar que se puede hacer un eje empresarial alternativo y en armonía con nuestro entorno natural.

Buscamos construir un modelo que emerja de los territorios y comunidades, que estimule la creación de capital social, contribuyendo al desarrollo de emprendimientos de triple impacto, el turismo regenerativo y la protección y conservación de la naturaleza patagónica. El **Modelo Karün de Desarrollo Consciente®**, es nuestra respuesta comprometida a esa necesidad.

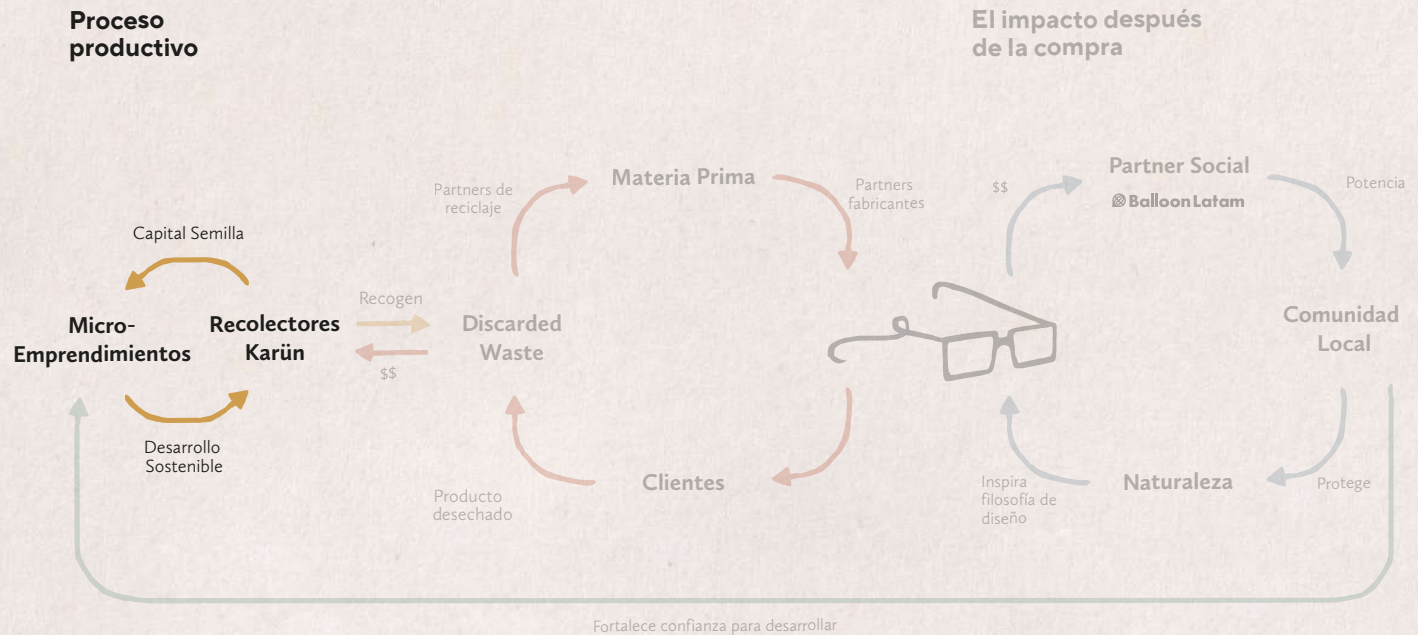
Es importante para nosotros mencionar que este modelo (como la vida, como el concepto de valor en sí mismo) es un trabajo en progreso y probablemente siempre lo será.

La acción habla más que las palabras, por lo que intentaremos ser lo más claros y concisos posible sobre lo que estamos haciendo en nuestro **proceso productivo para repensar y crear nuestra cadena de valor.**



2.1 Primer Ciclo

“Abastecimiento Karün y desarrollo de colectores”



El **ciclo 1** de nuestra cadena de valor es el primer eslabón, donde todo comienza.

En esta etapa recuperamos la materia prima con la que fabricamos nuestros anteojos, material que proviene de **desechos en desuso** que muchas veces se encuentran en playas, ríos, incluso bosques, deteriorando los ecosistemas marinos y terrestres de la Patagonia.

Este ciclo no sería posible sin el trabajo colaborativo que desarrollamos con las **comunidades locales y los recolectores**, quienes están recuperando los residuos que luego les compramos y retiramos de estas zonas remotas sin infraestructura de reciclaje. Esto es posible gracias a nuestra **alianza con Starken**, empresa que se encarga del transporte logístico del material recolectado hasta su próximo destino.

2.1 Primer Ciclo

“Abastecimiento Karün y desarrollo de colectores”

Nuestra relación con los recolectores no es solo transaccional en torno a los materiales.

Los acompañamos para que puedan **reinvertir ese ingreso extra** -que obtienen al recolectar materiales de descarte de su territorio- como **capital semilla para impulsar su propia microempresa**. Un gran ejemplo de esto es Pedro Rubio, Recolector Karün, él saca material (redes de pescar, cuerdas y metal), principalmente en las playas de Puelo, y con los ingresos que obtiene los invierte en el pequeño restaurante de Rosa (su esposa). , donde podrás comer las más deliciosas empanadas elaboradas con técnicas e ingredientes locales.

[Lee más aquí](#)



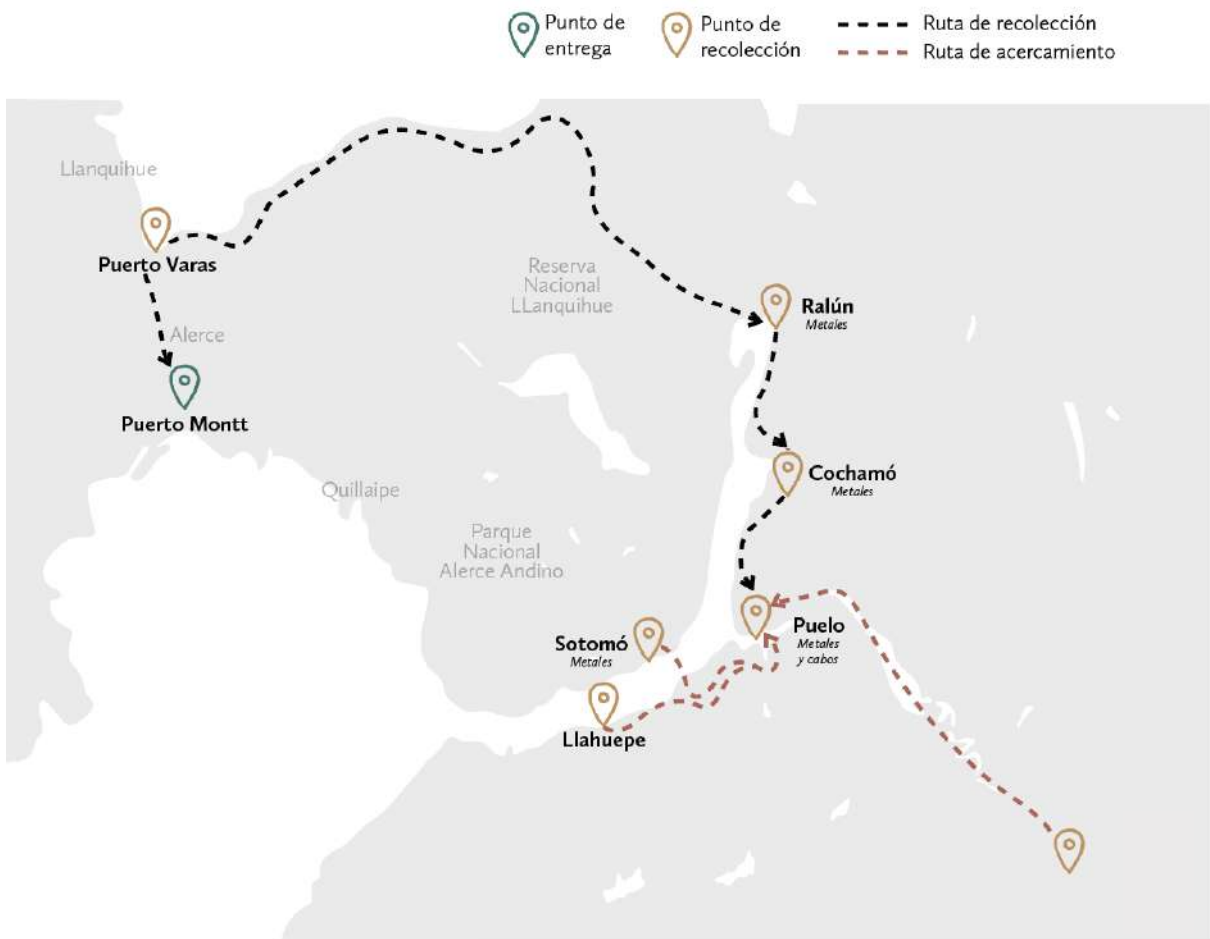
2.1 Primer Ciclo

“Abastecimiento Karün y desarrollo de colectores”

Articulación de los Líderes de Impacto

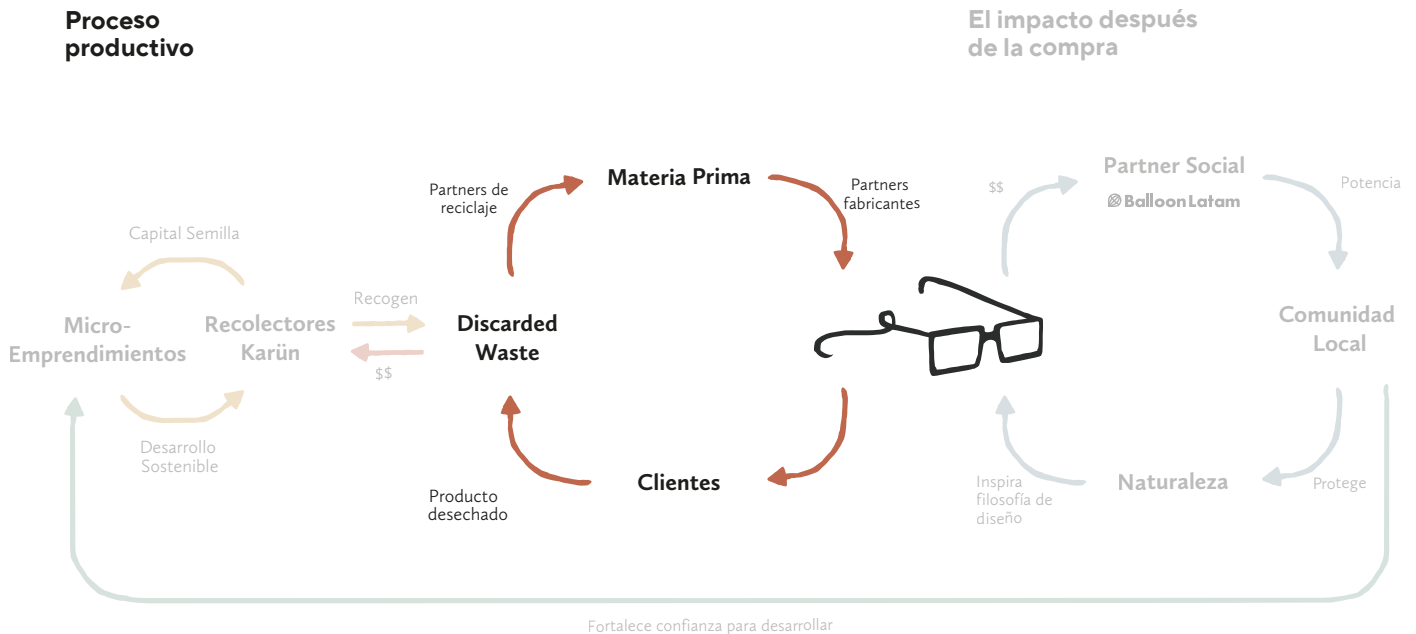
Por último, se debe articular y poner en marcha este proceso de trabajo colaborativo junto a los emprendedores, lo que se traduce en la **“Ruta de Líderes de Impacto”**: un **trazado logístico que se recorre mensualmente con el objetivo de retirar estos desechos**, de manera eficiente, y reciclando y re-valorizando las materias primas que luego se convertirán en nuestros anteojos.

En esta “Ruta de Líderes de Impacto” están presente diferentes actores, entre los cuales destaca la comunidad con cada Coordinador de Recolectores, y las empresas que colaboran junto a Karün en esta ruta. Al día de hoy trabajan junto a nosotros Starken, Aceros Sostenibles AZA y Recollect.



2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción



La Fundación Ellen Macarthur define una Economía Circular como **“una alternativa atractiva que busca redefinir lo que es el crecimiento, con énfasis en los beneficios para la sociedad en su conjunto”**. Implica desvincular la actividad económica del consumo de recursos limitados y eliminar los desechos del sistema por diseño, respaldado por una transición a fuentes de energía renovables. El modelo circular crea capital económico, natural y social, y se basa en tres principios: eliminar los desechos y la contaminación por diseño; mantener productos y materiales en uso; y la regeneración de los sistemas naturales.

A este segundo subciclo de nuestro modelo lo denominamos **“Ciclo de Producción Circular”** y destaca todos los esfuerzos que realizamos en nuestra cadena productiva para avanzar hacia la circularidad.

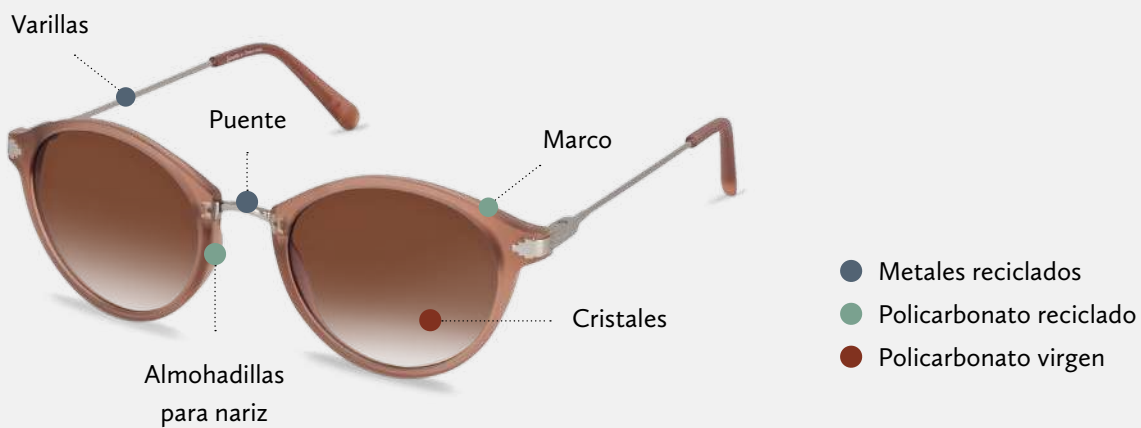


2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

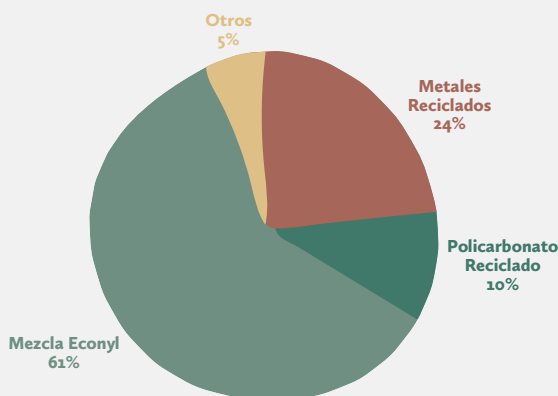
A. Materiales

Todas nuestras colecciones utilizan materiales de desecho como material principal de las monturas de diferentes procedencias.



Los **cristales están hechas de materiales vírgenes**, dado que aún no existe la tecnología para hacer que el plástico reciclado sea 100% transparente, para una total claridad visual. Nos aseguramos de que estén hechos de plástico reciclable para que esos materiales se mantengan dentro del proceso circular, se reciclen y no se desechen. Es por eso que todos nuestros cristales están hechos de policarbonato, ¡excelentes características de reciclabilidad, que en realidad usamos para convertirlas en nuestras monturas!

Gráfico 1
MATERIALES - Distribución Ponderada



Descargo de responsabilidad: Los gráficos incluyen todas las piezas de nuestros anteojos, excepto los cristales, que requieren estándares de calidad que el policarbonato reciclado todavía no puede proporcionar (Karün está investigando para resolver esto). Aunque nuestros cristales no se reciclan (todavía), podemos usarlos para nuestras monturas y patillas de policarbonato reciclado.

2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

A.1 Materiales: Nylon Reciclado

El proceso de las materias primas utilizadas en el reciclaje de ECONYL®

El **61% de los materiales** de nuestro portafolio está hecho de nylon 6 reciclado/regenerado a través de **ECONYL®**. Este sistema de regeneración consta de 4 etapas:



Además, la tecnología de nylon regenerado ECONYL® tiene una **huella de carbono un 90 % inferior** a la de cualquier otro proceso de producción de nylon virgen, lo que la convierte en la mejor materia prima posible disponible en el mercado.

2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

A.2 Materiales: Metal Reciclado.

En cuanto a nuestras monturas fabricadas con metales 100% reciclados:

El **24% de los materiales** de nuestra cartera de productos provienen de **metales reciclados**, que utilizamos principalmente en nuestros marcos metálicos.

El metal reciclado utilizado en la producción de nuestros marcos proviene de varias fuentes (todas certificadas) y lo compra nuestra fábrica asociada internacional y los metales que reutilizamos en nuestros productos incluyen aluminio, acero inoxidable y cobre.

Porque siempre buscamos llevar más allá nuestro compromiso de proteger y restaurar la naturaleza, cada gramo de metal reciclado que usamos es sobrecompensado a través de la recolección de chatarra en la Patagonia.

Este modelo de compensación que hemos creado tiene 3 pautas:

1. Siempre recuperamos el mismo tipo de material que utilizamos en nuestros anteojos.

2. Nos comprometemos a recuperar un volumen igual o superior al volumen que necesitamos para fabricar el producto.

3. Dependiendo de los precios locales entregados por las plantas de reciclaje, pagamos al menos el 20% del precio de compra a los recolectores locales.

El resultado de este **modelo de compensación** es un proceso que genera el doble de trabajo en la restauración de espacios naturales, pero con la mitad de impacto en nuestra huella de carbono.



2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

A.3 Materiales: Polycarbonato Reciclado

El **10% de los materiales** de nuestra cartera son **polycarbonato reciclado** (Gráfico 1) que se utilizan en nuestros marcos de polycarbonato para darles un **aspecto semitransparente**.

Decidimos utilizar polycarbonato en lugar de otros materiales que pueden dar este aspecto ligero, por sus características de reciclabilidad. De hecho, todos nuestros cristales están hechos de polycarbonato, por lo que eventualmente podemos usarlos, una vez que se usan en exceso o se rayan, como materia prima para nuestras monturas. Mientras tanto, los

estamos recolectando hasta que tengamos suficiente volumen para pasarlos por este proceso.

El polycarbonato utilizado en la producción de estos marcos proviene de un socio estratégico en España. ¡Nos proporcionan **polycarbonato reciclado de la industria automotriz**, convirtiendo los focos de automóviles viejos en marcos de anteojos de alta calidad!



2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

Finalmente, para complementar, les dejamos los gráficos de distribución de materia prima de acuerdo al tipo de producto.

Gráfico 2

MATERIALES - Modelos Econyl

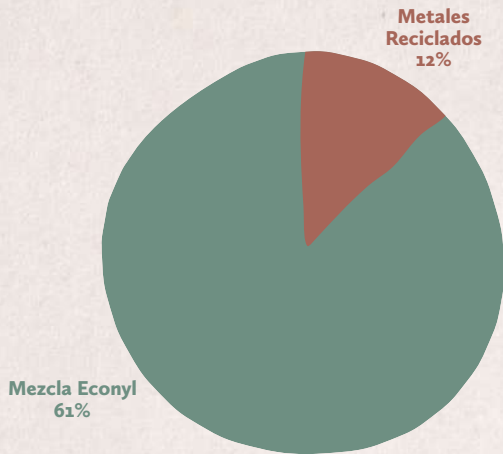


Gráfico 3

MATERIALES - Modelos de Metal Reciclado CON TERMINAL DE VARILLA

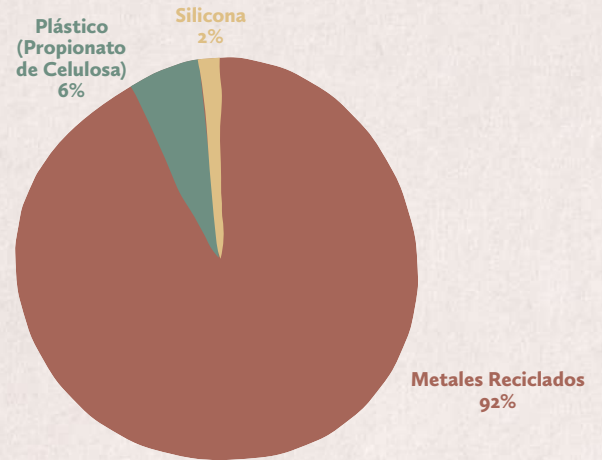


Gráfico 4

MATERIALES - Modelos de Metal Reciclado SIN TERMINAL DE VARILLA

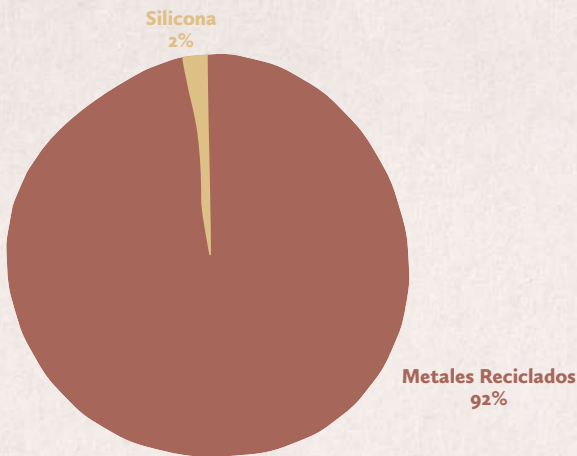
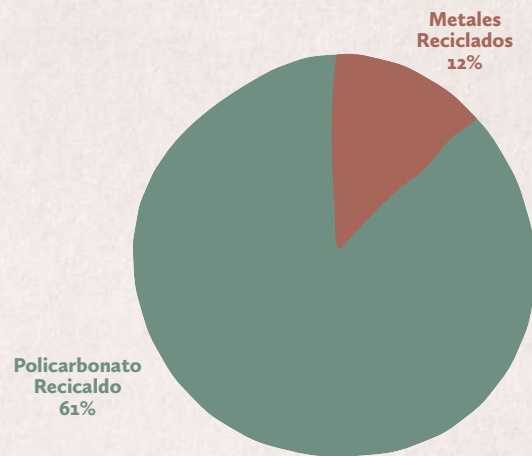


Gráfico 5

MATERIALES - Modelos de Policarbonato



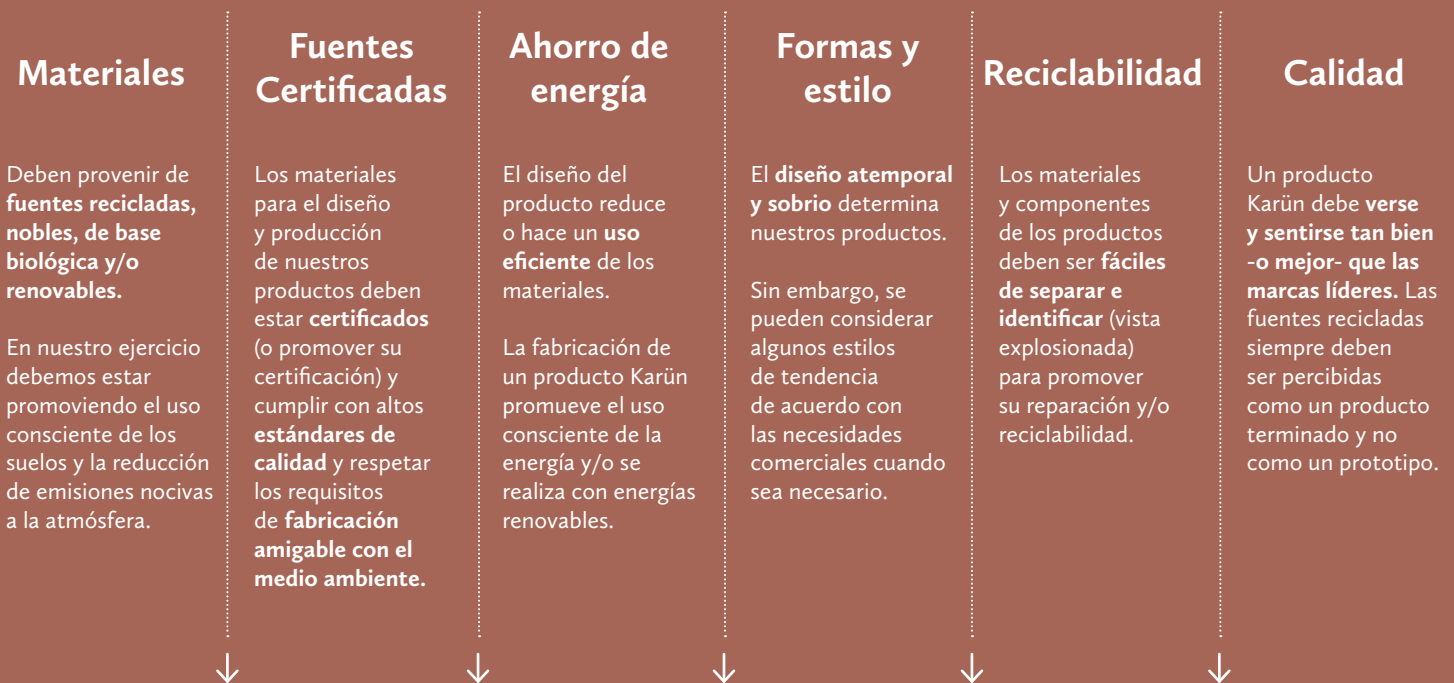
2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

B. Design

Creamos productos innovadores **inspirados en la naturaleza y hechos para respetarla**. Nuestra metodología de diseño de productos se basa en un modelo circular que involucra **requisitos de ecodiseño** y utiliza indicadores a lo largo de todo el proceso de diseño, lo que da como resultado productos **inspiradores, innovadores y conscientes**.

Directrices de macro-diseño:



aplicar herramientas de diseño circular mediante todo el proceso

Como hemos dicho anteriormente, nos esforzamos por desarrollar un producto de alta calidad que garantice la durabilidad para reducir la obsolescencia prematura.

Un ejemplo de ello es el tratamiento que damos a los residuos de las redes de pesca (cuyo material es Nylon 6):

estos son enviados a nuestro socio de reciclaje Aquafil en Eslovenia, quienes son pioneros en desarrollar un sistema de reciclaje ECONYL® que garantiza la calidad de la materia prima, realizada mediante un reciclaje químico que consigue la regeneración del plástico reciclado para dejarlo de nuevo como material virgen.

2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

C. Embalaje

Nuestros folletos y cajas están hechos de **material reciclado** que es fácilmente reciclable después de su uso, al igual que nuestros estuches para anteojos, que están hechos de cuero reciclado:



Caja de cartón reciclado:

Todos nuestros productos están empacados de cartón reciclado y certificado FSC, producido



Estuche de cuero reciclado:

Todos nuestros productos se empaquetan en estuches de **cuero reciclado** (70 % cuero reciclado preconsumo (RMO056) + 30 % poliuretano (RMO210)), producidos en China.



2.2 Segundo Ciclo

Diseño y proceso de producción

D. Fabricación

Trabajamos con **socios claves** en la creación de un producto atractivo para nuestros clientes y que cumpla con los más altos estándares de calidad, mientras trabajamos con las mejores materias primas que podemos encontrar en términos de emisiones de CO₂, reciclabilidad y características técnicas superiores.

Desde 2015, trabajamos con una **fábrica italiana**, que también es accionista de Karün, que ofrece excelentes condiciones de trabajo a sus empleados y colabora activamente con sus propias comunidades locales para proteger su entorno natural.

Tenemos 47 SKU producidos en Italia (6 de nuestra colección *Sports* y 41 de nuestra colección *Outdoor*).

Nuestra segunda fábrica es una multinacional y tiene instalaciones en **China y Turquía**, donde trabajamos con ambas. Esta fábrica tiene 20 años de experiencia y es reconocida por sus estándares de calidad con certificaciones FDA, ISO 9001, CE y la importancia que le dan a su gente en todo lo que hacen.

La creación de nuestros productos en esta fábrica se divide en **dos fases**:

1. El proceso de moldeo por inyección y la creación de las diferentes partes del producto. Este proceso se lleva a cabo en sus instalaciones especializadas en China.
2. El proceso técnico de montaje y calibración, donde se ensamblan todas las piezas y se calibran los cristales. El resultado de este proceso de ensamblaje es el producto final y se lleva a cabo en sus instalaciones turcas.

Esta fábrica produce 307 SKU, la mayoría de las colecciones *urban* y *fashion*.



2.3 Tercer Ciclo

Regeneración y protección de la naturaleza a través de las comunidades locales

Cada cliente, al adquirir un producto Karün, está contribuyendo directamente a la **protección de los valles de los ríos Cochamó y Puelo** (Patagonia Norte de Chile y Sudamérica) a través de un programa de cuatro años que involucra a más de 600 emprendedores rurales y sus familias, desarrollado junto con nuestros socios de Balloon Latam. Este proceso apoya el **desarrollo socioterritorial de la comuna de Cochamó**, para que cada miembro de la comunidad se convierta en un líder en la protección de su cultura, identidad y paisajes naturales, dejando un legado de aprendizaje y acción para las futuras generaciones.

Como decíamos al principio: estamos seguros que un lugar natural con una **comunidad empoderada y una economía que depende de la conservación del medio ambiente** es un lugar con **más posibilidades de ser conservado**.

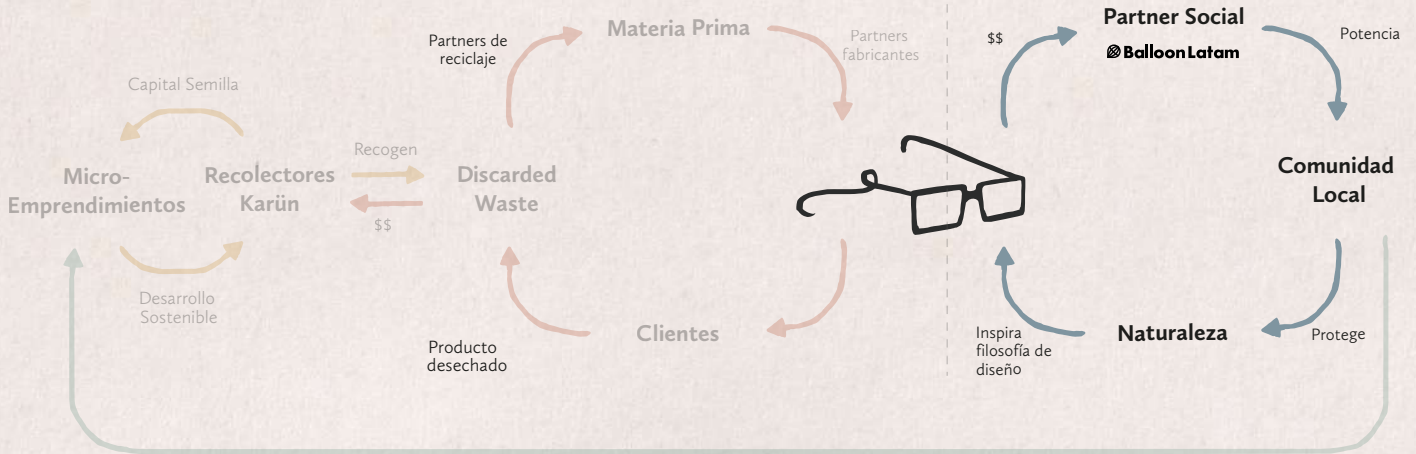


2.3 Tercer Ciclo

Regeneración y protección de la naturaleza a través de las comunidades locales

Proceso productivo

El impacto después de la compra



Fortalece confianza para desarrollar

Creemos que para fortalecer el capital social de la comunidad es sumamente necesario **entender las brechas existentes en las comunidades rurales**. Para ello, en conjunto con Balloon Latam, hemos articulado un proceso que consta de tres ejes esenciales (aplicables de forma moldeable a cualquier territorio rural).



2.3 Third Cycle

Regeneration and nature protection trough local communities

1. Formación y vinculación con la comunidad emprendedora:

Fortalecer el **ecosistema emprendedor** de la comuna apoyando y trabajando en conjunto con los emprendedores locales, acompañándolos en sus desafíos, facilitando las capacidades técnicas y habilidades blandas de las personas, con el fin de promover mejores formas de vinculación con sus vecinos y consigo mismos. Aunado a esto, **fomentar la cohesión social** de la comuna permite, a su vez, la **generación de nuevas redes** de trabajo, el establecimiento de **alianzas y procesos colaborativos** más robustos.

2. Generar una visión compartida del desarrollo territorial:

El objetivo es **facilitar procesos participativos** en el territorio para generar instancias donde la comunidad tenga un espacio de reflexión sobre sus necesidades, acciones futuras y prioridades a desarrollar en el territorio.

3. Reducir las barreras territoriales esenciales para el bienestar:

Para promover un **desarrollo equitativo y sostenible** es necesario trabajar de manera coordinada para reducir las brechas que generan la pobreza sistémica. Para responder a nuestro propósito, tenemos el deber de colaborar con la gestión local y así, juntos, trazar una ruta para reducir estas brechas, a través de una **articulación y vinculación efectiva**, a fin de promover la participación desde un escenario de condiciones justas, con oportunidades que consideren a todos los habitantes de Cochamó (y todos los territorios rurales que queremos proteger).

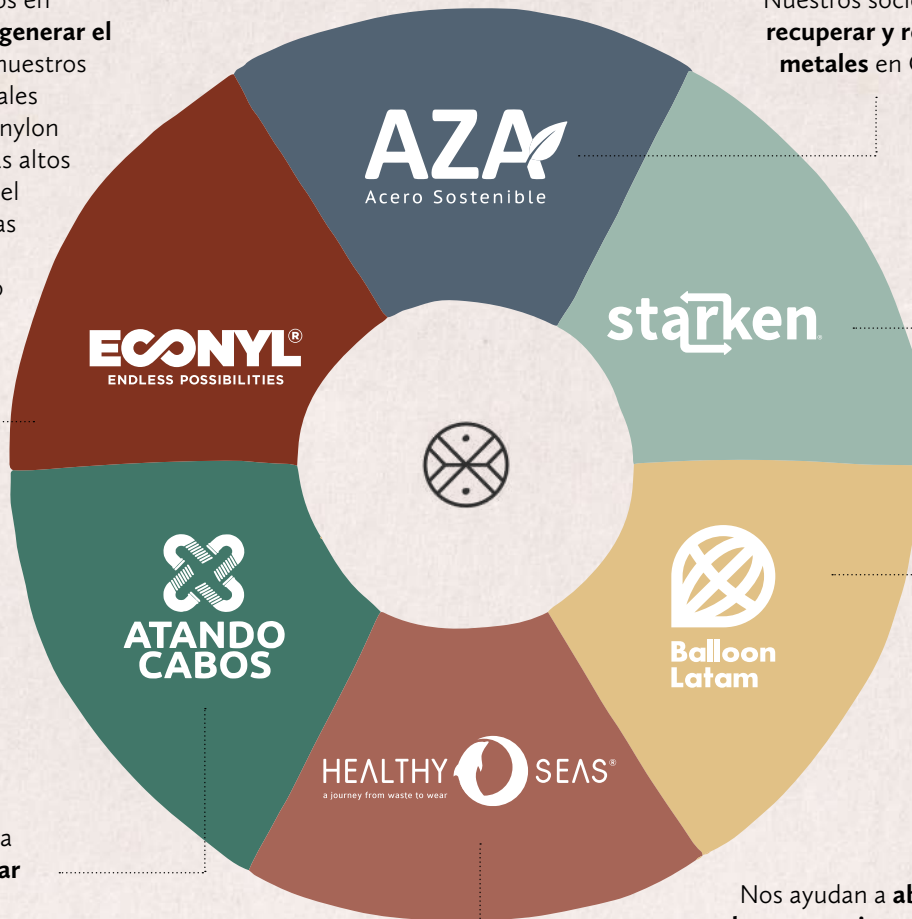


2.4 Aliados de Impacto

Siempre hemos entendido la **colaboración como una parte integral y fundamental de nuestra empresa**. Con el claro objetivo de incrementar nuestro impacto en las comunidades y el medio ambiente, durante nuestra trayectoria hemos contribuido con grandes amigos y aliados. Cada uno de ellos ha manifestado un interés común en contribuir con acciones encaminadas a impactar positivamente a las comunidades y al ecosistema.

Estos son nuestros aliados de Impacto, con quienes trabajamos para que todo sea posible.

Gracias a nuestros socios en ECONYL® es posible **regenerar el nylon recuperado** por nuestros recolectores rurales locales en la Patagonia y otros nylon desechados, con los más altos estándares de calidad del mercado, con las mismas características técnicas del plástico virgen, pero fabricado con 100 % materiales reciclados.



Nuestros socios para **recuperar y reciclar metales** en Chile.

Ellos hacen posible la **reunión mensual de reciclaje** en Cochamó a través de su apoyo logístico. ¡Y camiones grandes!

Hacen posible nuestro **programa de impacto** para fortalecer y empoderar a las **comunidades locales**.

Nos ayudan a **abordar la basura marina** a través de la prevención y limpieza con buzos voluntarios en todo el mundo.

Nuestro aliado para **recibir y transportar cabos y redes de pesca**.

Creemos que la única forma de cambiar la forma en que interactuamos con nuestro planeta es a través de la colaboración, no de la competencia. Al unir fuerzas con personas y organizaciones líderes de ideas afines, estamos inspirando al mundo a reflexionar y actuar.



03.

2021

RESULTS

3.1 Un adelanto en números

55

nuevos **Líderes de Impacto**.

74

Líderes de Impacto en total.

82%

de la **materia prima recuperada** únicamente de los territorios.

80

toneladas de **materia prima** recuperadas en total.

66

toneladas de **CO2 emitidas**.

67

toneladas de **CO2 compensadas**.

Nuestras Ventas Por Mercado

9,3%

9,312 un.
Norte América.

67,2%

66,970 un.
Europa.

14

Países donde
operamos

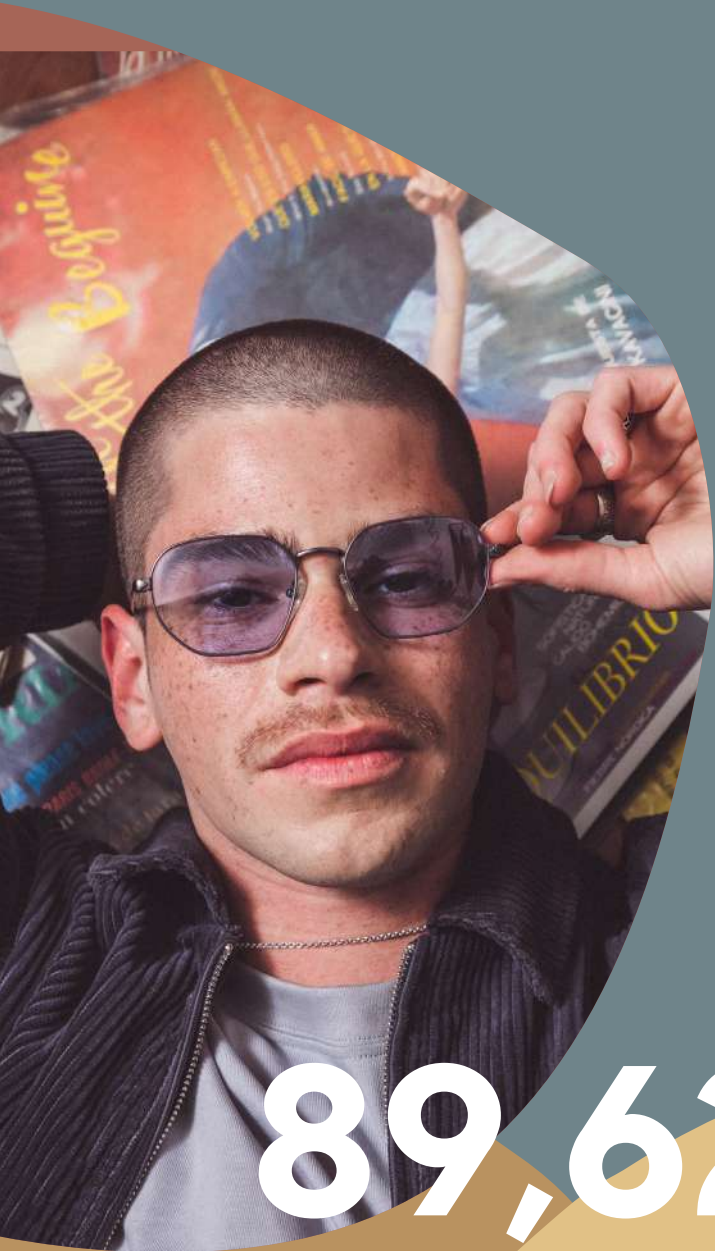
23,8%

23,694 un.
Latino América.

+1.600

Tiendas en
el mundo.

Unidades Totales Vendidas Por Categoría



89,62%

Anteosojos de Sol
89,275 un.



10,37%

Anteosojos ópticos
10,332 un.

3

Campañas estratégicas
realizadas en zonas rurales.

2

Campañas de Limpieza
de Tierras.

820

Personas participaron en
estas campañas de limpieza.

1

Operación
Oftalmológica.

37

Toneladas de materiales
de descarte recolectados
en estas campañas.



Distribución del Equipo Karün



35

Mujeres.
56,45%

27

Hombres.
43,55%

78%

De las líderes de área son mujeres.



3.2 Cadena de Valor

3.2.1 Primer Ciclo

El 2021 fue un año de pulir procesos, capacitar a los recolectores en el manejo adecuado de los residuos, así como mejorar los sistemas de pago e impuestos internos.

Ubicaciones remotas de eliminación de desechos:

Nos enfocamos en la formalización de procesos para realizar un trabajo eficiente y organizado entre los recolectores que trabajan con Karün y nuestros aliados de impacto Starken, AZA, Comberplast y Recollect.

Logramos hacer **8 colectas remotas**.

Duplicamos la materia prima recuperada de los territorios:

Esta es sin duda una de las cifras más importantes a destacar: **66 toneladas de materia prima** de descarte recuperadas solo en territorios.

Para poner en perspectiva, en 2020 se recogieron **33 toneladas de residuos**.

Alrededor del 80% procedían de fuentes industriales y el 20% del propio territorio. En 2021 nos marcamos la meta de revertir este porcentaje y enfocar nuestros esfuerzos en apoyarnos en las comunidades para la recuperación de materias primas en lugar de las industrias, logrando así que el **82% del total de las toneladas tengan su origen en los territorios rurales de Chile, más específicamente en las comunas de Cochamó y Lebu**. Este objetivo no se hubiera logrado sin el arduo trabajo de los recolectores que trabajan con Karün y la unión de los habitantes de estas comunas al realizar campañas como la Limpieza Territorial.



66

Toneladas de materia prima de descarte.

33

Toneladas de residuos recogidos.

Incrementamos las toneladas de residuos recuperados en un 142%:

En 2021 batimos todos nuestros récords de recogida de residuos: **¡80 toneladas de materia prima en total!** Entre lo más destacado de este notable logro está la alta participación comunitaria en la recolección, donde personas como Ignacio Torres, Karen Mancilla, Pedro Rubio y Tomy Cuevas fueron actores clave en la articulación de las rutas de recolección.

Como se mencionó anteriormente, uno de los aspectos importantes de nuestro Modelo Karün de Desarrollo Consciente® es la estandarización de los precios que se pagan a los recolectores por el material que les compramos, los cuales deben ser justos y acordes con las horas de trabajo invertidas. El 2021 no fue la excepción y continuamos con este compromiso, monitoreando constantemente el valor de los residuos reciclados y **pagando un 20% sobre el valor de mercado.**

80

¡Toneladas de materia prima en total!

Ampliación de nuestras áreas de recolección a través de Healthy Seas:

Estamos colaborando con Healthy Seas para proteger el océano de nuestro planeta de los desechos de las redes de pesca. Su trabajo se articula de dos formas: por un lado a través de limpiezas con buzos voluntarios y por otro lado, trabajando junto a los actores del sector pesquero, para contribuir a la prevención de la generación de residuos. De esta manera, Healthy Seas ayuda a recolectar estos desechos para garantizar que se conviertan en un recurso valioso.

Desde Karün estamos donando el 0,5% de nuestras ventas totales europeas en canales externos y el 2% de nuestras ventas totales europeas de fuentes directas (E-commerce). Para nosotros, colaborar con Healthy Seas es fundamental para generar cadenas productivas locales, para reducir nuestro impacto en el medio ambiente y las emisiones de CO₂. Contar con una red local de acopio de materia prima (en Chile en Cochamó y Lebu; y en Europa en acopios a través de Healthy Seas en el Mediterráneo) es el primer paso en este compromiso; nuestro objetivo es tener en los próximos 9 años (para 2030) una red regional de fabricación para complementar nuestra red regional de distribución y abastecimiento (Norteamérica, Europa y América Latina).



3.2 Cadena de Valor

3.2.2 Segundo Ciclo

A. Estándares de calidad

Una de nuestras promesas más importantes, pero al mismo tiempo más difíciles de cumplir, es que queremos hacer un producto de la más alta calidad, que cumpla con nuestros estándares sostenibles y que además dure toda la vida. Somos honestos y, a veces, no lo cumplimos, pero trabajamos arduamente para lograr ese objetivo de excelencia en la calidad para nuestros clientes.

En la misma línea, en Karün existen equipos y requerimientos que son los encargados de seguir avanzando en el cumplimiento de esta promesa. Si bien actualmente estamos trabajando en la implementación de un protocolo para el cumplimiento de los estándares de calidad como tal, podemos indicarte cómo y qué pasos sigue nuestro personal para determinar la liberación de un producto a la venta.

1. Selección de proveedores de materia prima de acuerdo a los requisitos y estándares de abastecimiento y reciclaje propuestos por Karün (Ver Anexo). A su vez, estas decisiones están sustentadas en nuestra Matriz de Evaluación de Materiales, la cual contiene todos los criterios que deben pasar los materiales para ser incorporados a nuestra producción.

2. El equipo de I+D colabora con nuestras fábricas en el desarrollo de prototipos y pruebas en máquina de los nuevos materiales que queremos incorporar.

3. Comunicación directa con la fábrica para las especificaciones técnicas con el desglose de los materiales de cada elemento en cada nueva orden de fabricación. Para ello, se lleva un registro en documentos consolidados que contienen la información técnica de cada producto (dimensiones, materiales, colores, tipo de vidrio, etc.).

4. Inspección minuciosa de las muestras enviadas por la fábrica para las colecciones de nuevos productos.



3.2 Cadena de Valor

3.2.2 Segundo Ciclo

A. Estándares de calidad

5. Inspección visual de los modelos recibidos en los almacenes de cada mercado, siguiendo una pauta de muestreo según ISO 2859:1, “Procedimientos de muestreo para inspección por atributos”.

a. Planes de muestreo para inspecciones lote por lote, tabulados de acuerdo al límite de calidad de aceptación (especificado en nuestro Product Life Cycle Assessment - LCA). Con esta inspección se realiza un muestreo aleatorio para identificar los productos con defectos antes de su distribución. Esta inspección se realiza siguiendo un checklist con cada ítem a revisar (**ver anexo**).

6. Inspección previa a la selección y clasificación de los productos para su envío, siguiendo los mismos principios que en el punto 5, pero esta vez los controles se realizan en las instalaciones de cada fábrica.

7. Registro y seguimiento de productos defectuosos: se estableció en cada mercado un sistema de registro de defectos desde Atención al Cliente (CS), tanto en nuestros puntos de venta propios como en nuestro e-commerce. El mismo protocolo se sigue con las constataciones realizadas durante los inventarios y recepciones de productos en los almacenes. Con estos registros se genera un reporte estadístico de defectos para cada producto, reporte que se comunica constantemente a las fábricas y nos permite establecer acciones correctivas en los siguientes lotes de productos.



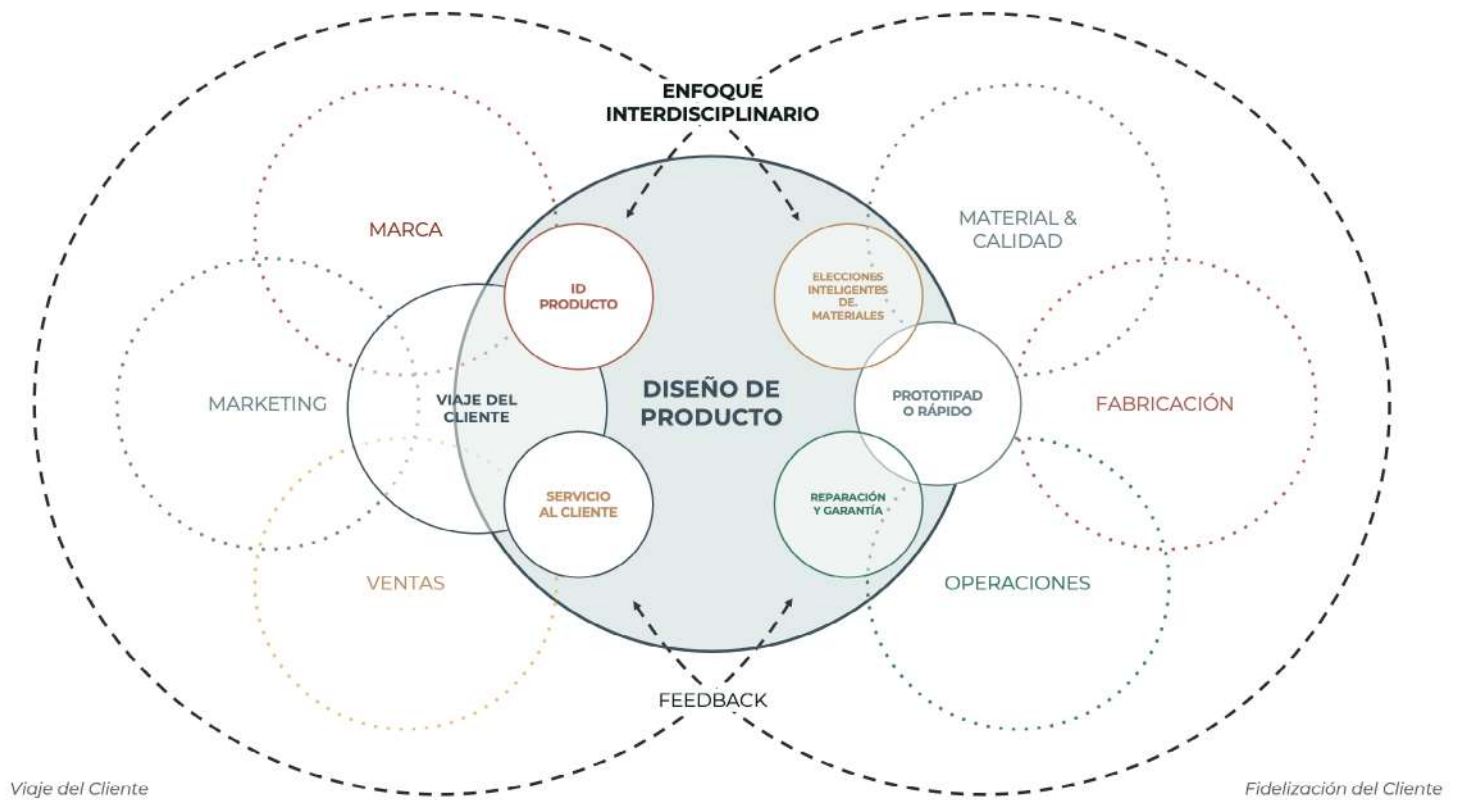
3.2 Cadena de Valor

3.2.2 Segundo Ciclo

B. Diseño de productos

El desarrollo de nuevos productos es un ejercicio multidisciplinario en el que intervienen distintas áreas de Karün.

Este es nuestro enfoque:



3.2 Cadena de Valor

3.2.2 Segundo Ciclo

B. Diseño de productos

En 2020 trabajamos en 2 proyectos principales:

1. Colección de lectura

Este proyecto se centró en resolver 2 problemas diferentes del uso diario de los anteojos ópticos:

Disminuir los costos de producción para una colección de precios de entrada sin disminuir la calidad general del producto.

Para **alargar la vida útil** del propio producto, mediante una bisagra de fácil cambio o reparación.

Este fue un ejercicio emocionante y desafiante que se lanzará en 2022, que involucró la innovación en materias primas y procesos mecánicos de los anteojos, reemplazando bisagras y partes de diferentes metales a una sola parte hecha de policarbonato, reduciendo la eventual dificultad de reparar el marco y su posterior reciclaje.



2. Colección Orígenes

Algunos de ustedes aún pueden recordar que nuestros primeros anteojos, en 2012, fueron **hechos a mano**. Antes de las redes de pesca, antes de los metales y todos los demás materiales reciclados. La artesanía y los materiales nobles fueron los orígenes. Queríamos crear los mejores anteojos hechos a mano, capaces de soportar el peso de lo que representaban: un ejemplo de vida y creación en armonía con la naturaleza y con nosotros mismos.

Ahora, una década después, recuperamos nuestros orígenes a través de esta colección. Estamos tomando las cosas que hemos aprendido, sumándolas a cientos de años de tradición, historias, cultura y estudios que se transmiten de generación en generación y se trabaja para crear una línea de **anteojos artesanales de alta gama**, hechos en nuestra sede en la Patagonia, de materiales nobles y rescatados.



3.2 Cadena de Valor

3.2.2 Segundo Ciclo

3. Accesorios Karün

En relación a nuestros accesorios, en 2021 trabajamos en la mejora continua de los materiales y procesos utilizados para la creación de éstos, con el objetivo de estar en sintonía con los valores y exigencias de nuestros clientes.

Estuches: Durante el año pasado, y esperando su lanzamiento este año, se desarrollaron varias alternativas para nuestros estuches de anteojos de uso diario para reemplazar el cuero reciclado (no vegano) que usamos actualmente con textiles PET reciclados. ¿El objetivo detrás de esto? Poder tener mono-materialidad en los diversos formatos que componen el accesorio para su eventual reciclaje.

Empaque: Observamos y nos inspiramos en la naturaleza como nuestro principal ejemplo y perspectiva para la resolución de problemas. Así que este año hicimos mejoras significativas en nuestro empaque mientras observamos esto:

Correas para anteojos: ¡Comenzamos a producir accesorios para anteojos localmente trabajando con artesanos locales! Gloria Barría, una artesana nacida y criada en Cochamó, es la encargada de producir un lote de correas para anteojos hechas a mano.

Gloria se encuentra actualmente en las primeras etapas de producción, donde se ha formado en la técnica de fabricación de la correa.

Además de esto, hemos implementado nuevos cambios y mejoras en nuestro accesorio de correa. Un nuevo sistema de agarre, la incorporación de detalles metálicos, además de trabajar con una nueva técnica de trenzado: la técnica del telar Kumihimo.



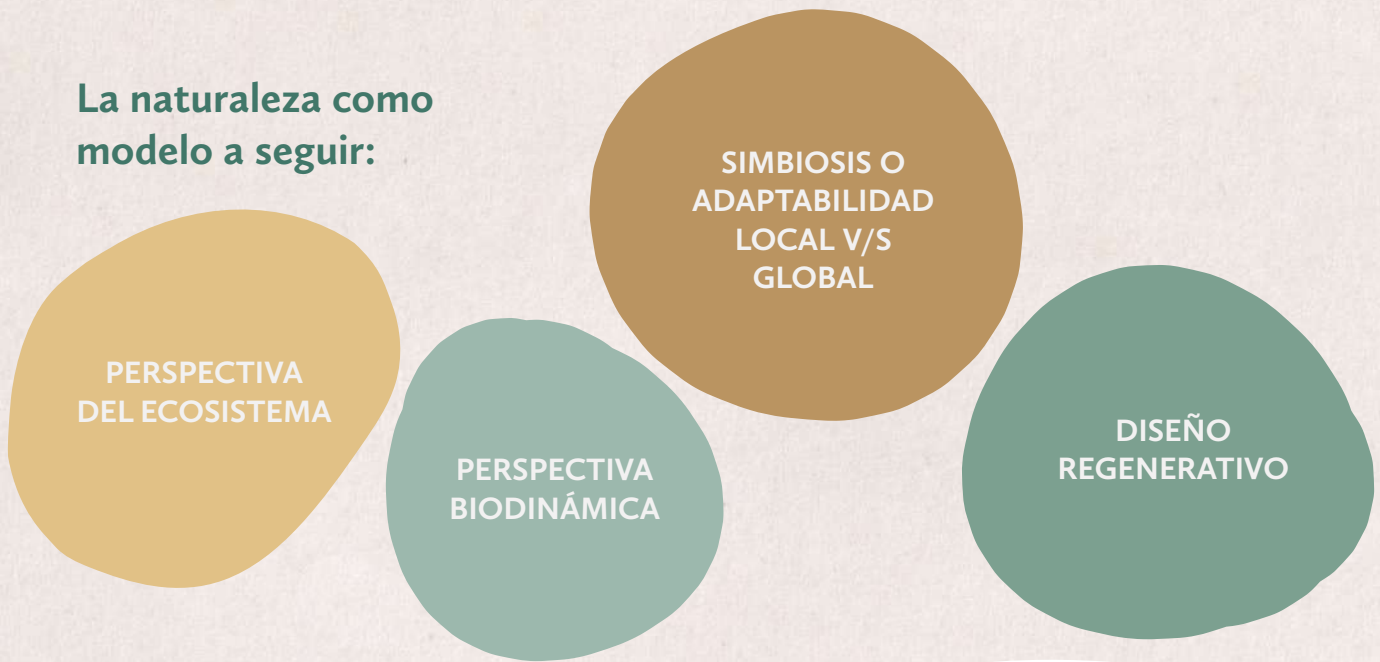
3.2 Cadena de Valor

3.2.2 Segundo Ciclo

B. Diseño de productos

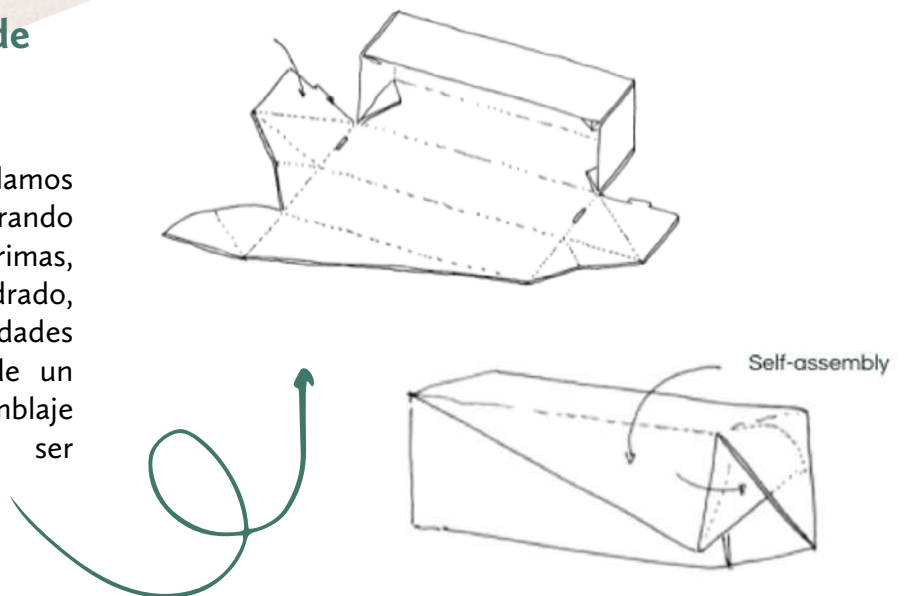
En 2020 trabajamos en 2 proyectos principales:

La naturaleza como modelo a seguir:



La naturaleza como medida: Eficiencia energética y de recursos.

Sobre estas premisas rearticulamos nuestros antiguos empaques mejorando el uso eficiente de las materias primas, reduciendo el uso del metro cuadrado, trabajando con menores densidades y pesos de cartón, a través de un diseño inteligente de autoensamblaje estructural, próximamente a ser lanzado en 2022.



3.2 Cadena de Valor

3.2.3 Tercer Ciclo

A. Campañas de limpieza

Diferentes alianzas y acciones que hemos llevado a cabo gracias a la **colaboración público-privada** nos han permitido comprender las importantes problemáticas que afectan a los sectores rurales y sus habitantes. Entre ellos, la **gestión de residuos en comunidades rurales**.

Por eso en mayo del año pasado iniciamos con las “Campañas de Limpieza Territorial”. Estas campañas consisten en organizar, junto con empresas privadas y los municipios de las comunas, **operaciones de acopio de los residuos** que las personas tienen en sus casas, terrenos e incluso negocios, con el objetivo de ser reciclados, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas y del territorio.

Sumado a esto, las campañas se enfocan en la **remoción de chatarra ferrosa** de las casas de las personas, donde equipos desplegados en las diferentes localidades recorren las casas recogiendo cocinas de hierro en desuso, hornos, refrigeradores viejos, láminas de zinc utilizadas en la construcción de viviendas, carrocerías de automóviles, entre otros residuos, que luego se reciclan.

En 2021 logramos realizar dos campañas: la primera en mayo, que se enfocó únicamente en las localidades de Cochamó;

y el segundo en diciembre, que contó con la participación de la Municipalidad de Puerto Varas y la localidad de Nueva Braunau.

Esta última edición culminó con la firma de un convenio público-privado de colaboración en la gestión de residuos en las comunas, que busca que Karün, junto a nuestros aliados de impacto, Balloon Latam, Aceros AZA, Comberplast y Recollect, formalicemos un compromiso de colaboración para la limpieza del territorio y protección de la naturaleza.



3.2 Cadena de Valor

3.2.3 Tercer Ciclo

Algunas cifras que nos dejaron las Campañas de Limpieza Territorial

Primera versión de la campaña
(Mayo)

5

Localidades Participantes

(Pocoihuén, Ralún, Cochamó, Puelo y Llanada Grande)

150

Familias Registradas

10

Días de duración

20

**Toneladas de chatarra
férrica recogida**

Segunda versión de la campaña
(Diciembre)

6

+ 2

Municipios
Participantes
(Cochamó y Puerto Varas)

Localidades Participantes

(Pocoihuén, Ralún, Cochamó, Puelo, Llanada Grande y Nueva Braunau)

110

Familias Registradas

5

Días de duración

17

**Toneladas de chatarra
férrica recogida**

3.2 Cadena de Valor

3.2.3 Tercer Ciclo

B. Campaña Oftalmológica Cochamó

A finales de julio de 2021 realizamos una operación oftalmológica en Cochamó (Chile). Convirtiendo una fecha que llama a la gente a consumir como el **CyberDay** en una oportunidad para **traer cambio y algo de alivio** a la gente de lugares remotos de la Patagonia.

Nos propusimos armar una campaña que **acercara los servicios y productos oftalmológicos a la población cochamóense** que más los necesita, considerando ante todo llegar a localidades aisladas y de difícil acceso, que no siempre pueden acceder a estos servicios. Con este desafío en mente, decidimos aprovechar el bombo publicitario generado por un día como el CyberDay para utilizarlo a favor de las comunidades y financiar este proyecto. “Cada compra de un antejo Karün que se realice durante este CyberDay estaría financiando directamente la operación oftalmológica que se realiza en Cochamó”.

Gracias a una alianza público privada entre Karün, la Municipalidad de Cochamó y los servicios de salud de la comuna, habitantes de las localidades de Pcoihuen, Ralún, Cochamó, Puelo, Las Hualas, Sotomó y Llanada Grande, fueron los beneficiarios de este proyecto, recibiendo anteojos elaborados con las mismas materias primas que alguna vez estuvieron en sus tierras.

[Ver anexo para leer detalle de gastos del operativo.](#)



3.2 Cadena de Valor

3.2.3 Tercer Ciclo

Algunas cifras que nos dejó la Campaña Oftalmológica

6

Localidades participantes

(Pocoihuén, Ralún, Cochamó, Puelo, Llanada Grande y Nueva Braunau)

128

Anteojos entregados

80%

De los **lugares en lista de espera** de los servicios oftalmológicos públicos de la comuna de Cochamó **fueron liberados**

67%

De los beneficiarios eran **mayores de 60 años**

70%

De los beneficiariosn **fueron mujeres**



3.2 Cadena de Valor

3.2.3 Tercer Ciclo

C. Karün + Balloon Latam

55

Líderes de Impacto
Capacitados

En 2021 avanzamos a través del **programa “Líderes de Impacto” de Balloon Latam**, que ha tenido un fuerte crecimiento en el último año y más que duplicó su tamaño con respecto a 2019, pasando de 19 a 55 emprendedores. Hemos incorporado nuevas personas y profundizado nuestro trabajo con los miembros actuales, creando una red de negocios sostenibles con potencial para colaborar en nuestra cadena de valor, con el objetivo de generar **alianzas estratégicas entre esta red** de emprendedores y Karün.

115

Personas vinculadas

Al igual que en el 2020 logramos nuevamente vincular a **115 habitantes del territorio** con diferentes entidades, de los cuales 70 se vincularon con actores públicos y los 45 restantes con entidades privadas, con el objetivo de fortalecer los encuentros de vinculación que nos permitan brindar información, generar conversatorios sobre los desafíos y necesidades de los emprendedores locales. Todo esto con el fin de desarrollar un **trabajo colaborativo e idóneo para reforzar conocimientos y promover iniciativas locales** que fortalezcan los factores sociodemográficos.

121

Familias registradas en
la Campaña de Limpieza
Territorial

En 2021, año azotado por la pandemia, uno de los mayores hitos alcanzados en Cochamó fue la realización de la primera Campaña de Limpieza Territorial. Un **total de 121 familias se inscribieron para participar en esta campaña de manejo de residuos** donde equipos conformados por Karün, Balloon Latam, AZA y la Municipalidad de Cochamó, se comprometieron a articular rutas de retiro de chatarra para tratar de paliar uno de los más importantes problemas en la zona: residuos. **En total se recolectaron más de 12 toneladas y participaron 6 localidades.**

30

Actores Claves

A finales de 2021 en conjunto con Balloon Latam se iniciaron las “**Carteras Participativas**”; un proceso de **participación comunitaria** para facilitar espacios de definición de prioridades y necesidades para el desarrollo local sostenible, donde la propia gente diseña este plan de trabajo, poniendo en valor los saberes locales y siendo el motor de iniciativas de diversa índole para la comuna. Si bien el proceso inició a fines del año pasado y continúa este año 2022, más de 30 actores clave participaron en este portafolio en el que se discutieron temas de agua, gestión de residuos y educación ambiental, de los cuales surgieron más de 100 ideas y se seleccionaron 6 para ser votado públicamente.

65

Millones de Pesos.

El año pasado, junto a Balloon Latam, logramos obtener más de **65 millones de pesos a través del Fondo de Desarrollo Rural**, con el objetivo de obtener recursos monetarios **enfocados en emprendedores rurales de comunidades afectadas por la pandemia**, para que puedan fortalecer financieramente sus negocios y recuperar así la independencia económica, gracias a la gestión junto con los actores públicos un total de 17 emprendedores se beneficiaron de estos fondos.



3.3 Personas & Cultura

“La cultura es la ampliación de la mente y el espíritu”

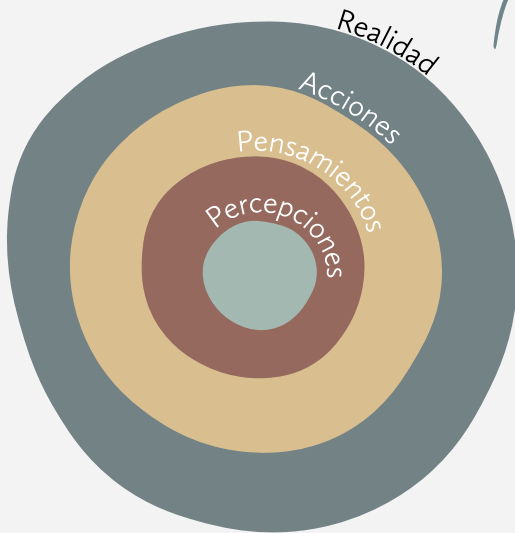
Jawaharlal Nehru.

¿Por qué la cultura es tan importante para Karün?

Queremos asegurarnos de que el mensaje que estamos transmitiendo al mundo viva entre todos los que desarrollamos y aportamos a Karün.

Nos comprometemos a crear la realidad que buscamos desde...

Dentro hacia afuera (de las percepciones a las acciones)



Y abajo hacia arriba (de lo individual a lo colectivo)



3.3.1 Distribución Organizativa

Al momento de redactar este informe de impacto (March 2022) Karün cuenta con,

62

Colaboradores

Distribuidos de la siguiente manera:

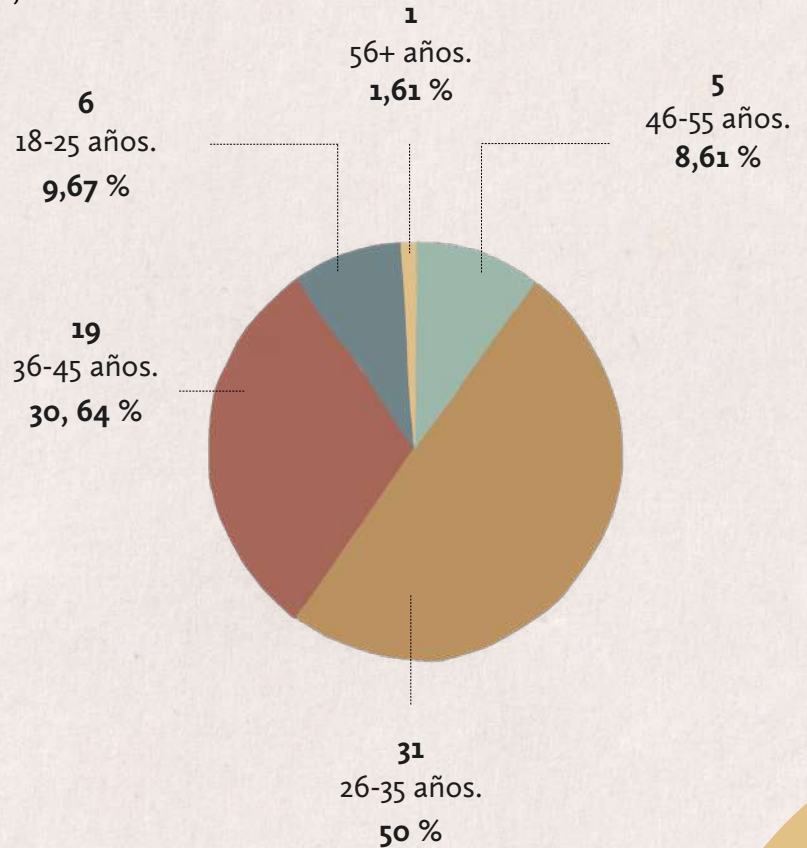
1. Por localización geográfica:

56
Latam (Argentina, Chile)
(90,32 %)

2
Norte América (EEUU)
(3,22 %)

4
Europa (España, Bélgica)
(6,45 %)

2. Por edad:



3. Por género:

35

Mujeres
(56,45 %)

27

Hombres
(43,55 %)

Uno de los puntos de los que más orgullosos nos sentimos es la **alta presencia femenina en Karün**: ¡más del 50% de los miembros de la organización son mujeres! Aunado a esto, la distribución de nuestro organigrama de responsabilidades en la empresa está mayoritariamente liderada por mujeres:

5. Management positions led by gender:

12

Mujeres
(85,71 %)

2

Hombres
(14,28 %)

+ 2

puesto por definir
(14,28 % restante)

4. Chief or Heads positions led by gender:

2

Mujeres
(40 %)

2

Hombres
(40 %)

+ 1

puesto por definir
(20% restante)

3.3.2 Beneficios y Compromisos

Somos una **empresa de líderes que crea líderes**. Con suerte, los que se toman muy en serio el estado del mundo, pero no ellos mismos. Líderes que están **profundamente comprometidos a cambiar la forma en que interactuamos con nuestro planeta**, mientras se divierten tanto como pueden en el proceso. Entonces, para lograr eso, establecimos algunas prácticas que pensamos ayudarían. Estas acciones van más allá de hacer que todos se sientan felices y entusiasmados por ir a trabajar, sino que buscan ofrecer oportunidades para la búsqueda del **bienestar personal y grupal**, con foco en el desarrollo humano y el compromiso organizacional.

Karün se une a Betterfly:

Los hábitos diarios importan, un montón. Una **rutina diaria saludable** que incluya yoga, meditación, deportes y alimentación saludable aumentará la felicidad y la productividad. A mediados del año pasado nos unimos a Betterfly para apoyar y motivar el camino del bienestar entre nuestro equipo. Esta es la primera plataforma de beneficios de bienestar que premia los hábitos saludables (como caminar, meditar, ahorrar y descansar), con premios, donaciones sociales y seguros de vida cuya cobertura crece sin costo para ti, sino que te beneficia directamente a ti y a tu familia.

Estamos comprometidos con el “Challenge 10X”:

El Reto 10X es una iniciativa empresarial que pretende inspirar a las empresas a **compartir de forma más justa el valor**

que generan, para mejorar el bienestar de sus trabajadores.

Día de Osvaldo:

Cada miembro del equipo puede disfrutar de **9 viernes** de su elección durante el año **para disfrutar**.

Protocolo de Trabajo Dinámico:

Este protocolo consiste en **revisar, implementar y mejorar** en tiempo real formas de hacer más acogedores los espacios de trabajo, más eficiente la burocracia laboral, resaltar la importancia de fechas importantes como cumpleaños y calendarios internacionales, y contribuir a la democratización de las plataformas utilizadas por los equipos, con el fin de capacitar a cada integrante de Karün en lo que sea necesario.

Ahora veo:

Cada miembro del equipo recibe **un marco Karün por año**.



3.3.2 Beneficios y Compromisos

Experiencia *Nativos*:

Ofrecemos una experiencia de 5 días completamente **inmersa en la naturaleza para conectar con nuestro propósito y con uno mismo.**

La experiencia *Nativos* pretende regenerar a las personas de adentro hacia afuera, en uno de los lugares más vírgenes que quedan en la Patagonia (**Parque Kaiken**).

3.3.3 Círculo de Cultura

El Círculo de Cultura es un **grupo heterogéneo y transversal de personas de diferentes áreas de trabajo**, disciplinas, géneros, experiencias laborales y estilos de vida, quienes son responsables de **mantener viva la cultura y los valores** organizacionales. También son responsables de escuchar las demandas e inquietudes de los integrantes de Karün, velando porque se cumplan las promesas y compromisos de trabajo. Si bien el Círculo de Cultura es un organismo autónomo del área de People & Culture, departamento dedicado a los recursos humanos de la organización, dispone de canales de comunicación directos con las personas que integran este equipo, con el objetivo de agilizar la toma de decisiones.

De igual forma, el Círculo de Cultura se encargará de proponer la puesta en marcha de las diferentes iniciativas que surjan, ya sea de este equipo o de cualquier otro integrante de Karün; también busca vincular y complementar estas actividades con otras acciones en proceso o planificadas por Karün; evalúa, por así decirlo, externamente, los procesos y decisiones que lleva a cabo la organización, siendo la voz unificada de las personas que integran Karün.



3.3.4 Eco-misión

La Eco-misión es un grupo interdisciplinario de personas en Karün que busca ser un articulador entre las diferentes áreas de la empresa, con los equipos de People & Culture e Impacto, para **transparentar la información y el trabajo de las diferentes áreas** que se relacionan con el objetivo de ser más conscientes del impacto ambiental que tenemos.

Además, busca ayudar a las áreas a considerar y/o **reflexionar sobre acciones en sus futuros planes de trabajo** que quizás no hayan evaluado previamente, reconociendo así acciones que se relacionan con los diferentes objetivos de la Eco-misión por parte de los diferentes departamentos de Karün.

Algunas de las iniciativas que ha planteado la Eco-misión durante el 2021 y que buscan implementarse en el 2022 son:

1. La implementación de registros mensuales de métricas sostenibles, informes de progreso y evaluación periódica para ayudar en los procesos de certificación, como Empresas B y Carbono Neutral.

2. Brindar apoyo en la verificación y cotización de compras sustentables de insumos de oficina, alimentos y mercadería utilizada en nuestras operaciones diarias.

3. Articular instancias junto con los municipios y comunidades cercanas a nuestras oficinas, con el objetivo de generar sinergias con acciones relacionadas con la sustentabilidad.



3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.1 Huella Corporativa

Realizar una medición de la huella de carbono corporativa es un proceso largo y arduo. Las empresas más grandes y con más recursos humanos tienden a hacerlo internamente, con mediciones constantes y procesos ágiles, escenario al que apuntamos a futuro, para que los resultados sean lo más expeditos posible.

Por nuestra parte, seguimos apoyando este proceso con **organismos externos que auditan nuestros procesos**, generan los análisis gracias a la tecnología que utilizan, **y luego nos entregan los resultados** y se encargan de mejorar para el próximo año, además de compensar las emisiones que no pudimos reducir con créditos de carbono, algo que queremos erradicar en el futuro.

Como se mencionó en los párrafos anteriores, medir las emisiones de carbono es un proceso largo y, en ocasiones, puede llevar tiempo: es por eso que presentamos nuestra **Huella Corporativa 2020 en el Informe de Impacto 2021** y no el año anterior, porque todavía se está trabajando para ser finalizado.

Creemos que la honestidad es la base de las relaciones y es nuestro deber manifestar que seguimos trabajando para medir nuestras emisiones de carbono de 2021, pero nos comprometemos a que en el próximo informe de impacto se publiquen ambas mediciones.

A efecto de medir las emisiones de carbono, existen tres tipos:

Alcance 1

Emisiones directas resultantes de las propias actividades de control de la empresa (de fuentes que incluyen calor, electricidad, vapor o refrigeración).

Alcance 2

Emisiones indirectas generadas por el uso de electricidad, calor o vapor de generación externa consumidos por la organización (procedente de la generación de electricidad consumida y comprada).

Alcance 3

Emisiones que son consecuencia de las actividades de la organización, pero que provienen de fuentes que no son propias ni controlan (procedentes de la eliminación de residuos, transporte de empleados, viajes de negocios, transporte de materias primas y productos, etc.).

De estos 3 tipos de alcance, solo los dos primeros son **obligatorios para que una empresa se certifique como Carbono Neutral®**, siendo el tercero opcional, pero que decidimos incluir de todos modos al evaluar nuestra huella corporativa.

3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.1 Huella Corporativa

In terms of our results in measuring **carbon emissions**, the study showed the following:

1.779

kg CO₂ emitidos en la categoría "Alcance 1".

6.680

kg CO₂ emitidos en la categoría "Alcance 2".

57.972

kg CO₂ emitidos en la categoría "Alcance 3".

66.430

siendo las emisiones totales de carbono de Karün a nivel corporativo en 2020

La compensación:

Decidimos medir y compensar nuevamente nuestra huella, para re-certificarnos como empresa Carbono Neutral®, reforzando aún más nuestros compromisos con el medio ambiente. Como compañía creemos que la compensación de emisiones de carbono residual es el último paso en la estrategia contra el cambio climático, siendo el **objetivo principal de la estrategia reducir año a año nuestro impacto**, compensando únicamente las emisiones que no se han podido evitar.

Es por eso que, para 2020, Karün compensó un total de **67 toneladas de CO₂ emitidas a través de la compra y el apoyo del proyecto "REDD+ Acre Amazonian Rainforest Portfolio"** en Brasil, un punto crítico de biodiversidad global y uno de los últimos bosques vírgenes que quedan en la cuenca del Amazonas.

Esta colección de tres proyectos tiene como objetivo **prevenir la deforestación en 105.000 hectáreas de selva virgen en la cuenca del Amazonas**, protegiendo algunos de los hábitats con mayor biodiversidad del mundo. Con el apoyo de fondos de créditos de carbono, los proyectos trabajan con comunidades y grupos locales para ayudar a proteger los servicios de los ecosistemas al tiempo que brindan modelos alternativos de desarrollo económico que evitan la destrucción de los bosques.

3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.2 LCA de los productos

En Karün estamos en constante búsqueda de nuevas formas de ser y hacer mejor. Confiamos en el conocimiento que nos rodea, en las personas, en la sabiduría de la naturaleza y en los avances tecnológicos. Gran parte de este progreso proviene de los deseos organizacionales de continuar elevando los estándares con el ejemplo, pero también de las críticas y los consejos de los clientes, miembros de la empresa, inversionistas, amigos y otros.

Es por eso que el año pasado vimos uno de nuestros logros más orgullosos hasta la fecha: la **finalización exitosa de la Evaluación del ciclo de vida de nuestros productos**.

Introducción

La Evaluación del ciclo de vida (Life Cycle Assessment (LCA)) es una **herramienta metodológica que tiene como objetivo medir el impacto ambiental** de un producto, proceso o sistema -en nuestro caso nuestros anteojos- a lo largo de todo su ciclo de vida. Este método se basa en la recopilación y posterior análisis de entradas y salidas de información en nuestros sistemas, a partir de los cuales se obtienen resultados que demuestran el potencial impacto ambiental de un antejo, información que nos permite

determinar estrategias para la reducción del impacto ambiental en las diferentes etapas de vida de nuestro producto.

¿Por qué medir la huella de carbono?

En breve; para que se pueda **tomar decisiones más informadas**.

Pero sobre todo porque no podemos mejorar lo que no medimos, por lo que hicimos un análisis del ciclo de vida (LCA) para comprender la huella de carbono, el potencial de calentamiento global y otros impactos que nuestros productos están dejando en nuestro planeta. De esta manera podemos **entender nuestras ineficiencias ambientales y podemos trabajar en ellas para reducir nuestra huella**. Nuestro objetivo es reducir a la mitad nuestras emisiones para 2025 y el objetivo cero para 2030.

¿Qué estamos midiendo?

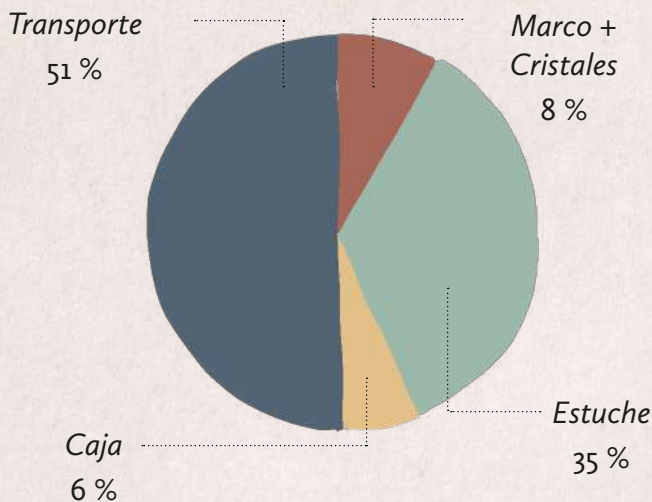
Todo el proceso desde las materias primas (que en nuestro caso son de fuentes recicladas), hasta la producción de la montura final, cristales, estuches, cartones y transporte hacia un centro de distribución en Europa.

3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.2 LCA de los productos

Resultados principales:

KGCO_{2e}/producto final = 1,69



Los estuches, las cajas, el transporte y los cristales (que están hechos de policarbonato para reciclar) comparten los mismos datos en todos los anteojos, por lo que las principales **diferencias en la huella de carbono** entre nuestros productos son las composiciones de las **materias primas dentro de los marcos**.

Encontramos 3 grupos principales:

1. Metales reciclados y nylon regenerado Econyl:

Todos los productos fabricados con 100 % metal, 100 % Econyl o una combinación de ambos materiales tienen la huella de carbono más baja, que es de **1,59 KG CO_{2e}** por unidad o menos.

2. Policarbonato reciclado combinado:

Todos los productos fabricados con policarbonato combinado con metal o Econyl Nylon (o ambos) tienen una huella de carbono media de **1,67 KG CO_{2e}** por unidad o inferior.

3. Policarbonato reciclado solo:

Todos los productos fabricados únicamente con policarbonato reciclado tienen la mayor huella de carbono, de **1,77 KG CO_{2e}** por unidad o menos.

Lo que no pudimos medir:

La última milla **desde este centro de distribución hasta nuestros almacenes y luego hasta el cliente final** no se incluye en esta medición debido a las dificultades para proyectar estos datos antes de la demanda, pero pretendemos incluirla en la siguiente medición.

Los números, similares a la naturaleza, cambiarán porque estaremos trabajando en **mejorar y actualizar la información detrás de nuestra huella**. Los datos más recientes se encontrarán en "The Nest", ya que actualizar los números impresos lleva un poco más de tiempo.

Si sientes que estamos siendo un poco vagos puedes leer más aquí.

3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.2 LCA de los productos

Acerca del transporte

Moverse es genial, pero también es una gran fuente de emisiones de CO₂ y, como vimos, contribuye a **más del 50 % de las emisiones** de carbono totales de nuestros productos. Es por ello que en este apartado se pretende dar más detalles sobre las emisiones de CO₂ por medio de transporte:

Transporte aéreo:

Rutas de más de 3.700 km (vuelos largos):

Por cada kilómetro recorrido por tonelada, desde un punto de origen inicial hasta un destino final, se emiten 1,26 Kg de CO₂e.

Rutas de menos de 3.700 km (vuelos cortos o domésticos):

Por cada kilómetro recorrido por tonelada, desde un punto de origen inicial hasta un destino final, se emiten 1,13 Kg de CO₂e.

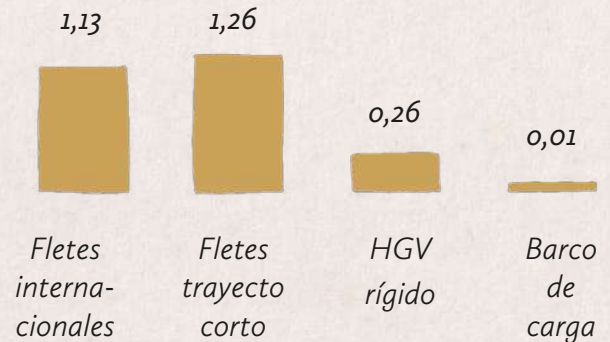
Transporte Terrestre:

Camiones diesel cuya capacidad varía entre 3,5 y 7 toneladas, generan 0,26 Kilos de Dióxido de Carbono equivalente.

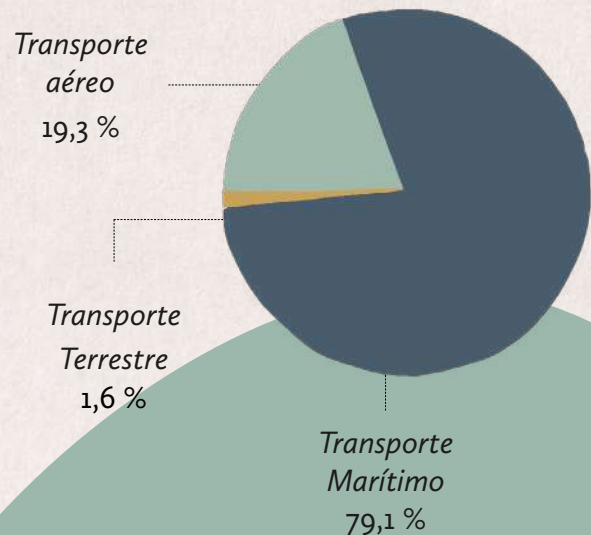
Transporte Marítimo:

Finalmente, el transporte marítimo tiene el menor efecto ambiental sobre el inventario de gases de efecto invernadero, por lo que por cada tonelada-kilómetro se emiten 0,01 Kg de CO₂e.

Ahora en gráficos más fáciles de leer



Distribución de Karün por unidades por medio de transporte:



Durante 2021, el 79% de nuestras unidades se distribuyeron por vía marítima. Nuestro objetivo es alcanzar el 100% para 2025.

3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.2 LCA de los productos

¿Es útil?

Un número en sí mismo no significa mucho, pero inspirados por Oatly y su iniciativa “Juntos por el etiquetado climático”, queremos dar un ejemplo en la industria de los anteojos y hacer un llamado a otros jugadores para que abran sus números. Dado que nuestro promedio de 1,69 KGCO₂e/producto final no significa mucho por sí mismo, debemos compararlo con otros números.

Así podremos comparar y ojalá compartir prácticas que nos ayuden a todos a avanzar en la huella que vamos dejando en nuestro planeta.

Mientras tanto, aquí hay algunos ejemplos de otros productos (¡y marcas que amamos!) como referencia.

allbirds

10

KG CO₂ el par
Huella de carbono promedio del producto



14,1

KG CO₂ e/par
Zapato promedio.
Fuente: Allbirds.



5,5

KG CO₂ e/par
Camisa de poliéster.
Source.



662

KG CO₂ e
Viaje en avión de NY to LA
(JFK a LAX)



0,51

KG CO₂ e/kg
Oatly Leche de Avena
versión barista



3,2

KG CO₂ e/litro
Leche de vaca
Source



38

KG CO₂ e
Paseo en auto de 100
km usando gasolina

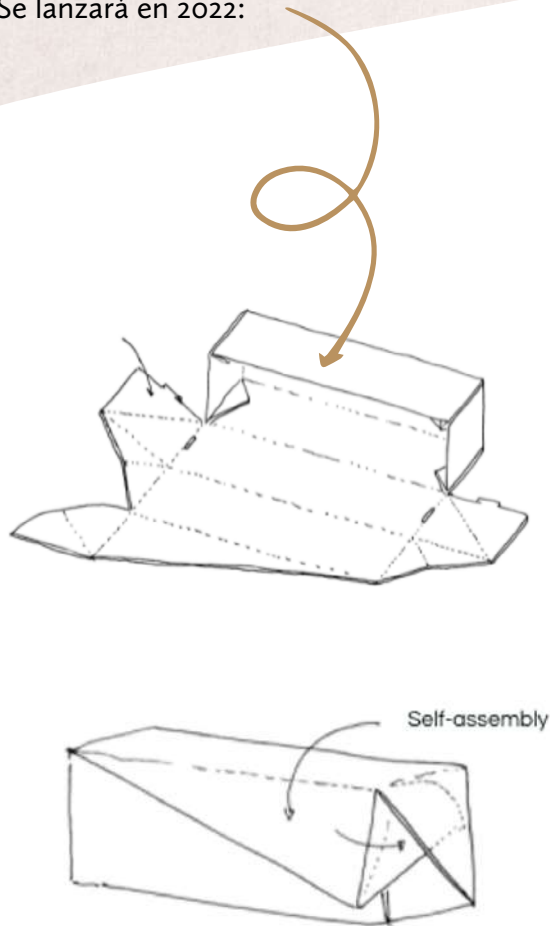
3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.2 LCA de los productos

Mejoras en el empaque a partir de nuestros resultados de LCA:

El desafío era hacer que nuestros empaques fueran más livianos, más fáciles de reciclar y sin usar pegamento.

Creamos nuestro propio **packaging familiar de autor**, inspirados en las técnicas del origami. Una estructura innovadora que utiliza el mínimo material y proporciona la protección necesaria. Se lanzará en 2022:



Emisiones de última milla

Entre todos los procesos que tuvimos que auditar y revisar para poder realizar una nueva **medición de emisiones de huella de carbono** -y así re-certificarnos como empresa carbono neutral- estuvieron todas las acciones que nuestro equipo de Operaciones lleva a cabo en las últimas millas (la última etapa donde nuestros productos son transportados a nuestros clientes). Cabe mencionar que, durante el 2021, trabajamos en conjunto con 3 empresas diferentes para el envío de los productos a sus puntos de destino y como proveedores de materiales utilizados en los despachos.

Para los envíos contratamos los **servicios de Ecoliga**, naviera que transporta los productos junto con su equipo de choferes y sus bicicletas, logrando cubrir gran parte de los envíos en la Región Metropolitana de Chile (donde se encuentra nuestra oficina comercial y almacén de operaciones). Ahorrándonos emisiones de carbono innecesarias gracias a su **transporte respetuoso con el medio ambiente**; y **Servisenior**, plataforma con la que enviamos nuestros productos a los Seniors -personas mayores de 50 años-, impulsando el desarrollo de oportunidades laborales para adultos y permitiéndonos reintegrar, de manera orgánica, el valor de un segmento etario con el que normalmente están desconectados.

3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.2 LCA de los productos

Por otro lado, uno de los proveedores con los que trabajamos en la última milla este 2021 fue **Ecolover**, empresa que nos permitió disponer de **bolsas compostables para todos nuestros envíos** de producto desde almacén y oficinas, ahorrando miles de bolsas de plástico y de paso, contribuyendo a la reforestación de árboles de acuerdo a la cantidad de bolsas utilizadas.

Consulta a continuación los detalles de los proveedores en nuestra última milla:

Servisenior in 2021:

630

Entregas Realizadas

Ecoliga in 2021:

602

Entregas Realizadas

Servisenior in 2021:

3.448

Entregas realizadas con
bolsas Ecolover

5.583

Kms Recorridos

30%

Emisiones de CO₂ Ahorradas

1,5

Toneladas de CO₂
no emitidas

35

Árboles Reforestados

3.4 Huella de Carbono y Certificaciones

3.4.2 BCorp

Renovamos nuestra **certificación B Corp**. En Chile “Sistema B” está a cargo del desarrollo y certificación de estas empresas, de las cuales Karün se enorgullece de formar parte -desde 2013- como parte fundamental de nuestro trabajo es cambiar la forma de ver el mundo.

B Corp es una certificación otorgada a empresas en las que el éxito no se mide solo por los ingresos o las ganancias de los accionistas. Los impulsores clave de estas empresas y **cómo miden el éxito son el bienestar de las personas, la sociedad y la naturaleza**. La rentabilidad de estas organizaciones depende del rol social que desempeñen en la sociedad y si logran que su negocio sea ético.

Al obtener la certificación B Corps, Karün **garantiza la sostenibilidad de su organización**, su propósito y además se compromete a cumplir voluntariamente con altos estándares sociales y ambientales. Esta etiqueta les obliga a ser transparentes y para certificarse se evalúan áreas clave de la empresa como operaciones, jerarquía, política de protección ambiental, trato con los trabajadores y su relación con la comunidad o grupos de interés.

[Ver anexo.](#)





04.

NEW

CHALLENGES

4. Nuevos Desafíos

4.1 Sistema de Trazabilidad Karün™



Hemos desarrollado una Plataforma Web Responsive enfocada en la experiencia de usuario (UX) para **la gestión y trazabilidad de la cadena de valor de Karün** desde el origen de las materias primas, pasando por cada eslabón del ecosistema de socios colaboradores y proveedores de Karün, hasta el producto final.

Componentes y Arquitectura

Hay dos aplicaciones que componen la solución:

Karün Backoffice: plataforma web responsive que gestiona toda la información necesaria para alimentar el sistema de trazabilidad. Aquí, nuestro equipo puede cargar información sobre los diferentes pasos involucrados durante todo el proceso de fabricación de anteojos, desde la recolección y el reciclaje de materiales hasta la distribución. Algunos datos transaccionales seleccionados en este proceso se protegen mediante la tecnología blockchain.

Sistema de Trazabilidad Karün™: aplicación web responsive que permite a los clientes de Karün rastrear sus anteojos durante todo el proceso de producción, interactuando con un mapa y con los diferentes enlaces en él, accediendo a contenido multimedia que ilustra a cada participante del desarrollo durante el recorrido.

Usando Blockchain para proteger los datos

Brindamos una integración dentro de nuestro producto con **tecnología blockchain**, para asegurar todas las transacciones relevantes dentro de la aplicación de backoffice. Para ello, se invoca una API blockchain ubicada en un A1 AWS (Amazon Web Server) con el fin de **persistir y asegurar cada transacción ejecutada** por el sistema de backoffice.

En esta dirección, los usuarios de backoffice dentro de Karün podrán guardar y asegurar información relacionada con los diferentes pasos involucrados:

Lotes recogidos.

Lotes de reciclaje.

Lotes de producción.

Lotes de distribución.

4. Nuevos Desafíos

4.1 Sistema de Trazabilidad Karün™

Además, la aplicación proporciona la entrada para el **contenido multimedia asociado a cada enlace**, con el fin de mostrar este contenido en el sistema de trazabilidad.



4. Nuevos Desafíos

4.2 Plan de Fabricación Distribuida

Con el objetivo de ser más sostenibles y dejar una huella más pequeña en nuestro planeta, estamos construyendo un Plan de Fabricación Distribuida, con el objetivo de crear cadenas de valor locales a escala regional **para 2030 para reducir nuestra huella de carbono en un 50% para 2026 y apuntar a cero para 2030.**

El plan es obtener los materiales descartados -materias primas- en la misma región en que los reciclamos, producimos los productos finales y luego los distribuimos. Estamos construyendo esta hoja de ruta en América Latina, Europa, América del Norte y Asia. El punto principal es construir redes flexibles a pequeña escala, con una dimensión más local, utilizando los recursos locales y ofreciendo así beneficios ambientales.

50%

Reducción de nuestra huella de carbono para el 2026.



KARÜN
EST. IN PATAGONIA

