

# El movimiento B Corp

Pablo Sánchez. Director de B Lab Spain

Verónica Devenin. Assistant Professor Eada Business School

## Introducción

La reconocida máxima declarada por Milton Friedman (1970), señalando que la única responsabilidad del negocio es generar ganancias a sus dueños, ha sido el mantra incuestionable del mundo empresarial por muchos años. La priorización de este único objetivo sobre toda otra consideración ha dejado a su paso un sin número de externalidades negativas, ambientales y sociales, tanto a nivel local como a nivel global. La acumulación de estos impactos ha ido moldeando la sociedad en la que nos encontramos hoy, asediada por eventos climáticos cada vez más frecuentes, por la degradación de nuestros ecosistemas marinos y terrestres, por la contaminación del aire, y también por la multiplicación de conflictos sociales en cuyos orígenes encontramos la desigualdad y la exclusión.

Hace algunas décadas, las empresas, o más bien sus directivos, comenzaron a tomar conciencia del impacto que tenía esta mirada desconectada del entorno y de sus grupos de interés. La pérdida de legitimidad creciente, las demostraciones de fuerza de ciudadanos y organizaciones no gubernamentales, sembraron la idea que las empresas deben ser responsables socialmente, si quieren mantener su licencia social para operar.

Desde entonces, el mundo empresarial ha recorrido un largo y heterogéneo camino en relación con su reposicionamiento en la sociedad. Los primeros pasos fueron la generación de iniciativas puntuales para beneficiar a un determinado grupo de interés o reducir algún impacto específico. Estas iniciativas, llamadas de responsabilidad social corporativa, han sido progresivamente superadas por la necesidad de integrar la sostenibilidad en el negocio, incorporando conceptos

como los objetivos de desarrollo sostenible y la cuenta de triple resultado, poniendo en la balanza tanto los logros económicos, como los sociales y los ambientales.

**Un tercer escalón han sido aquellas empresas que establecen como propósito central de su negocio el generar un impacto positivo. Son empresas que entienden su rol en la sociedad de una manera distinta, pues utilizan de manera explícita la potencia y los mecanismos que tienen en tanto empresas para generar prosperidad no solo a los accionistas, sino que también a sus distintos grupos de interés:** trabajadores, comunidad, clientes, y también el medio ambiente. A estas empresas se les denomina empresas con propósito, dentro de las cuales podemos encontrar a las empresas B certificadas o “*B Corps*”.

## Origen y evolución

Las empresas B surgieron en Estados Unidos, en 2006. Fue el resultado de una iniciativa desarrollada por Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan, and Andrew Kasoy, quienes, tras tener que vender su empresa, evidenciaron cómo el fuerte compromiso social que la caracterizaba se perdió bajo una mirada convencional de hacer negocios (Montiel, 2023). La indefensión, en términos de no ser capaces de proteger la forma de hacer las cosas de su empresa, fue el germen de la creación de B Lab. B Lab es una organización sin fines de lucro, cuyo objetivo inicial fue crear una barrera, algo que permitiera resguardar a las empresas que querían no solo ser las mejores del mundo, sino que las mejores para el mundo.

Para lograr este objetivo, B Lab creó una certificación en la que se integran altos estándares desde el punto de vista del desempeño social y ambiental, así como en términos de responsabilidad y transparencia. A su vez, las empresas que se certifican deben incluir su propósito en el deber fiduciario, y firmar una

*declaración de interdependencia*, donde la empresa se compromete a respetar los principios y objetivos que B Lab quería promover: reconocer nuestra mutua dependencia, asumir nuestra responsabilidad con los otros y con las futuras generaciones, compartir la necesidad de cambiar el mundo, conducir el negocio como un vehículo para ese cambio, buscando no solo evitar hacer daño, sino que buscando beneficiar a todos, personas y medio ambiente (B Lab, 2023).

Una empresa que desee conseguir la certificación debe realizar la evaluación de impacto B, que consta de cinco dimensiones - gobernanza, comunidad, trabajadores, medio ambiente y clientes - y obtener más de 80 puntos verificados sobre un total de 200. Para tener una referencia, una empresa convencional que aplica la evaluación de impacto B alcanza, en promedio, los 50 puntos. Desde 2006 a la fecha, se han certificado 6.400 empresas aproximadamente, en 89 países, 160 industrias, abarcando a más de medio millón de trabajadores (B Lab, 2023). Ejemplo de estas empresas son: Patagonia, Toms, The Body shop, Too Good to Go, Alpro, Triodos Bank. Las empresas B son, de esta forma, reconocidas por internalizar el contexto social y ambiental en el negocio, por reducir los impactos negativos a la vez que incrementar los impactos positivos, y por crear relaciones mutuamente beneficiosas con los grupos de interés (Stubbs, 2017).

Desde el punto de vista de estas empresas, algunas investigaciones han demostrado que las B Corp europeas han alcanzado mayores tasas de facturación después de obtener la certificación (Kirst *et al*, 2021). También se ha encontrado evidencia que lograr puntuaciones altas en la dimensión *empleados* redunda en un aumento de su productividad, y que, a su vez, una alta puntuación en *clientes* redunda en un mayor crecimiento en ventas (Kirst *et al*, 2021). Pero más allá de estos potenciales beneficios, lo fundamental es que **estas empresas viven un proceso en el que toman conciencia de sus grupos de interés y que, a partir de allí, buscan redefinir la forma como la empresa responde a esas necesidades. Esto adquiere una prioridad que puede ir más allá del interés por el crecimiento del negocio** (Gehman *et al*, 2019).

Además del creciente número de empresas que se han certificado, y que tienen interés por certificarse, B Lab también ha crecido. Poco a poco se ha transformado en un actor que promueve el cambio sistémico, integrando nuevas herramientas, como los Estándares de inversión e informes de impacto (IRIS), y el Sistema de calificación de inversión de impacto global (GIIRS), ayudando de esta forma a acelerar el crecimiento de la inversión de impacto. B Lab también ha promovido una forma legislativa que permite reconocer las particularidades de este tipo de empresas, de manera que puedan prosperar en diversos contextos legales, sin que necesariamente tengan que estar certificadas (Cao et al. 2017; Marquis 2021). La creación conjunta con Naciones Unidas de la herramienta SDG Action Manager para medir la contribución de las empresas a los objetivos de desarrollo sostenible es otro ejemplo.

En la práctica, B Lab es reconocido en el ecosistema del propósito, en la medida que, a través iniciativas como las mencionadas anteriormente, facilita el desarrollo de empresas con un propósito (Dahlmann *et al.* 2020). Su influencia se ha extendido a diversos países a través de capítulos locales y oficinas regionales, tales como Sistema B, en América Latina, y B Lab Europa. Pero, sobre todo, ha logrado desarrollar un movimiento, que, teniendo a la base a las empresas, ha integrado a diversos grupos de interés para amplificar el mensaje e impulsar el cambio. Este movimiento es un reflejo de lo que B Lab ha planteado como su teoría del cambio.

## Teoría del cambio del movimiento B

La teoría del cambio de B Lab considera que el cambio sistémico es resultado de colaboraciones intersectoriales con otros movimientos y organizaciones. **B Lab entiende a las empresas como un actor clave dentro del sistema económico, con la capacidad para comprometer e influenciar a los grupos de interés de este sistema, y por tanto actuar como catalizadores del**

**cambio en un ecosistema más amplio** (Normand & Devenin, 2023). Esta teoría de cambio da coherencia a las estrategias globales de B Lab: Desarrollo y evolución de estándares, y herramientas de Medición de Impacto; Certificación B Corp y compromiso multinacional; Narrativas de nuevos negocios, y marketing y comunicaciones globales relacionados; y Proponer, movilizar y articular el cambio de políticas, las que ejemplificamos brevemente a continuación.

### *Desarrollo y evolución de estándares, y herramientas de Medición de Impacto*

La evaluación de impacto B es una herramienta viva que va evolucionando en el tiempo de manera de mantener los estándares de desempeño más elevados y representar los intereses de los diversos grupos de interés. La última versión (6ta) se encuentra disponible desde 2019. Estas actualizaciones se evalúan durante un período de 12 a 18 meses, e incluye los comentarios proporcionados por los usuarios de la herramienta, la identificación de temas nuevos y emergentes y mejores prácticas, la identificación de áreas prioritarias de mejora, y pruebas y análisis de datos. La actualización incluye un período de comentarios públicos de 60 días (B Lab, 2023). **A principios de 2023, más de 200.000 usuarios y empresas en todo el mundo se han registrado y utilizado la Evaluación de Impacto B.** B Lab ha desarrollado otras herramientas de forma colaborativa, tales como el SDG Action Manager, junto con Naciones Unidas, así como el Impact Management Platform, que orienta a las empresas en la utilización de estándares.

### *Certificación B Corp y compromiso multinacional:*

El desafío de certificar empresas de gran tamaño ha llevado a la creación del B Movement Builders, un programa que orienta a las multinacionales en aquello que deben cambiar para alcanzar la certificación. Las empresas deben postular para entrar a este programa, el que implica que las grandes corporaciones multinacionales sigan los principios de las B Corp. La primera cohorte fue en 2020 con 6 empresas: Danone, Natura & Co, Magalu, Gerdau, Bonduelle, y

Givaudan.

*Narrativas de nuevos negocios, y marketing y comunicaciones globales relacionados:*

El movimiento B Corp ha logrado instalar una nueva narrativa empresarial, que puede dotar de nuevo sentido a las empresas que lo adoptan, en un contexto donde las presiones del entorno obligan a una transformación: *Usar los negocios como una fuerza para el bien, una nueva forma de hacer negocios, redefiniendo el rol de los negocios en la sociedad, un nuevo contrato social entre los negocios y la sociedad* (Ordoñez-Ponce & Devenin, 2020). Desde este punto de partida, el movimiento B ha creado alianzas para acelerar la propagación de esta narrativa. Ejemplo de ello es la campaña *Imperative 21*. Esta campaña tiene a la base una coalición de 72.000 pequeñas y medianas empresas y multinacionales, cuyo objetivo ha sido abogar por un cambio en el sistema económico y la necesidad de acelerar la transición al capitalismo que priorice los grupos de interés. Es el llamado *stakeholder capitalism*, el cual ha sido definido como un capitalismo en el que las empresas buscan la creación de valor a largo plazo, teniendo en cuenta las necesidades de todas sus partes interesadas y de la sociedad en general (Schwab & Vanham, 2021).

*Proponer, movilizar y articular el cambio de políticas:*

**B Lab ha promovido un modelo de ley (de Beneficio de Interés Colectivo), que reconoce objetivos sociales y ambientales, además del objetivo tradicional de generar ganancias, suavizando la primacía de los accionistas.** Esta legislación comenzó a aplicarse en varios estados de Estados Unidos, se ha expandido a en algunos países tanto en América Latina como en Europa, y ha abierto el debate y discusión de la ley en otros países (para tener una perspectiva del avance de esta legislación, ver: Peter, H. *et al*, 2023). Consecuentemente, esta estrategia se ha desplegado en el ámbito local, generando iniciativas adaptadas que buscan el desarrollo de esta nueva

legislación. Es el caso de B Lab España, que, en 2021, inició una campaña para el desarrollo de la ley Sociedades de Beneficio e Interés Común (SBIC).

## El movimiento B en España

**Siguiendo la estela internacional, el movimiento B Corp en España ha crecido un 82% durante el 2022 y ya supera las 200 empresas con una facturación agregada superior a 8.000 M € y más de 14.000 trabajadores.** Este crecimiento va acompañado con unas cifras que demuestran que el impacto social y ambiental no está reñido con un buen desempeño económico: **durante el 2022 las empresas B Corp en España aumentaron sus plantillas en un promedio del 32% y sus ingresos un 31%.** Destaca también que el 84% de las B Corp tiene una o más mujeres en puestos de alta dirección y el 70% utiliza energía de fuentes renovables (B Lab Spain, 2023).

Más allá de estas cifras, **uno de los hitos del 2022 ha sido el reconocimiento de las Sociedades de Beneficio e Interés Común (SBIC) en el marco de la Ley de Creación y Crecimiento Empresarial.** Con este reconocimiento legal, España sigue el ejemplo de otros países europeos, como Italia y Francia, y de América Latina, como Colombia, Perú, Uruguay o Ecuador. En España, **la denominación *empresas con propósito* permite evocar a este modelo empresarial, que caracteriza a todas aquellas empresas con ánimo de lucro que buscan proactivamente generar un impacto positivo en la sociedad y que utilizan recursos privados para solucionar problemas de naturaleza pública.** Se trata, por tanto, de empresas que identifican problemas o necesidades sociales y/o ambientales en torno a un interés público y común al resto de actores socioeconómicos públicos y privados, deciden asumirlos como objetivos propios sobre los que impactar positivamente destinando recursos propios. La resolución explícita e intencionada de esta problemática social y/o ambiental constituye el propósito de la propia organización.

En 2021 y 2022 se publicaron el *Libro Verde las Empresas con Propósito* (Molina, 2021) y el *Libro Blanco de las Empresas con Propósito* (Gabeiras y Barahona, 2022) respectivamente, que recogían la motivación y detalle del desarrollo de esta propuesta. En este libro se recogen las principales características identificadas, que permitirían reconocer a una empresa con propósito frente a otro modelo empresarial u otro tipo de organizaciones de tipo social:

- Organización privada con ánimo de lucro.
- Da respuesta a cuestiones de interés público con recursos privados.
- Integra objetivos de triple balance/triple impacto: económico, social y ambiental.
- Adquiere un compromiso legal a través de la incorporación a sus estatutos de estos objetivos de impacto social y/o ambiental.
- Incorpora controles para garantizar el equilibrio entre el beneficio económico y los objetivos sociales y/o ambientales.
- Cuenta con criterios de medición del impacto de su actividad en el entorno y en relación a todos sus grupos de interés.
- Alinea la estrategia a largo plazo con la continuidad del negocio.
- Cumple elevados estándares de transparencia y rendición de cuentas (información periódica acerca de los objetivos alineados con la Agenda 2030 y del cumplimiento de dichos objetivos).

Asimismo, también se ha publicado un Manifiesto para el Impulso de un Nuevo Modelo Empresarial Inclusivo y Sostenible, que ha recibido el respaldo de 50 personalidades, más de 400 organizaciones y 30.000 personas. Todos los logros de esta iniciativa pueden consultarse en la web *empresasconproposito.net*.

Actualmente, está pendiente la aprobación del reglamento que permita ofrecer un

marco jurídico con garantías para el posterior despliegue de políticas públicas que apoyen la adopción y aceleración de este modelo empresarial. Esta forma jurídica a la que podrá acogerse cualquier sociedad mercantil, permite a las compañías:

- Brindar protección legal a directivos para considerar los intereses de todas las partes interesadas, no solo los accionistas, a la hora de tomar decisiones.
- Crear derechos adicionales para que los accionistas tengan personas directivas y equipos responsable de considerar estos intereses.
- Limitar estos derechos ampliados a los accionistas exclusivamente.

En definitiva, los requisitos asociados a la constitución de las empresas con propósito permiten blindar su misión social y únicamente se podría renunciar a ella perdiendo su estatus legal. Este reconocimiento servirá además como estímulo para que las empresas con propósito sean claramente diferenciadas por parte de los inversores, la ciudadanía los consumidores y la propia administración pública. En un momento en el que las acusaciones de *greenwashing* están a la orden del día, esta categoría jurídica permite enviar una señal de rigor, garantía y compromiso a los distintos actores del mercado.

Con todas estas acciones, el movimiento B en España está contribuyendo a crear las condiciones para que un nuevo modelo empresarial, que tiene por objetivo crear un sistema inclusivo, equitativo y regenerativo para todas las personas y el planeta, prospere.

## Referencias:

B Lab.  
<https://www.bcorporation.net/en-us/standards/development-and-governance>  
Retrieved at 17/02/2023 B Lab Spain. Memorial Annual 2022.  
[https://issuu.com/bcorpsspain/docs/memoria\\_anual\\_2022\\_b\\_lab\\_spain](https://issuu.com/bcorpsspain/docs/memoria_anual_2022_b_lab_spain) Retrieved at 25/02/2023

Cao, K., Gehman, J., Grimes, M.G. "Standing out and fitting in: charting the emergence of Certified B Corporations by industry and region". En: Corbett AC, Katz JA (eds) *Hybrid ventures (Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, vol 19. Bingley, Emerald Publishing Limited, 2017, 1-38.

Dahlmann, F., Stubbs, W., Raven, R., Porto de Albuquerque, J. "The 'purpose ecosystem': emerging private sector actors in earth system governance". *Earth Syst Gov*, 4, 2020, 100053.

Friedman, M. "The social responsibility of business is to increase its profits". *The New York Times*, 1970, 13 September.

Gabeiras, P., Barahona, M. 2022. *Libro Blanco de las Empresas con Propósito*. Coordinado por Fundación Gabeiras y B Lab Spain. Ediciones La Cultivada, Madrid.

Gehman, J., Grimes, M., Cao, K. "Commentary: From the value of growth to the certification of values: Why we care about certified B corporations". *Academy of Management Discoveries*, 5(1), 2019, 97-101.

Kirst, R. W., Borchardt, M., de Carvalho, M. N. M., Pereira, G. M. "Best of the world or better for the world? A systematic literature review on benefit corporations and certified B corporations contribution to sustainable development". *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28( 6), 2021, 1822- 1839.

Marquis, C. *Better business. How the B Corp Movement is remaking capitalism*. Yale University Press, 2021

Molina, M. 2021. *Libro Verde de las Empresas con Propósito*. Coordinado por Fundación Gabeiras y B Lab Spain. Ediciones La Cultivada, Madrid.

Montiel Vargas, A. "B Lab and the Process of Certificating B Corps". In: Peter, H., Vargas Vasserot, C., Alcalde Silva, J. (eds) *The International Handbook of Social Enterprise Law*. Cham, Springer, 2023, 281-299

Normand, J., Devenin, V. "Real-World Lessons on Stakeholder Capitalism: How B Lab and B Corp Movement Catalyze Change in Society". In: Peter, H., Vargas Vasserot, C., Alcalde Silva, J. (eds) *The International Handbook of Social Enterprise Law*. Cham, Springer, 2023, 355-375.

Peter, H., Vargas Vasserot, C., Alcalde Silva, J. (2023). *The International Handbook of Social Enterprise Law: Benefit Corporations and Other Purpose-Driven Companies*. Cham, Springer

Shwab, K., & Vanham, P. (2021). Stakeholder Capitalism: A Global Economy that Works for Progress. *People and Planet*. Wiley, 304.

Stubbs, W. (2017). "Characterizing B Corps as a sustainable business model: An exploratory study of B Corps in Australia". *Journal of Cleaner Production*, 144, 2017, 299-312.