

UNIDAD DE  
CONOCIMIENTO

Julio 2017



## B Corp

“Si presumes de una mejor manera de hacer  
negocios, más vale que te apoyes en algunos  
datos”

*Jay Coen Gilbert*

## ¿Qué es?

- ✓ **B Corp** es una certificación, verificada por la organización estadounidense sin ánimo de lucro *B Lab*, que tiene como objetivo agrupar organizaciones sobre la base de cómo generan valor para **todos los stakeholders** (más allá de los accionistas), sobre todo sus personas empleadas, la comunidad local y el medioambiente. La realización del proceso de certificación acredita que una organización está siguiendo una **filosofía de gobierno y actuación** fundamentalmente diferente de la de una organización tradicional centrada en el beneficio de accionistas e inversores.
  - ❖ También se conoce como **Certified B Corporation**. *B Lab* inició su actuación en junio de 2007 en el marco de la *BALLE National Conference* en Berkeley, con la presentación pública de las primeras 19 B Corps. Su portal es: [bcorporation.eu/spain](http://bcorporation.eu/spain)
- ✓ La certificación exige cumplir unos estándares de sostenibilidad social e impacto ambiental, así como de **responsabilidad y rendición de cuentas** hacia los *stakeholders* y el público en general. La certificación B Corp es de aplicación en toda la organización y en todas las líneas de negocio. Todas las estructuras jurídicas de negocios privados son susceptibles de optar a la certificación.
- ✓ El movimiento *B Corp* representa a una comunidad empresarial en rápido crecimiento a escala mundial, y también en España. *B Lab Europe* ha escogido [Roots for Sustainability](#) como *Country Partners* para dar apoyo al desarrollo del **movimiento B Corp en España**.
- ✓ Las principales **ventajas** de una certificación como *B Corp* son:
  - Envía al cliente y a la sociedad una señal clara que detrás de la organización hay, además de un buen producto o servicio, una buena finalidad. Esa es una **ventaja competitiva** a la hora de atraer talento concienciado, así como a inversores sensibles ante las problemáticas sociales y medioambientales.
  - El proceso nos permite obtener una fotografía de cuál es la situación de nuestra organización en relación con otras organizaciones e identifica áreas de mejora. Ello facilita el **rendimiento de cuentas** social y medioambiental, así como el proceso de implicar a socios estratégicos en la mejora de nuestro impacto.
  - La pertinencia a una **comunidad** permite intercambiar información y participar en proyectos conjuntos con otros miembros.

## Guía de Trabajo

### CÓMO SER UNA B CORP PASO 1. CUMPLIR LOS REQUISITOS DE DESEMPEÑO

- Realizar el *B Impact Assessment*: relativo a los *stakeholders* (2-4h) – estimado.
- Pedir cita para un *Assessment Review* y enviar la documentación. Se tendrán que documentar entre 6 y 8 cuestiones que han recibido respuesta afirmativa en el primer caso. Puede requerirse información adicional.
- Completar confidencialmente el cuestionario (*disclosure*) sobre prácticas en temas sensibles, como sanciones y multas recibidas.
- *Background check* por parte de *B Lab*. Revisión in situ (6-10h) aleatoria del 10% de las peticiones. Recertificación cada 2 años para verificar que la puntuación sigue siendo de como mínimo 80 sobre 200 puntos.

### PASO 2. CUMPLIR LOS REQUISITOS LEGALES

- Incorporar a los documentos de gobierno de la organización la noción de triple impacto: económico, social y medioambiental.
- También tienen que contener la noción de que los intereses de los otros *stakeholders* (empleados/das, proveedores, sociedad y medio ambiente) serán tenidos en cuenta junto con los intereses de los accionistas.
- Implicar en el proceso miembros del consejo de administración, servicios jurídicos e inversores.
- Tras la certificación es necesaria la aprobación de los documentos enmendados por parte de la dirección y de los accionistas, con el quórum y el porcentaje de aprobación que requiera la legislación de cada país.

### PASO 3. HACERLO OFICIAL

- **Firmar la *B Corp Declaration of Interdependence and Term Sheet*.**
- ***B Lab* anuncia la nueva certificación para sus canales y en los medios.**
- **Pagar la tarifa anual de certificación en función de la facturación de la organización (Va de 500 € a +50.000 €)**

Más información sobre cada uno de estos pasos en:

<http://bcorporation.eu/become-a-b-corp-eu/become-a-b-corp>

## Herramientas

Más información sobre estas herramientas:

[www.bimpactassessment.net/es](http://www.bimpactassessment.net/es)

- ✓ **Evaluación del impacto** (*B Impact Assessment*): es una herramienta que se articula en 3 pasos:
  - **Evalúa**: una serie de preguntas que guían en la comprensión de cómo construir una organización que impacte positivamente en las personas trabajadoras, la comunidad y el medio ambiente. Tiene dos modalidades: en 30 minutos permite obtener una panorámica rápida, mientras que el informe completo de impacto requiere unas 2 o 3 horas. Ejemplo del tipo de preguntas:

Su compañía solicita retroalimentación de la comunidad local sobre sus actividades y su desempeño social/medioambiental? Si contesta Sí, seleccione los métodos que utiliza para obtener retroalimentación. (Marque todos los que apliquen)

Ninguno

A través de reuniones comunitarias que se llevan a cabo al menos una vez al año

A través de formulario en línea o a través del sitio web de la compañía

A través de representantes en la junta directiva, consejo de administración, comité consultivo, etc.

A través de encuestas llevadas a cabo en la comunidad local por la compañía

Otro (favor describir)

- **Compara:** ofrece una tabla que permite comparar nuestra puntuación con la puntuación media de otras organizaciones, tanto en la puntuación total como también en las áreas de: gobierno, personas trabajadoras, comunidad y medio ambiente.
- **Mejora:** creación de un plan de mejora personalizada para la organización, haciendo uso de las guías gratuitas de *B Lab* sobre buenas prácticas en la implementación de mejoras. Estas herramientas de mejora son: informes personalizados de mejora (áreas que pueden mejorar nuestra puntuación ponderada), guías de buenas prácticas (documentos con recomendaciones sobre cada área), casos de mejoras (información sobre cómo han mejorado su impacto otras organizaciones).
- ✓ **B Analytics:** herramienta informática que permite recoger, analizar y exportar datos de un modo **visualmente atractivo** para informar a nuestros *stakeholders*. *B Analytics* se nutre de la base de datos de rendimiento social y ambiental de una gran cantidad de organizaciones mundiales, reunidas a partir de las 40.000 personas usuarias que han realizado la evaluación de impacto. Sus funcionalidades son:
  - Recopilación sencilla de datos de la evaluación de impacto.
  - Visualización atractiva de datos.
  - *Benchmarking:* permite hacer un seguimiento de nuestro progreso en el tiempo en comparación con otras organizaciones y el desempeño en comparación con KPIs.
  - Mejora: permite establecer objetivos cuantitativos y cualitativos y hacer un seguimiento del proceso de mejora.
  - *Reporting* o rendición de cuentas de nuestros datos de impacto agregado.

## El dato

Cada año *B Lab* publica su lista *Best for the World* que recoge el 10% de empresas con mejor puntuación de entre las organizaciones que han pasado por el proceso de evaluación y certificación de B Corp. El ritmo de crecimiento de las B Corps en el tiempo ha sido notable: en 2012 eran unas 500 organizaciones certificadas, en la actualidad son 2.189 en más de 50 países.

## La experiencia

### veritas

- ✓ *Veritas* es una cadena de supermercados de alimentación ecológica fundada en 2002 por cuatro familias catalanas. Sus supermercados tienen el objetivo de hacer accesible a todo el mundo la mejor alimentación posible, ofreciendo la máxima variedad de productos a un buen precio y siempre con la certificación ecológica. La organización cuenta con 37 supermercados y una tienda en línea desde julio del 2012 ([shop.veritas.es](http://shop.veritas.es)), donde trabajan más de 300 personas. En 2015 inició la expansión fuera de Cataluña y en la actualidad dispone de supermercados también en Álava, en Andorra y en las Islas Baleares.
- ✓ Sus valores se plasman en los productos que ofrecen y la gestión de las personas:
  - **Salud:** ofrecen alimentos orgánicos, entregas de productos químicos, sin hormonas, no modificados genéticamente.
  - **Cuidado del medio ambiente:** proceso de producción de acuerdo con las directrices y normativas de la agricultura y ganadería ecológicas.
  - **Sabor:** recuperación del sabor original de la alimentación, así como el aroma y el color.
  - **Proximidad:** promueven una agricultura ecológica responsable y socialmente justa. Planifican con el agricultor las variedades a plantar y las cantidades. De este modo, aseguran el consumo y la viabilidad del negocio, asumiendo compromisos a largo plazo que garantizan al productor la rentabilidad de su inversión. Esta misma planificación favorece la no-generación de excedentes.
  - **Diversidad alimentaria:** destinan permanentemente recursos al desarrollo de nuevos productos que no estaban disponibles en el mercado con certificación de producción ecológica, en un proceso de innovación continuo.
  - **Consumo consciente y responsable:** proceso de compra y consumo responsables, evitando al máximo el derroche de alimentos.
  - **Personas:** cuentan con personas muy implicadas con un estilo de vida saludable, con formación e inquietudes por el mundo de la alimentación ecológica

- ✓ Desde junio de 2016 están certificados según el modelo de **B Impact Report**:

<b>B Impact Report</b>		
<b>Certified since: June 2016</b>		
Summary:	Company Score	Median Score*
Environment	32	7
Workers	17	18
Customers	N/A	N/A
Community	20	17
Governance	11	6
Overall B Score	80	55

- ✓ Silvio Elías, Director General de *Veritas*, destaca la gran responsabilidad que supone ser una de las primeras organizaciones españolas que pertenece e impulsa este movimiento que se compromete a hacer de nuestro entorno un mundo mejor.



- ✓ *Danone* fue fundada el 1919 por Isaac Carasso en Barcelona, como una pequeña fábrica que producía yogures en la calle Àngels número 16. Actualmente pertenece al Grupo francés *Danone* y ha ampliado su gama de productos a otros postres de cuchara, productos lácteos, agua y otras bebidas.
- ✓ En 2016 decidió formar parte del *B Lab's Multinationals and Public Markets Advisory Council (MPMAC)*, un grupo de expertos en sostenibilidad e impacto, que busca explorar y ayudar a resolver las barreras sistémicas, institucionales y prácticas que presenta la certificación B Corp para grandes organizaciones multinacionales. Además de *Danone*, también forman parte *Unilever*, *Campbell's*, *SASB*, *Deloitte* y *Prudential*. El objetivo es que vayan entrando organizaciones más grandes en la certificación, puesto que en la actualidad la mayoría son pequeñas o medianas que no cotizan en bolsa.
- ✓ Este primer paso fue una declaración de intenciones de alinearse en un futuro con los objetivos de B Corp. En 2017 reafirmó esta intención con las palabras de su CEO, Emmanuel Faber, sobre someterse al *B Impact Assessment* y llegar a obtener la certificación en un futuro.
- ✓ Una de sus filiales, *DanoneWave*, está en un estadio más avanzado del proceso y ha recibido la certificación *Benefit Corp*, que exige unos estándares más allá de la obtención de beneficios, puesto que obliga a

tener presente y a equilibrar los intereses de todos los *stakeholders*, más allá de los accionistas (*shareholders*). Esta exigencia de un impacto positivo en la sociedad se diferencia de las B Corps en el hecho que el estatus de *Benefit Corp* es conferido por la legislación estadounidense, mientras que las B Corps necesitan de la certificación de *B Lab* que es mucho más estricta. *DanoneWave* tiene el objetivo de trabajar para obtener la certificación completa en 2020.

## Materiales

### Bibliografía básica

---

Honeyman, Ryan. *The B Corp Handbook: How to Use Business as a Force for Good*. Oakland: Berrett-Koehler, 2014.

### Materiales en línea

---

#### Mejora tu impacto

En el apartado “Guías de mejores prácticas” de esta página, clicando sobre “Ver ejemplos”, se recogen diversos PDFs elaborados por *B Lab* que pueden ser útiles independientemente de que se realice o no el proceso de certificación.

<http://www.bimpectassessment.net/es/como-funciona/mejora-tu-impacto>

#### On better businesses (vídeo)

Charla *TED* de Jay Coen Gilbert, cofundador de *B Lab*, sobre cómo los nuevos estándares contenidos en certificaciones como la B Corp pueden conducir a organizaciones con un mejor impacto social y medio ambiental.

<https://youtu.be/mGnz-w9p5FU>

#### B Corp en España - B GOOD DAY (vídeo)

Vídeo que recoge el testimonio de algunas organizaciones españolas que ya han completado el proceso de certificación.

<https://youtu.be/82kwGm2VknE>



### Un café con... Pablo Sánchez

Entrevista de *The Social Movers* al socio fundador de *Roots for Sustainability*, representante en España de *B Lab Europe*.

<http://thesocialmovers.pushroom.com/es/noticias/n1392/un-cafe-con-pablo-sanchez-socio-fundador-de-roots-for-sustainability-y-representante-de-b-corp-en-espana>

Gutiérrez-Rubí, Antoni. "Cómo ser una empresa rentable y (a la vez) ética". *Cinco Días*, 25/05/2017.

Artículo de opinión de Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor de comunicación, que contextualiza el movimiento B Corp dentro de los desafíos políticos y sociales señalados, entre otros, por *Global Risks Report 2017* del Foro Económico Mundial.

<https://factorhuma.org/actualitat/noticias/13049-articulo-de-opinion-como-ser-una-empresa-rentable-y-a-la-vez-etica>