



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

Análisis de la Benefit Corporation en Estados Unidos como alternativa a la empresa social española

Autor: Claudia Beatriz de Albuquerque García-Rivera
Director: Francisco Borrás Palá

Madrid
Marzo de 2015

Resumen

Este artículo versa sobre la Benefit Corporation, una nueva clase de empresa social en los Estados Unidos. Para ello se analizan las características principales de esta reciente personalidad jurídica, así como los requisitos exigidos por ley para su establecimiento.

Como contribución a este trabajo, se ofrece una explicación práctica mediante el estudio de la Benefit Corporation más importante de EEUU, la empresa Greyston Bakery. Esta corporación será la empresa social objeto de este estudio, debido a su gran liderazgo durante los últimos años por sus logros sociales y medioambientales.

Finalmente, el estudio concluirá con una previsión futura en base a los conocimientos adquiridos durante la elaboración del artículo.

Palabras clave

- a. Benefit Corporation
- b. Ánimo de lucro
- c. Impacto positivo
- d. Desarrollo sostenible
- e. Respeto al Medio ambiente

Abstract

This article analyses the Benefit Corporation, a new kind of corporation in the United States. The analysis will comprise the main characteristics of this recent category of companies and the requirements for their establishment.

In further abundance, throughout the study a practical explanation will be carried out regarding the most important Benefit Corporation in USA, the Greyston Bakery Company. This choice is motivated by the positive impact this Benefit Corporation has had on the society and the environment, which has resulted in its strong, leading status.

Finally, this article concludes with a forecast based on the ideas previously set on this article.

Key Words

- a. Benefit Corporation
- b. For profit
- c. Positive impact
- d. Sustainable Development
- e. Environment Respect

Índice de Tablas y Gráficos

Gráfico 1 Beneficios Totales 2012	43
Gráfico 2 Beneficios Totales 2013	43
Tabla 1 Cuenta de Pérdidas y Ganancias	47
Gráfico 3 Gastos Totales 2012	48
Gráfico 4 Gastos Totales 2013	49
Tabla 2: B Lab Impact	50
Gráfico 5 N° Empleados Totales 2013	52

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen	i
Palabras clave.....	i
Abstract	ii
Key Words	ii
Índice de Tablas y Gráficos.....	iii
Introducción:.....	1
1. ¿Qué es una Benefit corporation?	6
1.1. ¿Por qué surgieron?	6
1.2. Grandes Rasgos	8
1.3. ¿Qué se entiende por Beneficio Público?	11
1.4. ¿Cómo podría ayudar a mi negocio establecerme como Benefit Corporation?.....	14
1.5. ¿Dónde puedo establecerme?	16
1.6. ¿Cuáles son los requisitos?.....	18
1.7. ¿Cuáles son mis deberes?	22
1.8. ¿Cuáles son mis protecciones-responsabilidades?	26
1.9. ¿Cómo cumplir todos los requisitos de información?	27
1.10. Ejemplos de informes publicados de Beneficios:	29
1.11. Diferencias con la empresa social española:	31
2. Informe Anual de la compañía Greyston Bakery Inc. :	33
2.1. Greyston Panadería.....	33
2.2. Su Historia.....	35
2.3. El cambio que buscan.....	39
2.4. Pathmaking:	40
2.5. Cómo consiguen el Beneficio económico.....	42
2.6. Construir la diferencia:	45
2.7. Triplete de Objetivos:	49
2.7.1. Open Hiring	50
a) Incremento de los puestos de trabajo de repostería.....	52
2.7.2. Desarrollo de la comunidad.....	53
a) Viviendas de Protección Oficial.....	53
❖ ISSAN--Casas de Acogida.....	54
b) Jardines Comunitarios	54
c) Guarderías.....	55
d) Programa de Desarrollo de la Fuerza Laboral.....	55
e) Voluntariados.....	56
2.7.3. Sostenibilidad medioambiental	57
a) Reducción del Gas de Efecto Invernadero	57
b) Abastecimiento Sostenible.....	58
c) Waste Management: Recycle	59
2.8. Fomentando el cambio en el futuro.....	60
2.9. Whole Planet Foundation.....	61
2.10. Ben & Jerry´s.....	61
2.10.1. Programa de Abastecimiento dirigido con valores.....	62

2.10.2. Prosperidad Ligada	62
3. Conclusiones.....	63
ANEXOS	68
1. Estándar de un tercero independiente.....	68
2. Legislación Estatal:.....	69
California	69
Nebraska.....	70
Nueva York	70
Bibliografía	72

Introducción:

“Solo las personas suficientemente locas como para pensar que pueden cambiar el mundo, son las que al final lo consiguen”¹ Steve Jobs

Este trabajo versará sobre la reciente creación de la Benefit Corporation. Esta nueva persona jurídica está revolucionando el mundo, gracias a sus logros sociales y medioambientales.

Cuando hace unos años, la institución sin fines de lucro B Lab propuso al Gobierno de EEUU el desarrollo de una legislación sobre esta tipología de empresa social, todos los partidos les tacharon de idealistas y locos. Sin embargo, gracias a diferentes empresarios e inversores que han ido desarrollando sus negocios siguiendo los requisitos exigidos por B Lab, actualmente distintos Estados han desarrollado una legislación para regularizar esta nueva figura jurídica.

La Benefit Corporation aporta mucho valor a la tradicional actividad empresarial. Por un lado, desarrollan su forma de negocio empresarial de igual forma que lo haría cualquier otra corporación. Y por otro lado, junto con su maximización de beneficios, buscan generar un impacto positivo social y medioambiental. Para ello suelen invertir casi todas sus ganancias en los programas para lograr un beneficio social que elaboran ellos mismos.

En la misma dirección, cumplen unos requisitos más estrictos de transparencia y rendición de cuentas. Anualmente, son evaluadas por la institución sin ánimo de lucro, B Lab que analizará si su desempeño y sus logros fueron adecuados. La Benefit Corporation

¹ Del original en inglés: “Because the people who are crazy enough to think they can change the world are the ones who do it”.

realizará un Informe Anual de Beneficios y Buenas Prácticas, en el que explicará su actividad empresarial, su actividad social y la distribución de beneficios, teniendo en cuenta los gastos a compensar. Consecuentemente, el público puede comprobar que no sólo tienen buenas intenciones, sino que están comprometidas con ellas e intentan lograr sus fines.

Cabe destacar que debido a que la Benefit Corporation está regulada en la legislación estatal vigente, se genera una mayor libertad para los directores y socios de estas compañías. No sólo a la hora de decidir sobre la actividad a desarrollar, sino a la hora de dar más importancia a algunos objetivos frente a otros.

Los socios y directores podrán decidir cuáles son los proyectos sociales en los que se quieren centrar, en atención al interés de la empresa y de los grupos de interés. Así como podrán establecer a cuál de todos los proyectos darán una mayor prioridad en función de su orden de preferencia, ya sea porque es el más adecuado según la misma actividad empresarial o porque es el más conveniente para ese contexto anual.

En esta misma dirección, podrán decidir darle una mayor importancia a conseguir beneficios sociales frente a conseguir intereses financieros. Sin embargo, durante los primeros momentos del establecimiento como Benefit Corporation podrán darle más importancia a la maximización de beneficios financieros. Esto es así puesto que el valor añadido de estas corporaciones se resume en que aunque buscan un impacto positivo social, nunca se olvidan de llevar a cabo una actividad empresarial rentable.

Debido a que tienen ánimo de lucro, toman decisiones eficientes y consiguen minimizar costes para tener un mayor margen de resultados. Consecuentemente, obtendrán dos ventajas de esos mayores beneficios. En primer lugar, podrán continuar con su actividad, cubriendo costes y podrán incrementar el porcentaje que dedican a sus programas sociales. Por tanto, más personas serán ayudadas por la Benefit Corporation y el medioambiente recibirá un menor perjuicio.

En segundo lado, podrán autofinanciarse. No serán dependientes de los recursos ajenos ni de las personas que aportan esos mismos. Podrán llevar a cabo su actividad sin atender a chantajes políticos o del Gobierno, inversores corruptos o conflictos de intereses con las empresas que aportan financiación a los programas de la Benefit Corporation

Asimismo, están protegidos frente a demandas de accionistas que apelen esa misma preferencia por unos objetivos sociales frente a unos financieros. Del mismo modo que estarán protegidos frente a los beneficiarios de esos programas sociales que soliciten en su demanda unos mayores intereses o ayudas sociales o medioambientales.

Con este estudio se pretende demostrar que una empresa puede conseguir rentabilidad y generar un impacto positivo social a la misma vez. Eliminar la falsa concepción general de que no hay empresas con ánimo de lucro que busquen sinceramente lograr un desarrollo de la comunidad o un respeto al medio ambiente. Al contrario, cada vez más son las empresas que toman conciencia de sus actuaciones y la repercusión que estas mismas desencadenan. Para ello, esas mismas empresas buscan unas rentabilidades mayores, así como unos intereses financieros cuantiosos con los que poder hacer frente a los programas sociales o medioambientales que elijan.

La metodología que se va a utilizar en el trabajo es el método deductivo. El valor que añaden estas Benefit Corporation a la actividad empresarial se va a deducir tras analizar sus logros. En primer lugar, se va a estudiar la diferente legislación de cada Estado en EEUU. De ella se predicen las principales características de la Benefit Corporation, los requisitos exigidos para poder ser considerada como tal y poder establecerse, así como los deberes y protecciones de los directores.

En segundo lugar, la teoría se va a demostrar con la práctica. Para ello, se va a realizar un estudio en profundidad de Greyston Bakery, la Benefit Corporation líder en EEUU. Se analizarán sus Informes Anuales de beneficios, sus Cuentas Anuales, centrando la atención en sus Cuentas de Pérdidas y Ganancias de los últimos años desde que se

estableció legalmente como Benefit Corporation. Asimismo, se estudiará su Informe de Buenas Prácticas en el que se evalúa el desempeño de la Benefit Corporation, así como sus logros sociales y medioambientales.

Es importante estudiar esta cuestión debido a que en España no puede encontrarse nada parecido. Por el contrario, las empresas sociales suelen ser un caos, sin regulación a la que someterse. Esto genera que la imagen general sobre las empresas sociales no encuentre aspectos positivos y se vea a las empresas sociales o como tapaderas de perjuicios peores o como empresas ineficientes y poco rentables. Consecuentemente, todo aquél empresario que tuvo una mínima intención de remediar esta situación, acaba por desmotivarse y perderse en meras buenas intenciones.

Este artículo pretende demostrar la validez de este tipo de empresa social y abrir una potencial posibilidad de que sea legislada y establecida en España. Con un cambio de mentalidad, una motivación por cambiar el mundo y, parafraseando a Steve Jobs, “una pizca de locura”, los nuevos empresarios e inversores podrían aventurarse en esta gran modalidad de empresa social y conseguir tantos logros como hasta los ahora obtenidos por las Benefit Corporations americanas.

Para demostrar el valor añadido de la Benefit Corporation, se ha realizado este estudio. En la primera sección de este artículo, se llevará a cabo un estudio en profundidad de esta nueva estructura corporativa. Se empezará explicando el origen de la Benefit Corporation y el concepto e implicaciones de establecerse como tal. Seguidamente se examinarán los requisitos y requerimientos exigidos para poder considerarse como Benefit Corporation, así como los deberes y protecciones que tienen los directores y socios. Acabarán deduciéndose las ventajas e inconvenientes que conlleva constituirse como tal.

A continuación, la segunda sección realizará un análisis de Greyston Bakery una de las Benefit Corporations líderes en EEUU. Para ello se estudiará la historia y fundación de la empresa, punto clave para entender su filosofía y buenas intenciones. Yuxtapuesto, se

examinarán sus Informes y Cuentas Anuales para poder investigar la procedencia de sus ganancias y el destino de sus gastos. Se podrá comprobar que casi todos los ingresos se dirigen a compensar sus gastos de producción y a financiar todos los programas sociales y medioambientales. Este apartado finalizará con las proyecciones al futuro de la empresa y la potencial rentabilidad que van a generar las alianzas realizadas con diferentes empresas.

Finalmente, el estudio concluirá con las demostraciones deducidas del estudio, así como las ventajas e inconveniente y una recomendación a futuro que motive una posible vía para los empresarios españoles que quieran buscar un beneficio social.

1. ¿Qué es una Benefit corporation?

Una Benefit Corporation es una nueva forma de hacer negocios, diferente a todo lo anterior puesto que la ley es la que les requiere un deber especial. En otras palabras, es una nueva tipología de personalidad jurídica, cuya principal misión será la de crear tanto un beneficio para el accionista como para la sociedad. Puesto que no sólo buscará maximizar beneficios, sino también generar un beneficio social y medio ambiental. Además de considerar cómo afectan sus decisiones a sus empleados, a la comunidad y al medio ambiente.

La clave del éxito de estas nuevas personas jurídicas es su voluntad de crear una demanda creciente entre los consumidores pero siempre mediante un comercio responsable, que a su vez beneficie a la sociedad.

1.1. ¿Por qué surgieron?

Cuando hace unos años, la institución sin fines de lucro B Lab propuso al Gobierno que desarrollara una legislación sobre esta tipología de empresa social, todos los partidos les tacharon de idealistas y locos. Sin embargo, gracias a diferentes empresarios e inversores que han desarrollado sus negocios siguiendo los requisitos exigidos por B Lab, actualmente distintos Estados han desarrollado una legislación para regularizar esta nueva figura jurídica.

Esta institución independiente surgió ante la creciente demanda de generar una uniformidad de criterios a la hora de establecer una empresa social. Antes de su existencia, muchos empresarios decidían que sus negocios se preocuparían de más objetivos a parte de los financieros. Sin embargo, no existía ningún patrón, ningún requisitos legal, ni ningún tercero independiente que evaluara su desempeño. Consecuentemente, aunque las empresas establecían dentro de sus objetivos, el generar un impacto positivo en la sociedad, a lo largo de su trayectoria se iban por otro camino, olvidándose de sus fines sociales o medioambientales.

Esto conllevaba que la sociedad en general no creyera en estas empresas sociales. Ni las apoyaban ni las creían, debido a que observaban que ninguna empresa social cumplía sus promesas y generaban descontento dentro de la comunidad. En esta misma dirección, debido al descontento general, el empresario optaba por no destinar sus beneficios a fines sociales puesto que nadie los valoraba. Así se creaba un flujo constante que acababa con todas las buenas intenciones empresariales.

Sin embargo, gracias a determinados locos empresariales que se comprometían firmemente con sus fines sociales, el pasado comenzó a cambiar y la gente empezó a creer. Empresas como Greyston Bakery Inc, Ben & Jerry's, Patagonia, entre otras empezaron a comprometerse desde el inicio con la comunidad y continuar sus buenos propósitos durante su trayectoria.

A la mismo tiempo, se dieron muchos casos en los que determinados empresarios utilizaban sus empresas sociales como tapaderas de fraudes u otros impactos negativos para la sociedad. Estos inversores establecían su nuevo negocio y realizaban un marketing contundente hasta lograr una imagen de buenas prácticas. Destacaban uno de sus logros pero enmascaraban otros perjuicios que generaban una mayor desventaja imposible de compensar por el pequeño logro. (Blount, J., & Offei-Danso, K. ; 2012)

Al empezar a desenmascarar sus verdaderas intenciones, el daño realizado a la comunidad era casi irreparable. Consecuentemente, la imagen que se tendía a generalizar era una concepción muy negativa de las empresas sociales. (Galle, B. ; 2013)

Gracias a las personas que creyeron que las empresas sociales podrían llegar a cambiar el mundo, se estableció la institución sin ánimo de lucro B Lab. Al principio, empezaron evaluando a las empresas y el desempeño llevado a cabo por cada una de ellas. En determinados casos ciertos empresarios intentaron sobornarlos para conseguir su certificación y B Lab los demandó. Debido a que eran empresas importantes consiguieron

mostrar su total independencia y buenas intenciones.

Tras evaluar diferentes empresas, empezaron a establecer unos requisitos mínimos que exigían para evaluar el desempeño empresarial como buenas prácticas. Requisitos en torno a la gobernanza (rendición de cuentas y transparencia), el empleo ofertado, la comunidad y el medio ambiente que más adelante se estudiaran. B Lab empezó a solicitarle al Gobierno que regulara esta nueva tipología jurídica, sin embargo no obtuvieron respuesta hasta más adelante cuando todas las empresas sociales buscaban en su certificación la ayuda y protección a los directores que daban más importancia a los beneficios sociales que a los financieros. (Clark Jr, W. H., y Babson, E. K. ; 2011)

Debido a esta gran demanda, diversos Estados americanos han desarrollado e implantado una nueva legislación que abarca todos los requisitos, derechos, protecciones a los que se debe atender a la hora de establecerse como Benefit Corporation.

Gracias a esta nueva personalidad jurídica, los empresarios tienen más libertad a la hora de tomar las decisiones sobre su negocio. Esto es así porque debido a este nuevo tipo de compañía, los directores estarán protegidos legalmente cuando decidan realizar acciones sin ánimo de lucro para la sociedad.

La legislación de cada estado regulará las Benefit Corporations de su dominio, por tanto las empresas anteriormente establecidas como de sociedad anónima o sociedad de responsabilidad limitada, deberán enmendar sus estatutos sociales y cambiar su denominación a Benefit Corporation para que puedan ser consideradas como tal. Y con ello, recibir todas las protecciones legales.

1.2. Grandes Rasgos

La denominación de Benefit Corporation muestra los dos enfoques de estas personas jurídicas. Por un lado, con el sentido literal de “benefit” o “profit” son los beneficios

económicos, el lucro que las empresas obtienen al llevar a cabo su actividad empresarial. Por el otro lado, “benefit” como “benefit concert” o “performance” también se podría aparejar a beneficiencia, entendida como aquella actividad que se lleva a cabo para poder sacar dinero que daremos a otros.

La ley les exige un mayor "Deber fiduciario". Este deber consiste en intentar obtener una pluralidad de objetivos y resultados. Ya sea obtener intereses financieros o beneficios sociales, tener en cuenta las preocupaciones de los empleados y los proveedores, así como considerar el impacto que tienen en el medio ambiente.

Además, este deber conlleva que todas las Benefit Corporations deben realizar un Informe Anual. En este se incluirán los beneficios obtenidos y el porcentaje que destinan a obtener ese impacto positivo. De la misma manera, deberán explicar todos los programas o proyectos llevados a cabo por ellos para mejorar y respetar la sociedad y el medio ambiente. (Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012)

Debido a esta limitación de la libertad exigida por la ley, las Benefit son más libres. Esto parece una incoherencia pero tiene su razonamiento. Esto es así por diversas razones que más adelante se van a estudiar. Pero a modo de inicial resumen, una razón destacable es la protección que les otorga ante demandas de terceras personas.

Otra razón es, que gracias a la nueva legislación que existe sobre este tema en determinados estados, las Benefit Corporations tienen una mayor independencia a la hora de poder conseguir otros objetivos a unos meramente beneficios financieros mayores. Esto es así porque establecerse como Benefit Corporation envía un poderoso mensaje a los grupos de interés, a los empleados, a los socios comerciales y a los consumidores acerca de su empresa y la forma en que van a realizar negocios. (Clark, W. H. Jr., Babson E. K . ; 2012)

Es importante señalar que los accionistas siguen encontrándose entre las primeras

partes interesadas. Por tanto, los directores de una Benefit Corporation están obligados a tener en cuenta sus intereses también. No pueden simplemente ignorarlos. Deberán encontrar el balance entre los intereses de los accionistas y los intereses de los otros grupos de interés.

Aquí se encuentra la Benefit Corporation, enfocada en el beneficio económico pero que consigue mediante el cumplimiento voluntario de tres mayores niveles de objeto social, responsabilidad o rendición de cuentas y transparencia.

El primer requisito exigido a este tipo de empresas es enfocar su objeto social en crear un impacto material positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Un segundo requisito es que en relación a su responsabilidad o rendición de cuentas, dichas empresas están obligadas a considerar el impacto de sus decisiones no sólo sobre los accionistas sino también sobre los trabajadores de la corporación, la comunidad y el sector o mercado.

Por último, deben por obligación legal, poner a disposición del público un informe anual de beneficios que evalúe conjuntamente su total desempeño social y ambiental en atención a los estándares de un tercero independiente. (Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012)

Debido a que estos objetivos sociales pueden ser muy variados y abstractos, se necesita sentar una base mínima. Esta base mínima para la evaluación del desempeño será la equiparable a la que se le exigiría a un tercero independiente. Sin embargo, debido a la gran amplitud de este concepto, la ley establece lo que se entenderá como estándares de un tercero independiente. La evaluación llevada a cabo por el tercero independiente deberá ser integral, independiente, creíble y transparente. (Clark, W. H. Jr. , Vranka L. ; 2012) Para encontrar un mayor detalle de esos cuatro conceptos, ir al Anexo: 1- Estándar de un tercero independiente.

Merece la pena volver a mencionar, que los demás requisitos o circunstancias jurídicas

exigidos para cualquier otro tipo de empresa, se mantienen igual. Esto es, los mayores niveles a alcanzar al establecerse como Benefit Corporation, sólo afectan a los tres requisitos de objeto social, responsabilidad o rendición de cuentas y transparencia.

Consecuentemente, la situación fiscal de estas empresas no sufre ningún cambio. Esto conlleva que se les permita a los inversores o empresarios americanos elegir la forma en la que pagarán sus impuestos. Ya sea optar por pagar impuestos como una C o S Corp que son los tipos generales de fiscalidad.

Después de esta primera aproximación al concepto nuevo de Benefit Corporation, cualquier empresario se planteará como primera pregunta ¿Cuál es el beneficio o ventajas de establecerte como una Benefit Corporation? ¿En qué ayudará esto a su negocio? ¿Por qué son importantes este tipo de corporaciones?

Por ello, en los siguientes apartados se va a realizar un estudio sobre las ventajas que implica esta nueva personalidad jurídica.

1.3. ¿Qué se entiende por Beneficio Público?

Como se dijo anteriormente, a las Benefit Corporations se les requiere tener un propósito de crear "beneficio público". Éste, entendido como " impacto significativo y positivo en la sociedad o el medio ambiente originado por los negocios y operaciones que lleva a cabo la Benefit Corporation, evaluado según el estándar que se le exigiría a un tercero independiente."²

Esto es muy importante a la hora de proteger al director contra la presunción de que los intereses financieros de la corporación tienen prioridad sobre la utilidad pública en general. Además, maximiza la flexibilidad de la Benefit Corporation en la toma de

² "General public benefit is defined as a "material positive impact on society and the environment, taken as a whole, as assessed against a third-party standard, from the business and operations of a benefit corporation."

decisiones corporativas. (Cummings, B. ; 2012)

La legislación vigente establece que la creación de ese “beneficio público” en general deberá ser enfocado a buscar siempre el mejor interés de la Benefit Corporation. Es decir, el balance entre todos los objetivos a conseguir debe siempre favorecer la continuidad de la empresa. Al igual que no se puede centrar únicamente su actividad en la búsqueda de maximizar beneficios. De la misma manera, sus objetivos sociales no pueden sobrepasar los límites sostenibles, de manera que al centrarse en el gasto social, se impidiera incluso poder continuar con la actividad empresarial base del negocio en cuestión. (Reiser, D. B. ; 2011)

Sin embargo, se ha generado una gran preocupación ante esta dualidad entre un concepto de "beneficio público" demasiado amplio y una definición legal demasiado vaga como es la de "impacto significativo positivo en la sociedad y el medio ambiente". (Cummings, B. ; 2012)

Esto implica que serán las Benefit Corporations, sus directivos, y, en última instancia, sus accionistas los que tendrán la responsabilidad de determinar lo que ellos van a considerar como "un impacto material positivo". En esa misma dirección el Gobierno tendrá un papel inexistente a la hora de decidir cuál es la mejor forma para interpretar y los políticos no podrán ejercer ninguna influencia en las compañías.

Como se mencionó antes, esta es una gran diferencia con las empresas sociales españolas o las obras sociales de las Cajas de Ahorros. Puesto que estas últimas están totalmente politizadas y han perdido su libertad en su toma de decisiones.

Todas estas características han conseguido que se establece, ateniéndose a la ley Business Corporation Act, que las Benefit Corporations deberán ser evaluadas anualmente por un tercero al que se exige ser global, creíble, independiente y transparente.

(Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012)

Además, los directores deberán evaluar en un informe anual de beneficios el impacto de la empresa en cada uno de los grupos de interés (no financieros). Con ello se consigue un mayor empeño de los empresarios por lograr su cometido, puesto que se hará público los resultados.

Por último, cabe destacar las razones de la exigibilidad de una creación de un "beneficio público general", en lugar de limitarse a la creación de uno o más beneficios públicos específicos.

La primera razón se relaciona directamente con el propósito de la propia legislación. La ley no está interesada en que la Benefit Corporation para conseguir un beneficio social necesite recurrir a incrementar otro perjuicio social.

Por ejemplo, conseguir la reducción de residuos, mientras que por otro lado la empresa aumenta las emisiones de carbono. O que reduzca ambas pero sin fomentar el desarrollo urbano de las zonas marginadas de la ciudad. Hay una gran cantidad de empresas que se ponen de meta específica no realizar vertidos tóxicos al lago, río o mar al lado de la fábrica pero sin embargo generan unos residuos más perjudiciales para el medio ambiente en general.

Si se establecen unos propósitos en específico puede malinterpretarse el sentido general de lograr un bien social. Es decir, que para conseguir el bien social específico, acabe causándose males mayores. Por eso mismo, la mejor manera de dar a los empresarios lo que necesitan es crear una forma corporativa con un propósito general de beneficio público que a su vez implique perseguir todos estos propósitos de beneficio público específicos.

Otra razón a destacar es que una disposición general de beneficio público alienta la innovación, por lo que las empresas pueden crear beneficios sociales que aún no se

conocían o no eran de preocupación pública.

1.4. ¿Cómo podría ayudar a mi negocio establecerme como Benefit Corporation?

Muchos son los puntos a favor a la hora de establecerse como Benefit Corporation, que hacen que sea importante considerar esta nueva tipología de empresa. Podríamos enumerar cuatro principales razones:

En primer lugar, al establecerse como Benefit Corporation, los directores y socios saben que uno de los principales objetivos dentro su deber fiduciario, incluye crear un impacto material positivo en la sociedad y en el medio ambiente. Por lo que su diligencia se encaminará a conseguir ese beneficio social incluso en escenarios de venta o financiación.

En segundo lugar, cuando los directores y los socios tomen decisiones sobre la compañía y su actividad tendrán protección legal para considerar los intereses no financieros de su fuerza de trabajo, la comunidad y el medio ambiente. Consecuentemente, fácilmente se verán inclinados a obtener otros beneficios a parte del lucro financiero puesto que la ley los protege.

En tercer lugar, ayuda a mantener la misión de la empresa a través del tiempo mediante las siguientes actuaciones.

Primero, al llevar a cabo la ampliación de los derechos de los accionistas. Debido a que se quiere conseguir el fin buscado como es que cumplan su deber fiduciario ampliado y con ello un nivel de consideración mayor. Esto implica que los accionistas tendrán el derecho de que sus consideraciones sean tenidas en cuenta y no se les vea únicamente como meros agentes de financiación.

Segundo, se requiere una mayoría cualificada de 2/3 de los accionistas en las votaciones que se convoquen. Esto es así para conseguir una mayor implicación de los mismos y para prevenir que una minoría pueda eliminar este enfoque social. Al revés, se necesitará una mayoría cualificada para todos los temas sociales puesto que tendrán un gran impacto.

En cuarto lugar, se crea una oportunidad de marketing enfocada a diferenciar a la Benefit Corporation y a su negocio de todas las empresas existentes sociales anteriores. Podrán hacer un branding de la empresa como una nueva clase de sociedad regulada por la ley. Con ello crearán una nueva imagen entre el público puesto que se les exige por ley un beneficio no solo lucrativo, sino también social.

Esta última característica es de gran importancia. Gracias a que ambos beneficios son exigidos por la ley, hay una mayor seguridad jurídica de que la empresa intentará ser lo más eficiente posible cuando tome decisiones sobre su actividad. Como se dijo anteriormente, este es el problema de la empresa social española. Debido a que se registra como sin ánimos de lucro, estas empresas pierden mucho potencial de su beneficio al ser ineficientes.

Debido a estas características y muchas más, establecerse como Benefit Corporation tiene muchos aspectos positivos, así como implicaciones de considerable trascendencia. Los líderes empresariales deben ser capaces de dos cosas. Satisfacer las crecientes demandas de los inversores, los empleados y los clientes a los que la Benefit Corporation sirve, ya sean los accionistas como la sociedad. Así como tener en cuenta el impacto que tendrán sus decisiones sobre los múltiples grupos de interés. Sin olvidar el fin inicial de cualquier entidad de lucro como es mantener un enfoque singular sobre la rentabilidad financiera a corto plazo.

Cabe destacar que de todo lo anterior, la gran importancia de esta nueva personalidad jurídica es el gran beneficio social que conlleva esta nueva y útil estructura

corporativa. Puesto que da la oportunidad a aquellos empresarios e inversionistas de llevar a cabo su deseo de establecer como misión central, el crear un impacto material positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Durante las últimas décadas, las estructuras empresariales que se daban en la sociedad impedían a los empresarios desarrollar sus ideas sobre como compaginar el fin de maximizar beneficios con el fin de ayudar a la sociedad con su empresa, teniendo en cuenta todos los contextos sociales. Gracias a esta nueva estructura, el pasado puede quedar atrás y otorgar al presente muchas posibilidades.

La Benefit Corporation sin aumentar la regulación o sin impactar en los presupuestos estatales americanos ha conseguido que se acelere el desarrollo de una economía más inclusiva y sostenible mediante el reconocimiento legal de las empresas que adopten normas y requerimientos de alcanzar un mayor nivel de objeto social, responsabilidad o rendición de cuentas y transparencia. Además de reconstruir la confianza pública. (Callison, J. W. ; 2013) (Reiser, D. B. ; 2011)

Después de estudiar las ventajas, en los siguientes apartados, se procederá a analizar dónde puedo constituirme y los requerimientos mayores que implica establecerse como Benefit Corporation.

1.5. ¿Dónde puedo establecerme?

A la hora de establecer la Benefit Corporation, deberá atenderse a la situación legal en la que se encuentre la legislación sobre esta tipología en cada estado. La distribución de competencias en EEUU es diferente a la española. El Gobierno Federal americano tiene unas competencias generales y los distintos Estados tienen cada uno sus propias competencias delegadas. Hay ocasiones en las que son totalmente independientes del Gobierno Federal y realizan acciones que incluso van en contra del Gobierno Federal.

Es por ello que los requerimientos podrán variar de estado a estado. Sin embargo, estas variaciones serán pequeñas y de aspectos del proceso de establecimiento. Por lo demás, la creación de una Benefit Corporation es casi idéntico al seguido para cualquier otra estructura corporativa.

Hoy en día, hay una comunidad creciente de más de 600 Benefit Corporations en más de 60 industrias diferentes, trabajando juntas para conseguir un mismo propósito. Éste es el de redefinir el concepto de lo que se considera un negocio exitoso para que las corporaciones busquen prosperar pero siempre realizando actos con una mayor conciencia. En Diciembre de 2012, doce de los cincuenta Estados americanos habían introducido la posibilidad de establecerse como Benefit Corporation en su legislación estatal. (Kimbrell, A. R. ; 2013)



En la imagen adjunta se pueden ver los Estados americanos que ya han introducido o están iniciando los procesos necesarios para llevar a cabo la legislación de esta nueva personalidad jurídica. Los sombreados en negro son los que ya han introducido la legislación y los resaltados en gris son aquellos que están en procesos para introducirlo en su legislación estatal. (Greyston Annual Report 2012)

A modo de un breve resumen la legislación sobre la Benefit Coporation es eficaz en Arizona, Arkansas, California, Colorado, Delaware, Florida, Hawaii, Illinois, Luisiana,

Maryland, Massachusetts, Nevada, Nueva Jersey, Nueva York, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, Carolina del Sur, Utah, Vermont, Virginia, Washington, DC.

Por otro lado, si la empresa ya está actualmente establecida, se puede optar por convertirse en una Benefit Corporation mediante la modificación de sus documentos de gobierno. Cabe destacar que para realizar dicha enmienda se requiere 2/3 de los votos de la mayoría cualificada de los accionistas por regla general. Sin embargo, cada Estado tiene una legislación propia, por eso el empresario deberá tener en cuenta las regularidades y requerimientos para el procedimiento de presentación de enmiendas, que haya en el Estado elegido. Para encontrar un mayor detalle de la legislación estatal, ir al Anexo 2-Legislación estatal.

1.6. ¿Cuáles son los requisitos?

Antes de comenzar con la explicación de los requisitos exigidos a las Benefit Corporations, deberíamos resaltar una aclaración. Aunque estas empresas son una nueva tipología de corporaciones y la legislación es muy reciente, las Benefit Corporations están sujetas a los mismos códigos que rigen cualquier otra de las sociedades tradicionales.

Con la excepción de las tres principales disposiciones de los estatutos relativos al objeto social, a la rendición de cuentas y a la transparencia. De la misma manera en las cuestiones conexas con esos tres temas como pueden ser el derecho de acción o actuación, el cambio de control, el propósito o los fines y la estructura corporativa.

Después de esta aclaración, se van a estudiar los requisitos característicos únicamente de esta nueva figura jurídica. A modo de breve introducción, estos requisitos exigirán determinadas características acerca del propósito, rendición de cuentas, transparencia, derecho de acción y cambio de control de la empresa.

Propósito

En primer lugar, el principal fin deberá ser el de crear un beneficio público general. Esto último se deberá entender como un impacto positivo significativo en la sociedad y el medio ambiente, evaluado en función de criterios de un tercero independiente.

En segundo lugar, tendrán derecho a constituir como misión, tantos propósitos específicos de beneficio público como deseen. Por ejemplo, podrán decidir destinar el 50% de las ganancias y beneficios obtenidos a la caridad o a la investigación y desarrollo de procesos neutrales y ecológicamente eficientes a la hora de tratar el carbono para la producción de electricidad o utilizar el 100% de fuentes locales para disminuir el desempleo de dicha localidad o realizar productos beneficiosos para intentar disminuir la pobreza. (Hiller, J. S. ; 2013)

Para entender cumplidos los estándares requeridos por la legislación sobre el objeto social de las Benefit Corporations, se deberá incluir en los artículos de constitución de los estatutos sociales de la empresa, las definiciones y aclaraciones sobre el propósito de la corporación en cuestión. (Callison, J. W. ; 2013)

Siempre después de haber sido votados y aprobados mediante las mayorías requeridas por la legislación y los estatutos de cada empresa. (Resor, F. R. ; 2012).

Una posible lista ejemplarizante podría ser la siguiente: Promoción de oportunidades económicas para personas con bajos ingresos, preservación del medio ambiente, fomentar la mejora de la salud humana, promoción de las artes, las ciencias o avance del conocimiento, el aumento de los flujos de capital a entidades con el propósito de utilidad pública, entre otras. (Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012)

Responsabilidad o rendición de cuentas

Como primera instancia destacable, los directores y jefes de departamentos deberán considerar el efecto en los diferentes grupos de interés de las decisiones que tomen con

el fin de lograr sus objetivos. Estos grupos, también conocidos por el anglicismo “*Stakeholders*”, podrían ser enumerados como los accionistas, los empleados, los proveedores, los clientes, la comunidad, el medio ambiente y demás en función del tipo de actividad que desempeñe la empresa en cuestión. (André, R. ; 2012).

Cabe mencionar que a su discreción podrán dar prioridad a los grupos de interés que sean más compatibles con la actividad que desarrolle la empresa y aquellos más afines al propósito de la corporación. De la misma manera, deberán tenerlos en consideración tanto a la hora de tomar decisiones sobre las operaciones a desarrollar, así como las ventas o las situaciones de exceso de liquidez. (Loewenstein, M. J. ; 2013).

En segunda instancia, se deberá otorgar a un director independiente la responsabilidad de llevar a cabo la preparación de una declaración, que se incluirá en el Informe Anual de beneficio, en la que evaluará si el Consejo de Administración actuó de acuerdo con su obligación de crear un beneficio general y los fines públicos designados específicamente como la misión y propósito a conseguir. De la misma manera, la declaración evaluará conjuntamente, si los consejeros tuvieron en cuenta los efectos que iban a desencadenar sus decisiones sobre los grupos de interés.

Transparencia

Este requisito podríamos definirlo como dos acciones a llevar a cabo:

En primer lugar, la empresa deberá publicar un Informe Anual de Beneficios que evalúe su desempeño total, tanto financiero como social o ambiental, valorando siempre como lo haría un tercero independiente, es decir integral, independiente, creíble y transparente. (Murray, J. ; 2013)

En segundo lugar, dicho Informe Anual de Beneficio deberá ser compartido con todos los accionistas y deberá ponerse a disposición del público a través de su página web, con la exclusión de los datos sobre la propiedad.

Derecho de Acción

¿Qué se entiende por derecho de acción dentro de una Benefit Corporation?

El derecho de acción americano en general se refiere al derecho a presentar una demanda ante un juzgado de lo civil debido a un incumplimiento de un contrato o cualquier otra causa civil que origine un agravio.

En la Benefit Corporation suelen utilizarse estos derechos de acción para presentar demandas ante la violación u omisión de perseguir o crear beneficio público. Del mismo modo estos derecho suelen ser utilizados para presentar una demanda ante la violación de un deber o norma de conducta.

¿Quién se entiende que tiene el derecho de acción dentro de una Benefit Corporation?

En esta nueva personalidad jurídica, podría cometerse errores conceptuales a la hora de entender este derecho. Esto es así, puesto que al establecerse como el fin de la empresa, un objetos social mucho más amplio que en otra tipología de corporaciones, puede llevar a malentendidos y ciertas personas puedan llegar a pensar que tienen el derecho de acción en la empresa.

Cabe destacar que aunque se busque el bien general, los únicos que tienen el derecho de acción en una Benefit Corporation son los accionistas y directores. Un tercero no tendrá este derecho, aun cuando el fin de la empresa sea mejorar la situación de ese tercero.

Para el caso en el que la empresa que se hubiera establecido como Benefit Corporation fuera la filial, el derecho de acción recaerá sobre aquellos propietarios que tengan más del 5% de la empresa parental.

Cambio de Control / Objeto / Estructura

Para poder establecerse como Benefit Corporation se requerirá el voto a favor de 2/3 de la mayoría calificada, como norma general. Cabe destacar que ese número de votos podrá variar en función de la legislación del Estado en el que se encuentre la sede empresarial. De la misma manera que los derechos de los disidentes solo serán de aplicación en aquellos estados en los que existan.

Todos los empresarios o inversores deberán tener en cuenta, a la hora de establecerse como Benefit Corporation, que a su compañía se le exigirá estos mayores niveles de cumplimiento, recién mencionados. Siguiendo este razonamiento, si a la empresa se le exige unos mayores requisitos que al resto de tipologías de corporaciones, a los directores se les demandará un mayor cuidado a la hora de alcanzar sus objetivos. Los siguientes apartados van a estudiar las obligaciones o deberes de los directores y consejeros de la Benefit Corporation.

1.7. ¿Cuáles son mis deberes?

Los deberes u obligaciones de un director de una Benefit Corporation son los mismos que los que tendría un director de cualquier otra empresa de otra tipología corporativa. Con la única salvedad en lo relativo a las disposiciones singulares exigidas por la Legislación vigente en torno a esta nueva figura jurídica, especialmente en lo relativo al objeto social, rendición de cuentas y la transparencia.

Si se estudia cada requisito por separado, los directores tendrán las siguientes obligaciones:

Propósito:

De igual manera que el director de cualquier compañía se encarga de establecer unos objetivos para lograr el fin correspondiente a su empresa, el director de una Benefit Corporation también. Pero doblemente.

Por un lado tiene el deber de asegurar que se da la consecución de sus beneficios económicos y lucrativos. Por otro lado, conseguir los mayores niveles acerca del objeto social establecidos en los artículos de constitución de los estatutos sociales. Esto se entiende de forma general, como la creación de un beneficio público, definido como "un impacto positivo significativo en la sociedad y el medio ambiente, tomado en su conjunto, desde los negocios y operaciones de la Benefit Corporation"³. (Loewenstein, M. J. ; 2013)

En consonancia con lo anterior, el director de una Benefit Corporation, como cualquier otro director de una corporación en general, tiene el deber de actuar de la manera que él crea más razonable y en el mejor interés de la corporación. (Hiller, J. S. ; 2013)

La gran diferencia con otros directores, es que desde el primer momento en el que el director de la Benefit Corporation intente conjuntamente la búsqueda de la creación de esos beneficios sociales a los que se comprometió y la búsqueda de los otros objetivos y propósitos, se dará por entendido que está obrando en el mejor interés de la corporación.

Si se descubre que los directores han violado su deber de considerar los intereses de los grupos de interés, el juez correspondiente le dará a estos un plazo determinado para: 1) considerar el propósito que el director no tuvo en cuenta en el pasado 2) implementar una política para garantizar la consideración de dicho propósito en las decisiones futuras.

Debido a la gran complejidad de estos conceptos tan abstractos, más adelante en otros apartados, se analizará que se entiende por ese beneficio o utilidad pública, suficiente

³“ A material positive impact on society and the environment, taken as a whole, from the business and operations of the benefit corporation”

como para poder denominar a la empresa como una Benefit Corporation.

Transparencia:

Con relación a este requisito tan debatido actualmente debido a los índices de corrupción actuales, el director de una Benefit Corporation tiene un deber de transparencia. Deberá asegurar que la empresa en cuestión cumple con las obligaciones exigidas por sus estatutos y la legislación, como es la de poner a disposición del público un Informe Anual sobre los Beneficios. (Murray, J. ; 2013)

Este informe analizará y evaluará el desempeño total tanto social como medioambiental que haya llevado a cabo la Benefit Corporation en atención a los estándares elaborados por un tercero independiente. Después se analizará, cómo elegir el estándar que más se adecúe a nuestro tipo de propósitos y fines sociales.

Rendición de cuentas:

El director de esta nueva tipología corporativa tiene la obligación de "considerar los efectos de cualquier acción u omisión sobre los grupos de interés de la Benefit Corporation"⁴ en atención a lo establecido en el Business Corporation Act. (Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012) (André, R. ; 2012).

Para comprender mejor este requisito haremos mención a la definición que da la Legislación vigente de las Benefit Corporation sobre el concepto de los grupos de interés de la empresa o "*stakeholders*": (Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012)

“Los grupos de interés serán (I) los accionistas de la benefit corporation; (II) los trabajadores y la fuerza de trabajo de la benefit corporation, así como sus filiales y sus proveedores; (III) los intereses de los clientes entendidos como los beneficiarios de

⁴ “Consider the effects of any action or inaction upon the stakeholders of the benefit corporation”

los propósitos de la benefit corporation orientados a obtener el beneficio social establecido en sus estatutos; (IV) factores comunitarios y sociales, incluidos los de cada comunidad en la que las oficinas o instalaciones de la benefit corporation, sus filiales o sus proveedores se encuentran asentadas; (V) el medio ambiente tanto local como global; (VI) los intereses a corto plazo o a largo plazo de la benefit corporation, incluidos los beneficios que pueden corresponder a la benefit corporation procedentes de sus planes a largo plazo y la posibilidad de que estos intereses pueden ser mejor atendidos gracias al mantenimiento de la independencia permanente de la benefit corporation; (VII) la capacidad de la benefit corporation para cumplir el propósito de beneficio público general y cualquier propósito específico de beneficio público"⁵.

Es importante señalar que los accionistas se encuentran entre las partes interesadas y por tanto los directores de la Benefit Corporation están obligados a tener en cuenta sus intereses también. De hecho, son el único de los grupos de interés con derecho a iniciar una acción legal en contra la sociedad o sus directivos.

Esto conlleva que la gran presión que aguantan estos directores. Por un lado deberán tener en cuenta a los accionistas que únicamente buscan beneficios financieros. Mientras que por otro lado deberán preocuparse también de lograr los propósitos sociales a los que se comprometieron a la hora de constituirse como Benefit Corporation.

Sin embargo, por ello se establecen las protecciones que a continuación se mencionan, las cuales impiden determinadas demandas contra esos directores.

⁵ (i) the shareholders of the benefit corporation; (ii) the employees and work force of the benefit corporation, its subsidiaries and its suppliers; (iii) the interests of customers as beneficiaries of the general public benefit or specific public benefit purposes of the benefit corporation; (iv) community and societal factors, including those of each community in which offices or facilities of the benefit corporation, its subsidiaries or its suppliers are located; (v) the local and global environment; (vi) the short-term and long-term interests of the benefit corporation, including benefits that may accrue to the benefit corporation from its long-term plans and the possibility that these interests may be best served by the continued independence of the benefit corporation; and (vii) the ability of the benefit corporation to accomplish its general public benefit purpose and any specific public benefit purpose."

1.8. ¿Cuáles son mis protecciones-responsabilidades?

Debido a las grandes expectativas que se tienen sobre estas compañías, los directores de las Benefit Corporations gozan de ciertas protecciones bajo la legislación vigente a la par que se les exige un mayor cuidado para evitar incurrir en responsabilidades civiles o penales. (Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012)

Por un lado, mientras que un accionista de una corporación en general puede demandar a sus directores por no haber logrado los resultados financieros esperados o por no haber maximizado los beneficios, el accionista de una Benefit Corporation no podrá demandar al director de la misma por no haber dado más importancia a lograr el objetivo financiero que al que dio al social. (Kanig, I. ; 2012).

Sin embargo, el accionista de la Benefit Corporation podría demandar a aquél director que se olvidó de lograr los propósitos económicos por completo. Es decir, los directores deben intentar buscar el balance adecuado entre el mejor interés financiero para la compañía y la responsabilidad o desarrollo social que deben conseguir.

La consideración de todos los grupos de interés o partes interesadas no constituirá una violación de las normas debido a que está establecido por ley. Así se otorga una protección al director, que valora la defensa de algún grupo de interés social por encima de otros valores únicamente económicos o financieros, como puede ser la maximización de beneficios o la revalorización de las acciones. (Kanig, I. ; 2012).

Por otro lado, la legislación vigente, en un esfuerzo por limitar la responsabilidad potencial, excluye la responsabilidad por daños monetarios a tres personas específicos: el director, los jefes de departamentos y la propia empresa como personalidad jurídica.

Aunque esto último puede crear inseguridad jurídica, esta decisión fue impulsada por un deseo de generar una mayor protección a estos mismos y por tanto motivarles a

buscar el bien social sobre otros fines.

Esta protección se otorga mediante la posibilidad de eliminar las preocupaciones de los consejeros de que van a ser objeto de responsabilidad personal por haber antepuesto el fin social antes de los fines lucrativos. Preocupaciones generadas como consecuencia de algún caso anterior judicial que cuantificara esa responsabilidad hipotética y que creara precedente judicial. (Westaway, K., & Sampsel, D. ; 2012)

Como es bien sabido, en EEUU a la hora de resolver un litigio, los jueces en vez de acudir a las leyes, sobre todo acuden al precedente judicial establecidos por las decisiones anteriores de otros jueces de altas posiciones jerárquicas. Por tanto, si esta ley previene que haya un solo caso, cuantificando la responsabilidad del director porque pudo valorar un beneficio público en mayor medida, los consejeros sabrán que no hay precedente judicial y estarán motivados a buscar más que la revalorización de la acción. (Westaway, K., & Sampsel, D. ; 2012)

Siguiendo en esta misma línea, los directores también estarán protegidos de ser demandados por los beneficiarios del fin social de la Benefit Corporation. Esto es así porque como mencionamos anteriormente, la legislación vigente establece expresamente que las terceras partes no tienen derecho de acción. (Munch, S. ; 2012)

Sin embargo, aunque no se le está permitido a un tercero demandar ese bien social del que iba a ser beneficiario, el accionista de la empresa, sí puede demandar al director que no buscó lograr los beneficios sociales asentados como objetivos a alcanzar.

1.9. ¿Cómo cumplir todos los requisitos de información?

Para cumplir con las disposiciones sobre transparencia que la legislación establece, se requiere que todas las Benefit Corporation elaboren y pongan a disposición del público un Informe Anual de Beneficios o también llamado Informe de Buenas Prácticas. Este

evaluará la consecución de los propósitos establecidos.

A continuación se hará mención a los cuatro apartados base de un Informe de Buenas Prácticas. (Clark, W.H. Jr. , Vranka, L. ; 2012)

En primer lugar se llevara a cabo una descripción narrativa de:

- a) Las formas en que la Benefit Corporation persiguió durante el año en cuestión ese beneficio público establecidos en los estatutos y el grado en el que se creó finalmente.
- b) Cualesquiera circunstancias o causas que impidieran la creación del beneficio público.
- c) El proceso y los motivos por los que cambió el estándar de terceros usados para preparar el informe beneficio.

En segundo lugar, una evaluación total del desempeño social y medioambiental de la Benefit Corporation según un estándar de terceros.

- a) Se aplica el estándar de otros años para mantener la uniformidad.
- b) Si se da, se acompañará de una explicación de las razones por las que se generara una aplicación inconsistente del estándar.

En tercer lugar, el nombre del director y consejeros de la Benefit Corporation y la dirección de correo a la que se les debe mandar la correspondencia.

- a) Incluyendo la indemnización pagada por la Benefit Corporation a sus consejeros durante el año.
- b) Una declaración del consejero delegado en cuanto a si la corporación de beneficio actuó de conformidad con el beneficio público y si los consejeros cumplieron con su deber de considerar el impacto de sus decisiones en los grupos de interés.

En cuarto lugar, el nombre de cada persona que posea el 5% o más de las acciones en circulación de la Benefit Corporation.

1.10. Ejemplos de informes publicados de Beneficios:

B Lab es una organización americana sin fines de lucro de gran prestigio, con muchos años de experiencia en la evaluación y medición del impacto social o ambiental de las Benefit Corporations. B Lab publica su Informe de Impacto B, que evalúa la práctica empresarial incluyendo las medidas tomadas por las mismas de desempeño social y ambiental, la responsabilidad y la transparencia.

En estos informes se puede encontrar toda la información antes mencionada. Debido al gran prestigio de esta institución, todas las Benefit Corporations buscan obtener también la certificación de cumplimiento de esta organización. Aunque este tipo de empresas no la necesitan para ser consideradas como tal. Sin embargo, la obtienen debido a que da una nueva imagen de las empresas como unas compañías comprometidas, puesto que el público están seguros de sus buenas intenciones.

Cabe destacar que actualmente se dan muchos errores conceptuales en torno a esta nueva figura jurídica puesto que existe una calificación muy parecida como son las B Corp. Por tanto, se hará una breve distinción para que más adelante no se confunda las Benefit Corporation con las B Corp.

Por un lado, las B Corp son únicamente la certificación otorgada por B Lab, antes mencionada. Son empresas de tipología general, como sociedades de responsabilidad limitada o sociedades anónimas, a las que se les da la certificación de ser B Corp. Esta certificación es más un modo de marketing puesto que al otorgarla, esta institución independiente avala que esa empresa atiende a unos mayores niveles de compromisos sociales o medio ambientales.

Por el otro lado, las Benefit Corporations tienen el reconocimiento legal que las establece como una nueva entidad jurídica. No necesitan de ninguna certificación, puesto que ellas por sí solas son una personalidad jurídica. Además, el establecerse como tal, lleva implícito dos características generales.

La primera legal, como es que los directores de la compañía deberán tener en cuenta no solo la maximización de beneficios sino también la creación de un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente.

La segunda de marketing, como es que a la Benefit Corporation se la identificará directamente con esos mayores niveles de compromiso social, así como por sus mayores requerimientos de transparencia y rendición de cuentas. Todo ello, sin tener que demostrarlo y comunicarlo públicamente mediante otros instrumentos periodísticos como los usados por las B Corp.

Por último, las Benefit Corporations nunca podrían encubrir otros fines delictivos o fraudulentos porque deben presentar los informes anuales anteriormente analizados. Sin embargo, se han dado ocasiones en que las sociedades de responsabilidad limitada, consiguieron la certificación de B Corp, gracias al buen marketing que dieron al único propósito social al que se dedicaban. Y después resultó ser una tapadera de los verdaderos fines de la empresa.

A continuación se va a analizar el Informe de Beneficios publicado por la Benefit Corporation, Greyston Bakery Inc. , por ser la Benefit Corporation líder y modelo a seguir en EEUU. Además, Greyston Panadería eligió B Lab en 2008, para iniciar la evaluación de su impacto y de sus prácticas en comparación con unos requisitos establecidos por dicha institución. B Lab tras evaluar año tras año a la compañía, decide si sus logros son los exigidos como mínimo para poderse denominar Benefit Corporation. Y hasta ahora lo ha conseguido.

1.11. Diferencias con la empresa social española:

Cabe destacar que aunque la certificación otorgada por B Lab es internacional, no está respaldada por ninguna legislación de ningún país. Las empresas que consigan esta certificación serán únicamente consideradas B Corp y más adelante se estudiará sus diferencias con la Benefit Corporation. Por tanto las empresas españolas Alma Natura, Uno500 y Raices por la Sostenibilidad serán consideradas como B Corporation y como empresas sociales en España.

Las diferencias de considerarse empresa social o Benefit Corporation son destacables.

En primer lugar, la legislación sobre la Benefit Corporation crea mucha seguridad jurídica a la hora de establecer esta nueva tipología de empresa. Al exigir determinados requisitos que impliquen una mayor consideración de los directores al impacto que conllevaran sus decisiones, la compañía tendrá un camino a seguir y una seguridad mayor a la hora de establecerse. (Mickels, A. ; 2009).

Por el contrario, en España no hay ninguna legislación que establezca unos requisitos mínimos a la hora de ser considerado empresa social. Esto genera una mayor inseguridad jurídica en los empresarios y una imagen poco deseable en general. Puesto que cada empresa puede hacer marketing de uno de sus logros, mientras que encubre otros.

Este ha sido y sigue siendo el problema en España. La gente no cree en las empresas sociales debido a que muchas han usado sus impactos sociales positivos para encubrir otros perjuicios sociales. Muchas empresas y Cajas de Ahorros hacen una buena publicidad de sus obras sociales y sus ayudas a la comunidad, mientras que sus directores son corruptos, tratan mal a sus empleados o encubren unos vertidos tóxicos a la vez que ensalzan sus edificios energéticamente sostenibles.

En segundo lugar, las Benefit Corporation tienen ánimo de lucro. Esto les lleva a ser eficientes a la hora de llevar a cabo su actividad y a intentar disminuir sus costes a la vez que maximiza sus beneficios. Debido a su gran rentabilidad, consiguen autonomía económica y pueden financiar sus propios programas sociales y medioambientales (Sabeti, H. ; 2011)

Sin embargo, las empresas sociales españolas pueden tener o no ánimo de lucro. Esto ha generado, que ciertas empresas sociales sin ánimo de lucro no fueran rentables, incluso llegaran a ser insostenibles. Debido a que no se centraron en reducir costes ni en ser rentables, origina que casi siempre necesiten de una fuente de financiación ajena puesto que no son capaces de generar beneficios.

Por otro lado, las Benefit Corporation son evaluadas por una institución independiente y deben presentar un Informe Anual, explicando su desempeño y logros tanto financieros como sociales. Esto conlleva que sus directores estén protegidos legalmente ante demandas de accionistas que únicamente quieren maximizar beneficios financieros.

Mientras que en España, no hay ninguna institución que evalúe el grado de compromiso con sus obras sociales de las empresas sociales. Consecuentemente, las empresas no están obligadas a lograr efectivamente ningún beneficio. Esto conlleva que muchas de ellas no consigan ningún impacto positivo en la sociedad o el medio ambiente.

Muchas otras diferencias muestran el gran potencial de esta nueva personalidad jurídica americana.

2. Informe Anual de la compañía Greyston Bakery Inc. :

Es bien sabido que la mejor enseñanza es la que se pone en práctica y que se aprende más ejerciendo que sentado leyendo lo que hicieron otros.

Consecuentemente, se va a realizar un estudio sobre cómo esta compañía ha conseguido convertirse en una Benefit Corporation. Para ello, utilizaremos diversos recursos que iremos citando pero especialmente la página web corporativa de la empresa⁶ y los Informes Anuales publicados por la misma compañía en diferentes años en los que se evalúa su impacto y sus logros. (2014, Greyston Bakery Inc. Annual Report) (2013, Greyston Bakery Inc. Annual Report) (2012, Greyston Bakery Inc. Benefit Corporation Report)

2.1. Greyston Panadería

Greyston nació como una pequeña panadería de Barrio, situada en el corazón del Bronx y ahora es una de las Benefit Corporation más importante de todo EEUU. De hecho, fue la primera compañía que se estableció como Benefit Corporation en el estado de Nueva York en febrero de 2012. Y desde entonces la más elegida como modelo a seguir desde entonces.

Esto es así debido a que comprometidos con su triple objetivo, Greyston sigue siendo uno de los pioneros en el mundo de la empresa solidaria. Ese triplete de objetivos se podría resumir en promocionar la creación de puestos de trabajo, desarrollar de la comunidad y conseguir la sostenibilidad medioambiental de la comunidad de Yonkers en el estado de Nueva York.

Esta Benefit Corporation ha estado horneando bizcochos de chocolate gourmet, galletas, y buenas intenciones desde 1982. A pesar del gran logro de su crecimiento, esta

⁶ <http://greyston.com/>

compañía con ánimo de lucro no es conocida por los más de 10 millones de dólares que consigue anuales. Por el contrario, es más famosa por su larga trayectoria como proveedor de brownie para los helados de la firma mundialmente conocida, Ben & Jerry's. Además de por tener una política de contratación abierta con la que ofrece al pueblo de Yonkers, en Nueva York muchas oportunidades de empleo, independientemente de sus antecedentes o de su historial profesional.

Greyston es considerada como la “Compañía del Brownie”⁷ líder a nivel norteamericano. Gracias a su asociación con Ben & Jerry's durante más de 25 años y gracias a producir dulces y golosinas para los mercados nacionales americanos de su otra gran asociada, Whole Foods. De esta misma forma un porcentaje de las ganancias obtenidas en las ventas de las Greyston's cookies va a la fundación Whole Planet, creada por Whole Foods.

Las palabras de su Presidente y CEO, Mikel Brady, muestran perfectamente las buenas intenciones de la empresa y el camino de sus decisiones.

-“Nos convertimos en un Benefit Corporation para participar en la discusión acerca de los negocios enfocados a generar valores y para unirnos formalmente al movimiento que intenta conseguir una nueva forma de hacer negocios”⁸.

A través de su política de contratación abierta, esta Panadería contrata a hombres y mujeres que tienen poca o ninguna experiencia de trabajo y muchos de los cuales tienen un historial que pasa por diversas circunstancias como los sin techo, el encarcelamiento penitenciario, el abuso de sustancias psicotrópicas, la dependencia, la violencia doméstica o el analfabetismo.

Todas sus ganancias van a la Fundación Greyston, que opera varios programas de

⁷ Brownie Company

⁸ We became a Benefit Corp to engage in the discussion about values-led business and to formally join the movement for a new way of doing business.

autosuficiencia personal en Yonkers, Nueva York. Sus 130 integrantes dan asistencia a casi 5.000 personas al año.

Uno de estos programas consiste en servicios de vivienda asequible y servicios de apoyo a todas las familias trabajadoras que no tienen hogar o que tienen unos ingresos muy bajos. El segundo consiste en dar servicios a los niños y jóvenes, incluyendo el cuidado sanitario. El tercero, radica en el establecimiento de un centro de aprendizaje enfocado en la tecnología.

El cuarto se enfoca en dar servicios sanitarios y sociales, como la vivienda, a las personas que tienen el VIH o el SIDA. Por último, tienen un proyecto de huertos comunitarios.

Antes de adentrarse en su informe, se realizará una breve mención sobre su historia para poder comprender en mejor manera la trayectoria que ha llevado a cabo esta empresa.

2.2. Su Historia

La exitosa trayectoria durante 30 años basada en una filosofía de mejorar nuestra comunidad y la vida dentro de ella ha hecho que la Benefit Corporation, Greyston sea mundialmente conocida. Debido a que esa filosofía impregna todo lo que hacen, Greyston se ha convertido en un gran líder social debido a gran éxito a la hora de lograr los propósitos sociales a los que se habían cometido en su inicio.

En la década de 1980, su fundador, Roshi Bernie Glassman se dio cuenta de que el empleo era la puerta de salida de la pobreza y la puerta de entrada hacia la autosuficiencia. Roshi Bernie Glassman, Maestro Zen, es actualmente un pionero de renombre mundial en el Movimiento Zen americano y el fundador de los pacificadores del zen. No solo es un líder espiritual, sino que ha publicado varias obras suyas, además de ser un empresario de éxito y un académico consumado con un doctorado en Matemáticas Aplicadas. Tras haber pasado décadas en la enseñanza Zen y trabajar en el “Budismo comprometido con la

Sociedad”⁹, actualmente al cumplir 70 años, se dedica a impartir cursos, talleres alrededor de todo el mundo y en proyectos comprometidos socialmente.

Su mezcla única de liderazgo visionario, perspicacia analítica, y el vigor empresarial le llevan a fundar la panadería Greyston en 1982. En esta misma trayectoria su ideología se establece como la piedra angular de las operaciones de Greyston. Su política de puertas abiertas genera muchas oportunidades en la vida de muchas personas. Esto es así porque ofrece oportunidades de empleo sin tener en cuenta la procedencia del solicitante, ni la educación, ni la historia laboral o barreras sociales a las que tuvieron que hacer frente en el pasado, como el encarcelamiento, la falta de vivienda o consumo de drogas.

Originalmente, Greyston nació como una pequeña panadería de Barrio, situada en el corazón del Bronx, Nueva York. Debido a sus ganas de expandirse en la ayuda social, en 1987 se traslada al suroeste de Yonkers.

Yonkers es la cuarta ciudad más grande del estado de Nueva York con casi 200.000 habitantes. Sin embargo, esta ciudad tiene el nivel más alto de pobreza dentro del condado de Westchester en el estado de Nueva York. Destacando en mayor detalle, el 13,8% de la población vive por debajo de los umbrales de la pobreza.

Como toda ciudad americana, Yonkers está dividido en varias zonas y la peor es el “Suroeste”¹⁰. Con una población de 80.000 habitantes, el 29% vive por debajo de los umbrales de la pobreza y el salario medio anual no llega casi para poder sobrevivir el día a día. Consecuentemente, es un barrio lleno de drogas, alta criminalidad, recesión económica, pobreza, miseria y mendicidad.

Debido a esta situación, Greyston decidió establecer su sede en Southwest, a orillas del río Hudson. Esto es así porque las ideas de su fundador impregnaron toda la empresa y por ello su fin esencial era la de ofrecer otra oportunidad a los habitantes de esa zona

⁹ Socially Engaged Buddhism

¹⁰ Southwest

abandonada.

En 1988 gracias a la asociación con Ben & Jerry, comienza la producción de brownies. Como consecuencia del gran éxito de ventas de ese helado, Greyston empieza su producción a gran escala, que le llevará al estrellato dentro de la repostería.

Con el gran margen de beneficios obtenidos, en 1988 dedica parte de ellos a empezar su primer proyecto social en mente, como era la de dar una primera vivienda asequible a sus trabajadores. Para ello, viviendas de protección fueron construidas para proporcionar un hogar a los trabajadores de la panadería que anteriormente no tenían dónde vivir y para sus compañeros.

Debido a que el sistema educativo americano es tan caro, muchos de los trabajadores encontraban problemas a la hora de incorporarse al mercado laboral. En EEUU el servicio de guarderías es muy caro, por eso cuando los empleados empezaban a trabajar, no tenían dónde dejar a sus hijos ya que no podían permitírselo. Un inconveniente muy importante puesto que o la madre o el padre debían quedarse en casa al cuidado de los niños y con ello se recibía un salario menos o incluso ninguno en situaciones monoparentales.

Esto hace que Greyston abra el Centro de Cuidado Infantil también conocido como guarderías, poco después, para asegurar que el cuidado de los niños de sus trabajadores no fuera un obstáculo para ellos. Debido a que Greyston se iba a encargar de ello.

En 1992 se establece la Fundación Greyston y en 1995 abre su Primer Jardín Comunitario. Esto es como consecuencia de la creciente conciencia de las diferencias sanitarias entre las diferentes culturas. Y junto a la creciente preocupación por el medio ambiente les llevó a la creación del programa de Huertos Comunitarios y de Educación Ambiental. Esto comenzó a ayudar en gran medida a concienciar a los habitantes, de que las condiciones de vida en relación con los otros y con el medio ambiente son de gran

importancia para alcanzar un buen estándar de vida.

En 1998, tras 10 años de asociación, Greyston y Ben & Jerry's celebraron su exitosa trayectoria generada de su producción conjunta, con unas ventas de más de 300.000 litros del helado Chocolate Fudge Brownie. Gracias a estos beneficios, en el mismo año se abrió la casa de acogida "Issan House" y el Centro Maitri para proveer de vivienda y de cuidados sanitarios diarios a la población con VIH o SIDA.

En 2004 se finalizó el proyecto de habilitación de la planta y sede de Greyston bakery, que fue elegida como "AIA Top Ten Green Project"¹¹

Greyston lanzó "Workforce Development 2.0" en 2009, en respuesta a la recesión, que afectó de manera desproporcionada a los residentes pobres de Yonkers. Este programa buscó conseguir el desarrollo integral de la fuerza de trabajo. Además, fue diseñado para proporcionar tanto habilidades físicas como habilidades emocionales que capacitaran a esas personas tipificadas como difíciles de emplear.

Hace tres años, en 2012 Greyston alcanzó los 10 millones de dólares en ventas. Consecuentemente, para evitar los posibles conflictos futuros con accionistas que únicamente quieren dividendos versus accionistas que siguen apoyando el beneficio social, Greyston registró su compañía como la primera Benefit Corporation del Estado de Nueva York.

Tan pronto como se estableció en el registro como una nueva personalidad jurídica, Greyston cambió el logo de su marca. Para ello, crearon un nuevo logotipo que se basó en dos G entrelazadas en un patrón circular, para enseñar que su actividad sigue un flujo continuo y por tanto representa la interdependencia como un todo armonioso de la parte empresarial-financiera con la parte social- medioambiental.

¹¹ Calificación del Instituto Americano de Arquitectos como uno de los diez mejores edificios ecológicos y menor impacto para el medio ambiente.



En este mismo sentido, el nuevo logo muestra la unidad dentro de Greyston. Es decir no hay separación entre la Panadería y la Fundación, sino que ambas trabajan para conseguir una única misión común. También reorganizaron de nuevo su página web que unió finalmente los sitios webs¹² de la Fundación y de la panadería en una sola plataforma.

Finalmente, en el año 2013, Greyston con una inversión de 32 millones de dólares abrió un nuevo complejo de viviendas multifamiliares en Yonkers con 92 apartamentos de eficiencia energética para las familias de los trabajadores locales. Esto ha hecho que la institución independiente y sin ánimo de lucro, B Lab, durante el 2013 y 2014 haya calificado a Greyston como “Lo mejor para el Mundo” y “Lo mejor para la Comunidad” subiendo en más de un 35% su puntuación respecto de la auditoría previa en 2011.

Como se puede observar, lo que originalmente comenzó como una panadería modesta ha crecido hasta convertirse en una amplia gama de programas y servicios orientados a resultados basados en pruebas diseñadas para responder a las cambiantes necesidades de los residentes de Yonkers. Destacan en su último Informe que Greyston atiende a más de 2.200 miembros de la comunidad anualmente.

2.3. El cambio que buscan

Antes de analizar detalle a detalle cada eje que sustenta el conjunto de su misión, cabe mencionar que Greyston es una empresa que aboga por la transformación personal y la renovación económica de la comunidad.

¹² <http://greyston.com/>

Operan un negocio con ánimo de lucro muy rentable, como es el de hornear productos de alta calidad, con el compromiso de alcanzar la satisfacción del cliente. Basado en una filosofía llamada PathMaking, crean puestos de trabajo y ofrecen programas integrados tanto para los individuos como para sus familias, y ayudarles a avanzar en su camino hacia la autosuficiencia personal e independiente. (Sabeti, H. ; 2011)

Al comenzar el estudio, se puede observar que Greyston basa su misión en conseguir un triple objetivo como es el de la creación de empleo para los residentes locales acompañado de su desarrollo personal, el ayudar a la comunidad y la mitigación del impacto ambiental.

Consecuentemente, Greyston lleva muchos años siendo un modelo a seguir de liderazgo dentro del mundo de las Benefit Corporations gracias a que han logrado una coalición fuerte entre sus empleados, la comunidad y sus accionistas. Esto lo han conseguido al compensar adecuadamente a sus empleados. Les dan salarios justos, “seguridad social”¹³ y la participación directa en la rentabilidad de la empresa. Además se les entrena con diferentes aprendizajes, se les promociona desde dentro, y se les tutoriza.

2.4. Pathmaking:

PathMaking es tanto una filosofía como uno de los programas de Greyston. Esta filosofía que tiene la compañía se sustenta en la creencia de que las personas pueden recibir apoyo y por consecuencia lograr la totalidad o al menos una base necesaria para que puedan encontrar y seguir su propio camino.

PathMaking focaliza su atención en la mente, en el cuerpo, en el corazón y en el espíritu. No se limitan a ofrecer un puesto de trabajo, o a inscribir a alguien en un programa para después únicamente llamarlo para un día. Por el contrario, trabajan a fondo con cada individuo en Greyston, ya sea un cliente, un empleado o un miembro de la junta y poder así

¹³ Health benefits

introducirle e incitarle a formarse no solo físicamente sino también personalmente. Siempre en sintonía con su propia autoestima y personalidad, además de conseguir con éxito los propósitos que se proponga por el camino de su vida.

Para lograr este cometido, Greyston ha abierto en 2013 el Centro de PathMaking Ruth Suzman, que se encuentra dentro de la panadería. Dentro del mismo siempre hay personal y un director a tiempo completo de PathMaking, los cuales proporcionarán apoyo y recursos a los empleados para ayudarles a alcanzar la autosuficiencia. Esto incluye acceso a ordenadores, tutores, servicios de asesoramiento y motivación, promoción profesional, GED, clases de preparación para la universidad y muchos más.

En la misma dirección, Greyston ha desarrollado herramientas de evaluación y fijación de metas, que muestran a los individuos cómo se puede tener una vida sana y equilibrada. Lo cual allana el camino hacia la autosuficiencia y les permite lograr sus objetivos.

Una de sus herramientas más conocidas es el “Balance de Situación Personal”¹⁴, que fue cuidadosamente diseñado para abarcar los cinco aspectos de su Mandala (cuerpo, corazón, mente, espíritu y yo). Evalúan cada una de estas áreas con un rango de puntuaciones, de manera que puedan ser comparados en el tiempo para mostrar el progreso y mejora que han conseguido los empleados.

Al igual que el Balance, otra métrica importante es el “Plan de Vida”¹⁵. Este es un instrumento de fijación de metas que ayuda a los individuos a que se mueven hacia adelante. Evalúa tanto las fortalezas como las barreras del individuo para ayudarle a identificar los problemas, hábitos y experiencias de su vida, tanto las que le puedan ayudar como las que le dificultan el movimiento positivo. Cualquier cosa que afecte negativamente en el crecimiento debe abordarse antes de establecer los objetivos (tanto a largo y corto

¹⁴ “Personal Balance Sheet”

¹⁵ “Lifeplan”

plazo).

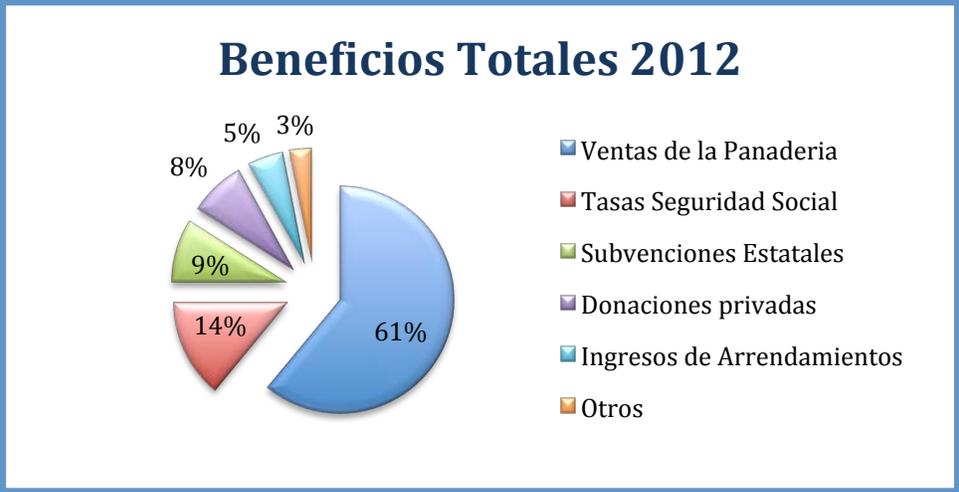
Por tanto, a modo de resumen PathMaking proporciona a todas las personas involucradas una nueva orientación en la educación continua, GED, la salud y el bienestar, la nutrición, la salud mental, la alfabetización, la financiación de la educación vs presupuesto personal y el ahorro. Además, PathMaking tiene un efecto dominó hacia la gran comunidad: cuando los individuos llegan a ser más autosuficientes y seguros de sí mismo, se convierten en miembros o participantes de una comunidad más fuerte puesto que al mismo tiempo la comunidad se va fortaleciendo.

2.5. Cómo consiguen el Beneficio económico

Año tras año, esta Benefit Corporation alcanza unos mayores beneficios económicos. Debido a su fin primordial como es el ánimo de lucro. Greyston no ha perdido nada de su actividad inicial repostería, negocio que le llevó a asentar la gran compañía que es ahora y generar los resultados obtenidos. Sin embargo, cabe destacar que su financiación no procede únicamente de su actividad de repostería.

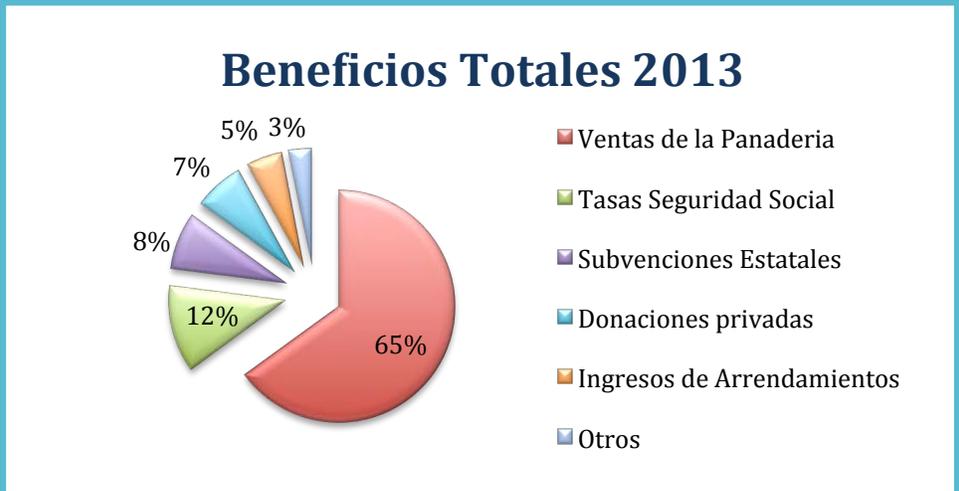
Varias son las fuentes de financiación utilizadas por Greyston, como se puede observar en los gráficos siguientes. La fuente más importante sigue siendo su principal actividad de repostería en la Panadería, la cual representa un 61% en 2012 y ascendió a 65% de sus beneficios totales en 2013. En segundo lugar, estarían las devoluciones y las tasas por la seguridad social de los niños y los servicios de sanidad ofrecidos por Greyston. Estos conjuntamente representan el 14% de los beneficios en 2012 y sin embargo disminuirían en un 2% en 2013. En tercer lugar estarían las subvenciones gubernamentales estatales recibidas que representarían el 9% en 2012 y el 8% en 2013. En cuarto lugar estarían las donaciones privadas que amontarían a un 8% en 2012 y disminuirían en 1% en 2013. Finalmente estarían los beneficios obtenidos en el mínimo alquiler de las viviendas sostenibles de protección que ofrecen a sus empleados y otro tipo de financiación sin definir que representarían el 5% y el 3% respectivamente.

GRÁFICO 1



Fuente: 2013, *Greyston Bakery Inc. Annual Report*¹⁶

GRÁFICO 2



Fuente: 2014, *Greyston Bakery Inc. Annual Report*¹⁷

Mientras los beneficios obtenidos por su actividad básica de repostería van en aumento, las otras fuentes de financiación van en detrimento. Eso se traduce en una mayor libertad y menor dependencia de fuentes ajenas. Hecho muy importante que demuestra, que

¹⁶ Traducido del Original

¹⁷ Traducido del Original

un negocio puede tener éxito aunque dedique la mayoría de sus beneficios al fomento social, en vez de a la reinversión en la propia empresa.

Aunque empezara como una panadería humilde de barrio, ahora se ha convertido en una panadería gourmet. Gracias a ese proceso de cambio y a esa nueva línea de producción, Greyston ha establecido diferentes alianzas con otras empresas, lo que le ha llevado a expandirse a diferentes productos y diferentes procesos repostería.

Greyston es el principal proveedor de brownies para el helado de Ben & Jerry's, llegando a producir 15,000 kg de bizcochos de chocolate cada día. Otra gran alianza es la que tienen con la gran cadena de supermercados Whole Foods, para los que elaboran una gran variedad de cookies y de brownies.

Hasta el 2012 nunca pasaron de los 10 millones de dólares. Sin embargo, desde que se convirtieron en Benefit Corporation y gracias a la buena imagen que esta nueva tipología conlleva, sus ventas se dispararon. En 2012 alcanzaron unos beneficios de 10.116.556 de dólares y en 2013 alcanzaron los 11.459.944 dólares solamente de sus ventas en la Panadería.

A razón de la existencia de diferentes fuentes de financiación, se va a realizar un estudio de los beneficios totales anuales. En el Excel adjunto más adelante, podemos comprobar en el apartado de los beneficios totales, que en el año de establecerse como Benefit Corporation ya alcanzaron los 16,420,818 dólares y en 2013 llegaron a los 17.422.816 dólares. No solo se alcanzaron más beneficios en 2013, sino que se consiguió un menor peso de las fuentes ajenas en estos y por tanto una mayor independencia.

Es destacable que los ingresos por arrendamientos también se incrementaron. Estos ingresos proceden de las casas de protección oficial que Greyston construyó para sus empleados sin hogar. Consecuentemente, se puede comprobar que aunque las Benefit Corporation ayuden desinteresadamente al inicio a la comunidad y a sus trabajadores, estos

le devuelven el favor. Sea mediante unos pequeños alquileres o mediante un mayor y mejor desempeño de sus funciones, estos empleados a los que se les dio una oportunidad sin mirar su historial, ayudan a Greyston a continuar con su actividad.

2.6. Construir la diferencia:

Siguiendo el modelo heredado de su fundador, la misión de Greyston es conseguir un impacto sostenible a largo plazo en la comunidad y alcanzar el avance o desarrollo personal de cada uno a través de la acción social o medioambiental. El cometido de Greystone para establecer lazos con valores con la comunidad puede considerarse totalmente transparente. Esto es así, gracias a las prácticas de empleo o los programas para el desarrollo de la comunidad que llevan a cabo.

Cuando a principios de 2012 establecieron los objetivos que querían conseguir a finales de año, 2013 y sucesivos, no pudieron imaginar los grandes resultados sociales que conseguirían. Obtenidos gracias a la total inversión de sus beneficios en sus programas de ayuda social y medioambiental, que más adelante se estudiarán en el Excel.

Los objetivos a conseguir durante el año 2013 eran muy diversificados puesto que Greyston quería contribuir con el mundo desde todos los aspectos.

Por un lado, asentaron como objetivos el reducir las emisiones de CO2 causantes del efecto invernadero en un 15% durante el 2013 y en un 25% durante el 2014, así como el conseguir una reducción en un 70% del consumo de la luz y el vertido de residuos en un 75% en 2013. Estos dos últimos serían incrementados a un 90% en 2014.

Por otro lado, también establecieron como objetivos la construcción de viviendas sostenibles para ofrecerlas a la comunidad local, así como alcanzar como mínimo 250 horas dedicadas a voluntariados o servicios sociales realizados por todo el equipo de Greyston en la comunidad local.

Del mismo modo, buscaron alcanzar un incremento del 20% en las ofertas de empleo durante el 2013 y poder cumplir así con sus objetivos de empleo. Por último, desarrollaron unas métricas para evaluar la mejora de la comunidad como consecuencia de los programas sociales llevados a cabo por Greyston, así como por la producción sostenible de sus productos durante 10 años.

En esta misma línea establecieron los tres principales desafíos a los que tendrían que hacer frente. En primer lugar, educar a los grupos de interés sobre la importancia de la sostenibilidad a la hora de conseguir el mejoramiento de la comunidad. En segundo lugar, establecer y asegurar que se comparten los valores de la empresa a lo largo de toda la cadena de producción y suministro. Por último, poder medir el impacto en la comunidad generado por los programas sociales llevado a cabo por la compañía.

Greyston logra muy buenos resultados en sus programas sociales. Esto es debido a que invierte la mayoría de sus beneficios en estos programas, dejando un bajo margen a la reinversión en la empresa.

Como podemos observar, únicamente reinvierte la cantidad necesaria (Costes de Venta en la Tabla 3) para hacer frente a los costes de producción, venta y suministro de Greyston Bakery. El resto lo dedica a fomentar el desarrollo social y proteger el medio ambiente. No destina ninguna cantidad de los beneficios a compensar a los accionistas o inversores.

TABLA 1 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

BENEFICIOS	2013	2012	2011
Ventas-Panadería Greyston	11,459,944	10,116,556	8,435,004
Reembolsos médicos & Tasas Seg. Social	2,081,532	2,246,792	2,294,661
Subvenciones gubernamentales	1,425,483	1,579,123	2,089,330
Ingresos de Arrendamientos	826,507	805,405	784,607
Donaciones Privadas	1,155,223	1,257,202	743,453
Otros	474,127	415,740	607,793
Beneficios Totales	17,422,816	16,420,818	14,954,848

GASTOS			
Coste de Ventas- Greyston Bakery	8,957,560	8,141,911	6,619,652
Marketing & Administración-Greyston Bakery	1,774,065	1,804,652	1,665,328
Programas & Servicios	5,149,480	5,089,955	5,625,956
Dirección & Gerencia	959,367	833,699	882,552
Recaudación de Fondos	538,883	520,482	440,288
Gastos Totales	17,379,355	16,390,699	15,233,776

RESULTADO NETO	43,461	30,119	-278,928
-----------------------	--------	--------	-----------------

Fuente: 2013 y 2014, *Greyston Bakery Inc.* Annual Report¹⁸

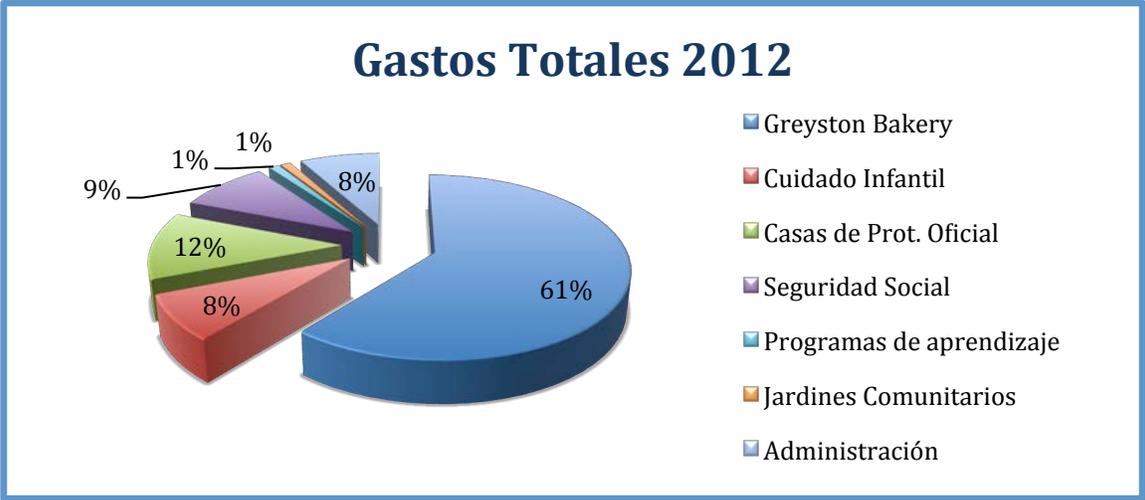
Tras analizar esta tabla, se puede afirmar que Greyston ha conseguido mostrar al público sus buenas intenciones. Ha logrado construir una diferencia al resto de corporaciones y es por eso que es un buen modelo a seguir. Puesto que ha demostrado que invirtiendo en beneficios sociales, cualquier empresa también puede crecer por diversas razones. En primer lugar, porque con sus beneficios consigue compensar los costes originados de su actividad. Y con el resto, al invertirlo en el capital humano, esas mismas

¹⁸ Traducido del Original

personas le devuelven con su esfuerzo, una mayor eficiencia en la producción y por tanto Greyston puede alcanzar unas mayores ventas.

Antes de analizar cada uno de sus programas, cabe hacer una pequeña referencia al gasto que hace en cada programa. En el gráfico adjunto del 2012, se observa que debido a las circunstancias de ese año, se dedicaron más beneficios al cuidado sanitario y a dar un hogar a su empleados. Mientras que en el año 2013, debido a que sus empleados ya tenían las necesidades mínimas, dedicaron más de sus beneficios a generar una mayor contratación y un mayor empeño por conseguir el desarrollo de cada persona de su equipo.

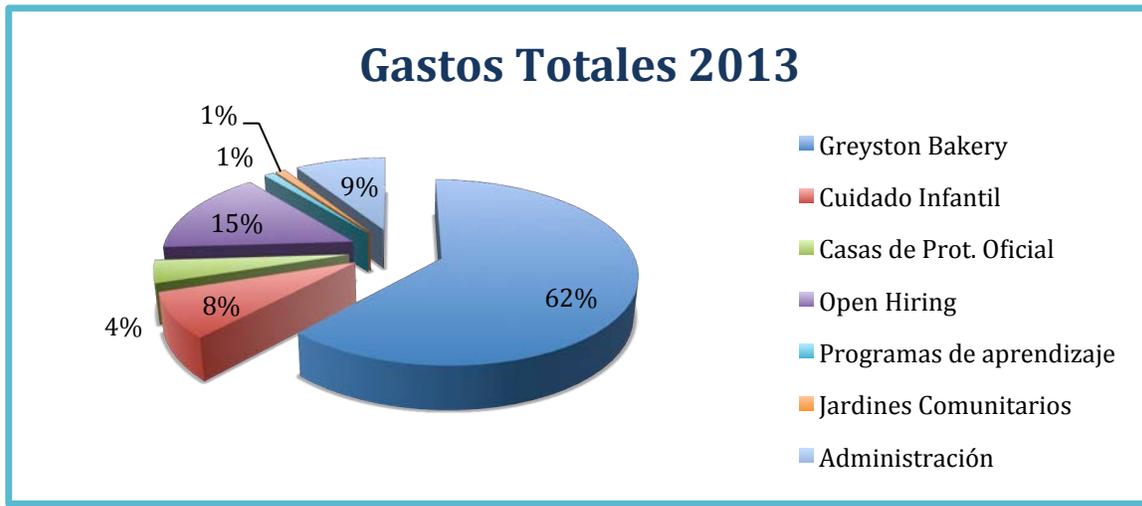
GRÁFICO 3



Fuente: 2013, *Greyston Bakery Inc. Annual Report*¹⁹

¹⁹ Traducido del Original

GRÁFICO 4



Fuente: 2014, *Greyston Bakery Inc. Annual Report*²⁰

2.7. Triplete de Objetivos:

Como se dijo al inicio, Greyston busca principalmente tres objetivos que se podrían resumir en promocionar la creación de puestos de trabajo, desarrollar de la comunidad y conseguir la sostenibilidad medioambiental de la comunidad de Yonkers en el estado de Nueva York. Por ello vamos a estudiar cada propósito por separado.

Si se analiza el desempeño realizado por la empresa en comparación con la Media de las otras Benefit Corporation podemos observar su gran trayectoria y por qué sigue siendo líder en cuanto a impacto social.

Como se puede observar en la imagen, Greyston ha conseguido ser valorada positivamente con 147 puntos sobre 73 de la Media, por el cumplimiento de los objetivos a los que se había comprometido para alcanzar. El objetivo de mayor valoración por su mayor impacto es la comunidad y el de menor puntuación es el del medio ambiente debido

²⁰ Traducido del Original

a que este programa es nuevo y no lleva muchos años implantado.

TABLA 2

Informe del Impacto B		
	Puntos Greyston	Puntos de la Media
Gobernanza	18	10
Trabajadores	16	22
Comunidad	97	32
Medio Ambiente	16	9
	147	73

Fuente: 2014, Greyston Bakery B Impact²¹

Cabe destacar que por lo general, las puntuaciones obtenidas por la empresa superan a la media notoriamente. En cuanto al fomento del desarrollo de la Comunidad, Greyston triplica a las puntuaciones de la media en general y en impacto medioambiental la duplica. Por el contrario está debajo de la media en su objetivo de generar empleo en la Panadería, negocio base de la compañía. Sin embargo, gracias a la buena gobernanza que han conseguido, volverán a ponerse por encima de la media.

En los siguientes apartados se van a estudiar los tres principales objetivos. El Open Hiring, el desarrollo a la sociedad y el cuidado del medio ambiente.

2.7.1. Open Hiring

“Open Hiring” o Contratación Abierta es un sello personal de esta compañía. Siempre bajo la premisa de que el empleo con éxito es el primer paso en el camino de una persona. Por más de 30 años, Greyston ha tenido una política de puertas abiertas a la hora de llevar a cabo la contratación de su plantilla.

²¹ Traducido del Original

Open Hiring está basado en ofrecer oportunidades de empleo a todas las personas. Sin tener en cuenta el nivel de instrucción o educación, el historial de trabajo o las barreras sociales del pasado del candidato en cuestión, como pudiera ser un previo encarcelamiento penitenciario, la falta de vivienda o el consumo de drogas.

En este caso, Greyston Bakery entrena y emplea a los miembros más desfavorecidos de la comunidad de Yonkers. A través de su política de Contratación Abierta, Greyston ofrece empleos a cualquier persona que se inscribe y demuestra la voluntad de trabajar. No hay ni verificaciones de antecedentes ni requisitos previos a la selección, y como resultado, la panadería es capaz de llegar a los más necesitados de esa comunidad y generar puestos de trabajo, capacitación y recursos integrales para el crecimiento personal y profesional de sus empleados.

Las personas a las que se les suele dar trabajo son aquellas consideradas como los grupos difíciles de emplear o marginados sociales. Inmigrantes recientes, excarcelados de centros penitenciarios, subempleados que son utilizados, desempleados crónicos como pueden ser los jóvenes sin una carrera o los mayores de 55 años, ex adictos a las drogas, entre otros.

Una vez que una persona es contratada se convierte en una parte del programa de aprendizaje. Greyston les proporciona recursos, herramientas de desarrollo personal y la formación en competencias profesionales. Mientras que muchos entrenamientos son obligatorios, los empleados son capaces de explorar y adentrarse en otras vías profesionales. Cabe destacar que el programa PathMaking de Greyston siempre les puede abrir el camino.

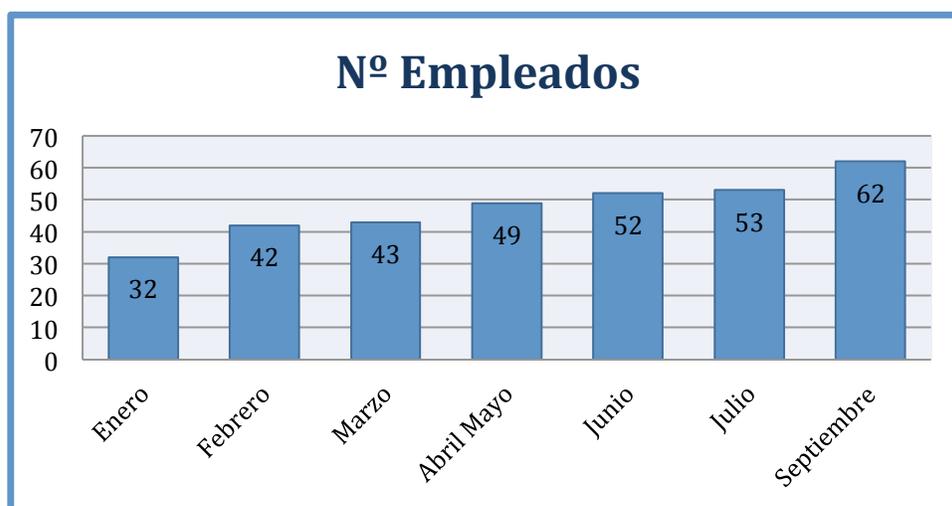
a) Incremento de los puestos de trabajo de repostería²²

El incremento de puestos relacionados con la misión base fue una de las metas para el 2013. Por misión base se entiende el trabajo ofertado en la Panadería. Por ello, para el 2013 Greyston buscó aumentar en un 20% los puestos de trabajo en la sede base de Greyston.

Ya en 2012, consiguieron duplicar la cantidad de puestos de repostería la panadería, mediante la contratación de 30 nuevos empleados a través de su programa de Open Hiring o contratación abierta.

Como se puede observar en la gráfico siguiente desde Enero de 2012 hasta Septiembre de 2012, el número de empleados se incrementó desde los 32 a los 62 empleados que trabajaban como panaderos en la base central.

GRÁFICO 5



Fuente: 2014, *Greyston Bakery Inc. Annual Report*²³

²² Growth in Mission-Based Positions

²³ Traducido del Original

Cabe destacar que durante el 2012, Greyston estableció unas nuevas relaciones comerciales con organizaciones como la Fundación Whole Planet, Seth Greenberg's Authentic Brownie Crunch y Cindy's Cookies. En esta misma dirección, abrieron una nueva segunda línea de producción dedicada a suministrar los productos demandados para servicios de Catering.

Estas alianzas o colaboraciones le han permitido a Greyston expandir sus ventas hacia nuevos mercados e incrementar la producción repostería en la panadería. Por consiguiente, Greyston prevé que en los años venideros, habrá un incremento en el número de posiciones de empleo en la Panadería ofrecidos a los empleados.

2.7.2. Desarrollo de la comunidad

Greyston lleva a cabo diferentes acciones para conseguir el desarrollo de la comunidad local de Yonkers. Estas acciones son las que vamos a estudiar a continuación.

a) Viviendas de Protección Oficial

La provisión de vivienda asequible a las poblaciones vulnerables es esencial para ayudar a lograr su autosuficiencia. Es por ello que Greyston mantiene en su cartera en torno a 300 unidades de vivienda asequible, incluyendo un nuevo proyecto en construcción de viviendas multifamiliares en Yonkers. Este nuevo desarrollo urbanísticos tendrá 92 apartamentos energéticamente eficientes para las familias de los trabajadores locales.

Durante el año 2014, Greyston dio alojamiento a 530 personas, abrió 93 nuevas casas de protección oficial a un alquiler mínimo. Y generó unos ahorros al Gobierno de 3.125.388 dólares, debido a que éste no se tuvo que ocupar de todas esas personas sin techo y los costes que conllevaría. Cabe destacar que un 35% de estas casas de protección oficial están reservadas para los nuevos empleados que provenían de la mendicidad.

❖ ISSAN--Casas de Acogida

Dentro del objetivo de otorgar viviendas a todos sus empleados, se encuentra a su vez otro programa de gran trascendencia. Este es el programa ISSAN o también llamado el programa diario Maitri que buscan proveer de vivienda y de cuidados sanitarios diarios a la población con VIH o SIDA.

El Programa de Día Maitri es el único centro de atención médica para adultos con VIH en todo el condado de Westchester. La mayoría de los que entran en el programa de Maitri también fueron diagnosticados con alguna enfermedad mental o alguna adicción a sustancias psicotrópicas.

Consecuencia de su filosofía de Pathmaking, Greyston cree que la curación es un proceso complejo del que depende no sólo el cuerpo, sino también la mente y el espíritu. Consecuentemente, apoyan a estas personas otorgándoles una forma de vida positiva dentro de una comunidad terapéutica estructurada.

Durante el 2014 han dado alojamiento a 50 personas con VIH y han dado servicios terapéuticos y psiquiátricos a 89 personas con dependencia a las drogas o alguna otra enfermedad mental.

b) Jardines Comunitarios

Este programa medioambiental proporciona a los individuos y a las familias unos espacios verdes y seguros donde podrán hacer crecer frutas y hortalizas frescas. Además, gracias a este programa se podrá aprender acerca de la nutrición, así como para participar en eventos comunitarios.

Actualmente, hay 6 jardines comunitarios de los que son miembros más de 3800 personas y en los que se producen más de 15.000 kg de productos diferentes.

c) Guarderías

Estas guarderías o también llamados centros de cuidado infantil llevan funcionando desde 1988. Nació para ofrecer un servicios de guardería seguro y asequibles para los padres trabajadores de la comunidad. Están orientados para niños de entre 6 semanas a 5 años de edad. El Centro combina un cuidado de alta calidad y educacional con una enseñanza del énfasis en la preparación de la escuela a través del programa Currículum Creativo.

El Centro es uno de los pocos en el área que han sido acreditados por la prestigiosa Asociación Nacional para la Educación de Niños Pequeños (NAEYC). Greyston cree que la oferta de guarderías asequibles y de alta calidad es un apoyo crítico que permite poder trabajar a los padres de bajos ingresos.

Actualmente, hay 130 niños en estas guarderías, de los cuales un 75% han aprobado el Curriculum Creativo y por tanto están preparados para poder acceder al Colegio Infantil. Además, los padres que pudieron empezar a trabajar, gracias a que sus hijos estaban en estas guarderías, han alcanzado entre todos una renta total de 733.200 dólares.

d) Programa de Desarrollo de la Fuerza Laboral²⁴

Este programa esta enfocado a ayudar a los adultos, considerados entre los grupos de difícil contratación. Se basa en que los empleados reciban una enseñanza para ser autosuficientes. En especial les enseñan como manejo diferentes casos y situaciones y cómo desarrollar su carrera profesional. Además de darles formación sobre como será la vida cotidiana en sociedad y su inserción laboral en uno de los niveles de entrada a la empresa.

Cabe destacar que gracias a la adquisición de empleo, estos trabajadores soportarán

²⁴ Workforce Development

una menor dependencia del Gobierno, puesto que ya no necesitaran tantas ayudas. De esta misma manera, al obtener un empleo también adquieren una gran variedad de habilidades y certificaciones que reducirán posibles barreras de empleo futuro, especialmente barreras a oportunidades que incluyan una mayor responsabilidad y ofrezcan una mejor compensación.

El programa ha atendido a más de 200 personas desde su fundación. Durante el 2014, más de 100 personas se graduaron de este curso de aprendizaje, 50 encontraron un trabajo como indefinido y otros 11 encontraron trabajo de 6 o más meses. En total, han generado unos beneficios con sus trabajos durante el training de 139.000 dólares.

e) Voluntariados

Este programa llamado “Devolver el favor a la Comunidad”²⁵ busca que los empleados devuelvan las grandes oportunidades recibidas en forma de ayuda a los demás. Para ello, en Greyston se permite a los empleados dedicar ocho horas pagadas por año para ser voluntario en alguna organización caritativa o en algún evento caritativo que elijan ellos mismos.

Por el trigésimo aniversario de Greyston, se formó un comité para explorar e implementar ideas que les surgieron para conseguir una mayor implicación de sus empleados en esta política. Actualmente, dicho comité ha conseguido coordinar plenamente seis diferentes oportunidades de voluntariado con los horarios anuales de determinados trabajadores y motivarlos a realizar los voluntariados. Para el año 2013 intentó fomentar y motivar al 100% de sus empleados a participar en este programa, y así aumentar el compromiso de los empleados con la comunidad local.

²⁵ Community Give Back Program

2.7.3. Sostenibilidad medioambiental

Después de años centrándose en tener un impacto social bueno y satisfacer las necesidades de la comunidad, Greyston actualmente ha empezado a abordar y tratar también la responsabilidad ambiental, así como todas las mejoras necesarias para conseguir su cometido.

En esta Panadería se reconoce el gran valor de tener una buena administración medioambiental y por ello han introducido una amplia variedad de programas que se centran en la creación de un impacto positivo en el medioambiente a través de sus prácticas comerciales y de producción.

Estos programas de concienciación y ayuda al medio ambiente se dividen en tres grupos temáticos: uno sería el gas de efecto invernadero(GEI), un abastecimiento sostenible y una buena gestión de residuos.

a) Reducción del Gas de Efecto Invernadero²⁶

La compañía estableció una meta progresiva para la continua reducción de este gas tan nocivo como es el gas de efecto invernadero. Durante el 2013, Greyston se propuso reducir las emisiones de este gas hasta en un 15% y llegar a una reducción del 25% durante el año 2014. Del mismo modo, establecieron que buscarían reducir hasta en un 70% el consumo de luz en 2013.

Elaboraron un proyecto para conseguir la disminución del consumo de luz. Para ello en 2013 Greyston instaló la iluminación LED a lo largo de todas sus instalaciones y consiguió la reducción de la iluminación en la panadería en más del 60%. A modo de breve explicación, las luces LED duran más que las bombillas tradicionales y utilizan menos energía para iluminar el mismo recinto o espacio.

²⁶ Greenhouse Gas Reductions

En esta misma dirección, buscaron disminuir el consumo de luz mediante el establecimiento de energías renovables. Gracias a una generosa subvención por parte de Green Mountain Energy's Sun Club, paneles solares fueron instalados en todos los tejados de la panadería. Durante el año 2013 proporcionaron una media de 8.000 kWh de energía, la cual fue utilizada por la matriz entera en todas las instalaciones y oficinas de la Panadería. Consecuentemente, se ahorró unas 164 toneladas de dióxido de carbono, evitando con ello que el CO2 entrara en la atmósfera.

b) Abastecimiento Sostenible²⁷

Otro de los retos del 2013 fue el conseguir un abastecimiento sostenible. Con ello venía aparejado el promover y asegurar que los valores éticos y sociales se compartieran a lo largo de toda la cadena de suministro, desde el primer proveedor hasta el consumidor final.

Para ello llevaron a acabo una Auditoría de toda la cadena de suministro. El fin buscado en esta auditoría era la de poder conocer mejor a sus proveedores, observar la forma en que tratan a sus empleados y comprender en mejor manera sus valores sociales y ambientales, además de comprobar si eran valores compartidos con Greyston.

Esta Auditoría de los Proveedores abarcó una amplia variedad de diferentes prácticas llevadas a cabo por estos como fueron: las políticas locales de contratación, iniciativas ambientales, certificaciones requeridas y los valores empresariales en los que se basaba la organización.

También se creó un Código de Conducta para proveedores, vigente actualmente, que exige el cumplimiento de las normas ambientales federales e identifica las características necesarias para poder admitirse como unas buenas prácticas, que deberían

²⁷ Sustainable Sourcing

llevar a cabo como mínimo todos los proveedores en general.

En esta misma dirección, Greyston utiliza siempre materiales considerados como respetuosos con el medio ambiente en todos sus procesos de embalaje, así como en el material de oficinas.

c) Waste Management: Recycle

Greyston estableció una eficiente gestión de residuos como meta para el 2013, que se basó principalmente en ensalzar el reciclaje y la reutilización. Por ello a principios de 2013, asentaron el objetivo de lograr a finales de años una reducción en el vertido de residuos del 75% en 2013 y de elevar esta reducción hasta un 90% en 2014.

Elaboraron un programa de reciclaje eficiente. Este proyecto estaba enfocado a lograr esa eficiencia en el flujo de residuos generados en los procesos de producción. Además de asegurar que durante esa producción, se procesaron la mayoría de sus residuos en un centro de reciclaje local.

El punto a favor de esta empresa es que los residuos de los alimentos, utilizados en su proceso de producción, son actualmente reutilizados como alimento para animales. Sin embargo, actualmente se están dando nuevas iniciativas de compostaje para los residuos de esos alimentos y nuevos programas para enseñarle esas técnicas a los empleados de la Panadería.

Cabe destacar que uno de los principales desafíos a los que se enfrenta Greyston actualmente es el de la implementación de esta iniciativa. Esto es así por la gran complejidad del desarrollo de un programa que capacite a sus empleados en las técnicas de reciclado apropiadas y de un preciso monitoreo del flujo de los desechos. Consecuentemente, Greyston ha planteado abordar estas preocupaciones con entrenamientos y procesos de aprendizaje, con la creación de señalización y materiales

educativos sobre la importancia del reciclaje.

2.8. Fomentando el cambio en el futuro

La visión de Greyston para el futuro es seguir actuando como uno de los agentes del cambio empresarial y seguir siendo un modelo a seguir para otras empresas sociales.

Consecuentemente, Greyston continúa estableciendo relaciones con empresas de ideas afines y creando diferentes productos considerados de alta calidad. Esto le permite poder garantizar el crecimiento en los próximos años y con ello el continuo desarrollo social. Muchas son las empresas que actualmente dedican parte de su negocio a crear un impacto social y tener unos mayores valores. Por ello, Greyston tiende a entablar relaciones con esas empresas y con ello las posibilidades de un mayor crecimiento en los años venideros. Junto con las 3 razones siguientes, Greyston tiene un futuro muy prometedor.

En primer lugar, Greyston está liderada por un buen Consejo de Administración. Proyectos, como la instalación de los paneles solares o su apoyo a los proyectos de microcréditos para las comunidades muy empobrecidas, sería imposible sin la gran dedicación y desempeño que han llevado a cabo sus socios.

En segundo lugar, Greyston ha empezado una nueva estrategia. Esta consiste en ofrecer una línea de regalos de brownies gourmet para todas las personas que realizan compras por internet habitualmente. Además, por primera vez en 30 años de historia, los regalos estarán disponibles en envases nuevos fabricados con materiales sostenibles.

Por último, Greyston se ha inspirado en los esfuerzos prolíficos de diferentes empresas, así como la legislación sobre las Benefit Corporations defendida por la asociación B Lab. Unilever y su Plan de Vida Sostenible, Ben & Jerry's y su programa Value-Led, así como Whole Planet Foundation y sus microcréditos. Todo junto ha ayudado

a Greyston en su camino para seguir avanzando en su impacto en la comunidad y buscar nuevas reformas ambientales.

2.9. Whole Planet Foundation

Gracias a la asociación llevada a cabo entre Greyston y Whole Planet Foundation ambas organizaciones han podido avanzar y mejorar sus iniciativas sociales. En primer lugar, se incrementó la creación de empleo en la panadería puesto que hay más demanda de productos.

En segundo lugar, el 2% de las ventas del brownie están dirigidas al proyecto de la Fundación Whole Planet que busca apoyar la mitigación de la pobreza a través de microcréditos o micro-préstamos. Greyston ha apoyado a setenta familias gracias a la concesión de estos pequeños préstamos. Cabe destacar que su misión para el 2013 fueron 250 familias y que logró su objetivo finalmente.

2.10. Ben & Jerry's

Cuando Ben Cohen y Bernie Glassman se reunieron en 1987, nadie podía imaginar que su conversación amistosa iba a ser el catalizador de lo que algún día sería una de las alianzas más exitosas en innovación social del mundo. Durante los últimos 23 años, Greyston Bakery y Ben & Jerry's han logrado juntos un crecimiento destacable. No solo como líderes en el campo de la rendición de cuentas de las empresas sino también en atención al impacto social sostenible conseguido.

Esta alianza se basa en una cadena de suministro. Greyston elabora diferentes inclusiones u otros productos horneados como su famoso brownie que Ben & Jerry's incluye en sus helados. Estos helados son Ben & Jerry's Chocolate Fudge Brownie y Chocolate Half Baked.

2.10.1. Programa de Abastecimiento dirigido con valores²⁸

Ben & Jerry ha sido el pionero en establecer este tipo de cometido. El programa Values-Led Sourcing asegura que dentro de la empresa las decisiones que se toman por sus altos cargos sobre las compras o ventas se alinean con su misión y con los valores fundamentales de Ben & Jerry. Esto es así puesto que el fin primordial de esta empresa es poder lograr que su helado sea una fuerza de cambio positivo.

Consecuentemente, la alianza entre ambos ha tenido un gran impacto social, puesto que ambas abogan por unos valores sociales mayores. Greyston se convirtió en un proveedor de Ben & Jerry y se alineó con sus objetivos. Más específicamente, objetivos para promover las oportunidades económicas hacia los más desfavorecidos, utilizar prácticas agrícolas sostenible y que respeten el medio ambiental, así como promover la paz y la justicia.

2.10.2. Prosperidad Ligada²⁹

Ben & Jerry's fue fundada en la creencia en la "Prosperidad Ligada o Vinculada." Esto significa que a medida que la empresa crece y prospera, los beneficios son dirigidos no sólo a los accionistas sino también a los empleados, la comunidad y todos los participantes en la cadena de suministro.

La alianza con Greyston y el impacto de ambos durante estos últimos 23 años es un ejemplo de esta prosperidad vinculada en acción. Juntos han conseguido contribuir con la sociedad de una manera que pocos otros han conseguido.

²⁸ Values-Led Sourcing Program

²⁹ Linked Prosperity

3. Conclusiones

A lo largo de este estudio se han demostrado las diferentes ventajas e inconvenientes que conlleva establecerse como Benefit Corporation. El ánimo de lucro y la libertad generada por la legislación son los principales puntos a favor.

En primer lugar, el ánimo de lucro es un aspecto totalmente positivo. Actualmente, la idea general de la sociedad es que si una empresa tiene ánimo de lucro, únicamente busca enriquecer a sus altos directivos. Y en la misma dirección, no se la puede considerar como una empresa que busca sinceramente el bien social y medioambiental puesto que la gente no confía que lo vaya a conseguir. Por el contrario, se le exige el mismo comportamiento que tendría una ONG, Organización No Gubernamental o no se considera que sus intenciones son buenas.

Esto tiene su origen en que muchas empresas sociales utilizaron sus obras sociales para encubrir otros problemas de la empresa, como perjuicios al medio ambiente, blanqueo de dinero. Si además se le añade, que por lo general a la tendencia general a pensar que todo lo que sea privatización de servicios sociales es perjudicial. Conlleva que la gente de España prefiera recibir unos servicios públicos por parte de una empresa social, sin ningún tipo de supervisión o control, a recibirlos por parte de una empresa como las Benefit Corporation que junto con ese beneficio social, busca sus propios intereses financieros.

Sin embargo, muchas son las ventajas que se desencadenan de que la Benefit Corporation tenga ánimo de lucro como se recoge a continuación a través del análisis realizado en la Benefit Corporation, Greyston Bakery.

- Por un lado, en cuestión de eficiencia y rentabilidad, la Benefit Corporation sobresale destacablemente. Como se puede observar del estudio realizado en Greyston Bakery, gracias a que tiene un fin económico como es la producción

repostera, son muy eficientes a la hora de llevar a cabo su actividad. El tener la meta como es la de conseguir beneficios mediante la venta de sus productos, les lleva a rentabilizar todo su proceso. Desde el inicio hasta el final intentan disminuir al máximo los costes necesarios y eliminar definitivamente todo los gastos innecesarios. Además, gracias a hacer más eficiente el proceso, consiguen disminuir el consumo de la luz y reducir la cantidad de residuos. Consecuentemente, respetan al medio ambiente, generando un impacto negativo menor y una disminución de los gases de efecto invernadero que son tan nocivos para la atmósfera.

- En esta misma dirección, logran una independencia cada vez mayor de fuentes de financiación ajena. Al inicio, necesitarán mas recursos ajenos, pero una vez que la producción empiece a dar sus beneficios, todo el proceso se autofinanciará gracias a su producción. Y al ir mejorando con la experiencia, podrán ir disminuyendo los costes innecesarios, generando un mayor margen de beneficios que podrán destinar a conseguir un mayor impacto positivo. Como se puede observar en Greyston, en 2011 necesitó más recursos propios que en 2013, debido a que fue aumentando la eficacia en el proceso de producción y por tanto conseguir un mayor margen de beneficios con las ventas de todos sus productos. Conjuntamente, al obtener un mayor margen de beneficios pueden invertirlos en sus programas sociales e incrementar el número de personas que podrán recibir la ayuda de esos programas.
- Finalmente, gracias a tener una actividad empresarial se crearán muchos puestos de trabajos. Esto es así puesto que se seguirá necesitando empleados que únicamente se dediquen a esa producción base. Independientemente de los otros trabajadores que se dediquen únicamente a los servicios sociales o de respeto al medioambiente. Como se puede deducir del Informe de Greyston, gracias a su constante expansión mediante las diferentes alianzas, cada año contrata a nuevos trabajadores para continuar con su producción repostera. A su vez, gracias a estas ofertas de empleo, ayuda doblemente a la comunidad puesto que no solo emplea a personas locales, sino que ayuda a esos trabajadores a salir del grupo de los marginados y les ofrece

una nueva oportunidad de vida.

En segundo lugar, la legislación otorga muchas libertades a estas Benefit Corporations. Aunque esta frase pueda ser un poco contradictoria, tiene un gran razonamiento detrás.

- Por un lado, los directores de estas compañías tendrán la libertad para poder dar prioridad a obtener beneficios sociales frente a obtener intereses financieros. De igual manera, que tendrán la libertad para prioridad a unos programas frente a otros. Cabe destacar que nunca podrán dejar sus fines económicos de lado por conseguir sus fines sociales. Incluso podrán darle prioridad a los financieros cuando necesiten una mayor financiación para poder cumplir con sus requisitos sociales y medioambientales de una manera rentable.
- En esta misma dirección, tendrán una mayor protección legal frente a demandas de accionistas que únicamente buscan beneficios financieros como pudiera ser dividendos o intereses, entre otros. En el mismo sentido, estarán protegidos legalmente de aquellos beneficiarios de los programas sociales que desearan obtener una mayor ayuda pública.
- Por otro lado, al estar regulados como una empresa privada con personalidad jurídica, la Benefit Corporation tendrá más libertad empresarial y no podrá ser intervenida por el Gobierno. Los partidos políticos no podrán politizar los proyectos sociales de estas Benefit Corporation y lograr así más votos en sus elecciones. Por el contrario, las únicas personas capaces de decidir sobre cuál serán los programas sociales que se llevarán a cabo, serán los directores. Estos decidirán en atención al mejor interés de la empresa y en concordancia con la actividad empresarial de la misma. Pero nunca decidirán unos beneficios y otros, en función de la ayuda social que quiera imponer el político en cuestión.

Este fue uno de los problemas de las Caja de Ahorros, al ser tan politizadas perdieron la

dirección de sus obras sociales. Estas acabaron siendo el mero vehículo para los políticos, que ofrecían más ayudas sociales, según la Caja correspondientes.

Por otro lado, no debemos olvidar los inconvenientes que se han analizado en este trabajo puesto que como el dicho español aboga “No es oro todo lo que reluce”. Estas principales desventajas son el requerimiento de unas precisiones más estrictas, así como una mayor presión social, generada por las expectativas creadas.

En primer lugar, se deberán cumplir unos requisitos más estrictos de objeto social, rendición de cuentas y transparencia. La Benefit Corporation deberá establecer en sus estatutos unos propósitos que logren beneficios sociales y medioambientales además de los económicos. En el caso de que no se establecieran, nunca se le podría considerar Benefit Corporation puesto que las meras intenciones no implican resultados y lo que se busca con estas empresas sociales es el logro de mejorar el mundo.

En esta misma dirección, deberán atender a unas exigencias más precisas en cuanto a rendición de cuentas y transparencia. Métodos de votación como las mayorías cualificadas, una evaluación anual de la institución independiente B Lab y publicar anualmente Informes explicando su desempeño, buenas prácticas y logros, entre otras explicadas anteriormente. Todo esto puede desencadenar efectos negativos en los empresarios y puede acabar desmotivándoles a intentar lograr el cambio en la concepción de negocio rentable.

En segundo lugar, las Benefit Corporations soportan una mayor presión social. Hecho que viene causado por las grandes expectativas de la gente. Cada logro y cada fallo serán evaluados en profundidad, de igual manera que si no se consiguen unos mayores resultados sociales o un crecimiento de la empresa, los beneficiarios pueden ver ese hecho como negativo. Actualmente hay una errónea interpretación del crecimiento empresarial y la gente inexperta suele unir la idea de crecimiento a éxito. Una empresa que no crece durante un año, se la ve como una empresa que casi va a quebrar cuando a lo mejor ha mantenido ingresos de 20 millones.

Cada empresario deberá sopesar los pros y los contras antes de embarcarse en una de las aventuras más reconfortantes de su vida, como pueda ser la de establecer una empresa que no sólo proporcione rentabilidad económica sino que ayude a mejorar el mundo.

Como una recomendación de cara al futuro, en España se debería considerar la posibilidad de regular esta figura jurídica, para que las empresas sociales españolas no se pierdan simplemente en buenas intenciones. En el caso de que hubiera una legislación vigente y una institución que las evaluara anualmente, se crearía una mayor seguridad jurídica. Conjuntamente, iría acompañado de una mayor aceptación social de la misma y la sociedad comenzaría a creer en sus intenciones puesto que verían sus logros con hechos reales.

ANEXOS

1. Estándar de un tercero independiente

Se considerará integral siempre y cuando evalúe el efecto de sus operaciones que cause en:

- i. Empleados, sus filiales y proveedores.
- ii. Los intereses de los clientes beneficiarios de los fines sociales.
- iii. La comunidad local y la sociedad en general. Especialmente, la comunidad donde se encuentra la Benefit Corporation, subsidiarias o proveedores.
- iv. El medio ambiente.

Se considerará que la evaluación es independiente de la benefit corporation siempre que se satisfagan dos requisitos:

- i. No más de un tercio de los miembros del grupo encargado de la evaluación sean representantes de una asociación de empresas, si la actuación de sus miembros está siendo evaluada en atención a ese mismo estándar.
- ii. Que la evaluación no sea financiada por esa asociación definida antes

Se considerará que es creíble siempre que la persona encargada de la evaluación se le permita:

- i. Tener acceso a los conocimientos técnicos necesarios para evaluar.
- ii. Utilizar un enfoque equilibrado teniendo en cuenta a todos los grupos de interés.
- iii. Incluya un período de comentarios públicos de al menos 30 días para elaborar dicho estándar o norma.

Se considerará que el proceso de evaluación ha sido transparente cuando la siguiente información se haya puesto a disposición del público:

- i. Los criterios considerados para evaluar el desempeño social y medioambiental.
- ii. Las ponderaciones relativas de dichos criterios.

- iii. La identidad de las personas encargadas de la evaluación con el suficiente detalle para revelar cualquier tipo de conflicto de intereses.

2. Legislación Estatal:

Debido a que estudiar cada estado nos llevaría mucho tiempo, vamos a estudiar California como ejemplo de la mentalidad de la costa oeste, Nebraska como Midwest y Nueva York como costa este. Cabe destacar que el sistema legal americano sobre el mundo financiero se divide entre la legislación de Nueva York y la de California en general. (Sproul, C. C. ; 1983)

California

California, estado situado en el suroeste de EEUU. Ahí, las Benefit corporation se deberán constituir de conformidad con el “*General Corporation Law of California*” más exactamente el “*California Corporation Code*”. En atención a los mismos, se establece como requisito que los Estatutos Sociales deberán indicar que la empresa se está estableciendo como Benefit corporation. (Gevurtz, F. 2000) (Ballantine, H. W., Sterling, G. L., & Clark, R. B. ; 2004)

Si la empresa ya estaba constituida, para convertirse a esta nueva modalidad de corporación, únicamente se deberá modificar sus estatutos de modo que contengan un comunicado indicando su voluntad de cambiar el estado jurídico de la empresa. La enmienda debe ser aprobada por 2/3 de los votos de la mayoría cualificada. (Marsh, H., & Finkle, R. R. ; 1977) (Sproul, C. C. ; 1983) (Rawhouser, H., Cummings, M. E., & Crane, A. ; 2015)

Por último, deberá alcanzar los niveles de compromisos exigidos para esta tipología de corporación, en comparación a los exigidos a un tercero independiente.

Nebraska

Nebraska, situada en el mismo centro del corazón del Medio Oeste, es un estado muy conocido en debido a su baja fiscalidad. Muchas empresas tienen sus sedes centrales en Omaha debido a su sistema tributario. Como curiosidad añadida, Omaha es la ciudad natal de Warren Buffett, el cual sigue viviendo allí, por lo que inevitablemente ha hecho que esta pequeña ciudad sea conocida mundialmente. (Ritchie, & Void. ; 1942) (Luedtke, R. A. ; 1957).

Volviendo a nuestro tema, una Benefit Corporation se deberá constituir de conformidad con el “*Business Corporation Act*” (Neb. §§ 21-2001 al 21-20,197). Además de los requisitos especificados en esa ley, los Estatutos Sociales también deberán indicar que la empresa se está estableciendo como Benefit corporation.

Si la empresa ya estaba constituida, para convertirse a esta nueva modalidad de corporación, únicamente deberá modificar sus estatutos de modo que contengan un comunicado indicando su voluntad de cambiar el estado jurídico de la empresa. Esta enmienda debe ser aprobada por al menos la minoría cualificada (Ver Neb. Rev. Stat. Sec. 21 a 403 para una definición de minoría cualificada).

El “*Business Corporation Act*” es de aplicación general a todas las corporaciones con ánimo de lucro, incluyendo la presentación de una informe bienal sobre el impuesto de sociedades que se deberá presentar a la Secretaría de Estado de Nebraska. Conjuntamente, se requiere que la benefit corporation prepare un informe anual sobre los beneficio obtenidos que deberá distribuir a sus accionistas y presentado ante la Secretaría de Estado.

Nueva York

Nueva York, capital de los EEUU es el centro de negocios más grande del mundo. Lo que implica que muchas son las posibilidades que se ofrecen y de las que podría sacar ventaja una Benefit corporation. (Hetherington, J. A. C. ; 1963)

La Benefit Corporation se deberá constituir de conformidad con el “*Business Corporation Law*” (NY Section 402). En atención a los mismos, se establece como requisito que los Estatutos Sociales deberán indicar que la empresa se está estableciendo como Benefit corporation. (Deskins, M. R. ; 2011) (Folk, E. L. ; 1972)

Si la empresa ya estaba constituida para convertirse a esta nueva modalidad de corporación, únicamente deberá modificar sus estatutos de modo que contengan un comunicado indicando su voluntad de cambiar el estado jurídico de la empresa. Esta enmienda deberá ser aprobada por 3/4 de los votos de la mayoría cualificada. (Hansmann, H. B. ; 1981)

Por último, deberá alcanzar los niveles de compromisos exigidos para esta tipología de corporación, en comparación a los exigidos a un tercero independiente.

Bibliografía

André, R. (2012). Assessing the Accountability of the Benefit Corporation: Will This New Gray Sector Organization Enhance Corporate Social Responsibility?. *Journal of business ethics*, 110(1), 133-150.

Ballantine, H. W., Sterling, G. L., & Clark, R. B. (2004). *California Corporation Laws* (Vol. 7). Parker.

Blount, J., & Offei-Danso, K. (2012). Benefit Corporation: A Questionable Solution to a Non-Existent Problem, *The . Mary's LJ*, 44, 617.

Callison, J. W. (2013). Benefit corporations, innovation, and statutory design. *Regent UL Rev.*, 26, 143.

Clark W. H. Jr. , & Vranka, L. (2013). The Need and Rationale for the Benefit Corporation: Why it is the Legal Form that Best Addresses the Needs of Social Entrepreneurs, Investors, and Ultimately, the Public. *White Paper*), *January, 18*, 15.

Clark Jr, W. H., y Babson, E. K. (2011). How Benefit Corporations are redefining the purpose of business corporations. *Wm. Mitchell L. Rev.*, 38, 817.

Cummings, B. (2012). Benefit Corporations: How to Enforce a Mandate to Promote the Public Interest. *Columbia Law Review*, 578-627.

Deskins, M. R. (2011). Benefit Corporation Legislation, Version 1.0-A Breakthrough in Stakeholder Rights. *Lewis & Clark L. Rev.*, 15, 1047.

Folk, E. L. (1972). *The Delaware General Corporation Law: A Commentary and Analysis*. Published for Corporation Service Co., Wilmington, Del., by Little, Brown.

Galle, B. (2013). Social Enterprise: Who Needs It. *BCL Rev.*, 54, 2025.

Gevurtz, F. (2000). *Corporation law*. West Legalworks.

Hansmann, H. B. (1981). Reforming nonprofit corporation law. *University of Pennsylvania Law Review*, 497-623.

Hetherington, J. A. C. (1963). Trends in Legislation for Close Corporations: A Comparison of the Wisconsin Business Corporation Law of 1951 and the New York Business Corporation Law of 1961. *Wis. L. Rev.*, 92.

Hiller, J. S. (2013). The benefit corporation and corporate social responsibility. *Journal of business ethics*, 118(2), 287-301.

Kanig, I. (2012). Sustainable Capitalism Through the Benefit Corporation: Enforcing the Procedural Duty of Consideration to Protect Non-Shareholder Interests. *Hastings LJ*, 64, 863.

Kimbrell, A. R. (2013). Benefit Corporation Legislation: An Opportunity for Kansas to Welcome Social Enterprises. *U. Kan. L. Rev.*, 62, 549.

Loewenstein, M. J. (2013). Benefit Corporations: A Challenge in Corporate Governance. *Bus. Law.*, 68, 1007-1030.

Luedtke, R. A. (1957). Nebraska Corporation Law, A Statutory Jungle. *Neb. L. Rev.*, 36, 368.

Marsh, H., & Finkle, R. R. (1977). *California corporation law and practice* (Vol. 17). West Pub. Co.

Mickels, A. (2009). Beyond corporate social responsibility: Reconciling the ideals of a for-benefit corporation with director fiduciary duties in the US and Europe. *Hastings Int'l & Comp. L. Rev.*, 32, 271.

Munch, S. (2012). Improving the benefit corporation: How traditional governance mechanisms can enhance the innovative new business form. *Nw. JL & Soc. Pol'y*, 7, i.

Murray, J. (2013). Defending Patagonia: Mergers & Acquisitions with Benefit Corporations. *Hastings Business Law Journal*, 9(485).

Rawhouser, H., Cummings, M. E., & Crane, A. (2015). Benefit Corporation Legislation and the Emergence of a Social Hybrid Category. *California Management Review*.

Reiser, D. B. (2011). Benefit Corporations-A Sustainable Form of Organization. *Wake Forest L. Rev.*, 46, 591.

Resor, F. R. (2012). Benefit corporation legislation. *Wyo. L. Rev.*, 12, 91.

Ritchie, & Void. (1942). General Corporation Law of Nebraska. *Neb. L. Rev.*, 21, 197-199.

Sabeti, H. (2011). The for-benefit enterprise. *Harvard Business Review*, 89(11), 98-104.

Sproul, C. C. (1983). Is California's Mutual Benefit Corporation Law the Appropriate Domicile for Community Associations. *USFL Rev.*, 18, 695.

Westaway, K., & Sampsel, D. (2012). Benefit Corporation: An Economic Analysis with Recommendations to Courts, Boards, and Legislatures, *The Emory LJ*, 62, 999.