



LAS SOCIEDADES DE BENEFICIO E INTERÉS COMÚN (SBIC): UNA REVOLUCIÓN EMPRESARIAL PARA UN NUEVO CONTRATO SOCIAL

BENEFIT AND COMMON INTEREST CORPORATIONS (SBIC): A BUSINESS REVOLUTION FOR A NEW SOCIAL CONTRACT

Marina de la Fuente Rivera
Gabeiras y Asociados
m.delafuente@gabeirasyasociados.com



Video resumen del proyecto:
<https://youtu.be/uPZOLKj7xBk>



RESUMEN:

Cada vez más se señala la necesidad de una renovación del contrato social actual, de cara a cumplir con los objetivos ambientales y sociales marcados por la Agenda 2030. La implicación de todos los actores que conforman los actuales sistemas de gobernanza es vital; entre ellos, y como agentes clave del cambio, las empresas. En España, el movimiento de Sociedades de Beneficio e Interés Común (SBIC) ha cobrado fuerza, y la figura legal de la SBIC se haya, por fin, en tramitación. La SBIC es una sociedad mercantil que, además de su ánimo de lucro, tiene como objeto estatutario la consecución de un fin de carácter social y/o ambiental. Mientras que la figura ha sido legalmente reconocida en otros países, no así en España donde, por otra parte, sí hay varias potenciales SBIC operando. Es importante que se regule la figura en aras de su reconocimiento y difusión, así como para evitar los llamados *green, social* o *impact washing* y alcanzar su potencial transformador de la sociedad.

Palabras Clave: Sociedad de Beneficio e Interés Común, Propósito, Responsabilidad Corporativa, ESG, Impacto

ABSTRACT:

More and more voices call attention to the need of a new social contract, in order to comply with the environmental and social targets set by the 2030 Agenda. The involvement of all actors which play a role in the current governance systems is crucial; among them, and as one of the main agents for change, corporations. In Spain, the movement for the so-called Benefit and Common Interest Corporations (SBIC) has grown in force and number, and its legal recognition is, at last, in process. A SBIC is a corporate entity which, aside from its profit making character, contains as a mission statement the attainment of a social or environmental goal. While this legal figure has been recognised in other countries, it has not been done so in Spain, where a growing number of potential SBIC's already exist. It is important to regulate this legal figure, both for the sake of their recognition and outreach as well as to avoid the so-called green, social or impact washing activities, and reveal its full transformative potential.

Keywords: Benefit and Common Interest Corporations, Purpose, Corporate Responsibility, ESG, Impact

Marina es consultora en cambio climático y sostenibilidad en Gabeiras y Asociados. Formada en Derecho y Políticas, y especializada en Derecho Ambiental y Desarrollo Sostenible, cree profundamente en el potencial existente en el sector privado para liderar cambios en dirección a la sostenibilidad. Entendiendo la sostenibilidad como algo transversal (incluyendo criterios sociales, económicos, y ambientales), concibe el momento actual como una oportunidad para avanzar hacia los ODS; es defensora de la necesidad de involucrar a toda la sociedad en su consecución y de la importancia de no dejar a nadie atrás.



1. LAS SOCIEDADES DE BENEFICIO E INTERÉS COMÚN (SBIC) Y EL NUEVO CONTRATO SOCIAL

Sociedad de Beneficio o Interés Común (SBIC), *Benefit Corporation*, Sociedad de Beneficio Colectivo, Empresa con Propósito...son diversos los nombres que se han utilizado para denominar a un nuevo modelo de empresa. Un nuevo modelo donde un número cada vez más amplio de entidades empresariales son conscientes del importante papel que juegan en la sociedad, y asumen sus retos como objetivos propios. A su vez, son muchas las voces que han señalado la necesidad de una renovación del contrato social actual, de cara, entre otras razones, a cumplir con los objetivos ambientales y sociales marcados por la Agenda 2030. Para ello, el consenso y el esfuerzo de todos los actores que conforman los actuales sistemas de gobernanza es vital; entre ellos, y como agentes clave del cambio, las empresas.

El “contrato social”, noción con una larga trayectoria detrás, constituye el necesario pegamento, el compromiso entre los miembros de una sociedad, imprescindible para que esta funcione. Como ocurrió en los años de la Gran Depresión o de la crisis del petróleo de los años setenta, de cuando en cuando, en particular en momentos de crisis, las sociedades se ven obligadas a revisar su trayectoria y emprender un cambio de rumbo (Costas, 2020, p. 22). Actualmente nos encontramos en un momento histórico, donde la humanidad ha de enfrentarse a retos nunca antes encarados. ¿Traerán la crisis climática, la crisis sanitaria, las amenazas a la paz o los desafíos que plantea la nueva era digital el impulso de un nuevo contrato? La respuesta parece ser afirmativa. En palabras de Antón Costas, “la crisis de la covid-19 parece estar creando un nuevo “zeitgeist” o espíritu de una nueva época que viene cargado de urgencia y de ambición de cambio” (Costas, 2020, p. 22).

En los retos que plantea el presente, las entidades empresariales tiene un papel clave que jugar. Contrario a la idea *friedmana* de la maximización de beneficios como único fin de la empresa (Friedman, 1970), el ecosistema empresarial actual asume su responsabilidad en el abordaje de los retos sociales y ambientales, y reclama cada vez más un papel activo en la construcción de un futuro común. En su comunicado anual de agosto de 2019, la Business Roundtable, organización que agrupa a primeros ejecutivos de las 181 mayores compañías estadounidenses, defendía la redefinición del objetivo de las empresas, desde un paradigma *shareholder*, donde primaban los intereses de los accionistas, a uno *stakeholder*, donde el objeto de la empresa se amplía a la consideración de todos los grupos afectados por su actividad. En líneas similares, en su carta a los primeros ejecutivos de 2022, el presidente de BlackRock Larry Fink explicitaba la necesidad de las empresas de crear valor a largo plazo y atender a todos sus grupos de interés, defendiendo así el capitalismo de *stakeholders* como el verdadero “poder del capitalismo”.

2. LAS SBIC EN EL PANORAMA NACIONAL ESPAÑOL

Esta revolución empresarial tiene cada vez más adeptos. En España, el Movimiento B Corp agrupa a un amplio número de empresas en cuyo ADN se ha improntado el tener un impacto positivo. B Lab Spain y Gabeiras y Asociados / Fundación Gabeiras, junto con un amplio número de entidades y personas pertenecientes a distintos ámbitos y vinculados, de alguna manera, con el impacto (empresas, tercer sector, doctores/as...) han coordinado varios esfuerzos de incidencia política y de difusión que se vienen realizando en los últimos años, con el fin último de que se reconozca, como ya se hace en otros países de nuestro entorno, a las Empresas con Propósito o SBIC en la legislación española. Entre las acciones realizadas, además de diversas reuniones con grupos parlamentarios, un Manifiesto suscrito por 53



personas referentes en el ecosistema de impacto y 32 organizaciones, una petición en Change.org que cuenta con más de 30.700 firmas a día de hoy, y la publicación del Libro Verde de las Empresas con Propósito, publicado en 2020 por la editorial La Cultivada, y del consiguiente Libro Blanco de las Empresas con Propósito. Tras estos esfuerzos, el 22 de junio de 2022 se acordó, por fin, el reconocimiento de la figura jurídica de la SBIC en el Congreso de los Diputados, recogíendose como Disposición Adicional en el Proyecto de Ley de creación y crecimiento de empresas (Ley Crea y Crece). El 30 de junio de 2022 la enmienda se votó finalmente en el pleno del Congreso y se incorporó al Proyecto de Ley, que está actualmente pendiente de aprobación definitiva.

La elección de una Ley que busca fomentar el crecimiento empresarial para introducir la figura de la SBIC no es fortuita. Por el contrario, es del todo acertada: empresas ya certificadas como B Corp (que tienen características similares a las futuras SBIC) mejoran sus resultados económicos anuales en un 30% de media. A nivel macro, frente a la creencia errónea que se tenía durante los años 70 de que el fomento de la equidad social mantenía una relación inversa con la eficiencia económica, estudios más recientes muestran la existencia de una correlación positiva entre ambas: una mayor equidad promueve un crecimiento económico estable y más inclusivo (Costas, 2020, p.28).

Por tanto, el momento actual trae consigo retos, pero también grandes oportunidades. El inminente reconocimiento jurídico de las empresas con propósito abre una oportunidad de alineación de las economías con las necesidades sociales y ambientales, mejorando además la disposición para el cumplimiento de la Agenda 2030. Para ello, la creación de consenso entre actores público - privados es vital. En este sentido, la regulación de la SBIC supondrá también una mayor alineación con el interés común en alianza con el sector público. En esta línea de consenso y colaboración se han estructurado las metodologías de trabajo de los mencionados libros: una metodología colaborativa, donde se invitó a personas e instituciones vinculadas a la economía del propósito y se contó con la participación activa de varios/as juristas.

3. ¿QUÉ SON EXÁCTAMENTE LAS SBIC Y POR QUÉ ES NECESARIA SU REGULACIÓN?

Son muchas las entidades que, en el contexto nacional, cumplen con los requisitos de una SBIC. Sin embargo, sólo con una regulación normativa del modelo de propósito se conseguirá una verdadera integración del mismo, evitándose casos de *green/social/impact washing* y asegurando la seguridad jurídica necesaria, y el reconocimiento adecuado que las SBIC necesitan para operar; así se indicaba en el citado Libro Verde, donde se exploraba la situación y tendencias actuales y se identificaba precisamente la necesidad de esta regulación.

En este camino hacia el reconocimiento legal de la SBIC, no se busca que esta goce de ningún tipo de incentivo, más allá de conseguir su resignificación y legitimación y mejorar la transparencia en torno a lo que se denomina propósito social y/o ambiental. Será el propio mercado el que conseguirá guiar los flujos de capital de finanzas sostenibles e inversión de impacto hacia este tejido empresarial, pues se trata de empresas que generan una mejor atracción y retención del talento y el mercado las verá como una alternativa sostenible por sus propios productos y servicios. Pero, para ello, y para fomentar este avance en los retos sociales y ambientales a través las SBIC, estas han de ser legalmente reconocidas y reguladas.



Diversos ordenamientos jurídicos han regulado el modelo del propósito, con distintas variantes, pero con una base común. Algunos estados de EEUU, países de Latinoamérica como Perú o, a nivel europeo, Italia y Francia, son algunos de los principales ejemplos. En el estudio de estos últimos se ha basado, en parte, el citado Libro Blanco que, dando continuidad al citado Libro Verde, se ha publicado en junio de 2022 con el objetivo de profundizar en la propuesta regulatoria y reflexionar sobre el contenido que tendrá la futura norma.

A grandes rasgos, una SBIC (o Empresa con Propósito, como también se ha denominado) es una entidad con ánimo de lucro que, más allá de cumplir con los criterios de responsabilidad ambiental, social y de gobernanza (criterios ESG por sus siglas en inglés), genera un impacto positivo sobre la sociedad, las personas y el medio ambiente. En concreto, en la propuesta regulatoria española, se trata de sociedades mercantiles que, (sea del tamaño que sean) incorporan en sus estatutos, además del ánimo de lucro, la consecución de un propósito, una *misión* (como se denomina en Francia), de contenido ambiental o social. Esta incorporación hace de estas entidades una tipología de empresa diferenciada del resto de Sociedades Mercantiles, pues en su propia razón de ser está la solución a retos de la sociedad.

Una de las preocupaciones que existen a la hora de implementar mecanismos para concienciar sobre los retos y acelerar la transición hacia modelos económicos y financieros más sostenibles e inclusivos, es definir marcos que doten de seguridad jurídica y transparencia al mercado y que permitan identificar aquellas empresas y productos que son verdaderamente ambiental y socialmente sostenibles. Trabajar en torno a la erradicación del *green/social/impact washing*, con el fin de que se guíen de manera eficaz los flujos de capital y los esfuerzos, es importante. Por ello es también esencial, en el ámbito de las SBIC, la construcción de un mecanismo de publicidad fiable, con unos procesos de transparencia y verificación adecuados. Una vez más, esto sólo podrá hacerse a través de su regulación legal, regulación que también habrá de aplicar criterios de proporcionalidad de manera adecuada. Asimismo, habrá de atender a las posibles responsabilidades de los administradores o relacionadas con el derecho de la competencia que, en su caso, podrían derivarse de la norma; acerca de todo ello se debate en el citado Libro Blanco.

4. APUNTES FINALES

Para estar a la altura de los avances a nivel internacional en materia de protección social y ambiental, reflejados en documentos tales como la adopción de los ODS para 2030 o el Acuerdo de París, las sociedades requieren una revisión de su contrato socioeconómico. Las empresas ya no ignoran el papel tan relevante que juegan, y muchas están dispuestas a asumir su responsabilidad en la construcción de un futuro mejor. Sólo contando con la contribución activa de actores tan importantes en nuestros sistemas de gobernanza, podrán darse verdaderos avances; el potencial es, por tanto, inmenso, y la colaboración entre diversos actores, públicos y privados, del ámbito empresarial, académico... más necesaria que nunca. El proyecto de las SBIC, que pone el compromiso y la responsabilidad en el centro, es y será sin duda, un elemento clave en esta renovación.



5. REFERENCIAS

- Costas, A. (2020). *Un nuevo contrato social postpandémico. El papel de la Economía Social*. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.100.18715.
- Friedman, M. (13 septiembre 1970). *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. The New York Times Magazine, <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- Gabeiras, P. y Barahona, M. (2022) *Libro Blanco de las Empresas Con Propósito*, La Cultivada.
- Molina, M., Gabeiras P., y Sánchez, P. (2020) *Libro Verde de las Epresas con Propósito*, La Cultivada.