

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TIPO B:  
LIMITACIONES Y ALCANCES

HEE-JIN SHIN Y FACUNDO AGUSTÍN ÁLVAREZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
MEDELLÍN

2023

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TIPO B:  
LIMITACIONES Y ALCANCES

HEE-JIN SHIN Y FACUNDO AGUSTÍN ÁLVAREZ

Trabajo de grado para optar al título de  
Negociador Internacional

Asesor

JUAN ALEJANDRO CORTES RAMIREZ, Ph.D.

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

MEDELLÍN

2023

14.05.2023

**Hee-Jin Shin y Facundo Agustín Álvarez**

“Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en ésta o en cualquiera otra universidad”. Art. 92, parágrafo, Régimen Estudiantil de Formación Avanzada.

Firma

Handwritten signatures of Hee-Jin Shin and Facundo Agustín Álvarez, separated by a comma, written over a horizontal line.

## **AGRADECIMIENTOS**

Deseamos expresar nuestros más sinceros agradecimientos al distinguido profesor Juan Alejandro Cortes Ramirez, cuya pasión, paciencia, amabilidad y apoyo han sido invaluableles al acoger cada una de nuestras ideas, impulsándonos a perfeccionarlas y, finalmente, convertirlas en el presente trabajo de grado.

Asimismo, no podemos pasar por alto expresar nuestro profundo agradecimiento a todos los distinguidos profesores y profesoras de quienes hemos recibido el privilegio de aprender a lo largo de este enriquecedor proceso académico.

Y, por último, con un profundo sentido de gratitud, deseamos expresar nuestro más sincero reconocimiento a nuestros apreciados padres y madres, cuya inquebrantable dedicación y amor han contribuido de manera inmensurable a nuestro desarrollo personal, así como a nuestra trayectoria académica. Su sacrificio y apoyo incondicional han sido fundamentales tanto en nuestra formación integral como en la exitosa realización de este trabajo de grado.

## CONTENIDO

LISTA DE IMÁGENES .....	7
LISTA DE CUADROS .....	8
RESUMEN.....	9
PALABRAS CLAVE .....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	12
2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	16
3. OBJETIVOS .....	17
3.1 El objetivo general.....	17
3.2 Los objetivos específicos.....	17
4. JUSTIFICACIÓN.....	18
5. METODOLOGÍA .....	20
5.1 Tipo de investigación.....	20
5.2 Método .....	20
5.3 Enfoque.....	21
5.4 Instrumentos de recolección y análisis de la información .....	21
5.5 Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) y Campo de Literatura Relevante (CLR) .....	22
5.5.1 Primera búsqueda: Campo de Literatura Relevante en <i>EBSCOHost</i> .....	22
5.5.2 Segunda búsqueda: Campo de Literatura Relevante en <i>Scopus</i> .....	23
6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	25
6.1 Análisis derivado de la herramienta <i>Bibliometrix</i> .....	25
6.2 Análisis de contenido de los documentos del Campo de Literatura Relevante ..	30
6.2.1 Análisis de la categoría “Propósito” del CLR .....	31
6.2.2 Análisis de la categoría “Metodología” del CLR.....	33
6.2.3 Análisis de la categoría “Resultados” del CLR .....	34

7. HALLAZGOS POR CATEGORÍA INDUCTIVA.....	36
7.1 Hallazgos de la categoría inductiva: “Razones para convertirse en una empresa tipo B” .....	36
7.2 Hallazgos de la categoría inductiva: “Relaciones con teorías alternativas de <i>management</i> ” .....	41
7.3 Hallazgos de la categoría inductiva: “Formación de una comunidad alrededor del movimiento B” .....	43
7.4 Hallazgos de la categoría inductiva: “Aspectos normativos sobre las empresas tipo B” .....	45
7.5 Hallazgos de la categoría inductiva: “Efecto de la certificación por terceros” .....	50
7.6 Hallazgos de la categoría inductiva: “Impacto real de las empresas tipo B en la sociedad y el medioambiente” .....	55
7.7 Hallazgos de la categoría inductiva: “Obstáculos para la empresa B y el movimiento B” .....	61
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
8.1 Las conclusiones.....	64
8.2 Las recomendaciones .....	68
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70

## LISTA DE IMÁGENES

Imagen número 1: Campo de Literatura Relevante en *EBSCOHost*

Imagen número 2: Campo de Literatura Relevante en *Scopus*

Imagen número 3: Combinación marco de literatura relevante (*EBSCOHost + Scopus*)

Imagen número 4: *Main information*

Imagen número 5: Producción científica anual

Imagen número 6: *Main information* con filtro de tiempo en 1968-2022

Imagen número 7: Palabras clave más usadas por los autores

Imagen número 8: Nube de palabras clave

Imagen número 9: Producción de artículos por países en el tiempo

Imagen número 10: Resultado de reporte anual de impacto

## **LISTA DE CUADROS**

Cuadro 1: Formato de la matriz de análisis del Campo de Literatura Relevante

Cuadro 2: Matriz de análisis del Campo de Literatura Relevante

Cuadro 3: Relación categorías deductivas - inductivas



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación de tipo exploratorio caracteriza, a través de un enfoque cualitativo, de qué consisten las empresas tipo B, basándose en trabajos ya existentes y entendiendo, de este modo, las limitaciones y los alcances de este modelo empresarial, que explican el valor real que pueden aportar a la sociedad. Se propone un diseño metodológico basado en la Revisión Sistemática de Literatura propuesta por el profesor Jorge Iván Pérez Rave, a través del desarrollo de cuatro macroprocesos. Se concluye de esta investigación que el movimiento B, en teoría, presenta soluciones oportunas y claramente necesarias a problemas sociales urgentes en el mundo y genera empresas que se enfoquen en la creación de valor para el consumidor y que pongan el propósito al igual que el impacto social y ambiental en el centro de su negocio, mostrando así un desempeño beneficioso comparativamente mejor y representando, en última instancia, un modelo de negocio a futuro sostenible. No obstante, en práctica, no logra cumplir con todos sus objetivos propuestos. Por un lado, resulta importante señalar que, en realidad, este enfoque no otorga poder a todos los grupos de interés, sino que sigue favoreciendo a los inversores y accionistas. Por otro lado, solo se garantiza el cumplimiento de la misión en un entorno regulatorio gubernamental estable. En caso de ausencia de tal entorno, meramente se trata de una misión autoimpuesta desechable. Además, el movimiento B cuenta con otros problemas estructurales significativos, como la variedad de certificaciones con diferentes especificaciones y el profundo desconocimiento por parte de los consumidores y empresas. Finalmente, se propone que, para la proliferación del movimiento B como modelo económico alternativo, se debe crear un marco legal pertinente que contribuya a alcanzar lo propuesto por este modelo económico. Si se solventan dichos problemas, las empresas tipo B podrían convertirse en la solución para la crisis del capitalismo actual, fomentando la innovación y la eficiencia en campos sociales y ambientales. Sin embargo, en la actualidad, se trata meramente de una certificación más.

## **PALABRAS CLAVE**

Empresas Tipo B; Movimiento B; *B-Lab*; Certificación B; Capitalismo Consciente;  
Responsabilidad Social Corporativa

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación presenta un amplio panorama de lo que resultan ser las empresas tipo B. Se utiliza una metodología de investigación documental sustentada en la Revisión Sistemática de Literatura, desde la cual se realizan ejercicios de análisis documental en bases de datos, apoyado en herramientas como *Bibliometrix*. Mediante una lectura crítica se identificaron y generaron siete categorías inductivas que se derivaron en los hallazgos y resultados que abordan los objetivos planteados en esta investigación. El documento se estructura en nueve capítulos, siendo el primero de ellos el planteamiento del problema, el segundo la pregunta de investigación, el tercero los objetivos, el cuarto la justificación, el quinto la metodología, el sexto el análisis de la información, el séptimo los hallazgos por categoría inductiva, el octavo las conclusiones y recomendaciones y, por último, el noveno las referencias bibliográficas.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A principios del siglo XXI la humanidad se enfrenta a desafíos nunca vistos en la historia y la alta población mundial requiere nuevos paradigmas en sociedad, medioambiente y economía (Correa, 2019). Creando de esta manera un caldo de cultivo idóneo para movimientos sociales, como, por ejemplo, los que han propiciado el surgimiento de las empresas tipo B y teorías alternativas de *management*, como el Capitalismo Consciente. Según Abramovay et al., las empresas tipo B (*Benefit Corporations o B-Corps*, por su nombre en inglés) resultan ser organizaciones que se comprometen a brindar un impacto positivo y, además, significativo en el medioambiente y en la sociedad (2013). Estas empresas representan una forma híbrida entre una empresa social sin ánimo de lucro y una corporativa con fines lucrativos, intentando, de esta manera, constituir una solución que permita a empresas privadas generar rentabilidad, a la vez que intenta solventar problemas de sociedad y de medioambiente. Al convertir organizaciones sociales estatales en empresas privadas, se busca fomentar la innovación, al igual que aumentar la eficiencia del impacto en las susodichas (Correa, 2019).

La presentación de un producto o servicio respaldado por un proyecto social conlleva un incremento de valor percibido por los consumidores (Correa, 2019). A pesar de esta evidencia se puede observar una cierta resistencia por parte de las empresas tradicionales frente a este movimiento. Según Servaes y Tamayo, esta resistencia por parte de las empresas tradicionales se debe a la ambigüedad en los estudios que buscan relacionar la Responsabilidad Social Corporativa (*CSR*, por sus siglas en inglés) con el valor corporativo, ya que estos proyectos pueden resultar muy costosos y no siempre incrementan el valor de la empresa de manera significativa (2013). De todos modos, Servaes y Tamayo resaltan la conciencia de los consumidores sobre estos proyectos como un requisito básico para incrementar el valor corporativo a través de proyectos de impacto social (2013).

Pese a la gran popularidad de proyectos sociales de empresas en los últimos años, todavía existe una considerable desinformación entre los consumidores y actores sociales acerca de lo que constituye exactamente una empresa tipo B. Para ser más específicos, aunque el movimiento B haya surgido a principios del siglo XXI y no se trate de algo novedoso, todavía persiste cierta confusión en torno a su significado (Sistema

B, 2022b). Así, por ejemplo, hoy en día existen varios términos que se han establecido a lo largo del tiempo para denominar a empresas de estas características (Sistema B, 2022c):

- Empresas certificadas por organizaciones no-estatales como *B-Lab* (dependiendo de la región)
- Empresas tipo B no certificadas

Para ilustrar mejor, en Colombia existen dos formas de convertirse en una empresa tipo B. Por un lado, se puede conservar el marco legal de una empresa tradicional y agregar documentos de gobernanza, explicando el impacto de la empresa. Por otro lado, se puede cambiar la forma legal de la entidad a una sociedad BIC (Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo), la cual resulta ser una forma legal para empresas solidarias en Colombia (Sistema B, 2022c). A grandes rasgos, las sociedades BIC, también conocidas como empresas de triple impacto, se comprometen a redefinir voluntariamente su modelo de negocio con acciones para crear valor social, ambiental y económico. De hecho, Colombia se convirtió en el primer país latinoamericano en otorgar reconocimiento legal a este tipo de empresas (MINCIT, 2019).

Hay que mencionar, además, que la mayor confusión surge debido a la certificación en sí misma, ya que existen empresas B certificadas y sin certificación. Estas comparten características básicas, como, por ejemplo, su fin de impacto social, pero también presentan diferencias profundas en sus rasgos esenciales. La certificación de empresa tipo B y su reconocido logo se encuentran otorgados por la organización *B-Lab* o Sistema B, mientras que las *Benefit Corporations* representan entidades legales autorizadas por el Estado (Abramovay et al., 2013).

Cabe señalar que existen suficientes comunidades B en diferentes partes del mundo, pero formar parte de estas no implica automáticamente estar certificado por el Sistema B. Así, por ejemplo, la empresa llamada “La Borda”, que promueve la vivienda sostenible en España, forma parte de la red de economía sostenible de Cataluña (La Borda, 2021). Este ejemplo resalta lo complicado que resulta discernir entre diferentes empresas que forman parte del mismo movimiento y que comparten un objetivo común.

Por ende, la consiguiente investigación busca brindar claridad sobre lo que constituye y lo que no constituye una empresa tipo B. Es decir, se quiere aclarar y caracterizar en este trabajo los distintos elementos y propósitos de las empresas tipo B para, de esta forma, entender cuáles resultan ser, por un lado, las ventajas y beneficios de estas empresas y, por otro lado, sus limitaciones y alcances. Todavía cabe mencionar que aún falta claridad sobre cuáles constituyen las principales similitudes y diferencias entre las empresas tipo B y empresas tradicionales con prácticas sostenibles. Por lo tanto, en la presente investigación se analizarán e identificarán estas diferencias.

La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa se destaca en diferentes corrientes económicas que surgieron a principios de este siglo, como la teoría de la economía circular y la economía naranja, entre otras (Martínez & Porcelli, 2018). ¿Cuáles cambios en la sociedad desembocan en estas teorías? ¿Constituye el surgimiento de estas teorías solo una moda que satisface la necesidad de productos con impacto social de los consumidores? Además, ¿en qué se diferencian las diversas teorías de economía sostenible y a cuál pertenece el movimiento B?

Estas preguntas resultan verdaderamente interesantes, dado que el concepto del movimiento B se utiliza en diversos ámbitos, como, por ejemplo, en temas políticos, económicos y de sostenibilidad. Cabe mencionar que esta investigación busca, desde lo documental, brindar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles representaron los impulsores originales y los motivos aún vigentes que sustentan la necesidad de la existencia de las empresas de tipo B?

Cabe mencionar que, según Abramovay et al., *B-Lab* resulta ser una organización que creó la certificación *B-Corp*, con el fin de formar una comunidad de organizaciones en los Estados Unidos que cuentan con una clara misión social y ambiental (2013). Considerando las investigaciones realizadas por el autor Camilleri, se ha determinado que las empresas requieren un mínimo de 80 puntos sobre 200 para obtener la certificación B (2017). Surge ahora la interrogante de discernir las posibles diferencias, ya sean significativas o sutiles, en el impacto social entre aquellas organizaciones que obtienen 80 puntos en comparación con aquellas que alcanzan la puntuación máxima de 200 puntos.

En este punto se presentan cuestiones éticas adicionales, tales como: ¿Cuáles resultan ser las motivaciones que llevan a una empresa a buscar la obtención de este certificado? ¿Solo por razones de mercadotecnia? Asimismo, si las empresas buscan el certificado B con fines principalmente de marketing, ¿esto mostraría un efecto negativo en su contribución efectiva y beneficiosa para la sociedad?

Por tanto, la investigación documental nos ayudará a dar respuesta a estas preguntas éticas planteadas y al problema de investigación. Cabe agregar que este trabajo de grado se concentrará en los rasgos globales del movimiento B y, por consiguiente, no se centrará en ningún país o región en particular.

## **2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

El anterior problema de investigación permite formular la siguiente pregunta:

¿Qué elementos caracterizan las empresas tipo B a partir de una investigación sustentada en la Revisión Sistemática de Literatura?



### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 El objetivo general**

Identificar los aspectos que caracterizan las organizaciones denominadas tipo B, con el fin de brindar claridad conceptual sobre sus ventajas y limitaciones.

#### **3.2 Los objetivos específicos**

- 3.2.1 Comprender las razones por parte de algunos sectores sociales que presentan algún tipo de resistencia al movimiento de las empresas tipo B.
- 3.2.2 Identificar la relación de las empresas tipo B con las propuestas del Capitalismo Consciente y la Responsabilidad Social Corporativa.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo social ha cobrado cada vez más importancia, llegando a ser nombrado un objetivo primordial de la Organización de las Naciones Unidas (*UN*, por sus siglas en inglés) (Organización de las Naciones Unidas, 2022). Este cambio en el paradigma moral ha marcado un antes y un después en la evolución del mercado internacional.

Estas tendencias se reflejan también en los ámbitos del consumo: Según la consultora Simon-Kucher & Partners, en promedio, más de un tercio (34%) de la población global está dispuesta a pagar más por productos o servicios sostenibles (2021). Cabe mencionar que aquellas personas, que están dispuestas a pagar más, aceptarían un sobreprecio del 25%. Se debe agregar que las generaciones más jóvenes lideran esta tendencia y camino, ya que una proporción mayor de la Generación Z (39%) y los *Millennials* (42%) están dispuestos a pagar más por productos sostenibles en comparación con la Generación X (31%) y los *Baby Boomers* (26%) (Simon-Kucher & Partners, 2021).

Las empresas tipo B resultan ser organizaciones que se comprometen a brindar un impacto positivo y, además, significativo en el medioambiente y en la sociedad en un mundo que enfrenta crecientes problemas globales y humanos, como, por ejemplo, la pobreza, el cambio climático, el hambre y la desigualdad de género (Abramovay et al., 2013). Indudablemente, las empresas tipo B generan un impacto de suma importancia en un mundo cada vez más complejo y desigual. No obstante, de acuerdo con Guarna, existe una necesidad innegable de incrementar la conciencia de los consumidores y otros grupos de interés, ya que esto resulta fundamental para que estas empresas ejerzan y alcancen todo su potencial (2019). Aún se puede observar una cierta resistencia por parte de las empresas tradicionales y de los consumidores frente a este movimiento (Servaes & Tamayo, 2013). Para ser más específicos, el desconocimiento, la falta de reconocimiento de los consumidores y la falta de relevancia en el debate público representan los principales obstáculos que se interponen en el camino de las empresas tipo B (Correa, 2019; Guarna, 2019).

Asimismo, pese a las innegables ventajas de este tipo de empresas, se puede observar una resistencia por parte del mercado, representada por un crecimiento menor de

empresas tipo B. Para ilustrar mejor, en Colombia, el número de empresas tipo B solo ha crecido en 73 empresas en un período de 10 años (BCN, 2017; Sistema B, 2022a).

En este trabajo de investigación se analizará la resistencia que se opone al movimiento B por parte de los diversos grupos mencionados previamente, con el objetivo de brindar claridad sobre los obstáculos a los que se enfrenta el movimiento B y, por ende, comprender el devenir de este en el panorama de negocio futuro.

## **5. METODOLOGÍA**

### **5.1 Tipo de investigación**

El tipo y alcance de investigación se enmarcará en un enfoque exploratorio, ya que el objetivo resulta ser la familiarización y aproximación a un fenómeno y concepto relativamente novedoso, desconocido y sumamente promisorio: las empresas tipo B y el movimiento B (Hernández Sampieri et al., 2014). Resulta importante recalcar que, aunque el movimiento B haya surgido a principios del siglo XXI y no se trate de algo nuevo, todavía existe cierta confusión sobre su significado (Sistema B, 2022b). Asimismo, a pesar de la existencia de numerosos estudios sobre, por ejemplo, el origen y el impacto de las empresas tipo B en la sociedad, otros temas relacionados, como la resistencia frente a este movimiento y las diferentes redes y certificaciones que unen a estas organizaciones, continúan representando áreas de investigación insuficientemente exploradas (Correa, 2019). Por consiguiente, se obtendrán informaciones y datos que permitan entender estas empresas y el concepto del movimiento B mejor, indagando desde perspectivas innovadoras. A grandes rasgos, según Hernández Sampieri et al., las investigaciones exploratorias “sirven para preparar el terreno [para nuevos estudios] y, por lo común, anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos” (2014, p. 90).

### **5.2 Método**

La metodología empleada en la presente investigación resulta ser de tipo deductivo. Según Ávila Baray, el enfoque deductivo implica establecer la relación entre la teoría y la realidad del problema de investigación (2006). En el presente caso, la realidad se manifiesta en las investigaciones que preceden a este estudio. Cabe mencionar que dichas investigaciones se expondrán en el Campo de Literatura Relevante (CLR) y, asimismo, se emplearán como reflejo de la realidad del problema de investigación, junto con las búsquedas adicionales que se lleven a cabo en las bases de datos académicas y científicas.

### 5.3 Enfoque

Este trabajo de investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, utilizando datos de investigaciones previas para abordar una pregunta de investigación todavía inexplorada (Hernández Sampieri et al., 2014). La recopilación y el análisis de datos se fundamentan en la búsqueda de fuentes secundarias relacionadas con el tema a investigar: las empresas tipo B. De este modo se persigue realizar una evaluación descriptiva de los hechos, sin la intención de proporcionar explicaciones exhaustivas, con el propósito de comprender qué caracteriza a estas empresas y cuáles resultan ser los motivos que justifican su existencia.

### 5.4 Instrumentos de recolección y análisis de la información

Se aplicará un análisis documental, que constituye una forma de investigación cualitativa, con el propósito de recopilar, interpretar y analizar información y datos provenientes de fuentes secundarias (Bowen, 2009). A grandes rasgos, el análisis documental se emplea de manera sistemática para cumplir con los objetivos de investigación y responder a la pregunta de investigación planteada. Este enfoque implica un procedimiento riguroso de evaluación de documentos tanto en formato digital como físico. Los diversos documentos relacionados con el tema de investigación se representarán de forma sistemática y sintetizada para facilitar su acceso y recuperación. Según Bowen, los investigadores deben interpretar la información y los datos recuperados, con el fin de generar una comprensión más profunda y un conocimiento empírico, otorgando así un significado profundo al tema de investigación (2009).

Para realizar la recolección y el análisis de la información, se empleará la propuesta metodológica llamada "Revisión Sistemática de Literatura" del autor Pérez Rave y se seguirán los cuatro diferentes macroprocesos propuestos por dicho autor (2012):

- **Macroproceso identificar:** El primer macroproceso apunta a la localización del Campo de Literatura Relevante. Este macroproceso se conforma de 10 pasos, como, por ejemplo, la identificación y elección del tema, la formulación de la

pregunta de investigación y la realización de las búsquedas preliminares de información de calidad realizadas en bases de datos.

- **Macroproceso describir:** En el segundo macroproceso se pretende sintetizar y precisar el contenido de los artículos y documentos hallados en la búsqueda de la base de datos, con el fin de extraer hallazgos mediante una lectura y pensamiento crítico.
- **Macroproceso profundizar:** Este macroproceso pretende analizar e implementar de los elementos y características de los principales documentos que conforman la literatura relevante relacionada con el problema de investigación. Se busca identificar aspectos comunes y diferentes que generen los hallazgos y resultados de la investigación.
- **Macroproceso divulgar:** El último macroproceso se orienta hacia el objetivo de adquirir un conocimiento exhaustivo del proceso de investigación y los resultados obtenidos. Esto implica la elaboración de un documento escrito y la exposición ante jurados externos.

## **5.5 Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) y Campo de Literatura Relevante (CLR)**

El objetivo del concepto de la Revisión Sistemática de la Literatura (RSL), de acuerdo con el autor Pérez Rave, consiste en la identificación del Campo de Literatura Relevante (CLR) (2012). Con el fin de obtener el CLR, inicialmente, se realizaron dos búsquedas: una en la base de datos *EBSCOHost* y otra en la base de datos *Scopus*.

### **5.5.1 Primera búsqueda: Campo de Literatura Relevante en *EBSCOHost***

Para empezar, en *EBSCOHost* se realizó una búsqueda con los términos “*B-Corps*”, “*Benefit Corporations*”, “*B-Movement*” y “*B-Lab*”. Se filtró por publicaciones académicas

y se hallaron, en total, 1.101 publicaciones. De este conjunto se seleccionaron 20 artículos en función de la relevancia y afinidad que mostraban sus títulos y resúmenes con el problema de investigación.

*Imagen número 1: Campo de Literatura Relevante en EBSCOHost*



Fuente: Base de datos *EBSCOHost*

Autor: Elaboración propia

### **5.5.2 Segunda búsqueda: Campo de Literatura Relevante en *Scopus***

Para la segunda búsqueda se utilizó la herramienta *Bibliometrix*, una aplicación que facilita el análisis literario de manera sistemática (Aria & Cuccurullo, 2017; Torres Salinas, 2020). A grandes rasgos, este programa solo soporta resultados de búsqueda obtenidos a través de las siguientes bases de datos: *Web of Science*, *Scopus*, *Dimensions*, *Pubmed* y *Cochrane* (Torres Salinas, 2020). Cabe mencionar que la Universidad Pontificia Bolivariana cuenta con una afiliación con *Scopus* y, por consiguiente, se eligió esta base de datos para el análisis en *Bibliometrix*.

En *Scopus* se aplicaron las palabras clave “*B-Corps*”, “*Benefit Corporations*”, “*B-Movement*” y “*B-Lab*” y se hallaron, en este caso, 92.034 documentos. Cabe destacar que se aplicó el filtro de orden “más relevante a menos relevante”. Los resultados, que consistieron en los 2.000 artículos más relevantes, se exportaron a un archivo de Excel, el cual se cargó posteriormente a *Bibliometrix*.

Después de cargar el archivo de Excel con los 2.000 artículos más relevantes en el programa *Bibliometrix*, se procedió a aplicar un filtro para identificar los documentos más

citados localmente. Se realizó un ordenamiento de la información en función de las citaciones locales y se seleccionaron aquellos documentos que contaban con una citación local superior a 10. Como resultado de este proceso, se obtuvo un Campo de Literatura Relevante compuesto por 13 artículos.

*Imagen número 2: Campo de Literatura Relevante en Scopus*



Fuente: Base de datos *Scopus*

Autor: Elaboración propia

Finalmente, el Campo de Literatura Relevante que se analiza en este proyecto corresponde a la suma del CLR obtenido en *EBSCOHost* y del CLR obtenido en *Scopus*. En efecto, se trata de una combinación del marco de literatura relevante conformado por un total de 30 artículos, de los cuales 3 artículos coinciden en ambos CLR.

*Imagen número 3: Combinación marco de literatura relevante (EBSCOHost + Scopus)*



Fuente: Base de datos *Scopus*

Autor: Elaboración propia



## 6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Una vez realizada la búsqueda y organizada la información proveniente de bases de datos, se vuelve necesario realizar un análisis que considere el problema y los objetivos de la investigación. Con este propósito, se empleará una técnica de análisis de contenido basada en la codificación abierta, la cual se encuentra descrita por Strauss y Corbin como el primer paso analítico en investigaciones cualitativas (2016). De hecho, los autores definen este procedimiento como "el proceso analítico por medio del cual se identifican los conceptos y se descubren en los datos sus propiedades y dimensiones" (Strauss & Corbin, 2016, p. 110). El objetivo de la codificación abierta consiste en descubrir los conceptos subyacentes en la información analizada. Estos conceptos, a su vez, constituyen agrupaciones generales que representan "los basamentos fundamentales de la teoría" (Strauss & Corbin, 2016, p. 112). Estos conceptos posibilitan la identificación de similitudes y divergencias entre los distintos textos que se analizan. Una vez identificadas estas similitudes y contradicciones, los conceptos similares se agrupan en categorías que posteriormente se relacionan a través de afirmaciones o hipótesis. Estas agrupaciones generales se desglosarán en etapas posteriores del análisis. Cabe mencionar que las categorías se desarrollan sistemáticamente en términos de sus características (llamadas propiedades) y dimensiones. De hecho, cada categoría posee características específicas y distintivas. Finalmente, al determinar y especificar las diferentes dimensiones, emergen modelos explicativos que sirven de base para el establecimiento y generación de una teoría comprensiva y sustantiva (Strauss & Corbin, 2016).

### 6.1 Análisis derivado de la herramienta *Bibliometrix*

En el análisis con la herramienta *Bibliometrix* se consideran diferentes parámetros con el objetivo de destacar información relevante mediante la identificación de similitudes entre los 1.973 artículos obtenidos de la base de datos *Scopus*. El primer paso en el proceso de análisis consiste en estudiar la información proporcionada en la sección de "*Main information*", que se presenta a continuación.

Imagen número 4: Main information



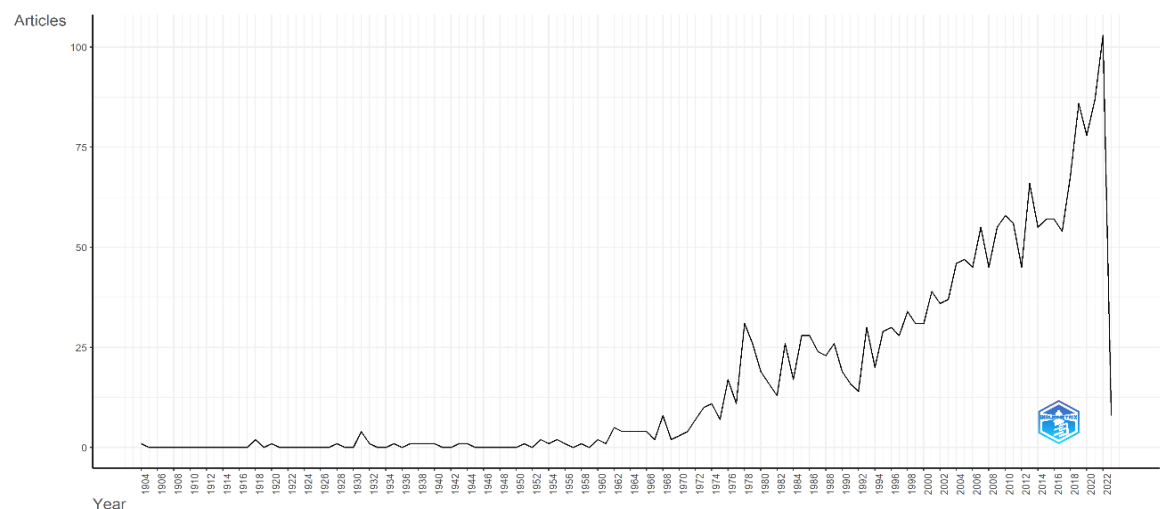
Fuente: Herramienta de análisis *Bibliometrix* y búsqueda en *Scopus*

Autor: Elaboración propia

En este apartado resulta sorprendente que la indagación activa en este campo de conocimiento haya iniciado en 1904. Sin embargo, los documentos desde 1904 hasta aproximadamente 1968 se relacionan con temas que no están directamente vinculados a la investigación, sino con otras disciplinas, como la medicina, posiblemente debido a la inclusión de palabras como "*Movement*" y "*Benefit*".

En la siguiente gráfica se puede evidenciar que el inicio efectivo de la investigación científica relacionada con la RSC y las empresas tipo B se remonta al inicio de la década de los 70 del siglo XX.

Imagen número 5: Producción científica anual

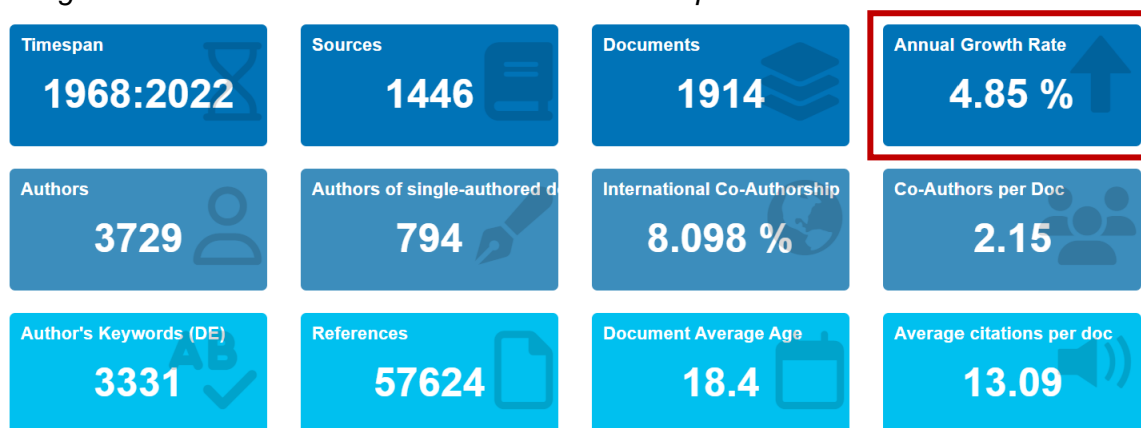


Fuente: Herramienta de análisis *Bibliometrix* y búsqueda en *Scopus*

Autor: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que la investigación activa en este campo abarca un período de 50 años, resulta sorprendente que la tasa de crecimiento de publicaciones anuales constituya solamente un 1,76%. Con el objetivo de realizar una observación más precisa, se aplicaron filtros adicionales al contenido, analizando únicamente los artículos publicados entre 1968 y 2022. De esta manera se reduce la muestra al período de tiempo en el que se inició la dinámica social en el sector privado. Como resultado, en este segundo análisis se puede apreciar un crecimiento en la tasa de publicaciones anuales, alcanzando un valor del 4,85%. Resulta intrigante que, incluso después de 50 años, este tema siga representando un fenómeno relativamente inexplorado. Esto puede deberse a un menor interés de la comunidad científica en investigar en este terreno teórico, lo cual retoma la cuestión central de esta investigación: ¿Cuáles representan los límites y alcances de las organizaciones tipo B?

Imagen número 6: Main information con filtro de tiempo en 1968-2022

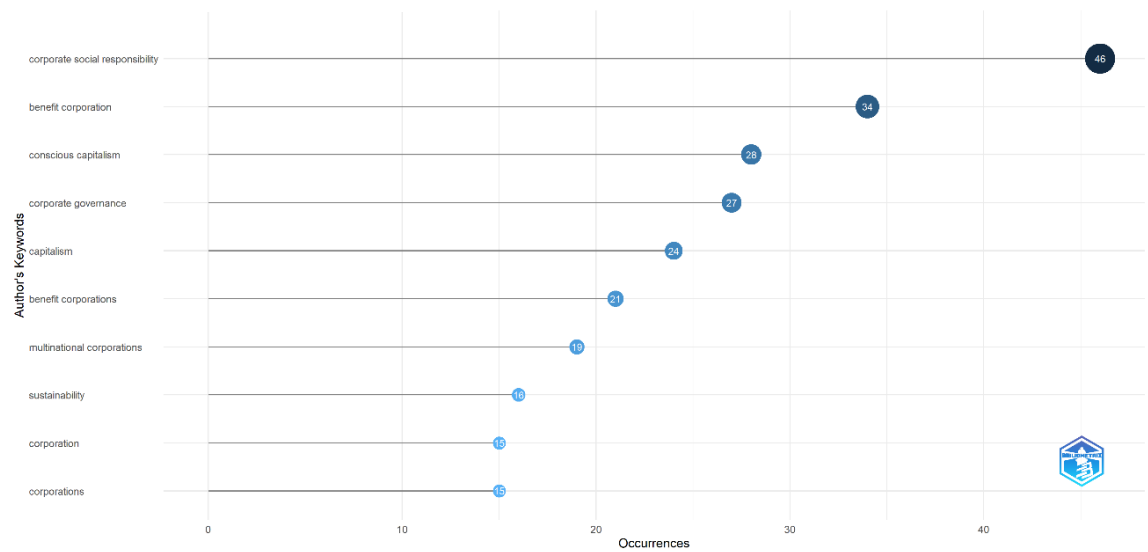


Fuente: Herramienta de análisis *Bibliometrix* y búsqueda en *Scopus*

Autor: Elaboración propia

De igual manera, la herramienta *Bibliometrix* brinda oportunidades para analizar las palabras clave más empleadas por los autores. Como se puede apreciar en la imagen número 7, las palabras clave de mayor uso resultan ser: “*Corporate Social Responsibility*”, “*Benefit Corporations*” y “*Conscious Capitalism*”. Estas palabras clave enfatizan la conexión entre las empresas tipo B, las teorías alternativas de *management* y el impacto de las organizaciones en su entorno social y ambiental. Además, contribuyen a situar el fenómeno de las empresas tipo B en el contexto teórico actual.

Imagen número 7: Palabras clave más usadas por los autores



Fuente: Herramienta de análisis *Bibliometrix* y búsqueda en *Scopus*

Autor: Elaboración propia

La nube de palabras, mostrada en la imagen número 8, busca visualizar el análisis redactado anteriormente el análisis previamente expuesto, exhibiendo las palabras clave más frecuentemente utilizadas en los artículos que conforman el universo. Dichas palabras se presentan en tamaño más grande en proporción a su frecuencia de uso.

Imagen número 8: Nube de palabras clave



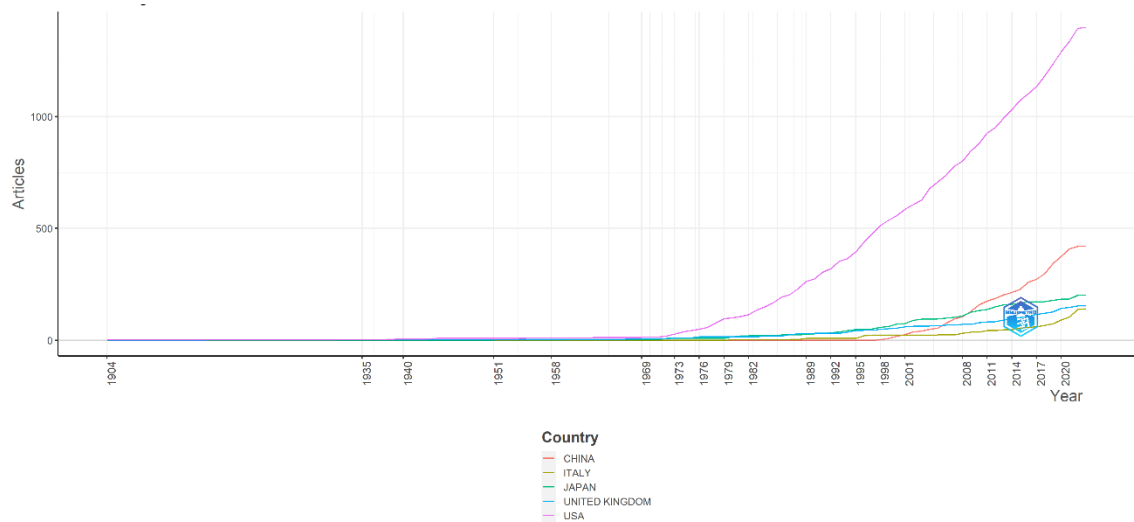
Fuente: Herramienta de análisis *Bibliometrix* y búsqueda en *Scopus*

Autor: Elaboración propia

Como último punto del análisis se observa la producción de artículos científicos, dividiéndolos en sus respectivos países de origen. En la imagen número 9 se puede

apreciar que los principales contribuyentes de nuevos trabajos en el campo analizado resultan ser, respectivamente, los Estados Unidos, China, Japón, el Reino Unido e Italia.

Imagen número 9: Producción de artículos por países en el tiempo



Fuente: Herramienta de análisis *Bibliometrix* y búsqueda en *Scopus*

Autor: Elaboración propia

Como se mencionó anteriormente, la producción científica en este campo ha adquirido una importancia significativa a partir de aproximadamente 1970. Desde entonces, los Estados Unidos se han consolidado como líderes indiscutibles en este ámbito y, hasta el año 2020, han realizado una contribución de 1.394 artículos científicos a la investigación. La suma de los cinco países principales alcanza un total de 2.316 artículos, lo que pone de manifiesto la relevancia de estos países en la comprensión del campo en cuestión y, al mismo tiempo, resalta la escasa contribución de otros países al estado actual del conocimiento.

En conclusión, resulta interesante destacar que el inicio de la investigación en temas relacionados con la responsabilidad social por parte del sector privado puede atribuirse con cierta certeza al inicio de la década de los 70 del siglo XX. Cabe mencionar que el crecimiento anual de las publicaciones en este campo resulta relativamente limitado. Esta misma cualidad se observa en los países que contribuyen activamente a la expansión del estado del conocimiento en este ámbito. A través de este análisis se puede comprender la escasa popularidad de las empresas tipo B, a pesar de su larga existencia.

## 6.2 Análisis de contenido de los documentos del Campo de Literatura Relevante

Para este análisis se utiliza el concepto de las categorías deductivas. Según Bonilla-Castro y Rodríguez Sehk, las categorías resultan ser una forma de clasificar y agrupar conceptos y, asimismo, representan conjuntos de atributos de cualidades o de propiedades que ayudan a identificar distintos elementos (2005). Cabe señalar que la categorización deductiva implica que la categoría se deriva o se deduce a partir de información previamente obtenida, como, por ejemplo, la información proveniente del Campo de Literatura Relevante (Bonilla-Castro & Rodríguez Sehk, 2005).

En efecto, se definen tres categorías deductivas para analizar el CLR de la investigación, es decir, para los 30 artículos. Las categorías definidas resultan ser las siguientes:

- Propósito: Se refiere a los objetivos o la intención que el o los investigadores establecieron para conducir su trabajo. Este propósito puede aparecer de manera explícita o se infiere de la lectura del contenido de cada artículo.
- Metodología: Se refiere a la forma en la cual los investigadores de los artículos recopilaron y analizaron la información. Esta puede presentarse y manifestarse mediante métodos, instrumentos, técnicas y herramientas que los autores exponen explícitamente en el contenido del artículo.
- Resultados: Constituyen los hallazgos a los cuales los investigadores han llegado una vez se analiza la información. Estos reflejan la manera en la cual se logran los objetivos y se contrastan las hipótesis formuladas.

Cada uno de los 30 artículos se leen a la luz de las 3 categorías deductivas mencionadas y se reseña en un cuadro de Excel. En dicho cuadro se utiliza una matriz de doble entrada, en la cual las columnas representan las categorías y las filas corresponden a los artículos. Cada segmento, ya sea relacionado con el propósito, metodología o resultados de un artículo en particular, se acompaña al final con la respectiva cita bibliográfica. Esto se realiza con el propósito de facilitar el segundo nivel de análisis que se llevará a cabo posteriormente, basado en la construcción de la matriz.

El modelo de la matriz se aprecia en el cuadro número 1 “Formato de la matriz de análisis del Campo de Literatura Relevante”. Además, el cuadro número 2 “Matriz de

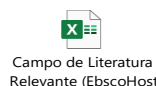
análisis del Campo de Literatura Relevante” puede accederse a través del archivo que aparece debajo.

*Cuadro 1: Formato de la matriz de análisis del Campo de Literatura Relevante*

Artículo	Artículo 1	Artículo 2...	Artículo 30
Categoría deductiva			
Propósito	“Texto” (Cita)	“Texto” (Cita)	“Texto” (Cita)
Metodología	“Texto” (Cita)	“Texto” (Cita)	“Texto” (Cita)
Resultados	“Texto” (Cita)	“Texto” (Cita)	“Texto” (Cita)

Autor: Elaboración propia

*Cuadro 2: Matriz de análisis del Campo de Literatura Relevante*



### 6.2.1 Análisis de la categoría “Propósito” del CLR

Como mencionado anteriormente, según Strauss y Corbin, el primer paso analítico de una investigación cualitativa debe constituir el análisis de contenido mediante una codificación abierta (2016). Para llevar a cabo esta técnica, se deben identificar concepciones cruciales para la investigación, llamadas categorías deductivas, las cuales se encuentran descritas en los objetivos del presente trabajo de grado y resultan ser:

- La caracterización de las empresas tipo B
- Las ventajas que brinda el modelo de negocio tipo B
- Las limitaciones que afectan a estas empresas
- La resistencia a la que se enfrenta el movimiento B
- La relación de este modelo de negocio con las teorías del Capitalismo Consciente y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

En un segundo paso, se llevará a cabo una revisión sistemática y analítica de la categoría “propósito”, tal como se muestra en los 30 artículos que conforman el CLR. Para ello, se conformará un nuevo documento que reúna estos, extrayéndolos del cuadro número 2 “Matriz de análisis del Campo de Literatura Relevante”. Este proceso tratará de designar a cada propósito las categorías deductivas que implica, encontrando similitudes entre dichos propósitos. A través de este procedimiento se resaltarán conceptos que agrupan similitudes y divergencias entre los propósitos analizados, con el fin de identificar las categorías inductivas (Strauss & Corbin, 2016).

Como resultado de este análisis emergen seis categorías inductivas que subyacen a las investigaciones previas y que se encuentran descritas como:

- Razones para convertirse en una empresa tipo B
- Relaciones con teorías alternativas de *management*
- Formación de una comunidad alrededor del movimiento B
- Instrumentos para supervisar y mejorar las empresas tipo B
- Efecto de la certificación por terceros
- Impacto real de las empresas tipo B en la sociedad y el medioambiente

A grandes rasgos, la identificación de las categorías inductivas del CLR facilita la comprensión de los temas cruciales que caracterizan el campo de investigación que concierne este trabajo. Resulta importante destacar que, una vez se han identificado los documentos relacionados con la categoría inductiva, también se determina hacia qué objetivo se orientan con mayor énfasis. Así, por ejemplo, para la categoría “Razones para convertirse una empresa tipo B” se identificaron 9 documentos que se relacionan estrechamente con dicha categoría y, a su vez, se orientan al cumplimiento de 3 de los 5 aspectos identificados en los objetivos de esta investigación. Por lo tanto, en la construcción de los hallazgos, se identificarán las características, ventajas y desventajas que una organización reconoce como razones para convertirse en una empresa tipo B.



## 6.2.2 Análisis de la categoría “Metodología” del CLR

Con el propósito de comprender la investigación previa reducida al CLR, se realiza un análisis de manera general sobre la metodología utilizada en los documentos. El objetivo consiste en identificar tendencias que relacionen los escritos y descubrir los procedimientos clave en el estudio del campo de conocimiento en cuestión. En este caso, no se observa un predominio ni del enfoque cualitativo ni del cuantitativo, ya que alrededor de 14 artículos se adhieren a cada orientación.

Dentro de los artículos con enfoque cualitativo se pueden distinguir varios tipos de análisis, entre los cuales se incluyen:

- Análisis documental
- Análisis inductivo
- Análisis exploratorio
- Análisis comparativo

Siendo el enfoque documental, con un total de siete artículos, el predominante dentro del enfoque cualitativo, se destacan las contribuciones de Cummings (2012), Hasler (2014) y, asimismo, Wilburn y Wilburn (2014). En este caso, la información recopilada proviene primordialmente de fuentes primarias, representando las entrevistas su principal fuente de datos. No obstante, también se encontraron artículos de enfoque cualitativo que se basan en la recopilación de información de fuentes secundarias. En estas circunstancias, se analizaron fuentes relacionadas con la jurisdicción que aborda las empresas de tipo B, con especial énfasis en los Estados Unidos.

Los artículos de enfoque cuantitativo suelen representar investigaciones empíricas basadas en procedimientos estadísticos. Con el fin de acceder a los datos, se utilizan de manera predominante fuentes secundarias como bases de datos. En los casos en los que se fundamentó la investigación en fuentes primarias, lo cual ocurrió en seis ocasiones según Cavazos-Arroyo y Puente-Díaz (2022), Diez-Busto et al. (2022), Grant (2013), Ivanova et al. (2018), Nass (2014) y Segal (2017), se recurrió a la aplicación de encuestas para obtener la información necesaria. De este modo, las investigaciones cualitativas adoptaron enfoques:

- Explicativos
- Estadísticos
- Empíricos
- Comparativos

En una ocasión, en referencia a la literatura aportada por Rawhouser et al. (2015), se recurrió a enfoques mixtos, que integraron elementos tanto cualitativos como cuantitativos. De este modo se puede concluir que la metodología empleada en el Campo de Literatura Relevante resulta variada, lo cual proporciona a la presente investigación una amplia y heterogénea gama de información.

### **6.2.3 Análisis de la categoría “Resultados” del CLR**

En el análisis de la categoría deductiva “resultados” se seguirán los mismos pasos empleados en el análisis de la categoría “propósitos”. Cabe mencionar que durante este análisis se identificó una nueva categoría inductiva, que se añade a las seis categorías inductivas previamente establecidas en el apartado número 6.2.1:

- Obstáculos para la empresa B y el movimiento B

Para finalizar este capítulo y esta sección del procesamiento de la información, se presenta el cuadro número 3 titulado "Relación entre categorías deductivas e inductivas", el cual muestra las siete categorías inductivas y los documentos respectivamente relacionados. De esta manera se abrirá paso al siguiente y último capítulo de este estudio de investigación, donde se expondrán el análisis y los hallazgos finales correspondientes a cada categoría inductiva.

Cuadro 3: Relación categorías deductivas - inductivas

CLR	Categorías deductivas	Categorías inductivas “Propósito” y “Resultados”	Documentos asociados a la categoría inductiva
CLR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La caracterización de las empresas tipo B</li> <li>- Las ventajas que brinda el modelo de negocio tipo B</li> <li>- Las limitaciones que afectan a estas empresas</li> <li>- La resistencia a la que se enfrenta el movimiento B</li> <li>- La relación de este modelo de negocio con las teorías del Capitalismo Consciente y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</li> </ul>	1. Razones para convertirse en una empresa tipo B	Bianchi et al., 2022, Cavazos-Arroyo & Puente-Díaz, 2022, Grant, 2013, Hasler, 2014, Hiller, 2013, Segal, 2017, Soria-Barreto et al., 2021, Stubbs, 2017a, Stubbs, 2017b, Tabares, 2021, van Tol, 2017, Wilburn & Wilburn, 2014.
		2. Relaciones con teorías alternativas de <i>management</i>	André, 2012, Kim & Schifeling, 2022, O'Toole & Vogel, 2011.
		3. Formación de una comunidad alrededor del movimiento B	Correa, 2019, Stubbs, 2017b.
		4. Aspectos normativos sobre las empresas tipo B	Cummings, 2012, Diez-Busto et al., 2022, Hasler, 2014, Hiller, 2013, Lucas et al., 2022, Nass, 2014, Rawhouser et al., 2015, Sharma et al, 2018.
		5. Efecto de la certificación por terceros	Gazzola et al., 2019, Ivanova et al., 2018, Lucas et al., 2022, Nass, 2014, Nigri et al., 2020, Parker et al., 2019, Patel & Chan, 2022, Villela et al., 2021, Wilburn & Wilburn, 2014.
		6. Impacto real de las empresas tipo B en la sociedad y el medioambiente	André, 2015, André, 2012, Cummings, 2012, Nigri et al., 2020, Kim & Schifeling, 2022, Segal, 2017, Sharma et al, 2018, Soria-Barreto et al., 2021, Toepler, 2018, van Tol, 2017.
		7. Obstáculos para la empresa B y el movimiento B	Correa, 2019, Ivanova et al., 2018, Stubbs, 2017a.

Autor: Elaboración propia

## 7. HALLAZGOS POR CATEGORÍA INDUCTIVA

### 7.1 Hallazgos de la categoría inductiva: “Razones para convertirse en una empresa tipo B”

Para empezar, según Bianchi et al., los consumidores se inclinan cada vez más hacia opciones de consumo más responsables y consideran los aspectos sociales y medioambientales a la hora de comprar productos y servicios (2020). Esta tendencia lleva a los consumidores a preferir empresas con acreditaciones, como, por ejemplo, la certificación B, para poder asegurarse de que las empresas realmente estén generando un impacto positivo. En efecto, sus investigaciones indican que la certificación B genera confianza en los consumidores, ya que la misma garantiza que la empresa cumple con estándares ambientales, sociales, éticos y sostenibles (Bianchi et al., 2020).

Más aún, Soria-Barreto et al. señalan que, al cambiar las prácticas a lo largo del tiempo como empresa B, los beneficios ambientales y sociales de la certificación B crecen de una manera gradual y esto refleja el gran compromiso de las mismas con el mejoramiento de su rendimiento (2021). Asimismo, los empresarios utilizan esta certificación B como "sello de aprobación" para validar y verificar su enfoque empresarial y sus prácticas sostenibles ante partes interesadas y para diferenciarse de las empresas tradicionales (Soria-Barreto et al., 2021, p. 114). Así, por ejemplo, validan con este sello valores laborales, como contar con prácticas de reciclaje más sólidas y favorecer al igual que presentar diversidad de género, edad y etnia en su fuerza laboral. A grandes rasgos, como afirman Soria-Barreto et al., razones sociales implican, entre otros, devolver a las comunidades en las cuales las empresas participan elementos de “diversidad [laboral] e inclusión, seguridad laboral, aprendizaje y desarrollo” (2021, p. 115).

Todavía cabe señalar que el estudio de Stubbs mostró razones y motivaciones adicionales para convertirse en una empresa B, las cuales complementan los hallazgos anteriores (2017b). Entre estas razones se encuentran la alineación de valores y la pertenencia a una comunidad de empresas afines, respaldadas por la certificación B, que les confiere una identidad colectiva (Stubbs, 2017b).

En particular, esta certificación B les brinda a las empresas un acceso privilegiado a un movimiento amplio, una comunidad y una red de empresas con ideales similares, lo que brinda oportunidades de colaboración, apoyo y negocios conjuntos. Se afirma que la promoción y construcción del movimiento B constituye una responsabilidad y una pasión para los participantes y que la comunidad B se convierte en una fuente de inspiración para llevar a cabo negocios de manera responsable y sostenible tanto para los propietarios como para el entorno (Stubbs, 2017b).

Se debe agregar que, según Wilburn y Wilburn, las empresas B certificadas, en su conjunto, muestran un mejor desempeño en diversos aspectos en comparación con otras entidades sociales (2014). Así, por ejemplo, se observa que estas empresas resultan un 28% más propensas a contar con mujeres y personas pertenecientes a minorías étnicas en puestos directivos. Asimismo, se evidencia que resultan un 68% más propensas a destinar al menos el 10% de sus ganancias a instituciones caritativas, un 55% más propensas a cubrir parcial o totalmente los costos del seguro de salud para sus empleados y, además, se destaca que las mismas resultan 2,5 veces más propensas a proporcionar a sus empleados al menos 20 horas de tiempo libre remunerado al año para ofrecer sus servicios de voluntario a la comunidad (Wilburn & Wilburn, 2014).

Todas estas observaciones se relacionan también con las investigaciones de Cavazos-Arroyo y Puente-Díaz (2022). Según estos autores, los clientes de las empresas sociales, incluidas las empresas tipo B, valoran y se interesan no solo por los aspectos económicos y funcionales, sino también por el impacto social y ambiental que estas empresas generan (Cavazos-Arroyo & Puente-Díaz, 2022). Por lo tanto, dichas empresas tienden a centrarse en la creación de valor, la fidelidad y, asimismo, la satisfacción de los consumidores. Cabe mencionar que este enfoque en la creación de valor para el consumidor presenta un impacto extremadamente positivo en la retención de clientes existentes que, a su vez, representa una razón clave para convertirse en una empresa tipo B. Para comprender mejor, la creación de valor resulta cada vez más importante para las entidades dada la feroz competencia a la que se enfrentan las empresas sociales hoy en día (Cavazos-Arroyo & Puente-Díaz, 2022).

De igual manera, Grant plantea que el surgimiento de las empresas tipo B ha sido una necesidad que surge de la demanda y las presiones del mercado (2013). Estas

demandas se encuentran impulsadas por cuatro grupos de interés principales: inversores, consumidores, emprendedores sociales y empleados. Es decir, un cambio en la demanda del mercado ha impactado la dinámica empresarial y cada vez más consumidores e inversores buscan empresas que coloquen el propósito y el impacto social y ambiental en el centro de sus operaciones, en lugar de enfocarse únicamente en la rentabilidad financiera. Como resultado, ha surgido un mercado significativo para las empresas que adoptan este enfoque. Por lo tanto, convertirse en una empresa B puede representar una razón y opción válida para aquellas empresas que buscan atender y satisfacer dichas demandas y presiones del mercado en términos de responsabilidad social y ambiental, al tiempo que mantienen un enfoque financiero sostenible a largo plazo (Grant, 2013).

Cabe destacar que, de acuerdo con Toepler, otra razón de suma importancia para que las empresas se conviertan en empresas tipo B resulta ser la significativa contribución de las empresas tipo B certificadas (como una forma de empresa híbrida) a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidas por la Organización de las Naciones Unidas en el año 2015 (2018). En efecto, se encontró que las empresas tipo B realizan contribuciones relevantes a 14 de los 17 objetivos establecidos en su totalidad. Se pone por caso el objetivo número 9 (industria, innovación e infraestructura): Las directrices de la certificación B hacia la neutralidad de carbono fomenta el compromiso general de las empresas B con este objetivo y, por consiguiente, existe una mayor probabilidad de que las mismas tomen medidas para reducir sus emisiones de carbono y minimicen su impacto ambiental (Toepler, 2018).

En general, los resultados de la investigación cuantitativa de Toepler muestran que las empresas tipo B, como se ha dicho, presentan soluciones a problemas sociales urgentes y a nivel global, como, por ejemplo, la pobreza, el cambio climático, la desigualdad, hábitos insostenibles y la corrupción, empoderando comunidades e introduciendo estilos de vida alternativos, nuevos patrones de consumo y soluciones ambientales, entre otros (2018). Hay que mencionar, además, que dichos objetivos fueron creados originalmente para instituciones públicas. Sin embargo, las empresas de tipo B han demostrado su eficiencia al llevar a cabo estas actividades que tradicionalmente corresponden a las entidades gubernamentales. Esto implica que las empresas de tipo B cuentan con el potencial de aliviar la carga sobre los gobiernos y, al mismo tiempo, pueden exhibir su capacidad para obtener resultados positivos y contribuir al bien común (Toepler, 2018).

Resulta necesario recalcar que, de acuerdo con Stubbs, las empresas B están, entre otros, enfocadas en desarrollar tecnologías limpias para detener el cambio climático, romper el ciclo de desventaja social y lograr un cambio significativo que beneficie no solo a la generación actual, sino también a las futuras (2017a). De esta manera se esfuerzan por construir un mundo mejor para todos. Cabe señalar que la búsqueda y generación de rentabilidad y el impacto social y ambiental positivo no resultan ser mutuamente excluyentes para las empresas tipo B. De hecho, la rentabilidad puede desempeñar un papel crucial para lograr un impacto social y ambiental más significativo. Esto se debe a que las empresas de mayor tamaño y rentabilidad poseen la capacidad de atraer a un mayor número de clientes, lo cual conlleva a un impacto social y ambiental positivo de mayor alcance (Stubbs, 2017a).

Habría que decir también que la autora Hiller destaca que una de las razones para convertirse en una empresa B reside en que las leyes corporativas convencionales han restringido la consideración completa de los aspectos sociales y ambientales, debido a la primacía de los accionistas y sus deberes de maximización de la riqueza (2013). En contraste, los estatutos de la empresa B liberan a los directores de este paradigma restrictivo y les obliga legalmente a considerar los intereses de las partes interesadas y a buscar un beneficio público, además de su responsabilidad de generar ganancias para los accionistas (Hiller, 2013). Todavía cabe señalar que Segal confirma lo anterior, enfatizando que las leyes, que rigen a las empresas tipo B, permiten la liberación de los accionistas y la mera maximización de su riqueza (2017). En este sentido, los directores de dichas empresas pueden enfrentar acciones legales si no persiguen un beneficio público. En general, el cambio del enfoque de las empresas puede contribuir a mejorar la imagen del capitalismo en la opinión pública, restaurando la confianza en las empresas (Segal, 2017). Para ser más específicos, al demostrar que las empresas de tipo B pueden lograr éxito financiero mientras trabajan por el bien común, se puede generar un cambio en la percepción pública del capitalismo como un sistema en el cual solo unos pocos se benefician a expensas de muchos otros (Segal, 2017).

No obstante, la perspectiva del autor Hasler difiere de lo mencionado, ya que, según él, las empresas de tipo B otorgan a los accionistas una mayor prioridad en comparación con las empresas tradicionales (2014). Por un lado, el autor confirma que los directores de una empresa B se encuentran legalmente obligados a adherirse de manera más estricta a la misión social de la empresa en comparación con las empresas tradicionales,

lo que refuerza la responsabilidad social de la empresa. Pero, por otro lado, aunque a primera vista las empresas B pueden otorgar poder a los directores y marginar a los accionistas, en realidad brindan a los accionistas un mayor control sobre la gestión de los asuntos corporativos al permitirles comunicar a los directores qué porción de las ganancias desean destinar a causas benéficas o éticas (Hasler, 2014). Así, por ejemplo, Hasler señala que los accionistas, que eligen formar parte de una empresa B, conceden voz a los inversores prosociales y, en última instancia, adquieren una mayor influencia sobre las operaciones de la empresa (2014). A grandes rasgos, todos los diferentes autores se refieren al papel de los accionistas y directores en el contexto de las empresas B, pero presentan perspectivas diferentes y argumentos distintos sobre las implicaciones y razones para convertirse en una empresa B.



## 7.2 Hallazgos de la categoría inductiva: “Relaciones con teorías alternativas de *management*”

En función de establecer una relación entre el movimiento B y otras teorías alternativas de gestión, resulta necesario comprender el origen de estas teorías. Durante la década de los 90 del siglo XX, las grandes corporaciones se centraban en una lógica enfocada principalmente en los accionistas. Sin embargo, en las últimas décadas, esta lógica ha enfrentado cuestionamientos debido a las crecientes demandas sociales. Así surge uno de los conceptos que ha permeado el pensamiento administrativo contemporáneo: la Responsabilidad Social Corporativa. Este compromiso con la sociedad motiva a las empresas a centrarse en las necesidades de todos los grupos de interés, incluyendo a los trabajadores (Kim & Schifeling, 2022).

En este punto específico, tanto las empresas convencionales como el movimiento B comparten objetivos en relación con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), reconociendo la responsabilidad de la organización hacia la sociedad y el medioambiente (Kim & Schifeling, 2022). Sin embargo, resulta importante destacar las diferencias significativas entre la RSC de las empresas convencionales y el movimiento B. Según Kim y Schifeling, la RSC ha sido considerada meramente como una estrategia para aplazar la crisis del capitalismo orientado hacia los accionistas (2022). Esto se debe a que las empresas continúan girando en torno a los inversores, aunque realicen proyectos marginales para beneficiar a otros grupos de interés. Sin lugar a dudas, estas prácticas muestran un impacto positivo en la sociedad, en ocasiones incluso de manera significativa. No obstante, Kim y Schifeling sostienen que estas prácticas no consideran las necesidades de todos los grupos de interés como parte fundamental de las operaciones, a diferencia de las empresas afiliadas al movimiento B (2022). Por otro lado, las empresas B se encuentran obligadas a actuar de acuerdo con las misiones que han elegido en relación con su RSC para mantener su estatus de *Benefit Corporation*. Estas empresas, cuya clasificación B se encuentra respaldada por entidades externas como *B-Lab*, persiguen como objetivos primordiales tanto la rentabilidad como la RSC. Para conservar la certificación otorgada, estas empresas deben cumplir con los requisitos en ambos ámbitos (André, 2012).

En la continuación del análisis de la segunda categoría inductiva, se establecerá una conexión entre las empresas tipo B y la teoría del Capitalismo Consciente. Esta corriente puede implementarse de diversas formas, dependiendo de la gestión adoptada por cada empresa. No obstante, existen pilares comunes compartidos por la mayoría de las organizaciones que la practican. De acuerdo con O'Toole y Vogel, las empresas que adoptan el enfoque del Capitalismo Consciente persiguen un propósito más amplio que la mera búsqueda de beneficios económicos, aspirando también a generar un impacto positivo en términos éticos y medioambientales (2011). Esta definición guarda una notable similitud con la utilizada para caracterizar a las empresas tipo B. Según Abramovay et al., las empresas tipo B resultan ser organizaciones que se comprometen a generar un impacto positivo tanto en el ámbito medioambiental como en el social (2013). O'Toole y Vogel sugieren, además, que otra similitud entre el movimiento B y el del Capitalismo Consciente se refleja en la orientación hacia los grupos de interés, ya que todos los participantes en el negocio, desde empleados hasta inversores, resultan igualmente importantes en el foco empresarial (2011). Como se ha demostrado en este capítulo, las empresas tipo B se alinean con los principios del Capitalismo Consciente. Las *B-Corps* también se adhieren a otras tendencias fundamentales del Capitalismo Consciente, como la integración de prácticas beneficiosas para la sociedad o sostenibles en el núcleo de su estrategia corporativa. Además, al igual que las empresas que practican el Capitalismo Consciente, las empresas tipo B se encuentran dirigidas por líderes que comparten los valores de la empresa. La única diferencia notable entre la práctica del Capitalismo Consciente y el movimiento B radica en la cultura organizacional de jerarquía plana que identifica a la empresa como una comunidad y otorga cierto poder de decisión a todos los empleados. Si bien esta práctica puede observarse en algunas empresas de tipo B, no se considera una característica generalizada de este modelo empresarial (O'Toole & Vogel, 2011).

Se puede concluir que las empresas de tipo B se autoimponen una obligación de cumplir su propósito en torno a la responsabilidad corporativa, la cual se valora anualmente por terceros (André, 2012). De esta forma, la empresa tipo B se compromete a generar un impacto en sociedad y medioambiente, algo que las empresas convencionales (incluso aquellas con sólidos programas de RSC) no pueden afirmar. Asimismo, resulta relevante mencionar las similitudes existentes entre el movimiento B y el concepto del Capitalismo Consciente, las cuales resultan ser lo suficientemente significativas como para argumentar que el movimiento B forma parte del Capitalismo Consciente (André, 2012).

### 7.3 Hallazgos de la categoría inductiva: “Formación de una comunidad alrededor del movimiento B”

El modelo de negocio que busca impulsar y promover la empresa tipo B certificada apunta a redefinir el concepto de éxito empresarial. En esta nueva definición, los logros empresariales no se limitan únicamente a consideraciones monetarias, sino que también abarcan su impacto en la comunidad, el medioambiente y los trabajadores (Correa, 2019). Por esta razón, el movimiento B, impulsado por *B-Lab*, busca construir una comunidad de empresas y personas que compartan una identidad colectiva, ya que una transformación de esta magnitud solo puede brindar un impacto significativo si cuenta con un gran número de seguidores (Stubbs, 2017b). Por lo tanto, se promueve activamente la formación de una comunidad de empresarios a nivel internacional y regional (Correa, 2019). Las iniciativas de *B-Lab* para crear esta comunidad se pueden clasificar en tres categorías:

- Alianzas internacionales: El movimiento B cuenta con 9 redes de aliados que están conectados a la matriz de *B-Lab* Estados Unidos, lo que abarca 26 países. Entre ellos se encuentran “*B-Lab Europe*”, “*B-Lab Australia & New Zealand*” y el “Sistema B” en Latinoamérica. Anualmente se ofrecen reuniones globales para los aliados con el fin de promover el movimiento B. Se debe agregar que estas alianzas sirven para el intercambio de información y, asimismo, facilitan la evaluación del impacto por región (Correa, 2019). Además, como menciona Stubbs, la existencia de estas alianzas internacionales sirven para representar y fomentar la comunidad B en la respectiva región mientras se brinda una infraestructura de apoyo (2017b).
- Comunidades locales: Al igual que las alianzas internacionales, las comunidades locales sirven para el intercambio de información entre las empresas. En este caso se busca mejorar la colaboración y acción colectiva en las regiones donde actúan las empresas tipo B, formando ecosistemas B. Un ejemplo significativo de esta estrategia resulta ser la creación de “Ciudades+B”. Este programa busca mejorar la capacidad para adaptarse y crecer de la comunidad en diferentes ciudades como Santiago de Chile o Mendoza. Para impulsar el crecimiento de las

comunidades B se realizaron concursos, ofreciendo capital semilla en las ciudades mencionadas (Correa, 2019).

- Iniciativas globales: En términos de iniciativas a nivel global, el Sistema B ha desarrollado dos importantes pilares de apoyo para la comunidad B en América Latina. Por un lado, a través de las Comunidades Jurídicas B, se busca promover leyes que favorezcan a las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo, denominación otorgada a las empresas tipo B en la región. De esta manera se busca orientar la legislación correspondiente en línea con los principios y valores del movimiento B. Por otro lado, se han establecido alianzas con diversas universidades a través de la Comunidad Academia B, con el objetivo de fomentar la investigación sobre el movimiento B y formar a los líderes del futuro en prácticas económicas alternativas, tal como se menciona en el presente trabajo (Correa, 2019).

Como señala Stubbs, la agrupación de empresas en un colectivo que reúna organizaciones con valores similares conlleva otros beneficios más allá de las oportunidades de colaboración (2017b). Para ser más específicos, la identificación de empresas bajo el sello "Tipo B" brinda claridad a todos los grupos de interés sobre la naturaleza del negocio, facilitando así la comprensión del modelo de negocio (Stubbs, 2017b).

Se puede concluir que *B-Lab* trata de manera activa de crear una comunidad alrededor del movimiento B. Esta comunidad de empresas tipo B certificadas crea una identidad colectiva que ayuda a las organizaciones a cooperar entre ellas. Además, mediante la infraestructura de apoyo establecida por la comunidad se pueden llevar a cabo modificaciones y cambios en la legislación o en la educación que no resultarían posibles si cada empresa actuara de manera individual. Por último, resulta importante destacar que el símbolo de *B-Corp*, el cual representa a la comunidad B, desempeña un papel fundamental al permitir que los consumidores y todos los grupos de interés identifiquen el tipo de empresa al que pertenece.

#### 7.4 Hallazgos de la categoría inductiva: “Aspectos normativos sobre las empresas tipo B”

En la actualidad, las empresas tipo B representan, en algunos países, entidades que aún se rigen por una responsabilidad autoimpuesta y, en ocasiones, cuentan con certificaciones otorgadas por terceros. Por esta razón, según Cummings, resulta fundamental establecer una legislación que reconozca la singularidad de este modelo de negocio (2012). Un ejemplo frecuentemente empleado para ilustrar la necesidad y pertinencia de una legislación específica destinada a las empresas tipo B radica en el caso de la demanda interpuesta contra *Ben & Jerry's* por no haber seleccionado al postor más beneficioso durante su venta, en virtud de la preocupación de que el nuevo propietario no preservara las prácticas sostenibles de la empresa. Esta demanda obtuvo éxito gracias a la exigencia legal de alcanzar el mejor acuerdo para los inversionistas en caso de una venta (Cummings, 2012).

La cuestión que emerge de tal demanda se vuelve evidente: ¿Cuál resulta ser el destino de una empresa comprometida con una labor social o ambiental en caso de venta o cambio de directiva si no existe una legislación específica para las empresas tipo B? En cualquier escenario, Cummings destaca la imperante necesidad de establecer una obligación jurídica que garantice la lealtad y el cumplimiento de la misión empresarial, ya sea en el mencionado caso previo o en situaciones de *greenwashing*<sup>1</sup> (2012). Además, este autor destaca otro desafío que enfrentan las empresas tipo B debido a la ausencia de una legislación adecuada, el cual se refiere a la necesidad de atraer inversionistas (Cummings, 2012). Teniendo en consideración que en una empresa tipo B la rentabilidad del capital invertido no constituye el núcleo central de la empresa y, además, no se cuenta con ninguna ventaja tributaria similar a las ONG, surge el interrogante: ¿Qué atractivo ofrecen estas empresas a los inversionistas?

Complementando la necesidad de una legislación, Rawhouser et al. sugieren, en su investigación de campo, que la creación de una categoría organizacional para empresas híbridas, como las de tipo B, conllevaría diversos impactos positivos en dichas organizaciones (2015). De esta forma, según los autores, esta clasificación

---

<sup>1</sup> Término utilizado para describir una práctica de marketing que pretende crear la ilusión de un impacto ambiental positivo por parte de una empresa (Climate Consulting, 2023).

proporcionaría una flexibilidad organizativa que potencialmente beneficiaría tanto a organizaciones con fines de lucro como sin ánimo de lucro. Asimismo, los investigadores respaldan la idea de un posible efecto dominó que promueva una mayor atención de la sociedad hacia prácticas empresariales positivas (Rawhouser et al., 2015).

De todos modos, no toda la argumentación resulta positiva, ya que también existen voces críticas contra esta legislación. Rawhouser et al. resaltan, entre estas, la dificultad que implica regular este modelo organizacional, el cual se caracteriza por su alta complejidad y costos asociados (2015). Otro argumento frecuentemente planteado en el debate constituye la categorización de las empresas como "buenas", lo cual podría generar la percepción generalizada de que las demás resultan ser "malas" (Rawhouser et al., 2015).

Partiendo de la premisa de la necesidad de una nueva legislación, surge un interrogante acerca de los elementos que deberían conformarla. Según Hiller, esta legislación debería contemplar cinco aspectos fundamentales para su correcto funcionamiento (2013):

- Garantizar un beneficio público a través de las actividades empresariales
- Establecer la obligación de obtener una certificación de terceros que garantice una revisión anual
- Estipular responsabilidades adicionales para los directivos
- Brindar transparencia a los grupos de interés
- Vincular legalmente a las empresas con sus misiones de beneficio público

En algunos estados de los Estados Unidos, esta legislación ya ha sido promulgada. Su objetivo primordial consiste en garantizar el cumplimiento de la misión autoimpuesta por las empresas tipo B. Para lograr esta meta, se han establecido dos grandes responsabilidades para aquellas empresas que deseen obtener el estatus de *Benefit Corporation*, las cuales pueden agruparse en dos categorías:

- Responsabilidad con la misión: La legislación actual exige que los directivos de las organizaciones privadas actúen de manera responsable, considerando las consecuencias de sus decisiones y evitando actos de fraude. Asimismo, se agrega a los directivos de las empresas tipo B dos responsabilidades adicionales:

considerar el impacto en todos los grupos de interés y generar un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente (Cummins, 2012).

- Responsabilidad con el certificador y el público: Las certificadoras de tipo B, como *B-Lab*, establecen ciertos estándares para reconocer a las empresas como parte del movimiento B. Este reconocimiento, respaldado por los grupos de interés, requiere una renovación anual a través de la presentación de un informe de impacto anual que incluya los resultados de la auditoría realizada por el certificador y el impacto en cada uno de los grupos de interés (Cummins, 2012).

Cummins justifica la publicación de un informe de impacto anual, argumentando que la presión del mercado constituye el mecanismo más efectivo para asegurar que las empresas cumplan verdaderamente con su misión (2012). Cabe destacar que la literatura revisada presenta diferentes perspectivas respecto al informe anual de impacto. Mientras Diez-Busto et al. califican la medición del impacto como necesidad imprescindible para su aplicación (2022), por ejemplo, Cummins critica el enfoque cuantitativo del informe de impacto actual, argumentando que los cambios en algunos campos solo se pueden medir y evaluar a largo plazo, que las misiones sociales suelen presentar una complejidad que no se puede reducir a datos cuantitativos y que, a largo plazo, las necesidades de la sociedad y el medioambiente resultan susceptibles al cambio (2012). Otros autores, como Sharma et al., han señalado discrepancias con este enfoque en empresas tipo B australianas (2018). Algunas de estas empresas enfrentan desafíos al momento de evidenciar de manera adecuada el impacto de sus prácticas en la sociedad y el medioambiente mediante el uso de modelos cuantitativos. Como resultado, se encuentran desfavorecidas en la evaluación global al especializarse únicamente en un área y no contar con un impacto equilibrado en todas las áreas. Por otro lado, algunas empresas en el mismo estudio expresan satisfacción con el modelo actual, presentando casos de cómo lograron mejorar sus prácticas a través del informe anual. Una práctica frecuentemente mencionada constata la implementación de programas de reciclaje (Sharma et al., 2018).

De igual manera, en lo que respecta a la atracción de capital, la certificación de empresas tipo B y el cumplimiento de su misión se presentan como una solución viable. Hasler, por ejemplo, sostiene que las empresas, que forman parte del movimiento B, representan una oportunidad altamente atractiva para inversores de diversos perfiles

(2014). Según el autor, esto se debe a que las empresas tipo B no reducen el valor para los inversionistas, sino que lo redefinen. En el contexto actual, el valor añadido de una inversión se centra y se valora exclusivamente en aspectos monetarios (Hasler, 2014).

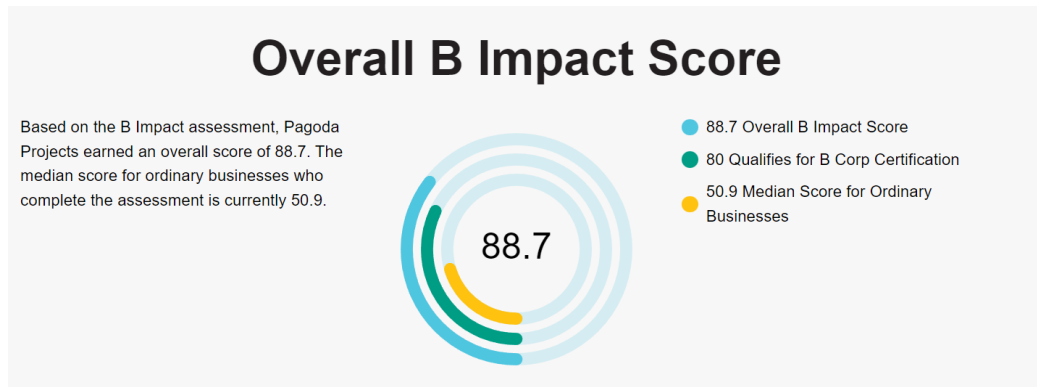
Según Hasler, los inversores suelen buscar una combinación de ganancias y apoyo a la comunidad que maximice su bienestar subjetivo (2014). Hasta ahora, las donaciones a organizaciones sin ánimo de lucro se habían utilizado para satisfacer estas necesidades. Sin embargo, las empresas tipo B ofrecen una alternativa atractiva, ya que una inversión en este campo combina tanto el aspecto monetario como el humano en una misma inversión. Este enfoque presenta dos ventajas significativas. En primer lugar, los inversores cuentan con la opción de elegir qué tipo de impacto desean generar, ya que existen empresas tipo B especializadas en diferentes áreas sociales y ambientales. En segundo lugar, las empresas tipo B certificadas se encuentran obligadas a publicar informes anuales de impacto, lo que garantiza que estén logrando un impacto positivo en la sociedad (Hasler, 2014).

Aunque la legislación cumpla con los cinco objetivos mencionados por Hiller, existen argumentos que resaltan la vulnerabilidad de la responsabilidad impuesta en relación con la certificación y el público (2013). Según la investigación realizada por Nass, la legislación estadounidense requiere una certificación como empresa B que verifique anualmente el cumplimiento de las especificaciones básicas, incluyendo el cumplimiento de la misión autoimpuesta y la presentación de un informe anual que lo demuestre a todos los grupos de interés (2014). Sin embargo, la elección de la entidad certificadora queda a discreción de la empresa. Esto puede dar lugar a que empresas del mismo tipo, que cumplen con los requisitos establecidos por la legislación, obtengan diferentes sellos de certificación, lo que podría generar confusión (Nass, 2014).

Además, en relación con el informe anual que evidencia el cumplimiento de un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente, muchas empresas se limitan a publicar el informe proporcionado por *B-Lab* (Nass, 2014). Un ejemplo de dicho informe se puede apreciar en la siguiente imagen.



Imagen número 10: Resultado de reporte anual de impacto



Fuente: *B-Lab*, 2023

Autor: *Pagoda Projects*

Como puede inferir el lector, el informe anual dirigido al público, provisto por ciertas empresas certificadas como tipo B, no cumple verdaderamente su propósito de informar acerca de su impacto positivo y el cumplimiento de su misión empresarial. Por consiguiente, Nass critica la falta de claridad que la legislación presenta tanto en la certificación como en el informe de impacto, lo cual no brinda una visión clara al público en general (2014).

De esta manera, la legislación propuesta, que aboga por una colaboración entre el Gobierno y la entidad certificadora, cuenta con el objetivo de abordar los dos principales desafíos planteados: la obtención de capital y el compromiso con la misión. Por tanto, la literatura respalda esta legislación como el mejor instrumento para supervisar y mejorar las empresas tipo B. Sin embargo, se reconoce que todavía hay aspectos que pueden mejorarse en la legislación vigente. En efecto, una de las áreas de mejora radica en la estandarización y claridad del proceso de obtención de la certificación, con el objetivo de asegurar su comprensibilidad por parte de los grupos de interés. Además, resulta posible optimizar la divulgación de los informes anuales para promover una mayor transparencia y accesibilidad a la información (Hiller, 2013).

La presencia de una legislación deficiente, como sostienen Lucas et al., acarrea un impacto negativo en la expansión del movimiento B (2022). Los autores argumentan que la legislación actual, al presentar deficiencias en su rigurosidad y especificación, facilita la incorporación al movimiento de empresas que no cumplen adecuadamente con los requisitos establecidos (Lucas et al., 2022).

## 7.5 Hallazgos de la categoría inductiva: “Efecto de la certificación por terceros”

Según Gazzola et al., la certificación B constata un proceso riguroso y completo llevado a cabo por *B-Lab*, una organización independiente sin fines de lucro (2019). En general, se utiliza la herramienta de evaluación BIA (*B Impact Assessment*), desarrollada por *B-Lab*, que consiste en un informe de impacto anual que mide el impacto social y ambiental de una empresa en cinco áreas de impacto clave: el impacto en el medioambiente, la comunidad, los clientes, la gobernanza y los empleados (2019). En el caso de que una empresa cumpla con los altos estándares de impacto positivo en las áreas mencionadas, se le otorga la certificación B y se convierte, en última instancia, en una *Certified Benefit Corporation* (Gazzola et al., 2019). A grandes rasgos, el efecto y potencial de la certificación B radica en su capacidad para fomentar la creación de un cuarto sector económico, en el cual las empresas buscan encontrar un equilibrio entre la generación de ganancias y el impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente (Wilburn & Wilburn, 2014). De hecho, este sector se encuentra entre el sector privado y el sector público y se enfoca en la creación de valor compartido para todas las partes interesadas. Resulta importante destacar que las certificaciones de terceros, como la certificación B, representan una herramienta adecuada y conveniente para evaluar y verificar la implementación efectiva de prácticas éticas y sostenibles por parte de las empresas en este cuarto sector (Wilburn & Wilburn, 2014).

Efectivamente, la certificación B proporciona beneficios significativos a una empresa, como, por ejemplo, una mayor reputación y la diferenciación de otras empresas en el mercado, lo que constituye, indudablemente, un efecto positivo de la certificación (Gazzola et al., 2019). Ivanova et al. confirman lo anterior, asegurando que existe una relación significativa entre la certificación B y el comportamiento del consumidor (2018). En concreto, los consumidores que reconocen dicha certificación manifiestan una mayor propensión a realizar compras, muestran una disposición más alta a pagar un precio premium y experimentan un mayor grado de confianza en la empresa (Ivanova et al., 2018).

Habría que decir también que las empresas certificadas cuentan con el derecho y la posibilidad de participar en competiciones que reconocen la excelencia en el cambio social, la gestión empresarial y el buen gobierno, lo que les otorga una ventaja

competitiva al demostrar su compromiso con la responsabilidad social y ambiental. Conviene subrayar que estos premios, otorgados por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, instituciones académicas, empresas y otros organismos, pueden servir como una validación externa del trabajo y desempeño de las empresas B certificadas y, asimismo, pueden motivar a los trabajadores y las partes interesadas de la empresa a perseguir y buscar la mejora continua en estas áreas. Es decir, el derecho a participar en competiciones para ganar premios constituye un efecto positivo de la certificación B, ya que provee un impacto positivo en la reputación, visibilidad y, además, motivación interna de las empresas (Gazzola et al., 2019).

Cabe mencionar que Gazzola et al. analizaron la relación entre la certificación B y los ingresos netos de la empresa en un determinado año y los resultados indican que existe una correlación positiva entre ambos, lo que sugiere que las empresas, que obtienen una alta puntuación en las cinco áreas del informe anual de impacto BIA, cuentan con más probabilidades de poseer un rendimiento financiero positivo (2019). Para ser más específicos, en las investigaciones de Gazzola et al. se analizaron datos financieros de empresas que han obtenido la certificación B en los Estados Unidos y se compararon con los datos de empresas similares sin certificación y los resultados mostraron que las empresas certificadas presentaron un mejor desempeño financiero en términos de ingresos netos en comparación con las empresas no certificadas (2019).

Según Lucas et al., una legislación débil, es decir, una regulación gubernamental inadecuada e insuficiente en cuanto a la sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa, aumenta la presión sobre las empresas impulsadas por valores sostenibles para obtener la certificación de terceros (2022). Para ser más precisos, cuando las leyes resultan ser débiles o inexistentes, la responsabilidad recae en gran medida en las empresas para actuar de manera ética y responsable. De hecho, los autores sugieren que, en entornos con regulaciones gubernamentales insuficientes en cuanto a la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa, las empresas enfrentan una mayor presión para demostrar su compromiso con estos valores. En este sentido, la obtención de certificaciones de terceros, como la certificación B, se ha convertido en una forma cada vez más popular para que las empresas autentiquen y muestren sus compromisos en términos de prácticas sostenibles y valores sociales, especialmente en ausencia de una regulación gubernamental adecuada (Lucas et al., 2022).

Todavía cabe señalar que en las últimas décadas se han introducido numerosas certificaciones con la intención de reconfigurar los campos organizacionales y remodelar sus valores colectivos. Estas certificaciones van más allá de los esfuerzos por garantizar estándares de calidad, ya que amplían los requisitos y responsabilidades de gobernanza para facilitar la movilización de las organizaciones hacia el capitalismo de las partes interesadas. Sin embargo, resulta importante reconocer que no todas las certificaciones cuentan con el mismo nivel de eficacia al autenticar el desempeño de una organización (Lucas et al., 2022). Será preciso mostrar que, según Lucas et al., las certificaciones más fuertes constituyen aquellas que cuentan con estándares claros y verificables y que requieren una asignación significativa de recursos para cumplir con ellos, como, por ejemplo, la certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), *Fair Trade* y la certificación B (2022).

En particular, las certificaciones fuertes y sólidas, tales como la certificación B, ofrecen dos vías distintas de autenticación. En primer lugar, brindan una autenticación de valores, la cual involucra una evaluación de los valores y la misión de la empresa, generando confianza en la coherencia entre las prácticas de la organización y su expresión pública. En segundo lugar, proveen una autenticación material, la cual implica la evaluación de los logros tangibles alcanzados por las empresas en términos de sostenibilidad y responsabilidad social. Resulta importante destacar que, tal como se mencionó anteriormente, estas dos formas de autenticación ofrecen una imagen completa del compromiso de la compañía con la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa (Lucas et al., 2022).

En oposición de lo anterior, de acuerdo con Nass, numerosas certificaciones de terceros, incluida la certificación B, así como la aplicación de la legislación de empresas B, presentan deficiencias en varios aspectos, lo que puede obstaculizar la generación del efecto deseado y prometido (2014). El autor sostiene que, aunque la certificación de terceros puede resultar útil para ayudar a las empresas a cumplir con ciertos estándares éticos y sociales, en realidad proporciona solo una visión superficial de la responsabilidad social de la empresa y existen muchas cuestiones sin respuesta sobre la aplicación de la ley (Nass, 2014). Asimismo, una empresa B se encuentra obligada a elaborar y publicar en la sección pública de su sitio web un informe anual de impacto para medir y comunicar sus resultados económicos, sociales y ambientales a las partes interesadas de la empresa, como inversores, empleados y clientes. Esto permite a las

partes interesadas comprender mejor cómo la empresa está cumpliendo con su misión de beneficio público y, además, identificar de manera transparente las áreas en las que la empresa necesita mejorar su desempeño social y ambiental (Nass, 2014; Nigri et al., 2020). Pero, a pesar de esta obligación de publicar un informe anual de impacto, muchas empresas no cumplen con frecuencia con este requisito y optan por publicar, en su lugar, una tarjeta de puntuación que consiste en calificaciones numéricas para varias subcategorías compiladas por *B-Lab*. No obstante, esta práctica no resulta suficiente para cumplir con todos los requisitos de la legislación de empresas B (Nass, 2014).

Mas aún, resulta cierto que existen disposiciones de aplicación diseñadas para asegurar que una empresa persiga su propósito social y medioambiental. Sin embargo, las mismas solo están disponibles para los accionistas y otros miembros de igual importancia de la empresa, lo que significa que otros grupos, que buscan asegurarse de que la empresa esté cumpliendo con su doble propósito, como los empleados, clientes o la comunidad en general, no cuentan con un recurso legal para la revisión (Nass, 2014). Todo esto parece respaldar la necesidad de cambios legislativos para mejorar la certificación de terceros y la aplicación de la ley de las empresas tipo B, asegurando que estas empresas brinden un mayor impacto positivo en la sociedad y mitigando el riesgo de que las empresas se autodenominen empresas tipo B como una táctica de marketing engañosa (Nass, 2014).

Se debe agregar que, si bien la certificación B puede resultar valiosa en términos de reputación y compromiso social y ambiental, también puede afectar negativamente el desempeño financiero de las empresas y su crecimiento a corto plazo (Parker et al., 2019). Parker et al. argumentan que el proceso de cumplimiento de los requisitos de la certificación puede distraer la atención y los recursos de una empresa, lo que lleva a una disminución significativa en el crecimiento (2019). En efecto, los autores sostienen que, especialmente las empresas pequeñas y jóvenes, a menudo no disponen de la holgura financiera o los mecanismos internos necesarios para manejar los requisitos de la certificación, lo que, como se ha dicho, ralentiza y dificulta el crecimiento y la supervivencia de la empresa a corto plazo (Parker et al., 2019).

A su vez, en cuanto al efecto de la certificación B como una certificación por terceros a lo largo del tiempo, Villela et al. descubrieron que muchas empresas, que habían obtenido altas puntuaciones en el pasado en la evaluación de certificación basada en el

rendimiento existente, no desarrollaron posteriormente planes futuros para mejorar sus puntuaciones y desempeño (2021). Conviene subrayar que, según el estudio de Villella et al., para muchas empresas B, la certificación B desempeñó un papel significativo en la mejora de su reputación externa entre clientes e inversores (2021). Sin embargo, no se observó una motivación sustancial por parte de estas empresas para transformar sus procesos internos con el propósito de mejorar su evaluación de impacto y abordar los desafíos complejos de la gobernanza corporativa (Villella et al., 2021). Hay que mencionar, además, que Patel y Chan encontraron que los efectos positivos y dominantes de la certificación B tienden a disminuir una vez que se otorga el estado de certificado (2022). Lo anterior sugiere que los beneficios de señalización, que implican demostrar un compromiso con los valores sociales y ambientales, pueden observarse durante los primeros años de certificación, pero resulta posible que los beneficios a largo plazo de legitimidad vinculados a la obtención de la certificación se desvanezcan. Esto se debe a que las partes interesadas pueden buscar y exigir señales adicionales de legitimidad después de la certificación (Patel & Chan, 2022).

## **7.6 Hallazgos de la categoría inductiva: “Impacto real de las empresas tipo B en la sociedad y el medioambiente”**

La finalidad del movimiento B consiste en proteger la misión social y ambiental de la organización en cuestión frente a los intereses de los inversores y los cambios personales en la alta gerencia, así como obligar a la directiva, de forma legal, al cumplimiento de la misión autoimpuesta (Toepler, 2018). Las empresas tipo B buscan generar un impacto positivo a través de sus prácticas, lo cual implica obtener la certificación de una tercera parte y presentar informes anuales de impacto en cumplimiento con la legislación aplicable en los países donde operan. Además, estas empresas aspiran a equilibrar la misión empresarial de rentabilidad con la responsabilidad social, relegando la importancia de los inversores en favor de otros grupos de interés (André, 2015).

De esta forma, la medición del impacto real generado por las empresas tipo B se puede dividir en dos grandes categorías, en las cuales se representarán los hallazgos de esta categoría inductiva. Estas categorías resultan ser:

- a) El empoderamiento de los diferentes grupos de interés
- b) El impacto positivo generado

a) El empoderamiento de los diferentes grupos de interés:

En el marco del enfoque empresarial promovido por el movimiento B, la satisfacción de los inversionistas no prevalece sobre la satisfacción de otros grupos de interés. De este modo, en teoría, las empresas tipo B empoderan a sus grupos de interés (André, 2015). Sin embargo, en la práctica, resultan ser los inversores quienes siguen determinando la dirección de las empresas tipo B (André, 2015; Segal, 2017).

Surge así uno de los desafíos con relación al impacto real de las empresas B, identificado por André, que radica en las múltiples misiones que estas asumen (2012). Frecuentemente, estas misiones entran en conflicto, como, por ejemplo, la responsabilidad hacia los trabajadores y la necesidad de reducir costos. Esto da lugar a un aumento en la complejidad organizacional y requiere una solución de gestión que, inevitablemente, implica dejar de lado uno de los objetivos. La legislación confía estas

decisiones a la dirección, la cual suele inclinarse por la opción que resulta más acorde a los intereses empresariales (André, 2012).

Segal reconoce el esfuerzo demostrado por la legislación estadounidense para liberar a la dirección de las empresas tipo B de la obligación de maximizar la ganancia para los inversores (2017). Sin embargo, André argumenta que la legislación no establece una responsabilidad de la dirección con los demás grupos de interés, ya que no crea una relación fiduciaria entre ambas partes (2015). Esta relación establece sistemas de castigo si la directiva no cumple con las expectativas básicas. Así, por ejemplo, los inversores pueden sustituir o incluso demandar a la directiva si esta no cumple con sus deberes (Segal, 2017). En el caso de las empresas tipo B, aunque proclamen la igualdad de todos los grupos de interés, la legislación solo incluye a los inversores en el proceso jurídico descrito anteriormente. De esta manera, las empresas tipo B no presentan el impacto real sugerido por el movimiento en sus diferentes grupos de interés y, al igual que las empresas comunes, deben orientarse hacia donde los inversionistas dicten (André, 2015; Segal, 2017).

De todos modos, se puede evidenciar un impacto real en el personal de las empresas tipo B. Según la investigación de Soria-Barreto et al., las empresas tipo B en Latinoamérica brindan un impacto positivo a sus trabajadores (2021). De hecho, el movimiento B emplea a una proporción notablemente alta de mujeres y personas jóvenes. Además, se observa un nivel ligeramente mayor (4%) de compromiso laboral por parte de los trabajadores de empresas B en comparación con la media en América Latina, lo cual refleja su satisfacción. Sin embargo, este estudio demuestra que los empleados se sienten principalmente realizados por trabajar en una organización con impacto positivo y muestran menos satisfacción en relación con los beneficios obtenidos a través de ellas (Soria-Barreto et al., 2021).

Las empresas tipo B de Italia, según afirman Nigri et al., presentan otros impactos positivos en sus empleados (2020). Por ejemplo, a través de la implementación de una estructura jerárquica plana, se descentralizan las decisiones, lo que empodera a los trabajadores y los motiva a participar activamente en la configuración del futuro de la organización. Asimismo, en las empresas analizadas, todos los empleados, incluyendo consultores externos y altos directivos, asumen responsabilidades y desempeñan un



papel importante en el desarrollo de proyectos. Por lo tanto, la implicación y satisfacción de los empleados se encuentran positivamente influenciadas (Nigri et al., 2020).

En conclusión, no se puede afirmar de manera generalizada que todos los grupos de interés de las empresas tipo B se beneficien en todos los casos, ya que esto se encuentra sujeto a las circunstancias específicas y la gestión de cada empresa. Por lo tanto, no se puede establecer una diferencia significativa general entre una empresa tipo B y una empresa convencional, aunque se pueden observar tendencias positivas en algunos casos.

b) El impacto positivo generado:

Con el propósito de determinar y evaluar el impacto positivo de una empresa tipo B certificada, la legislación establece la obligación de elaborar anualmente un informe de impacto. Este informe debe publicarse anualmente por todas las empresas B certificadas. En el caso de las empresas certificadas por *B-Lab*, el informe incluye una puntuación en cada área de impacto (medioambiente, trabajadores, comunidad y gobernanza), así como una clasificación en el sector de la empresa. A través de la existencia y divulgación de este informe, como se mencionó anteriormente, la entidad certificadora garantiza a los grupos de interés que la organización en cuestión genera un impacto positivo en su campo (Cummings, 2012).

En la literatura revisada en esta categoría inductiva se han identificado diversas perspectivas respecto a la efectividad de este enfoque. La discusión se centra en dos aspectos principales: la selección de la entidad certificadora y la implementación de la responsabilidad organizacional hacia los grupos de interés (André, 2015; Cummings, 2012).

En cuanto a la selección de la entidad certificadora, André plantea una crítica hacia la legislación que permite a las empresas elegir la entidad por la cual certificarse, sin un control adecuado sobre las certificadoras (2015). La ausencia de regulación conlleva una notable variabilidad en los estándares, dependiendo de la entidad certificadora involucrada. Como resultado, se observa la existencia de empresas tipo B certificadas por terceros que no cumplen los mismos requisitos que aquellas certificadas por otras organizaciones, lo cual genera una amplia confusión y potencialmente fomenta el *greenwashing* (André, 2015).

Incluso en el caso de encontrarse certificada por una organización reconocida, como *B-Lab*, varios investigadores como André (2012), Cummings (2012) y Segal (2017) han señalado deficiencias en la metodología empleada en el informe de impacto. Tal como se mencionó anteriormente, Cummings identifica tres puntos problemáticos en relación con el enfoque cuantitativo utilizado para informar sobre el impacto de las empresas tipo B, los cuales resultan ser los siguientes (2012):

- El cumplimiento de misiones sociales generalmente solo puede medirse a largo plazo y no a través de informes anuales.
- Las misiones sociales suelen presentar una complejidad que dificulta su cuantificación.
- Las metas de cambio social y ambiental resultan ser, debido a su complejidad, susceptibles al cambio.

De esta manera se puede observar una desventaja para las organizaciones con misiones más difíciles de cuantificar, además de limitar la perspectiva a términos meramente cuantitativos, lo cual obstaculiza el desarrollo de ideas sobre cómo abordar el problema de manera más efectiva (Segal, 2017). Un ejemplo que ilustra este argumento representa la formulación de preguntas en el formulario de impacto, donde preguntas como "En una escala del 1 al 10, ¿en qué medida se están alcanzando las metas?" resultan más fáciles de cuantificar, pero menos efectivas que preguntas como "¿Qué instrumento se puede implementar para mejorar el cumplimiento de las metas?". En conclusión, *B-Lab*, al centrarse en resultados a corto plazo y de fácil cuantificación, desalienta la búsqueda de la misión empresarial (Segal, 2017).

Otros autores, como André, se centran en la calidad de los datos recopilados y publicados por *B-Lab* (2015). Según André, la certificadora no supervisa la recopilación de datos de manera anual, sino que lo lleva a cabo cada dos años y solo con el 20% de las empresas (2015). Esta práctica, una vez más, podría dar lugar a prácticas de *greenwashing* por parte de las organizaciones. Con la proliferación del movimiento B, la situación empeora aún más. Kim y Schifeling sostienen que *B-Lab* se enfrenta a un dilema en términos de su expansión como movimiento (2022). Esto se debe a la dificultad de mantener los estándares de certificación a medida que el número de empresas por certificar aumenta constantemente. Además, con el objetivo de certificar empresas multinacionales y aumentar la relevancia del movimiento B, se han reducido

los estándares de certificación. Según los autores, este dilema ha llevado a una estrategia paradójica en la que se reducen algunos estándares mientras se aumentan otros, en un intento de mantener la integridad original de la certificación (Kim & Schifeling, 2022).

De todos modos, no todas las perspectivas recopiladas en la literatura presentan argumentos críticos contra el informe de impacto anual proporcionado por *B-Lab*. Sharma et al. pudieron demostrar que los informes de impacto mejoran de manera continua y, a través de entrevistas, atribuyeron estas mejoras a los informes de impacto anuales (2018). Según la investigación, este informe de impacto anual conduce a un cambio positivo en las prácticas de las empresas tipo B (Sharma et al., 2018). La intención de mejorar en el resultado del informe anual se debe, según André, al ranking que *B-Lab* publica, comparando empresas del mismo ámbito de impacto (2012). Nigri et al. también destacan la evaluación comparativa como un incentivo para mejorar las prácticas empresariales y agregan que esto puede ayudar a las empresas tipo B a identificar áreas con potencial de mejora (2020).

Estas mejoras no siempre se encuentran alineadas con la misión específica de la empresa tipo B en cuestión y, con frecuencia, resultan atractivas debido a su facilidad de implementación y bajo costo. En su investigación, Sharma et al. mencionan ejemplos, como, por ejemplo, la implementación de programas de reciclaje o la compra de compensaciones de carbono (2018). De esta manera, *B-Lab* promueve el impacto positivo en diversas áreas y crea incentivos a través del informe de impacto anual (Sharma et al., 2018).

Para concluir con los hallazgos de la categoría inductiva, resulta relevante mencionar que el impacto real de las empresas tipo B se encuentra directamente relacionado con el sector en el que operan. Según van Tol, las empresas tipo B en el sector agropecuario presentan un notable nivel de sostenibilidad en comparación con las empresas convencionales en dicho sector (2017). Esta diferencia se debe a dos directrices implementadas por *B-Lab*:

- Selección de fuentes: Las empresas tipo B tienden a preferir proveedores locales con el objetivo de reducir su huella de carbono. De este modo, aunque

energéticamente se abastezcan de fuentes no renovables, resultan ser más sostenibles que sus competidores.

- Selección de fertilizadores: En la producción de productos agropecuarios, las empresas tipo B utilizan una cantidad considerablemente menor de químicos perjudiciales para el medioambiente en comparación con las empresas convencionales del mismo sector.

De esta manera se puede concluir que el sector agropecuario dentro del movimiento B se destaca por su impacto positivo en el medioambiente en comparación con las empresas convencionales en el mismo sector (van Tol, 2017).

## **7.7 Hallazgos de la categoría inductiva: “Obstáculos para la empresa B y el movimiento B”**

Según Correa, sin lugar a dudas, la región de América Latina cuenta con el gran potencial de desempeñar un papel de liderazgo en la creación de una nueva economía global y la solución de problemas mundiales (2019). La región cuenta con una cultura sumamente emprendedora y empresarios exitosos que muestran el potencial de llevar a sus empresas a nivel mundial, así como instituciones regionales que pueden respaldar estos esfuerzos a largo plazo. Asimismo, las oportunidades para los empresarios dedicados a un propósito están aumentando cada vez más en la región de América Latina gracias a las diversas políticas públicas que promueven la innovación y el emprendimiento. Cabe mencionar que resulta fundamental promover los ecosistemas de emprendimiento y la creatividad de los emprendedores para construcción de una economía sostenible (Correa, 2019). Lo anterior muestra que existe una creciente conciencia en esta región sobre la gran importancia de aquellas empresas que buscan brindar un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente. Mas aún, el movimiento B en América Latina puede desempeñar un papel importante en la construcción de esta nueva economía sostenible, ya que promueve la idea de que sus empresas pueden representar una fuerza para el bien común y no solo para generar ganancias (Correa, 2019).

No obstante, Correa encontró que el desafío y mayor obstáculo que sigue existiendo para este movimiento B y sus empresas resulta ser escalar su alcance e impacto y, asimismo, ganar una relevancia significativa en el debate público (2019). Es decir, existe una necesidad de demostrar que las empresas tipo B se encuentran capaces de escalar y amplificar su impacto positivo a escala global, más allá del crecimiento orgánico de los negocios, mediante una nueva manera de pensamiento y acción para que este impacto positivo en la sociedad y ambiente crezca junto con el éxito económico (Correa, 2019). Estas observaciones se relacionan también con las investigaciones de Stubbs, ya que la autora afirma que, aunque el modelo de empresa B muestra características de un modelo empresarial sostenible y ofrece un ejemplo práctico de cómo se puede implementar, siguen existiendo dudas sobre su escalabilidad y su viabilidad a largo plazo como forma organizativa, en particular para empresas grandes y públicas que se encuentran capaces de desafiar directamente el modelo de negocio predominante

(2017a). En otras palabras, existen preguntas sobre la escalabilidad del modelo de una empresa B y si se adoptarán por empresas de gran escala y públicas para catalizar un cambio en el orden económico actual, o si permanecerá como un nicho de empresas pequeñas y privadas (Stubbs, 2017a).

Dicho lo anterior, según Correa, una posibilidad de amplificar el impacto positivo de una empresa B resulta ser la adquisición por parte de empresas multinacionales (2019). De hecho, en la actualidad resulta común que las empresas B se adquieran por empresas más grandes en varias industrias y esta tendencia representa una gran oportunidad para estas empresas pequeñas, ya que les permite escalar significativamente su alcance e impacto positivo al multiplicar de manera exponencial su acceso a los clientes (Correa, 2019). Sin embargo, estas adquisiciones generan dudas y controversias, ya que se teme la pérdida de integridad y ética de la empresa adquirida que atraía a los consumidores. Asimismo, las mismas refuerzan la concentración del mercado y del poder económico en manos de unas pocas empresas, lo que puede resultar peligroso para el avance y la innovación del mercado. Por consiguiente, resulta fundamental que estas adquisiciones de empresas B establezcan compromisos legales estrictos para asegurar y garantizar la independencia y consistencia de la acción de la empresa adquirida y mantener la confianza de sus consumidores (Correa, 2019).

Ivanova et al. presentan otros obstáculos para la empresa B y el movimiento B, como, por ejemplo, el proceso de verificación sumamente riguroso y exhaustivo, además de los costos asociados con la certificación B (2018). Para ser más específicos, el proceso de verificación se realiza por una organización tercera llamada *B-Lab* que evalúa la empresa en cinco áreas clave (gobernanza, trabajadores, impacto social, comunidad y medioambiente). Para obtener dicha certificación, las empresas deben obtener una puntuación mínima de 80 puntos de 200 en cada una de estas áreas y, asimismo, las empresas certificadas deben recertificarse cada dos años para asegurarse de que sigan cumpliendo con los estándares de desempeño social y ambiental de la certificación (Ivanova et al., 2018). Cabe mencionar que las empresas deben abonar una tarifa de solicitud única para solicitar la certificación y cubrir los gastos de la evaluación inicial llevada a cabo por *B-Lab*. Mas aún, una vez obtenida la certificación, cuentan con el deber de pagar tarifas anuales que se basan en el tamaño y la fuerza económica de la empresa para financiar la operación de *B-Lab*, la evaluación continua de las empresas certificadas, la promoción y la expansión de la comunidad B, entre otros. Aunque todo

lo mencionado resulta sumamente necesario para garantizar la integridad de la certificación y asegurar que solo las empresas verdaderamente comprometidas con el desempeño social y ambiental obtengan la certificación, representan obstáculos clave para las empresas interesadas en obtener la certificación B y formar parte del movimiento B (Ivanova et al., 2018).

Se debe agregar que dicha certificación B constituye una certificación menos conocida y relativamente nueva en comparación con otras certificaciones más populares, como, por ejemplo, “*Green Plus, ENERGY STAR, WaterSense, Green Seal, Certified Organic [y] Fair Trade Certified*” que, a grandes rasgos, se centran en aspectos específicos de la sostenibilidad, como el medioambiente, la justicia social, la salud y el bienestar (Ivanova et al., 2018, p. 18). A pesar del aumento en la popularidad del movimiento B y la creciente demanda por productos y servicios sostenibles en el mundo, sigue existiendo un gran grupo de consumidores que desconocen la certificación B. Esto lleva a que estos consumidores no estén dispuestos a pagar más por sus productos y servicios certificados, lo que limita el mercado potencial de empresas B y afecta su adaptación y crecimiento de manera significativa. Es decir, la proliferación de certificaciones sostenibles dificulta a los consumidores y empresas identificar el valor real detrás de cada una, causando cierta confusión y generando falta de claridad y concierto (Ivanova et al., 2018).

A grandes rasgos, para abordar y superar los obstáculos y desafíos mencionados, Ivanova et al. proponen varias estrategias (2018). Una de ellas resulta ser la aumentación de la colaboración entre las empresas B y otros actores relevantes, como inversores, gobiernos, ONG y universidades, para fomentar el crecimiento del movimiento B y su impacto positivo en la sociedad y el medioambiente (2018). Mas aún, sugieren expandir el alcance de la certificación B, mejorando su accesibilidad y reduciendo costos para las empresas más pequeñas. Asimismo, consideran la posibilidad de establecer un sistema de certificación escalonado que permita a las empresas avanzar gradualmente hacia la certificación B completa. Por último, aconsejan el fortalecimiento de la educación y conciencia pública sobre la importancia de las empresas B y la economía sostenible en general, con el fin de aumentar la demanda de productos y servicios sostenibles e impulsar la creación de empresas B (Ivanova et al., 2018).

## 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 8.1 Las conclusiones

De acuerdo con lo investigado, el movimiento B busca generar empresas que:

1. Brinden un impacto significativo en sociedad y medioambiente
2. Rompan con la concepción de que las organizaciones con ánimo de lucro deban satisfacer únicamente las expectativas de sus inversores
3. Aseguren el cumplimiento de su misión de manera anual a través de un informe público de impacto
4. Empoderen a todos los grupos de interés en las operaciones estratégicas de la empresa, otorgándoles poder de decisión y responsabilidad no solo a los inversores

En primera vista se reconoce el buen propósito de este movimiento y su utilidad en aspectos económicos, sociales y ambientales. Destacando, tras el análisis, las siguientes ventajas:

1. Las múltiples ventajas de convertirse en una empresa tipo B van más allá de la fidelización de clientes en un mercado cada vez más exigente. Al seguir los principios del movimiento B, las empresas pueden realizar acciones y proyectos orientados hacia la sostenibilidad, obteniendo beneficios que sobrepasan el rendimiento financiero y contribuyendo a la solución de problemas sociales urgentes, como la desigualdad, la pobreza y la corrupción. Las empresas tipo B cuentan con un impacto sumamente positivo en la sociedad y el medioambiente, contribuyen a los ODS y al bien común y, asimismo, se enfocan en la satisfacción y en la creación de valor para los clientes.
2. Si bien los principios que sigue el movimiento B no resultan en apariencia nada extraordinario, en otras palabras “respetar el medioambiente”, “actuar de manera ética”, “ser eficiente en el uso de los recursos”, reflejan temas que se encuentran en la base del deber ser de los seres humanos, podría pensarse que el surgimiento de este tipo de certificaciones se presenta a través de una crisis



humanista, ambiental y social en la gerencia empresarial y se subraya la necesidad de ajustar este tipo de comportamientos.

3. *B-Lab* no solo certifica a las empresas de tipo B, sino que promueve el movimiento, creando redes de colaboración e intercambio de conocimiento. De esta forma se busca generar una identidad común en el movimiento B, ofreciendo a las empresas tipo B certificadas la infraestructura necesaria para compartir ideas y valores en una comunidad, fomentando la colaboración intergrupala.
4. La certificación B, como una de las certificaciones privadas por terceros, puede facilitar sumamente la entrada a un mercado específico.
5. Existen ciertos sectores sociales que critican el modelo capitalista tradicional debido a la percepción de que lo mismo resulta ser un sistema en el que solo unos pocos se benefician a expensas de muchos otros. No obstante, si más organizaciones se suman al movimiento B y logran un éxito financiero al mismo tiempo que luchan por el bien común, se puede propiciar un cambio en la percepción del sistema capitalista.
6. En entornos con regulaciones gubernamentales débiles, la certificación por terceros puede constituir una herramienta adecuada y conveniente para evaluar y verificar la implementación efectiva de prácticas éticas y sostenibles por parte de las empresas.
7. La certificación B proporciona beneficios significativos a las empresas, como, por ejemplo, una mayor reputación y la diferenciación de otras empresas en el mercado. Además, se presenta una correlación positiva entre la certificación B y los ingresos netos de la empresa, lo que sugiere que las empresas certificadas cuentan con más probabilidades de obtener un rendimiento financiero positivo.
8. Existe una posibilidad y responsabilidad de las empresas tipo B de complementar las labores del Gobierno y de contribuir a la solución de problemas sociales, urgentes y de nivel global que tradicionalmente se le han dejado a la acción del Estado.

Sin embargo, a pesar de las ventajas que ofrece este modelo de negocio, como parte de esta investigación, se pudieron identificar las siguientes limitaciones en su porvenir como un modelo del futuro:

1. Resulta evidente que existe un profundo desconocimiento de muchas organizaciones sobre la posibilidad de certificarse como una empresa tipo B y el movimiento que las agrupa.

2. El movimiento B sufre de una falta de unidad en sus prácticas. Así, existen certificadoras con diferentes estándares en su certificación, generando confusión en los grupos de interés y separación en el movimiento.
3. Algunas de las premisas del movimiento B, como la jerarquía plana, difícilmente podrían implementarse en empresas de gran tamaño. Por lo tanto, el movimiento B se encuentra limitado en su capacidad para alcanzar empresas de menor envergadura. Además, cada vez más multinacionales, como Danone, obtienen una certificación B, lo que se debe a una reducción de los requisitos por parte de *B-Lab* para poder certificar empresas de tal calibre. Por lo tanto, según sus críticos, las certificadoras podrían fomentar el *greenwashing*. Otras premisas características de este movimiento, como la supresión del poder de decisión exclusivo de los accionistas, simplemente no se encuentran reflejadas en la realidad. Para ilustrar mejor, en una empresa tipo B, los accionistas pueden contar con un mayor control sobre la gestión de los asuntos corporativos al expresar y decidir la cantidad de las ganancias que desean destinar a causas benéficas. Asimismo, solo se establece una relación fiduciaria entre la directiva y los inversionistas, lo que reduce drásticamente la responsabilidad de la directiva con los demás grupos de interés.
4. Efectivamente, existen regulaciones destinadas a garantizar transparentemente que una empresa persiga un propósito social y medioambiental. Sin embargo, estos solo se aplican a los accionistas y otros miembros destacados de la empresa. Por lo tanto, otros grupos de interés, que busquen asegurarse de que la empresa esté cumpliendo con su doble propósito, como los empleados, los clientes o la comunidad en general, carecen de un medio legal para llevar a cabo dicha revisión.
5. Solo a través de la legislación se puede asegurar la misión, lo cual consta como el objetivo primordial del movimiento. En caso de incumplimiento de la misión, si una empresa decide certificarse en un país sin legislación adecuada, no habría ninguna carga legal, lo cual genera desconfianza en todos los grupos de interés y deprecia el valor real de la certificación. Además, solo la legislación cuenta con el poder de brindar incentivos, como los de índole fiscal, por ejemplo, para empresas tipo B que deseen certificarse. Estas ventajas se reconocen como ejes para la proliferación del movimiento.
6. La proliferación de múltiples certificadoras, que abordan temas relacionados con el movimiento B, representa un obstáculo para este, ya que puede generar

confusión entre los consumidores y falta de claridad sobre qué certificaciones resultan ser legítimas y qué beneficios específicos aportan.

7. Existen preguntas y dudas sobre la escalabilidad y la viabilidad a largo plazo del modelo de empresa B como forma organizativa, en particular, para empresas grandes y públicas que se encuentran capaces de desafiar directamente el modelo de negocio predominante. Asimismo, se cuestiona la viabilidad y la capacidad de una empresa tipo B para mantener su certificación a largo plazo, ya que depende de varios factores, como la evolución del movimiento B. Si el movimiento no gana más fuerza en el futuro, existe el riesgo de que disminuya la motivación para conservar la certificación.

Cabe señalar que estas limitaciones pueden manifestarse en la resistencia opuesta por los diferentes sectores sociales hacia este movimiento. Dicha oposición no se observa en todos los grupos de interés por igual. Así, por ejemplo, la investigación resalta que los empleados se muestran impulsados por una motivación interna debido a la contribución activa en el cumplimiento de una misión positiva para la sociedad o el medioambiente. A su vez, los consumidores no muestran de manera directa y explícita una resistencia frente al movimiento B. No obstante, el desconocimiento de la certificación B y la proliferación de distintas certificaciones sostenibles impiden que se encuentren dispuestos a pagar un precio superior por los productos y servicios ofrecidos por empresas B. Por consiguiente, esto reduce el potencial del mercado para las empresas B y dificulta su habilidad para adaptarse y crecer de forma significativa.

En contraste con lo anterior, los inversionistas y los emprendedores sociales muestran resistencia de las siguientes formas:

1. Inversores: Los accionistas cuentan con un papel clave y una gran influencia en la decisión de una empresa de convertirse en una empresa tipo B y formar parte del movimiento B. Cabe mencionar que no todos los accionistas se encuentran dispuestos a ceder partes de sus utilidades en inversiones con fines de responsabilidad social y ambiental.
2. Emprendedores sociales: El costo que conlleva la certificación de una empresa tipo B, sumado al desconocimiento de las ventajas que esta trae, provoca que algunos empresarios no logren reconocer el beneficio en comparación con la inversión que se realiza en este proceso.

Por último, cabe situar el movimiento B en el panorama de teorías de *management*. En este sentido, las empresas, que forman parte del Capitalismo Consciente, comparten características similares a las empresas tipo B. De hecho, esta similitud ha llevado a la conclusión de que el movimiento B representa una vertiente del Capitalismo Consciente. Sin embargo, la falta de distinción clara en cuanto a la ideología puede limitar la expansión del movimiento. Se debe agregar que la existencia de múltiples certificaciones e ideologías confunde a los grupos de interés y obstaculiza la difusión y crecimiento del movimiento B.

## 8.2 Las recomendaciones

1. Se recomienda establecer una identidad clara en torno al movimiento B que permita diferenciar de manera inequívoca entre las diversas propuestas relacionadas con la RSC, los ODS y otras iniciativas. De esta manera se podría comunicar de manera efectiva que certificarse como una empresa B agrupa los esfuerzos enfocados en la sostenibilidad y la responsabilidad social en todas sus dimensiones. Por lo tanto, los empresarios podrían realizar un solo esfuerzo hacia esta certificación única en lugar de buscar múltiples certificaciones.
2. Se recomienda a los líderes del movimiento establecer alianzas con entidades estatales, gremios empresariales y universidades para fortalecer los beneficios que las organizaciones obtienen al certificarse como empresas B. Además, la colaboración con entidades educativas podría solucionar la falta de conocimiento en torno a la sostenibilidad empresarial.
3. Se recomienda buscar la unificación de las diferentes certificaciones para aumentar su popularidad y reducir la confusión externa en torno a la certificación de empresa B. Además, la unificación permitiría igualar los estándares para todas las empresas tipo B, reduciendo así las posibilidades de *greenwashing*. Cabe mencionar que esta mejora en el proceso de certificación solo resultaría posible con la ayuda del Estado, por lo que se recomienda una cooperación del movimiento con los gobiernos locales para endurecer las leyes y regulaciones. Cabe mencionar que esta cooperación podría ofrecer otros beneficios, como el acceso a ventajas para las empresas tipo B, como se mencionó anteriormente, con el fin de fomentar el crecimiento del movimiento B certificado.

4. En caso de que el entorno cuente con regulaciones gubernamentales estables, se recomienda pivotar la certificación por terceros hacia organismos estatales. De esta manera se podría fomentar la propagación de este tipo de empresas mediante beneficios como la facilitación del proceso de certificación, beneficios fiscales y otros, al mismo tiempo que se garantizaría la estandarización de exigencias para convertirse en parte del movimiento B. A largo plazo, el cumplimiento de una misión positiva podría convertirse en un requisito para entrar a ciertos mercados, al igual que sucede actualmente con otros sellos de calidad.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramovay, R., Correa, M. E., Gatica, S., & Van Hoof, B. (2013). *Nuevas empresas, nuevas economías: Empresas B en Sur América*. FOMIN.
- 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, 133-150.
- André, R. (2015). Benefit corporations at a crossroads: As lawyers weigh in, companies weigh their options. *Business Horizons*, 58(3), 243-252.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Ávila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Juan Carlos Martínez Coll.
- BCN. (2017). *Empresas B: Antecedentes generales y regulación comparada en Colombia, Argentina y Estados Unidos de América*.  
[https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/24830/2/Empr esas\\_B.\\_Antecedentes\\_y\\_exper.\\_extranjera.\\_FINAL.pdf](https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/24830/2/Empr esas_B._Antecedentes_y_exper._extranjera._FINAL.pdf)
- Bianchi, C., Reyes, V., & Devenin, V. (2020). Consumer motivations to purchase from benefit corporations (B Corps). *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 27(3), 1445–1453. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1002/csr.1897>
- B-Lab (2023). *Poganda Projects – Overall Impact Score*. bcorporation.net.  
Recuperado 16 de abril de 2023, de <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/pagoda-projects>
- Bonilla-Castro, E., & Rodríguez Sehk, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales*. Editorial Norma.

- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9, 27-40. <http://dx.doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Camilleri, M. A. (2017). Corporate sustainability, social responsibility and environmental management. *Cham, Switzerland: Springer International Publishing*.
- Cavazos-Arroyo, J., & Puente-Díaz, R. (2022). Implications of Value Creation for Customers of Social Firms in the Service Sector in Mexico. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(1), 101–117. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.22507/rli.v19n1a6>
- Climate Consulting (2023). *Greenwashing: definición y ejemplos*. [climate.selectra.com](http://climate.selectra.com). Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://climate.selectra.com/es/ques/ques/greenwashing>
- Correa, M. E. (2019). *Sistema B y las empresas B en América Latina: Un movimiento social que cambia el sentido del éxito empresarial*. CAF Development Bank Of Latinamerica.
- Cummings, B. (2012). Benefit corporations: How to enforce a mandate to promote the public interest. *Columbia Law Review*, 112, 578-627.
- Diez-Busto, E., Sanchez-Ruiz, L., & Fernandez-Laviada, A. (2022). B Corp certification: Why? How? and What for? A questionnaire proposal. *Journal of Cleaner Production*, 372, 133801.
- Gazzola, P., Grechi, D., Ossola, P., & Pavione, E. (2019). Certified Benefit Corporations as a new way to make sustainable business: The Italian example. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 26(6), 1435–1445. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1002/csr.1758>
- Grant, J. K. (2013). When Making Money and Making a Sustainable and Societal Difference Collide: Will Benefit Corporations Succeed or Fail? *Indiana Law Review*, 46(3), 581–602.

- Guarna, N. (2019). *The Behavioral Case for B Corporations* [Tesis de maestría, Universidad de Pensilvania]. ScholarlyCommons.
- Hasler, J. E. (2014). Contracting for good: How benefit corporations empower investors and redefine shareholder value. *Virginia Law Review*, 100, 1279.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Education.  
[https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/etodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/etodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Hiller, J. S. (2013). The benefit corporation and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 118, 287-301.
- Ivanova, A. I., Maher, J. K., Marco, G. J., & Reinbold, M. (2018). Moderating factors on the impact of B Corporation certification on purchasing intention, willingness to pay a price premium and consumer trust. *Atlantic Marketing Journal*, 7(2), 17–35.
- Kim, S., & Schifeling, T. (2022). Good Corp, Bad Corp, and the Rise of B Corps: How Market Incumbents' Diverse Responses Reinvigorate Challengers. *Administrative Science Quarterly*, 67(3), 674–720. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1177/00018392221091734>
- La Borda. (2021). *VIVIENDA PARA CONSTRUIR COMUNIDAD*. laborda.coop.  
 Recuperado 16 de agosto de 2022, de <http://www.laborda.coop/es/>
- Lucas, D. S., Grimes, M. G., & Gehman, J. (2022). Remaking Capitalism: The Strength of Weak Legislation in Mobilizing B Corporation Certification. *Academy of Management Journal*, 65(3), 958–987. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.5465/amj.2020.1688>
- Martínez, A. N., & Porcelli, A. M. (2018). Estudio sobre la economía circular como una alternativa sustentable frente al ocaso de la economía tradicional (primera



parte). *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, 16(22), 301-334.

MINCIT. (2019). *Sociedades BIC*. mincit.gov.co. Recuperado 20 de agosto de 2022, de <https://www.mincit.gov.co/minindustria/sociedades-bic/ebook-sociedades-bic-02dic.aspx>

Nass, M. (2014). The Viability of Benefit Corporations: An Argument for Greater Transparency and Accountability. *Journal of Corporation Law*, 39(4), 875–893.

Nigri, G., Del Baldo, M., & Agulini, A. (2020). Governance and accountability models in Italian certified benefit corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2368-2380.

Organización de las Naciones Unidas. (2022). *THE 17 GOALS*. Recuperado 29 de agosto de 2022, de <https://sdgs.un.org/es/goals>

O'Toole, J., & Vogel, D. (2011). Two and a half cheers for conscious capitalism. *California Management Review*, 53(3), 60-76.

Parker, S. C., Gamble, E. N., Moroz, P. W., & Branzei, O. (2019). The Impact of B Lab Certification on Firm Growth. *Academy of Management Discoveries*, 5(1), 57–77. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.5465/amd.2017.0068>

Patel, P. C., & Chan, C. S. R. (2022). Non-economic Performance of Benefit Corporations: A Variance Decomposition Approach. *Journal of Business Ethics*, 178(2), 355–376. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1007/s10551-021-04754-y>

Pérez Rave, J. I. (2012). Revisión sistemática de literatura en Ingeniería como apoyo a la Consultoría basada en Investigación. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 17(66), 38-48.

Rawhouser, H., Cummings, M., & Crane, A. (2015). Benefit Corporation Legislation

and the Emergence of a Social Hybrid Category. *California Management Review*, 57(3), 13–35. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1525/cm.2015.57.3.13>

Segal, L. (2017). Benefit Corporations: A Step Towards Reversing Capitalism's Crisis of Legitimacy? *Virginia Journal of Social Policy & the Law*, 24(2), 97–123.

Servaes, H., & Tamayo, A. (2013). The impact of corporate social responsibility on firm value: The role of customer awareness. *Management science*, 59(5), 1045-1061.

Sharma, G., Beveridge, A. J., & Haigh, N. (2018). A configural framework of practice change for B corporations. *Journal of Business Venturing*, 33(2), 207-224.

Sistema B. (2022a). *Directorio de Empresas B en América Latina y Caribe*. sistemab.org. Recuperado 29 de agosto de 2022, de [https://www.sistemab.org/directorio-b/page/4/?title&industry&certification&country=Colombia&presence&produhttps%3A%2F%2Fwww\\_sistemab\\_org%2Fdirectorio-b%2Fpage%2F4%2F%3Ftitle&co](https://www.sistemab.org/directorio-b/page/4/?title&industry&certification&country=Colombia&presence&produhttps%3A%2F%2Fwww_sistemab_org%2Fdirectorio-b%2Fpage%2F4%2F%3Ftitle&co)

Sistema B. (2022b). *Historia del Movimiento B en Latinoamérica y el mundo*. sistemab.org. Recuperado 16 de agosto de 2022, de <https://www.sistemab.org/sobre/>

Sistema B. (2022c). *Modificaciones legales*. sistemab.org. Recuperado 16 de agosto de 2022, de <https://www.sistemab.org/modificaciones-legales-colombia/>

Simon-Kucher & Partners. (2021). *Global Sustainability Study 2021: Consumers are key players for a sustainable future*. [https://www.simon-kucher.com/sites/default/files/studies/Simon-Kucher\\_Global\\_Sustainability\\_Study\\_2021.pdf](https://www.simon-kucher.com/sites/default/files/studies/Simon-Kucher_Global_Sustainability_Study_2021.pdf)

Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Contreras, F. (2021). Empresas B en

Latinoamérica: un estudio exploratorio sobre compromiso laboral. *Información Tecnológica*, 32(3), 113–120. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.4067/S0718-07642021000300113>

Strauss, A., & Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.

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

Stubbs, W. (2017b). Sustainable Entrepreneurship and B Corps. *Business Strategy and the Environment*, 26(3), 331–344. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1002/bse.1920>

Tabares, S. (2021). Do hybrid organizations contribute to sustainable development goals? Evidence from B Corps in Colombia. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124615.

Toepler, S. (2018). Do Benefit Corporations Represent a Policy Threat to Nonprofits? *Nonprofit Policy Forum*, 9(4), N.PAG. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1515/npf-2018-0021>

Torres Salinas, D. (2020). *Bibliometrix: Primeros pasos y técnicas avanzadas con BiblioShiny App. Ec3metrics*. Recuperado de <https://zenodo.org/record/4327614#.Y-IgQnbMLSI>

van Tol, J. (2017). Teaching for sustainability: The role of (benefit) corporations. *Geographical Education*, 30, 24–30.

Villela, M., Bulgacov, S., & Morgan, G. (2021). B Corp Certification and Its Impact on Organizations Over Time. *Journal of Business Ethics*, 170(2), 343–357. <https://doi-org.consultaremota.upb.edu.co/10.1007/s10551-019-04372-9>

Wilburn, K., & Wilburn, R. (2014). The double bottom line: Profit and social benefit. *Business Horizons*, 57(1), 11-20.

