

Tendencias teóricas y metodológicas de investigación en las compañías B Corp en el periodo 2018-2023

Albyn Fabian León Baquero¹
Universidad de La Salle
alleon66@unisalle.edu.co

Leidy Yolanda González García²
Universidad de La Salle
legonzalez@unisalle.edu.co

DOI:

Fecha de recepción: 3 de abril de 2023
Fecha de aprobación: 19 de junio de 2023



Cómo citar este artículo: León Baquero, A.F; González García, L.Y. (2023). Tendencias teóricas y metodológicas de investigación en las compañías B Corp en el periodo 2018-2023. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (94), (páginas). DOI:

Resumen

El artículo tiene como objetivo identificar las principales tendencias de investigación en las cuales se desarrolla actualmente el estudio teórico y metodológico de las B Corps. Para ello, se utilizó una metodología con enfoque mixto, no experimental y de carácter exploratorio descriptivo, a través de una matriz de revisión documental que permitió sistematizar los documentos seleccionados. La elaboración de la matriz consideró exclusivamente artículos científicos de alto impacto de las bases Ebsco, Scopus y Web of Science, luego de la aplicación de los filtros se consolidaron un total de 59 artículos sobre los cuales se realizó la revisión y análisis de contenido. Los principales hallazgos muestran 8 tendencias teóricas de investigación que establecen las principales características, ventajas y debilidades de las B Corps en diferentes campos. Así mismo, en términos metodológicos, se identificaron 12 herramientas de investigación distribuidas en los 3 enfoques: cuantitativo, cualitativo y mixto. La presente revisión de literatura contribuye en demostrar la importancia del análisis de las B Corps como un importante fenómeno organizacional en la sociedad actual y coadyuvante en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible. La producción de literatura científica en el campo de las ciencias económicas y administrativas, específicamente en torno a las B Corps, posibilita conocer un fenómeno de gran interés para la realidad empresarial Latinoamericana.

Palabras clave: B Corps; B Lab; certificación B; empresas B.

¹Candidato a Doctor en Administración de Empresas (DBA). Escuela de Negocios de la Universidad de La Salle (Colombia), integrante del Grupo Interdisciplinario de Investigación en Desarrollo, Estructuras Económicas, Políticas Públicas y Gestión. Universidad de La Salle (Colombia). Magíster en Derecho Internacional de Negocios. Universidad Externado de Colombia en convenio con la Universidad Panthéon Assas - París II. Magíster en Educación. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá - Colombia. Especialista en Derecho Privado Económico. Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Derecho Comercial. Universidad del Rosario. Especialista en Derecho de la Empresa. Universidad del Rosario. Abogado. Universidad Cooperativa de Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2662-7624>

²Doctora en Sociología. Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales. Universidad Nacional General San Martín (Argentina). Magíster en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos. Universidad Central (Colombia). Administradora de Empresas. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC). Docente. Universidad El Bosque y Universidad de La Salle. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7436-3993>

Theoretical and methodological research trends in B Corp companies in 2018-2023

Abstract

The article aims to identify the main research trends in which the theoretical and methodological study of B Corps is currently being developed. A mixed, non-experimental and descriptive exploratory methodology was used for this purpose, through a document review matrix that made it possible to systematize the selected documents. The elaboration of the matrix exclusively considered high impact scientific articles from the Ebsco, Scopus and Web of Science databases, after applying the filters, a total of 59 articles were consolidated for review and content analysis. The main findings show 8 theoretical research trends that establish the main characteristics, advantages and weaknesses of B Corps in different fields. Likewise, in methodological terms, 12 research tools were identified, distributed in 3 approaches: quantitative, qualitative and mixed.

This literature review contributes to demonstrate the importance of the analysis of B Corps as an important organizational phenomenon in today's society and as a contributor to the achievement of the Sustainable Development Goals. The production of scientific literature in the field of economic and administrative sciences, specifically around the B Corps, makes it possible to learn about a phenomenon of great interest for the Latin American business reality.

Keywords: B Corps; B Lab; B certification; B corporations.

1. Introducción

Las B Corps son empresas que han cumplido una serie de auditorías que verifican aspectos éticos, ambientales, sociales, laborales y de gobernanza, solo al momento de realizarse la validación por una organización experta, en este caso el B Lab, es quien otorga la certificación B Corp. Para ser una corporación B se deben demostrar los requisitos de formación definidos según el tamaño de la empresa, el sector y explotación industrial, aunque en primera medida siempre se debe completar la evaluación de “impacto B análisis de impacto en el negocio” o *business impact analysis* (BIA), la cual es una herramienta gratuita de evaluación en línea que se estructura bajo los siguientes cimientos: medio ambiente, gobierno, empleados, clientes, y comunidad (Wecker y Froehlich, 2022). La certificación B Corp no solo da muestra del cumplimiento de las prácticas analizadas, de forma adicional les permite a las empresas generar valor superior a las ganancias económicas derivado de su comportamiento sostenible, moral y ético, generando en muchos casos ventajas frente a sus competidores. En todo caso, la motivación de cada empresa para obtener su certificación B Corp varía y depende de múltiples factores (Moroz y Gamble, 2021).

En ese orden de ideas, el estudio de las B Corps a nivel internacional ha cobrado relevancia en los últimos años, abordándose desde diversos escenarios teóricos y con posiciones metodológicas variadas. Por ello, el propósito de este artículo es realizar una revisión de literatura que permita analizar las tendencias teóricas y metodológicas de investigación sobre las B Corps en el periodo de tiempo 2018-2023. Generando con ello un panorama general de este tipo de empresas que puede ser utilizado como referente en las futuras investigaciones sobre el tema, principalmente en Latinoamérica al ser una región incipiente en el estudio y producción de publicaciones académicas en materia de B Corps.

2. Referente teórico

Dentro de la variada tipología empresarial existe un movimiento denominado B, el cual inició y fue creciendo a la par de pequeñas empresas privadas que se orientaron en garantizar la sustentabilidad ambiental y social (Kim y Schifeling, 2022). El movimiento Global B fue instaurado en el año 2006 por la organización sin fines de lucro B Lab, en Estados Unidos, entendiendo que las empresas pueden dar soluciones a problemas mundiales, como la desigualdad, cambios climáticos o inequidad social, y en caso de no darles solución, por lo menos contribuyen a su mitigación utilizando su posicionamiento en el mercado e influyendo de forma positiva en su misión, prácticas, capacidades y sostenibilidad (Wecker y Froehlich, 2022). Bajo esta perspectiva surgen las empresas con certificación B, también conocidas como B Corps, las cuales tienen un propósito híbrido y se diferencian de las demás empresas al enfocarse en modelos sostenibles de negocios que combinan su preocupación por el impacto social con la conquista de rentabilidad (Cantele *et al.*, 2023).

Las B Corps cada vez toman mayor importancia para las organizaciones contemporáneas al generar propuestas que les permiten crecer financieramente y beneficiar a la sociedad. Por ello, el sistema B en Latinoamérica cada vez toma más fuerza, existiendo en la actualidad 1120 empresas, que se suman a un gran total de 7619. En otras palabras, de las 7619 empresas B Corp que hay en el mundo, según datos de B Lab, el 14,7 % pertenecen al sistema

B en Latinoamérica. Transformando la economía global con innovación, cuidado, interdependencia, diversidad, pasión y coconstrucción.

Las B Corps pueden seleccionar modelos que combinan factores sociales, económicos y ecológicos, haciendo parte de las empresas triple impacto, generando beneficios cuando estos factores son sustentables, viables, sostenibles o equitativos (Saiz-Álvarez *et al.*, 2020). Con fundamento en las principales teorías y alternativas en el manejo de los negocios, el modelo empresarial B Corp, también conocido en América Latina como sistema B, genera un grado mayor de responsabilidad del sector privado con la sociedad y el ambiente, en la mejora de las condiciones de los trabajadores, clientes, gobierno corporativo, medioambiente y la comunidad.

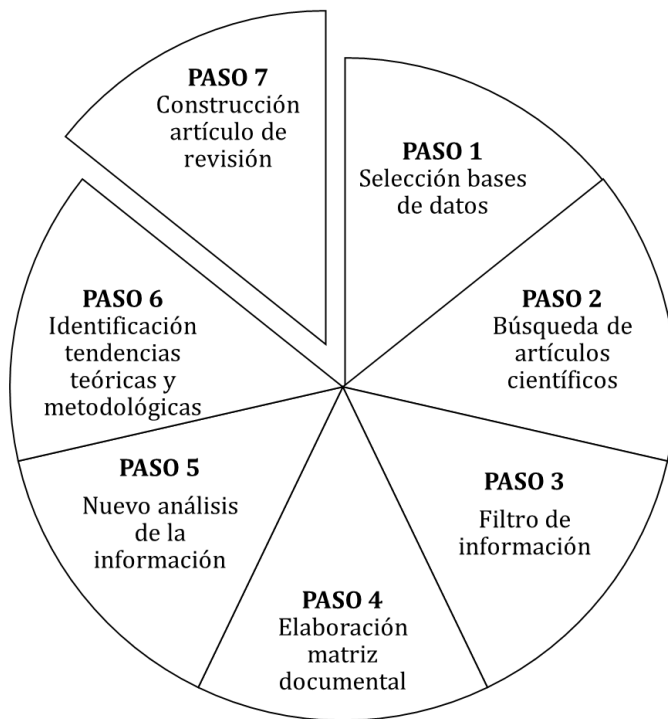
La característica decisiva del modelo de negocio de la empresa B es pensar en el impacto en la sociedad y el medio ambiente en los procesos de transacción y toma de decisiones, para reducir impactos negativos y aumentar los impactos ambientales y sociales positivos (Huang *et al.*, 2019). De esta forma, las B Corps no son entidades dedicadas únicamente a labores altruistas o enmarcadas en las denominadas sin ánimo de lucro, toda vez que mantienen su propósito de competitividad, perduración en el mercado y obtención de ganancias derivadas de sus actividades mercantiles.

3. Metodología

La revisión de literatura se construyó a partir de un enfoque mixto, no experimental y de carácter exploratorio descriptivo. Para ello, se procedió con la indagación en las bases de datos Ebsco, Scopus y Web of Science, estableciendo como criterio de búsqueda las categorías B. En las bases de datos establecidas se realizó un filtro en donde se seleccionaron únicamente artículos publicados en revistas científicas que abordan la materia, descartando libros, capítulos de libro, conferencias, o cualquier otro documento que no cumpliera con este criterio. La ventana de observación abarca 6 años, siendo su periodo de tiempo 2018-2023.

Posterior al proceso de depuración se fijó una muestra total de 59 artículos para su revisión, de esta forma se consolidó una matriz de análisis documental en la que se incorporaron, para cada artículo, los siguientes datos: autores, nombre del artículo, fecha de publicación, resumen, objetivo, metodología utilizada, nombre de la revista, tema y principales hallazgos. La figura 1, da muestra del proceso metodológico utilizado en la investigación. Asimismo, la matriz permitió de forma inicial la identificación de las tendencias teóricas en investigaciones de B Corps (figura 5) y las tendencias metodológicas en investigaciones de B Corps (figuras 6 y 7).

Figura 1. Proceso metodológico de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

La metodología utilizada facilitó el análisis de datos, la agrupación de tendencias y la articulación de los resultados de investigación, elementos que se espera aporten en las próximas investigaciones científicas que se adelanten sobre las B Corps.

4. Análisis de datos

Para la elaboración del análisis de contenido se hizo énfasis en la tipificación de corrientes temáticas en el marco de las investigaciones adelantadas desde el año 2018 hasta el año 2023 sobre B Corps. En primer lugar, se examinan las distintas perspectivas teóricas de investigación en B Corps agrupadas en 8 tendencias. En segundo lugar, se analizan las 8 tendencias en particular, se presentan sus principales características y se discuten los resultados más relevantes.

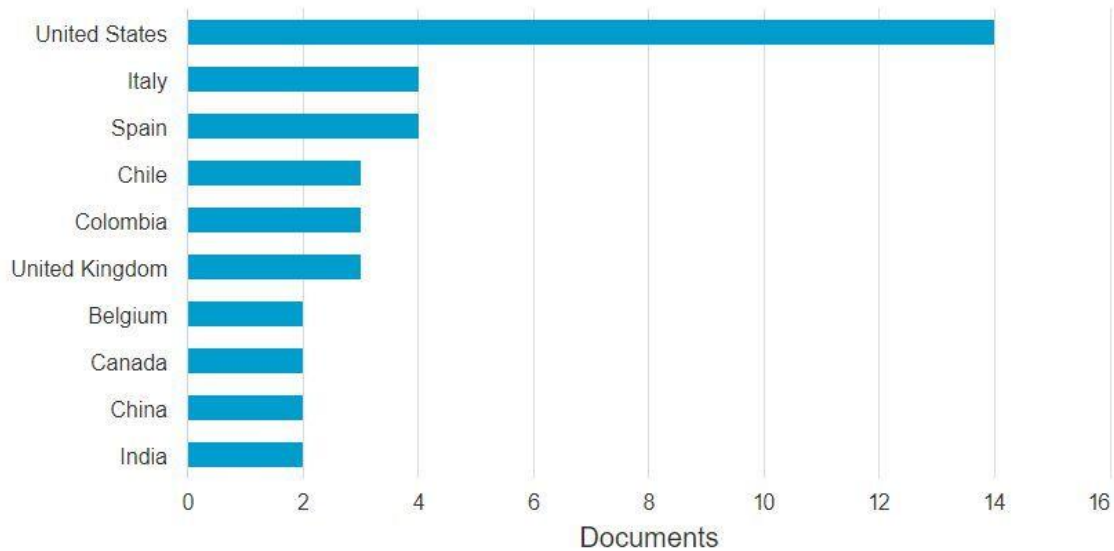
En el mismo sentido, se abordó la construcción de las tendencias metodológicas de investigación. En primer lugar, se hace el respectivo análisis de la metodología empleada en los 59 artículos seleccionados; posteriormente se agrupan dichas metodologías a la luz de los 3 enfoques de investigación: cuantitativo, cualitativo y mixto y, finalmente, se identifican las principales herramientas empleadas en cada enfoque.

5. Resultados

Analizando los resultados obtenidos luego de hacer el filtro de búsqueda, el principal país que realiza investigaciones relacionadas con las B Corps es Estados Unidos, esto para las 3 bases consultadas. En lo que respecta a Latinoamérica, en las bases Web of Science y Ebsco, el país con mayor número de investigaciones en materia de B Corps es Brasil, con 4 artículos en total. La base Scopus indica que los dos países que más están investigando y publicando en ella son Chile y Colombia, con 3 artículos en cada uno. Existe algo común en estos 2 países, un investigador por país predomina como investigador principal con 2 artículos, en Chile: Bianchi, C.; y en Colombia: Tabares, S. En ese orden, Latinoamérica se encuentra aún rezagado

en el estudio de las B Corps respecto a Norteamérica y Europa, siendo un deber el profundizar en su comprensión para generar mayor aporte social y ambiental desde la dinámica empresarial.

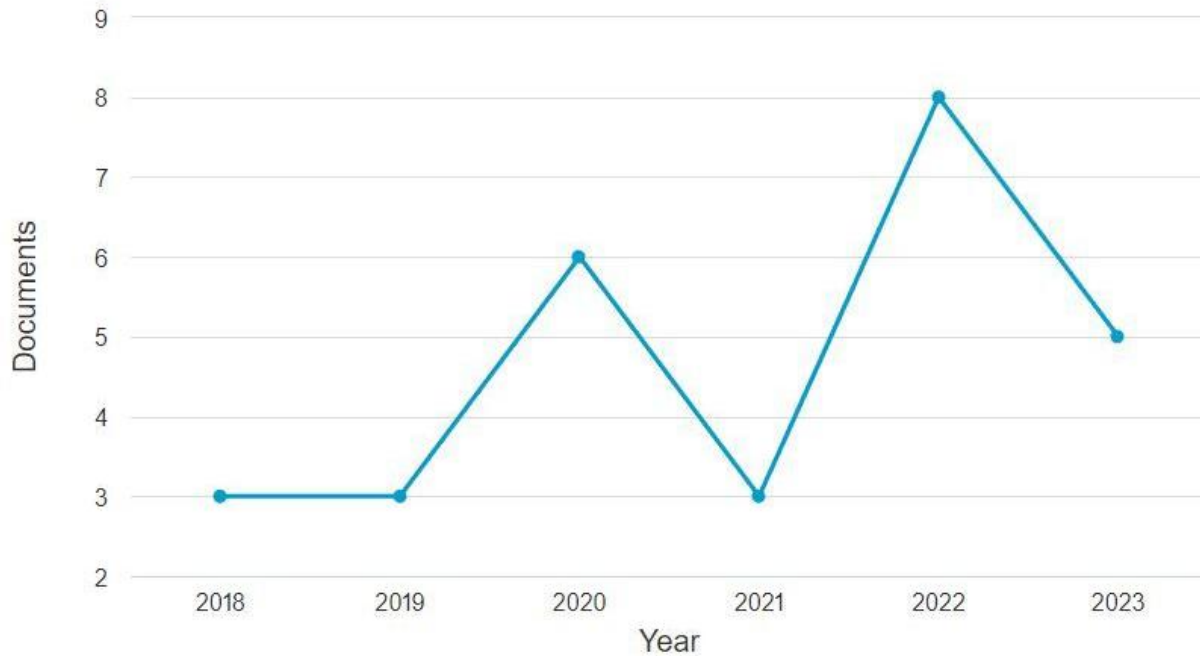
Figura 2. Principales países que investigan en B Corps



Fuente. Scopus (2023).

Las investigaciones que estudian a las B Corps desde diferentes líneas continúan en aumento desde el año 2019, aunque en el año 2021 en la base Scopus disminuyen sus publicaciones, en el 2022 aumentaron de forma importante respecto a los años anteriores y la tendencia del 2023 es positiva.

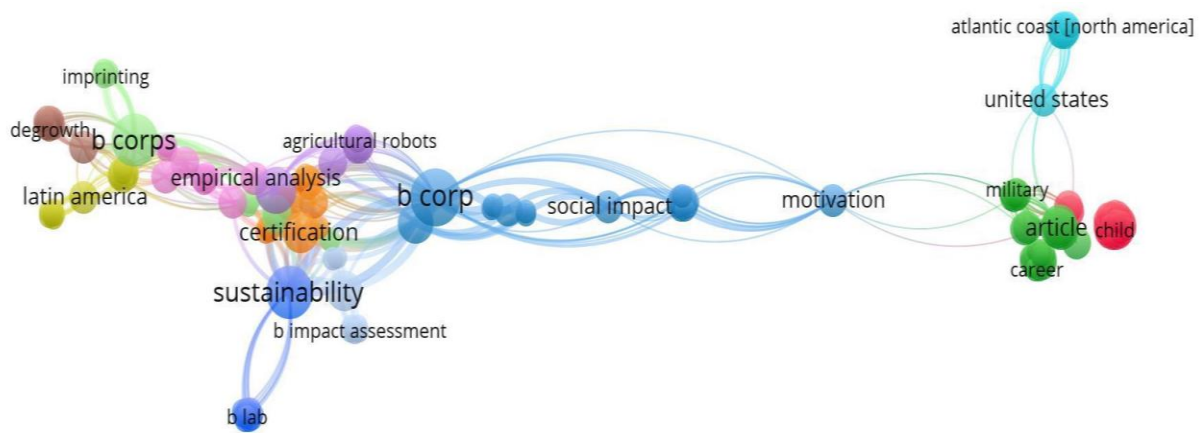
Figura 3. Investigaciones por año



Fuente. Scopus (2023).

En lo que respecta a los criterios más utilizados en las investigaciones científicas en materia de B Corps, sobresalen: B Corp, B Corps, impacto social, sustentabilidad, análisis empírico, certificación y B Lab. El criterio en Latinoamérica muestra un aumento, pero como se ha mostrado, el esfuerzo debe ser superior en la región.

Figura 4. Criterios de búsqueda en investigaciones de B Corps



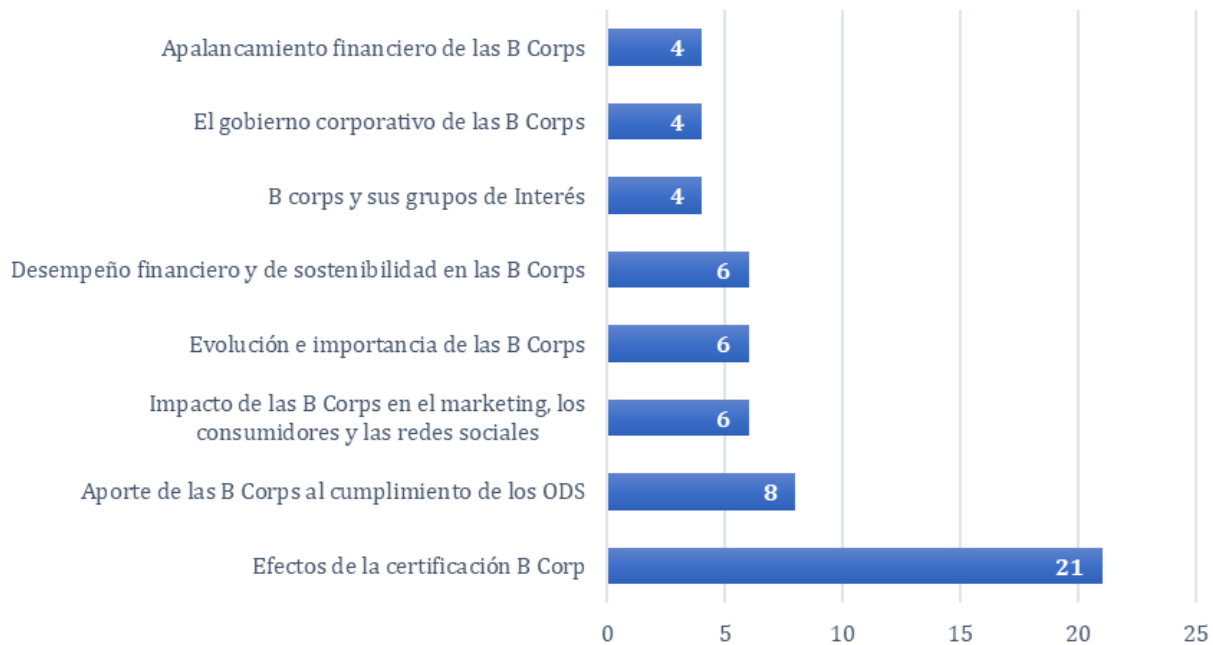
Fuente. Scopus y VOSviewer (2023).

A continuación, se examinan las tendencias teóricas en que se agruparon las investigaciones sobre B Corps analizadas.

5.1. Tendencias teóricas en investigaciones de B Corps

De la revisión de artículos científicos en torno a las B Corps se encontraron 8 tendencias teóricas que sobresalen, ellas son: 1) efectos de la certificación B Corp, con 21 artículos consultados; 2) aporte de las B Corps al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), con 8 artículos consultados; 3) impacto de las B Corps en el *marketing*, los consumidores y las redes sociales, con 6 artículos consultados; 4) evolución e importancia de las B Corps, con 6 artículos consultados; 5) desempeño financiero y de sostenibilidad en las B Corps, con 6 artículos consultados; 6) B Corps y sus grupos de interés, con 4 artículos consultados; 7) el gobierno corporativo de las B Corps, con 4 artículos consultados; 8) apalancamiento financiero de las B Corps, con 4 artículos consultados.

Figura 5. Tendencias teóricas en investigaciones de B Corps



Fuente. Elaboración propia.

El análisis de tendencias teóricas se realiza en una secuencia lógica acorde a la totalidad de artículos consultados.

5.1.1. Evolución e importancia de las B Corps

6 de los 59 artículos seleccionados muestran la evolución e importancia de las B Corps (Blasi y Sedita, 2022; Diez-Busto *et al.*, 2020; Hankammer *et al.*, 2021; Kirst *et al.*, 2021; Sharma *et al.*, 2018; Sousa y Sadao, 2018). Las B Corps son un modelo organizacional emergente (Blasi y Sedita, 2022). Son personas jurídicas que se comprometen con el impacto positivo en materia social y ambiental, no solo con sus ganancias, de esta manera contribuyen con la responsabilidad social empresarial (RSE), el desarrollo sostenible y la economía circular. Los principales estudios acerca de las B Corps han girado en torno a su modelo legal, desempeño, gobernanza, entorno externo y evolución empresarial, algunas investigaciones recientes

revisan temas sobre los responsables políticos y las implicaciones para las organizaciones (Diez-Busto *et al.*, 2020; Kirst *et al.*, 2021). Las B Corps son estudiadas y clasificadas no solo de forma interna, también se realiza de forma externa para una adecuada sistematización de información, esos factores exógenos como el sector y tamaño, junto a los factores endógenos como la naturaleza de sus prácticas explican su evolución, reorganización y cambios desde las primeras B Corps existentes a las actuales, que indiscutiblemente genera variaciones en la asequibilidad, interpretación y referentes sociales de ellas (Sharma *et al.*, 2018).

Nuevas perspectivas investigativas sobre B Corps han buscado resultados sobre conceptos como el decrecimiento sostenible, en donde se realizan transiciones a economías más pequeñas con menor producción y consumo, o el poscrecimiento, que examina los toques de crecimiento económico y de generación de beneficios sociales, ya que al llegar a ese máximo se deben buscar formas, técnicas y herramientas alternativas para continuar la generación de bienestar, situaciones poco estudiadas, aunque se sitúen en el bienestar humano dentro de los límites que puede ofrecer el planeta, dejando varias dudas sobre los modelos de negocios adecuados que deben utilizar las empresas cercanas al decrecimiento (Hankammer *et al.*, 2021). En todo caso, el principal objetivo de las B Corps existentes es incentivar a las empresas para que sean partícipes activos del cambio social en sus regiones y el mundo, esto mediante la cooperación, el desarrollo sostenible y la creación de negocios sociales que hagan crecer a la empresa y, en consecuencia, sus impactos positivos (Sousa y Sadao, 2018).

5.1.2. Efectos de la certificación B Corp

21 de los 59 artículos seleccionados centran su objetivo en identificar los resultados positivos o negativos que generan las empresas con la adopción de la Certificación B (Bengo *et al.*, 2022; Burger-Helmchen y Siegel, 2020; Diez-Busto *et al.*, 2022; Cantele *et al.*, 2023; Dionisio y Raupp, 2022; Eltweri *et al.*, 2022; Fonseca *et al.*, 2022; Gazzola *et al.*, 2022a; Kim y Schifeling, 2022; Lee *et al.*, 2023; Lucas *et al.*, 2022; Lumby y Ngwenyama, 2023; Moroz *et al.*, 2018; Moroz y Gamble, 2021; Muñoz *et al.*, 2018; Paelman *et al.*, 2020; Parker *et al.*, 2019; Pascual *et al.*, 2021; Richardson y Higgins, 2019; Rodrigues y Comini, 2019; Wecker y

Froehlich, 2022). Derivado de la temática analizada y los resultados revelados, la tendencia sobre efectos de las B Corps se subclasifica en 2 tópicos, así: 1) motivaciones y barreras observadas por las empresas certificadas B Corp; 2) nuevos modelos de negocios.

Motivaciones y barreras observadas por las empresas certificadas B Corp

Existen diferentes estímulos y obstáculos que experimentan las empresas B Corp al momento de su creación o estando ya certificadas, siendo 3 factores relevantes acerca de los que se investigan de forma reiterada: 1) el impacto de la certificación en el desempeño económico; 2) el desempeño social de la organización a nivel general; 3) el desempeño social por parte o hacia los *stakeholders* (Lee *et al.*, 2023).

Sobre el impacto de la certificación en el desempeño económico, aunque se puedan presentar particularidades o excepciones, las B Corps generan resultados positivos en diferentes componentes de su organización y generan ventajas estratégicas no financieras (Richardson y Higgins, 2019). Al respecto, una primera investigación revela que las tasas de crecimiento de las B Corps pueden variar por la heterogeneidad de las empresas o factores externos, en este caso, pasaron del 25,8 % en 2012 al 32,4 % en 2013, cayendo al 21,9 % en 2014 (Parker *et al.*, 2019). Respecto a este punto, se resalta el estudio de Paelman *et al.* (2020), que muestra para las B Corps un crecimiento anual promedio de 22 %, aproximadamente; frente a los trabajadores una tasa de crecimiento anual del 13 %; un apalancamiento del 70,9 % y activos que pueden crecer de media a un ritmo del 22 %. Dichos resultados dan muestra de una tendencia efectiva en el crecimiento y desempeño económico de las B Corps.

Respecto al desempeño social de la organización a nivel general, mediante los datos analizados en la encuesta *B Corp Certification Process Survey* (BCCPS) por Diez-Busto *et al.* (2022), se identifican las principales barreras para la consolidación de las B Corps: falta de compromiso de la alta dirección; falta de conocimiento sobre la certificación B; falta de tiempo para planificar acciones en el mediano y/o largo plazo; visión a corto plazo; la certificación no es vista como un objetivo estratégico; falta de formación para empleados;

resistencia interna a cambiar; políticas de comunicación interna defectuosas; ausencia o dificultad de una adecuada medición; falta de incentivos al personal para involucrarse en el proceso; implementación defectuosa de estrategias; incremento de costos en las operaciones; alta inversión económica y cuota anual alta. Sin embargo, también establecen las motivaciones o efectos positivos generados con la certificación B Corp: compromiso social de la empresa; la empresa es referente social; transparencia; visibilidad de la compañía; satisfacción de los trabajadores; lealtad del cliente; acceso a una nueva red de proveedores y a un nuevo mundo de red de empresas B; satisfacción del cliente; disminución del efecto sobre la huella de carbono; eficiencia en el uso de los recursos; competitividad de la compañía; conciencia de lo sostenible; desarrollo de metas; mejores condiciones de trabajo; los grupos de interés participan en toma de decisiones; tienen una cuota de mercado; mejoran los ingresos por ventas; acceso a nuevas fuentes de financiación; y la disminución del absentismo laboral.

No obstante, se puede presentar que la mejora del desempeño social de las empresas no sea uniforme con sus grupos de interés (Lee *et al.*, 2023). En estos casos se deben buscar alternativas complementarias para lograr equidad o evitar afectación con los *stakeholders*. Una opción es la celebración de alianzas intersectoriales y colaboración cruzada con entidades sin ánimo de lucro (Dionisio y Raupp, 2022). Otra forma de mejorar estos indicadores es el fortalecimiento normativo relacionado con la responsabilidad social empresarial y requisitos de las B Corps (Lucas *et al.*, 2022). Otro punto para tener en cuenta, es que al ser considerada la certificación B por algunos autores como una nueva clase de mecanismo de rendición de cuenta al incluir etapas de confirmación, identificación y compromiso legal (Rodrigues y Comini, 2019), las B Corps pueden mejorar sus operaciones y resultados involucrando evaluaciones, normas y análisis de impacto adicionales, como es la norma ISO 22317 relacionada con el “plan de análisis de impacto en el negocio” o *bussiness impact analysis* (BIA) (Bengo *et al.*, 2022), las normas ISO 9001 sobre sistemas de gestión de calidad, e ISO 14001 sobre sistemas de gestión ambiental (Fonseca *et al.*, 2022), o las normas internacionales en auditoría (NIA) *international standards on auditing* (ISAs) (Eltweri *et al.*, 2022).

Nuevos modelos de negocios

En la sociedad actual, las formas de realizar negocios han mutado respecto a las formas tradicionales que operaban en el siglo XX, toda vez que las principales crisis de nuestros tiempos son consecuencia de dichas prácticas (Kim y Schifeling, 2022). Para cambiar ese enfoque clásico de la obtención de ganancias y evitando caer en conductas repetitivas, el primer y principal objetivo de cada organización es el de actuar de forma ética en todas sus operaciones, naciendo así un contrato tácito que incluye para las empresas derechos, pero a su vez involucra obligaciones morales y reglamentarias (Burger-Helmchen y Siegel, 2020). Desde dicha perspectiva, la creación de empresas con propósito es una solución a las necesidades existentes, logrando combinar su desarrollo con un propósito adicional que, en conjunto puede traer beneficios a la sociedad; respondiendo a este desafío, surgen nuevas formas de organización que trascienden de solo lo financiero y trascienden a la incorporación de valores sociales o ambientales, entre ellas las B Corps, que tienen como requisito cumplir estas condiciones generando una nueva forma de emprendimiento prosocial, pero que, en todo caso, van a depender de una serie de eventos positivos y negativos en su gestión para continuar con esta ruta, o abandonar su propósito y volver a ser una empresa habitual del siglo XX (Muñoz *et al.*, 2018).

No en todos los casos es necesario hacer nuevos modelos de negocio, la certificación B también es otorgada en actividades comerciales habituales que presentan innovaciones ecológicas o relacionadas, tal como ha sucedido en el caso de los alimentos y bebidas; sin embargo, los *stakeholders* deben estar atentos a las empresas de ciertos sectores para evitar que generen una imagen o comunicación sobrevalorada y que pueda alterar la percepción de los productos o las mismas empresas (Lumby y Ngwenyama, 2023). En el sector bancario, por tradición se persiguen únicamente objetivos financieros, pero también se pueden obtener objetivos no financieros, apoyando a las comunidades desde su misión social con microcréditos, generando actividades ambientales y aumentando la motivación de sus trabajadores; todas estas acciones forjan relaciones positivas con los clientes de una empresa percibiendo la legitimidad de ella (Pascual *et al.*, 2021). La industria de la moda dentro del proceso de manufactura de millones de vestidos, prendas y otro tipo de accesorios, consumen

gran cantidad de agua, energía y recursos ambientales, las B Corps de este sector que incluyen en su objeto social diversos objetivos de desarrollo sostenible implementan de una mejor forma modelos sostenibles de economía circular, políticas de RSE, siendo más innovadoras y transparentes para sus grupos de interés (Gazzola *et al.*, 2022a).

Con esta perspectiva, las B Corps ofrecen experiencias diferenciadas e impactantes derivadas de sus motivaciones prosociales, de las oportunidades que generan y las acciones de emprendimiento (Moroz *et al.*, 2018).

5.1.3. Aporte de las B Corps al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

Dentro de esta tendencia se analizaron 8 de los 59 artículos seleccionados, los cuales tienen una preocupación particular por el cumplimiento de los ODS y consideran a las B Corps una alternativa para realizar esa meta (Barroso *et al.*, 2023; Ferioli, 2022a; Li y Leonas, 2021; Liute y Giacomo, 2022; Mele *et al.*, 2020; Nigri *et al.*, 2020; Tabares, 2021a; Tabares *et al.*, 2021). En ese orden de ideas, los ODS u objetivos globales fueron adoptados por las Naciones Unidas en 2015; este plan de acción global fue esquematizado en un conjunto de 17 objetivos interrelacionados, para su cumplimiento se debe hacer uso de diferentes alternativas por los Estados y las empresas, de este modo, las B Corps contribuyen a los ODS dando soluciones relacionadas, lo que obliga a su fortalecimiento en Latinoamérica al caracterizarse por tener economías emergentes (Tabares, 2021a).

Señala Barroso *et al.* (2023), que aquí son protagonistas las empresas de triple impacto o empresas B, consideradas como un medio de cambio y de reconfiguración para la superación de problemas ambientales, climáticos y cumplimiento de los ODS, articulando la ciudadanía corporativa (CC), la responsabilidad social corporativa (RSC) y el desarrollo sostenible (DS), con el cumplimiento de metas y los deberes para los *stakeholders*. Se insiste que el señalado andamiaje puede ser llevado a cabo de varias formas, una de ellas es con la aplicación de la biomímesis a la gestión organizacional y de comunicación, siendo esta una ciencia que

estudia los modelos naturales y los toma como inspiración para resolver problemas organizacionales. En el mismo sentido, las B Corps tienen desempeño superior en sustentabilidad y mayor eficacia en cinco áreas de suma importancia para el cumplimiento de los ODS: gobierno, trabajadores, comunidad, medio ambiente y clientes o consumidores (Li y Leonas, 2021). Esto se debe a que las B Corps se orientan a la solución de problemas de sostenibilidad con una propuesta de valor dirigida, en su mayoría de veces, en torno a cuatro categorías: 1) consideración de las generaciones futuras; 2) mejorar el desarrollo humano; 3) promover el desarrollo sociopolítico; 4) incitar nuevos comportamientos, estilos de vida y mentalidades (Tabares *et al.*, 2021).

Por ello, las B Corps al tener gran versatilidad pueden involucrarse en transformaciones de impacto en diversos sectores comerciales o industriales, por ejemplo, de los segmentos industriales que más perjudica el ambiente en su producción se tiene el sector automotor y, en consecuencia, el sector transportador que diariamente afecta la atmósfera, principalmente por los gases de escape de los vehículos (CO, CO₂, NO_x, HC, O₃), sin mencionar la congestión vial que generan; en ese sentido, algunas B Corps han mitigado estas afectaciones con innovaciones en la movilidad sostenible, desarrollando el concepto introducido en el año 1992 en la Unión Europea, gracias a la publicación del libro verde (Ferioli, 2022a). La flexibilidad de las B Corps para la generación de soluciones en diferentes sectores nace de su enfoque y priorización a la sostenibilidad, lo que las alienta a hacer mejoras en su desempeño y apoyar los ODS, lo que se asemeja ocasionalmente a la teoría del resultado triple (TRT) (Liute y Giacomo, 2022; Nigri *et al.*, 2020).

Pero no todas las acciones para el cumplimiento de los ODS deben ser de gran envergadura. En los últimos años se ha conceptualizado acerca de la importancia de la innovación organizacional y su aplicación. La innovación ocurre mediante conexiones de diferentes elementos humanos y no humanos, no son actividades fortuitas, sino que obedecen a un proceso continuo basado en actividades diarias. Dicho esto, la innovación no es solo tecnológica, puede estar en las ideas que logran mayor colaboración y beneficios mutuos entre la empresa y sus grupos de interés (Mele *et al.*, 2020). De esta forma, el cumplimiento de los ODS es una labor cotidiana de todos los involucrados, no solo de las empresas y de los

Estados, los consumidores y demás *stakeholders* tienen también un papel activo para obtener los resultados que se esperan al año 2030.

5.1.4. *Impacto de las B Corps en el marketing, los consumidores y las redes sociales*

Las investigaciones analizadas en torno al *marketing*, los consumidores y las redes sociales son 6 de las 59 seleccionadas en la revisión documental (Bianchi *et al.*, 2020; Bianchi *et al.*, 2022; Ivanova *et al.*, 2018; Lepkowska-White, *et al.*, 2023; Reynolds *et al.*, 2019; Tabares, 2021b). La misma certificación B es un activo de *marketing* que atrae a inversores y consumidores con conciencia social, lo que permite a los *stakeholders* tener mejor comunicación con la empresa, para ello, las empresas se valen de medios de comunicación masiva y redes sociales que se gestionan rápidamente en la difusión de mensajes, siendo aliadas de las pequeñas y medianas empresas que pueden tener dificultad de acceso a medios más costosos, pero las redes sociales como Twitter (ahora X), Facebook, o semejantes, pueden ser peligrosas si llegan a generar noticias falsas o malinterpretadas que afecten la empresa (Reynolds *et al.*, 2019), Motivo por el cual, varias estrategias de *marketing* se enfocan en los consumidores que utilizan redes sociales. Aunque se pensaría que todas las empresas tienen presencia en estos medios digitales, un primer acercamiento demostró que la mitad de las B Corps seleccionadas no tenían presencia en las redes sociales, de las que están activas la mayoría no menciona que son Empresas B y otras se enfocan en hablar única o excesivamente de actividades de RSE relacionadas con sus trabajadores, comunidad, medio ambiente o gobernanza, dejando en un segundo plano su actividad comercial, industrial o de servicios, mostrando una desarticulación en el momento de hacer campañas de *marketing* digital entre su compromiso social y objeto comercial (Lepkowska-White, *et al.*, 2023).

Valores como el respeto, la autoestima y autosatisfacción, la pertenencia, la calidad de vida, sentido de logro o relaciones cercanas, tienen relevancia en las intenciones de consumo (Bianchi *et al.*, 2022). De allí se estructura la importancia del consumo responsable encaminado a las decisiones de compra, atendiendo miramientos ambientales y sociales con la generación de una menor afectación de ellos por las transacciones realizadas; esta

situación ha generado un aumento de consumidores en diferentes países, principalmente de América del Norte, Europa y Asia, que compran productos o solicitan servicios principalmente a B Corps, aunque en Latinoamérica no es claro si los consumidores presentan menos interés por las B Corps que atienden sus necesidades (Bianchi *et al.*, 2020).

Se puede presentar que los precios de los productos o servicios prestados por las B Corps sean más altos que el de otras empresas; sin embargo, la relación con los clientes se establece generalmente por vínculos emocionales en donde el consumidor considera lo que es correcto, empoderándolo mientras busca su bienestar o el de su entorno. Son entonces clientes conscientes que tienen la intención de sensibilizar y educar con sus acciones (Tabares, 2021b). Para las empresas, entonces, no es suficiente tener una certificación así sea B Corp, se debe generar identificación de los consumidores, ya que muchos de ellos no confían en los sellos, etiquetas o certificaciones, ejemplo de dicha afirmación son los consumidores chinos, que al parecer muestran desconfianza por la certificación orgánica, y se pueden presentar otros casos relacionados, entonces, para generar propuestas de *marketing* equilibradas lo primero es conocer a los consumidores. Las estrategias efectivas de comunicación inician con una correcta segmentación de mercado, lo que ayudará a entender factores demográficos y psicográficos que pueden afectar el perfil de los consumidores sostenibles y responsables (Ivanova *et al.*, 2018).

5.1.5. *Desempeño financiero y de sostenibilidad en las B Corps*

6 de las 59 investigaciones analizadas en la revisión documental tratan los efectos del desempeño financiero y de sostenibilidad en las B Corps (Ferioli, 2022b; Huang y Madhavan, 2021; Kim, 2021; MacMillan, 2020; Mion *et al.*, 2023; Pollack, *et al.*, 2021). La RSC creó una transición de las empresas tradicionales a aquellas que inician a maximizar resultados y hacer sostenibles sus procesos, instituyendo una serie de beneficios a los *stakeholders*; estos postulados se trasladan a las B Corps que deben ser transparentes con su información financiera y social, siendo más abierta y pública que la de las empresas comerciales tradicionales.

Certificarse como B Corp permite acceder a descuentos de sus proveedores, aumento de inversiones, valorización de marca, minimizar cargas tributarias y acceso al capital social, pero se ha observado una desaceleración del crecimiento financiero a corto plazo en un promedio del 20 % para estas empresas, situación que puede afectar de una forma más fuerte a las pequeñas B Corps y las de más reciente creación con disminuciones superiores a la del promedio (Pollack, *et al.*, 2021). Lo anterior, puede ser la razón para que algunas empresas tomen la decisión de no mantener su certificación B. La tasa de deserción promedio en las B Corps es de 23,7 % durante todo su tiempo de funcionamiento, siendo el tamaño de la empresa un factor relevante en la estadística, toda vez que la mayoría de las empresas que no continúan con la certificación funcionan con menos de 10 trabajadores, en todo caso, la mayoría de las B Corps revisan cada dos años su BIA con el fin de recertificarse, convirtiéndose en algo habitual mantener la categoría B Corp, obteniendo un puntaje BIA superior las empresas certificadas que las no certificadas (Kim, 2021). Según Ferioli (2022b), la información cargada voluntariamente por las B Corps en sus sitios web en muchos casos no es completa o precisa, por lo cual, es preciso crear herramientas que permitan evaluar su contenido, veracidad e impacto social y económico. Herramienta como la memoria de sostenibilidad, da a conocer de forma más completa el impacto social y ambiental en comparación a los sitios web. Mientras que la declaración financiera es un instrumento centrado en los resultados financieros, tiene el problema de no responder a la totalidad de información que requieren los *stakeholders*. En ese caso, el informe de sostenibilidad al ser un documento estructurado complementa los estados financieros de la empresa con información cuantitativa económica y no económica, junto con información cualitativa que describe impactos y resultados de las actividades de la empresa. Por su parte, las declaraciones de misión de las B Corps describen tendencias financieras y de sostenibilidad, siendo la de sostenibilidad la que más se hace visible a los grupos de interés, dejando en un segundo plano la financiera, esta práctica puede descuidar a *stakeholders* internos como son los inversores y accionistas (Mion *et al.*, 2023).

Huang y Madhavan (2021), indican que las investigaciones actuales tratan principalmente los objetivos estratégicos más que los objetivos financieros, algunos estudios resaltan la

relación de los rendimientos financieros de una empresa con el capital de riesgo corporativo (CRC). La inversión *corporate venture capital* (CVC), es una relación entre organizaciones, con el fin de reducir el uso de recursos externos, sin embargo, los estudios actuales les dan un trato secundario a los resultados financieros CVC, aunque los primeros reconocían su importancia, entre estos estudios también existe contradicción respecto a los inversores, y si ellos reciben o no rendimientos financieros superiores, estas diferencias pueden solucionarse diferenciando o segmentando los resultados financieros corporativos en resultados directos a corto, mediano y largo plazo. Se observa que las inversiones CVC minimizan la adquisición y dependencia de la tecnología externa, generando resultados financieros positivos iniciales, pero a largo plazo las ganancias potenciales se detienen o disminuyen al rezagarse de los avances tecnológicos en lo que no se hizo inversión, quedando con equipos obsoletos inhibiendo el rendimiento financiero potencial. En lo que respecta a los inversores, en su mayoría son compañías que tienen personal directivo con posición influyente en diferentes corporaciones influenciando las decisiones de la empresa en la que se hace la inversión, lo que puede ser un riesgo para el propósito de las B Corps, pero de forma positiva los inversores corporativos conocen el mercado y tienen conexiones con diferentes líderes empresariales y organizaciones, dándoles un conocimiento privilegiado de su sector que reduce incertidumbres de las decisiones de la inversión. Al diferenciar los elementos corporativos y de riesgo respecto al desempeño del CVC, estas inversiones son atractivas, principalmente a empresas tradicionales y B Corps emergentes, aquellas que cuentan con una trayectoria superior deben evaluar adecuadamente los pros y contras para decidir si aceptan o no inversiones CVC. MacMillan (2020), señala que para cumplir los estándares de sustentabilidad las empresas deben innovar en tecnologías sin ser el único factor, la RSE es un factor clave en la innovación. La RSE es una innovación del modelo de negocio que genera un ecosistema integrado por las perspectivas de los *stakeholders* junto con los objetivos financieros, de gobierno, sociales y ambientales. La RSE es innovadora cuando crea valor para los clientes y genera un desempeño financiero superior, su adopción estratégica proporciona oportunidades en la mejora de procesos e innovación tecnológica; nuevos productos ecológicos; gestión en el uso eficiente del agua, energía y tratamiento de residuos, estas inversiones enfocadas al objeto comercial de las B Corps reducen el costo de

los bienes que se venden, y mejoran la rentabilidad de la empresa, al disminuir gastos con acciones derivadas de la RSE se genera un mejor desempeño financiero cuando existe una adecuada gobernanza en la empresa, situación que se puede medir de forma adicional por los ingresos percibidos en las ventas nacionales e internacionales.

5.1.6. *B Corps y sus grupos de interés*

4 de los 59 artículos seleccionados se encauzan en el estudio de las B Corps y sus grupos de interés (Attanasio *et al.*, 2022; Chen y Marquis, 2022; Contreras *et al.*, 2022; Rajandran, 2018). Los *stakeholders* son aquellos individuos o grupos que influyen o se influyen por las metas de la empresa, y se requieren para su funcionamiento surgiendo relaciones unilaterales, bilaterales o multipartidistas entre ellos y la empresa. Esto genera una simbiosis que permite la sostenibilidad de la organización y el beneficio de los grupos de interés en temas sociales y ambientales. La relación entre empresa y grupos de interés se fortalece cuando la práctica pasa a ser estrategia de la sostenibilidad organizacional, atrayendo un valor adicional para la corporación y los *stakeholders* (Attanasio *et al.*, 2022). Los principales grupos de interés son la comunidad, los clientes, los trabajadores y el medio ambiente, quienes a su vez se subcategorizan por tipo o actividad, estos *stakeholders* deben interactuar con la gerencia de la empresa de una forma casi personal y en igualdad de condiciones reaccionando a los cambios positivos en su entorno o solucionando problemas conjuntamente (Rajandran, 2018).

Todas las empresas deberían hacer rendiciones de cuentas a sus *stakeholders*, no solo a los accionistas, esta obligación se hace más fuerte en las B Corps debido a su naturaleza, permitiendo evaluar a los grupos de interés el equilibrio que tiene la organización entre sus rendimientos financieros y sus compromisos ambientales, sociales, de gobierno o cualquier otro contraído. Este seguimiento incluso lo pueden hacer *stakeholders* internos, como son los inversores con una lógica empresarial y los trabajadores, donde varios se identifican con la orientación filosófica de las B Corps, pero el mayor reto para las empresas se presenta en la concientización del consumidor en la participación activa de seguimiento y

retroalimentación (Chen y Marquis, 2022). Al respecto, las empresas que velan por el bienestar de sus trabajadores obtienen personal que corresponde ese esfuerzo, son más innovadores y muestran energía adicional, las B Corps no pueden rezagarse de dicho raciocinio y el ambiente laboral en ellas debe ser el mejor para incentivar el comportamiento innovador de su equipo (Contreras *et al.*, 2022).

5.1.7. El gobierno corporativo de las B Corps

4 investigaciones de las 59 seleccionadas rastrean información acerca del gobierno corporativo de las B Corps (Ardito *et al.*, 2021; Baudot, *et al.*, 2022; Nigri y Del Baldo, 2018; Yasuda y Kotabe, 2021). En ellas se afirma que existe diversidad de B Corps y empresas con enfoque en RSC. La investigación de Nigri y Del Baldo (2018), agrupa a este tipo de empresas en tres clases: 1) empresas B Way, caracterizadas por la alta información de sus acciones y resultados, al igual que la integración sistemática de la RSE en sus operaciones comerciales para el cumplimiento de metas económicas, ambientales y sociales; 2) empresas sociales (ES), reconocen la importancia de sistemas, procesos y estructuras para la RSE, pero no los desarrollan formalmente por su desorganización, y los pocos o nulos registros e informes que llevan sobre el tema, de otra parte, aunque muestran tendencias de apoyo a la RSE, las actividades son aisladas de los negocios diarios; 3) Empresas *mix and march*, tienen un enfoque mixto respecto a las dos anteriores, en muchos casos voluntario, tienen estructuras informales de RSE, pero realizan esfuerzos para una adecuada comunicación con los grupos de interés.

La orientación y rumbo de cada empresa depende, en gran medida, de factores internos y externos que la direccionan en sus propósitos. Las expresiones organizacionales y sus resultados se explican en términos de acción e interacción individual y de cognición y afecto, por ende, los gerentes, CEO, directores ejecutivos o accionistas, van a tratar de establecer en la empresa enfoques personales que se pueden entender como microfundamentos en la toma de decisiones o interpretación personal de riesgos y oportunidades, eso explicaría por qué las B Corps fortalecen un segmento de lo que ellas pueden hacer. Asimismo, sus

características las pueden hacer ver riesgos u oportunidades en un mismo punto. A modo de ejemplo, los entornos políticos inestables e imprevistos por tradición se entienden como fuente de amenazas, en ellos muchas empresas no estarán interesadas en hacer presencia o inversión, de forma contraria, otras empresas pueden considerar a esto una oportunidad y abrir operaciones en ellos (Yasuda y Kotabe, 2021). Bajo el anterior argumento, se podría pensar que el género influye en las tomas de decisiones y rumbo de la empresa. Tomando solo parte de la representación femenina en consejos de administración de empresas con enfoque en RSC y en B Corps, se tiene que el desempeño en las áreas que componen la RSE no es exitosa en su totalidad, se tienen resultados que muestran lo positivo de su gestión hacia los clientes y el compromiso con la comunidad, lo que no ocurre con factores como el desempeño ambiental y el bienestar para los empleados, donde su relación es negativa; en lo que respecta al gobierno ético, el género no se asocia significativamente en su administración (Ardito *et al.*, 2021).

Independientemente de la forma de dirección y orientación de una B Corp, la rendición de cuentas es un factor clave para la interacción con sus *stakeholders* y la demostración en el cumplimiento de sus metas, aunque en sí misma la certificación representa un sistema de rendición de cuentas, es por ello que los gerentes deben mostrar sus experiencia, logros y falencias en materia de RSE y en los resultados obtenidos por su gestión comercial (Baudot, *et al.*, 2022).

5.1.8. *Apalancamiento financiero de las B Corps*

4 artículos de los 59 consultados muestran diferentes formas de apalancamiento financiero para las B Corps (Barbu *et al.*, 2022; Gazzola *et al.*, 2022b; Gazzola *et al.*, 2022c; Paeleman *et al.*, In press). Existen ventajas adicionales de las B Corps frente a las empresas comerciales comunes o *common commercial firms* (CCF) para su apalancamiento. Las B Corps por sus características, que abordan grandes desafíos sociales, son empresas con mayor credibilidad en materia de préstamos y otro tipo de financiamientos, algunos de ellos son especiales para este tipo de compañías y muchos tienen tasa de interés preferentes. Sin embargo, los

apalancamientos pueden generar fenómenos adversos para todo tipo de empresas, debido a que las deudas implican aumento en los costos de los consumidores y disminución de beneficios a los trabajadores, en estos escenarios las B Corps generalmente se encuentran mejor protegidas que las CCF contra estos efectos adversos, al tener certificaciones que les exigen fortalecer sus procesos, mientras que las CCF solo se han preocupado por sus ganancias; no obstante, esto puede hacer a las CCF mejores al momento de buscar estrategias de aumento de sus ventas para saldar sus deudas (Paeleman *et al.*, In press).

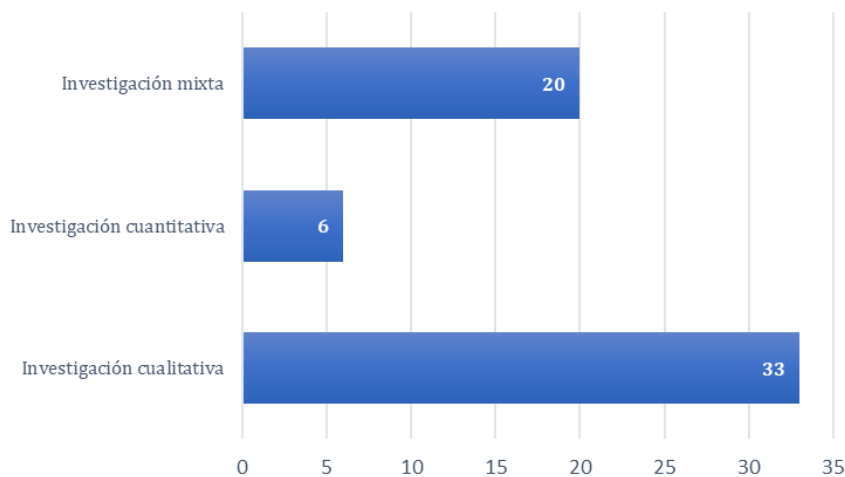
Son varias las formas de generar liquidez para la empresa, ya sea para fortalecerla, hacer inversiones o sobrellevar épocas de crisis. De otra parte, las B Corps contribuyen al cumplimiento de los 17 ODS y aumentan constantemente su innovación, obligándolas a buscar los recursos necesarios para estas inversiones. Una forma no tradicional de obtener financiamiento es mediante la aplicación del *crowdfunding*, para ello, las B Corps que han optado por esta herramienta o mecanismo lo hacen principalmente en sitios web especializados como: Crowdcube, Indiegogo, Kickstarter, SeedInvest, Seedrs, Triodos Bank y Brichal. Las operaciones de *crowdfunding* utilizadas principalmente por las B Corps son las de acciones con un 86,36 %, y las de recompensas con un 13,64 %, generando ingresos sólidos para reinvertir en sus principales necesidades (Gazzola *et al.*, 2022c). Actualmente, las B Corps pueden hacer uso de una nueva forma de apalancamiento relacionado con los criptoactivos o criptomonedas. Existe debate si la inversión en criptomonedas es una forma segura de generar aumento en el flujo de caja de las empresas, estos análisis varían según la región de estudio, en todo caso en los últimos años, especialmente desde la pandemia ocasionada por el covid-19, se han estudiado las características de criptomonedas como el bitcoin y el ether, mostrando a corto plazo características seguras de refugio en los mercados bursátiles americanos, frente a su relación con el precio del oro, señalando que de las dos el ether puede ser más segura en momentos de crisis que el bitcoin por su volatilidad B Corps, por lo que las B Corps si deciden hacer inversiones y apalancamientos con estas criptomonedas pueden estar seguras a corto plazo, pero no se pueden hacer predicciones a largo plazo (Barbu *et al.*, 2022).

Finalmente, nos indica el estudio de Gazzola *et al.* (2022b), que un escenario de generación de rentabilidad a las B Corps son las operaciones de fusión y adquisición empresarial, o en inglés, *mergers and acquisitions* (M&A), las cuales se observan desde dos puntos de vista: el primero, enfocado más para los accionistas y socios que para la misma empresa, en el cual la B Corp es fusionada o adquirida por otra organización. Las B Corps al generar factores que atraen a los consumidores por su especificidad de modelo se convierten en empresas atractivas para su adquisición o fusión estratégica, mediante una operación de M&A, generando beneficios a sus creadores e inversionistas. En el segundo caso, la B Corp adquiere o fusiona otra compañía híbrida, principalmente B Corp, la cual le permite complementar su objeto y desarrollar de una forma más eficiente su modelo de negocio con una repercusión positiva superior a sus *stakeholders*.

5.2. Tendencias metodológicas en investigaciones acerca de B Corps

La revisión de los 59 documentos analizados se distribuye así: 20 artículos corresponden al enfoque de investigación cualitativo; 6 artículos corresponden al enfoque de investigación cuantitativo; los 33 artículos restantes corresponden al enfoque mixto.

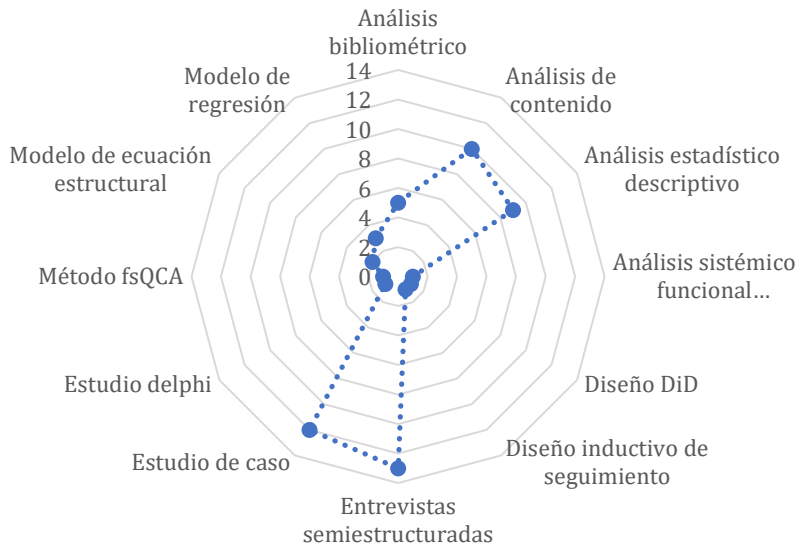
Figura 6. Distribución enfoques de investigación



Fuente. Elaboración propia.

Derivado de los enfoques de investigación cualitativo, cuantitativo y mixto, dentro de los 59 artículos analizados se observó la utilización de 12 herramientas metodológicas de investigación.

Figura 7. Herramientas metodológicas de investigación



Fuente. Elaboración propia.

En las investigaciones cualitativas se utilizó principalmente el estudio de caso en 12 estudios, las otras herramientas aplicadas en orden descendente fueron: 7 análisis de contenido, 6 entrevistas semiestructuradas, 5 análisis biométricos, 1 diseño inductivo de seguimiento, 1 estudio Delphi y 1 método fsQCA (análisis cualitativo comparativo de conjuntos difusos). Para las investigaciones cuantitativas se encuentra la aplicación de: 3 modelos de regresión, 2 modelos de ecuación estructural y 1 diseño DiD. Finalmente, las investigaciones mixtas emplearon: 9 análisis estadísticos descriptivos, 7 entrevistas semiestructuradas, 3 análisis de contenido y 1 análisis sistémico funcional multimodal del discurso (SF-MDA). Para comprender la finalidad de las herramientas de investigación utilizadas en la literatura consultada, se muestra a continuación, la importancia de las dos más empleadas en cada enfoque de investigación, conforme a los resultados presentados anteriormente.

Dentro del enfoque de investigación cualitativo, fue recurrente la aplicación del estudio de caso, una técnica de investigación que se centró en el análisis concreto de B Corps certificadas y que presentaban para los investigadores ciertas particularidades que merecían ser revisadas con atención, mediante diversas técnicas de observación y aplicación de pruebas o cuestionarios. Con ella, no se buscó un rastreo estadístico, lo que la herramienta permitió fue analizar fenómenos presentados en las empresas estudiadas que generaron hipótesis y posiciones teóricas acerca de sus ventajas, desventajas y prácticas, entre otras. La segunda herramienta metodológica más utilizada en las investigaciones cualitativas es el análisis de contenido. En 7 artículos esta herramienta permitió estudiar patrones de B Corps dentro de contextos sociales, culturales y económicos, al igual, comprender, transformar y analizar categorías, a partir de contenidos en artículos, discursos, imágenes y textos de las empresas, así como en su publicidad, marcas, productos o servicios.

Dentro del enfoque de investigación cuantitativo, 3 artículos utilizaron el modelo de regresión como herramienta metodológica, mediante este método se examinaron diferentes variables en la conformación de las B Corps, ventajas, desventajas, riesgos, problemas, costos, entre otras. Con la clasificación de las variables dependientes e independientes, se determinaron los factores positivos para mantener y potencializar, también, se analizaron los factores negativos que se deben mejorar o suprimir. Por otra parte, en 2 artículos se utilizaron modelos de ecuaciones estructurales, con dicha herramienta estadística multivariante se combinaron regresiones lineales con análisis factoriales. De esta forma se evaluaron interrelaciones de dependencia entre las variables, y posteriormente, se buscó comprobar relaciones directas e indirectas entre sus variables.

Dentro del enfoque de investigación mixto, se aplicaron 9 análisis estadísticos descriptivos combinados con la formulación de preguntas abiertas, con esta herramienta se obtuvo información de las B Corps, categorías recurrentes y tendencias de tipo estadístico. Con los datos obtenidos se aprecia el origen de tendencias en las B Corps y los motivos que originan nuevas situaciones económicas, sociales, ambientales y corporativas, en estas empresas. Aquí, se analizan requisitos de la certificación como B Corp, tamaño, ingresos, situaciones políticas, geográficas y demográficas, entre otras. En lo que respecta a las entrevistas

semiestructuradas desarrolladas dentro de las investigaciones mixtas, sin olvidar que se usaron igualmente en otros enfoques de investigación, se tiene que es una herramienta metodológica, con la cual, mediante un cuestionario con preguntas específicas, se obtiene información objetiva y subjetiva de las personas con funciones de liderazgo dentro de las B corps, luego de la recopilación de respuestas, se procede a su análisis con métodos y técnicas adicionales de investigación.

Como se observa, en las investigaciones científicas relacionadas con el estudio de las B Corps, las investigaciones cualitativas siguen siendo las dominantes en contraposición a las investigaciones cuantitativas que son muy poco utilizadas, sin embargo, las investigaciones mixtas al combinar los dos enfoques anteriores permiten pensar que las investigaciones de tipo cuantitativo pueden aumentar en los próximos años.

6. Discusión

Las tendencias teóricas y metodológicas en investigación de las B Corps han mostrado un avance importante en los últimos años. A la luz de la revisión se puede reconocer lo que varios autores y consultores manifiestan constantemente: las B Corps no son necesariamente las mejores empresas del mundo, pero son las mejores empresas para el mundo. Entre esos puntos por mejorar para optimizar el impacto de las B Corps en la sociedad y al interior de las empresas se tienen: en ocasiones sus productos son más costosos y difíciles de encontrar en el mercado; emprendimientos no constituidos en sociedades comerciales tendrán difícil o nulo acceso a la certificación B; el lavado verde aún existe en estas empresas, algunas aparentan cumplir con el objetivo de la certificación, pero en la práctica solo se preocupan por sus ingresos; la inversión en sostenibilidad tiende a ser costosa; ciertos países presentan tramites excesivos para constituir empresa, también pueden tener vacíos o conflictos legales que no permite la obtención de beneficios con su implementación, o existen resistencias políticas en los gobiernos. En la misma línea, reformas legales en materia laboral, comercial o industrial mal diseñadas por el legislativo de los Estados pueden reducir el interés de los empresarios en la constitución de B Corps, en la búsqueda de beneficios constantes y

progresivos a sus trabajadores y en el crecimiento de la planta de personal, rompiendo los objetivos de las B Corps. Cuando se presentan factores exógenos relacionados a fenómenos sociales, ambientales, económicos o de salud, como los presentados en los últimos tiempos, pueden minimizar el crecimiento de las B Corps. Asimismo, la pasividad de los consumidores y demás *stakeholders* frenan el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de estas empresas, por lo cual se necesita un papel más activo en materia de veeduría y generación de ideas.

En Latinoamérica, la investigación científica, la enseñanza académica y la capacitación empresarial en B Corps es emergente, hace falta ampliar su cobertura y profesionalización. Situación que se hace evidente al revisar los artículos estructurados bajo enfoques de investigación cualitativo, cuantitativo y mixtos, en los cuales predomina la descripción de conceptos, teorías y momentos históricos, siendo incipiente el análisis estadístico, estructural y problémico a la luz de la realidad de las organizaciones en Colombia. Esto supone un vacío en la literatura y la producción académica respecto a las B Corps frente a la sociedad, los grupos de interés, la economía, los modelos empresariales, la simbología, el valor y la realidad actual colombiana y latinoamericana.

En todo caso, diseñar modelos relacionados a las B Corps, como es el caso en Colombia de las sociedades de beneficio en interés colectivo (BIC), llena de optimismo y hace pensar en un futuro prometedor para las B Corps en la región, obteniendo una serie de mejoras y beneficios en los próximos años en los países que prioricen en su importancia, siempre y cuando las empresas, las entidades certificadoras y los Estados, no olviden la finalidad real y originaria de las B Corps.

7. Conclusiones

En el estudio científico de las B Corps entre los años 2018 a 2023, existe un número mayor de investigaciones de tipo cualitativo que investigaciones cuantitativas y mixtas, ellas han hecho uso de diferentes herramientas metodológicas, siendo las tres más utilizadas: 1) las entrevistas semiestructuradas; 2) los estudios de caso; 3) el análisis de contenido.

De otra parte, aunque existen barreras para que las empresas se certifiquen como B Corps, entre ellas: la falta de visión como objetivo estratégico o los costos económicos que se deben asumir para su creación, son mayores las ventajas que se generan al momento de crearlas, sobresaliendo su valor reputacional, rendimientos financieros, oportunidades de apalancamiento, innovación y apoyo al cumplimiento de los ODS. Las B Corps tienen un desempeño superior en sustentabilidad, su gestión de gobierno, trabajadores, comunidad, medioambiente y clientes o consumidores, también han creado nuevos modelos de negocios y han hecho evolucionar algunos tradicionales.

La implementación de las B Corps ha permitido que las empresas sean parte activa en el cambio social y ambiental, sin descuidar su rendimiento financiero, mejorando de esa forma el bienestar de sus grupos de interés. Cada vez se mejora la presencia de B Corps en redes sociales mejorando la comunicación con sus *stakeholders*, incentivando el consumo responsable, permitiendo la realización de rendición de cuentas y fortaleciendo sus campañas de *marketing* digital. Incluso, cuando las empresas no quieren ser B Corps pueden beneficiarse de sus herramientas y procesos de gestión.

8. Referencias

Ardito, L., Dangelico, R. & Messeni, A. (2021). The link between female representation in the boards of directors and corporate social responsibility: evidence from B Corps. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 704-720. <https://doi.org/10.1002/csr.2082>

Attanasio, G., Preghenella, N., De Toni, A. & Battistella, C. (2022). Stakeholder engagement in business models for sustainability: The stakeholder value flow model for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 860-874. <https://doi.org/10.1002/bse.2922>

- Barbu, T., Boitan, I. & Cepoi, C. (2022). Are cryptocurrencies safe havens during the COVID-19 pandemic? A threshold regression perspective with pandemic-related benchmarks. *Economics and Business Review*, 8(2), 29-49. <https://doi.org/10.18559/ebr.2022.2.3>
- Barroso, M., Castillo-Espacia, A. & Ruiz-Mora, I. (2023). La dimensión medioambiental y los ODS en la comunicación estratégica de las empresas de triple impacto. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), 27-42. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.82341>
- Baudot, L., Dillard, J. & Pencle, N. (2022). Hybrid organizations and an ethic of accountability: the role of accountability systems in constructing responsible hybridity. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 35(3), 598-626. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-11-2019-4287>
- Bengo, I., Nakamura, C., Gerli, F. & Souza, R. (2022). Settling hybrid identity through impact assessment? The case of B Corps. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/19420676.2022.2120531>
- Bianchi, C., Reyes, V. & Devenin, V. (2020). Consumer motivations to purchase from benefit corporations (B Corps). *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1445- 1453. <https://doi.org/10.1002/csr.1897>
- Bianchi, C., Devenin, V. & Reyes, V. (2022). An empirical study of consumer purchase intention for responsible enterprises in Chile. *Journal of Environmental Planning and Management*, 65(1), 105-125. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1879032>
- Blasi, S. & Sedita, S. (2022). Mapping the emergence of a new organisational form: an exploration of the intellectual structure of the B Corp research. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 107-123. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.2187>
- Burger-Helmchen, T. & Siegel, E. (2020). Some thoughts on CSR in relation to B Corp labels. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(4), 20200231. <https://doi.org/10.1515/erj-2020-0231>

- Cantele, S., Leardini, C. & Piubello Orsini, L. (2023). Impactful B Corps: a configurational approach of organizational factors leading to high sustainability performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(3), 1104-1120. <https://doi.org/10.1002/csr.2407>
- Chen, W. & Marquis, C. (2022). Remaking capitalism: the movement for sustainable business and the future of the corporation. *Management Decision*, 60(11), 2897-2903. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2021-1086>
- Contreras, F., Soria-Barreto, K. & Zuniga-Jara, S. (2022). Managerial support and innovative work behaviour in B Corps: examining the effect of female employee work engagement and corporate reputation. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(3), 809-831. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.2017255>
- Díez-Busto, E., Sánchez-Ruiz, L. & Fernández-Laviada, A. (2020). Protocol: systematic literature review about B Corp. *Working Papers on Operations Management*, 11(1), 39-53. <https://doi.org/10.4995/wpom.v11i1.13147>
- Diez-Busto, E., Sánchez-Ruiz, L. & Fernández-Laviada, A. (2022). B Corp certification: why? how? and what for? A questionnaire proposal. *Journal of Cleaner Production*, 372, 133801. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133801>
- Dionisio, M. & Raupp, E. (2022). Integrating corporate social innovations and cross-collaboration: An empirical study. *Journal of Business Research*, 139, 794-803. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.039>
- Eltweri, A., Faccia, A. & Foster, S. (2022). International standards on auditing (ISAs) Adoption: an institutional perspective. *Administrative Sciences*, 12(3), 119. <https://doi.org/10.3390/admsci12030119>
- Feroli, M. (2022a). B Corp: un nuovo modello di business per la mobilità sostenibile. il caso del Gruppo Maganetti. *Economia Aziendale Online*, 13(1), 53-73. <http://dx.doi.org/10.13132/2038-5498/13.1.53-73>

- Ferioli, M. (2022b). Sustainability report as a non-financial disclosure tool for B Corps: analysis of the Italian fashion industry. *Economia Aziendale Online*, 13(3), 459-478. <http://dx.doi.org/10.13132/2038-5498/13.3.459-478>
- Fonseca, L., Silva, V., Sá, J., Lima, V., Santos, G. & Silva, R. (2022). B Corp versus ISO 9001 and 14001 certifications: aligned, or alternative paths, ¿towards sustainable development? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(3), 496-508. <https://doi.org/10.1002/csr.2214>
- Gazzola, P., Grechi, D., Ferioli, M. & Slavata, D. (2022a). B Corps and listed companies: empirical analysis on corporate social responsibility and innovation activity. *Kybernetes*, 52(12), 5928-5949. <https://doi.org/10.1108/K-04-2022-0549>
- Gazzola, P., Amelio, S., Grechi, D. & Alleruzzo, C. (2022b). Culture and sustainable development: the role of merger and acquisition in Italian B Corps. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1546-1559. <https://doi.org/10.1002/csr.2290>
- Gazzola, P., Paterson, A., Amelio, S. & Ferioli, M. (2022c). Certified B corporations and innovation: crowdfunding as a tool for sustainability. *Sustainability*, 14(24), 16639. <https://doi.org/10.3390/su142416639>
- Hankammer, S., Kleer, R., Müh, L. & Euler, J. (2021). Principles for organizations striving for sustainable degrowth: framework development and application to four B Corps. *Journal of Cleaner Production*, 300, 126818. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126818>
- Huang, S., Chiu, A., Chao, P. & Arniati, A. (2019). Critical success factors in implementing enterprise resource planning systems for sustainable corporations. *Sustainability*, 11(23), 6785. <https://doi.org/10.3390/su11236785>
- Huang, P. & Madhavan, R. (2021). Dumb money or smart money? Meta-analytically unpacking corporate venture capital. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(3), 403-429. <https://doi.org/10.1002/sej.1369>

- Ivanova, A., Maher, J., Marco, G. & 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. https://digitalcommons.kennesaw.edu/amj?utm_source=digitalcommons.kennesaw.edu%2Famj%2Fvol7%2Fiss2%2F2&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages
- Kim, S. & Schifeling, T. (2022). Good corp, bad corp & the rise of B Corps: how market incumbents' diverse responses reinvigorate challengers. *Administrative Science Quarterly*, 67(3), 674-720. <https://doi.org/10.1177/00018392221091734>
- Kim, Y. (2021). Certified corporate social responsibility? The current state of certified and decertified B Corps. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(6), 1760-1768. <https://doi.org/10.1002/csr.2147>
- Kirst, R., Borchardt, M., de Carvalho, M. & Pereira, G. (2021). Best of the world or better for the world? A systematic literature review on benefit corporations and certified B corporations contribution to sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(6), 1822-1839. <https://doi.org/10.1002/csr.2160>
- Lee, C., Dmytriyev, S., Rutherford, M. & Lee, J. (2023). The impact of B Corporations' certification timing on a firm's economic and social value creation. *Social Responsibility Journal*, 19(9), 1749-1764. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2023-0058>
- Lepkowska-White, E., Parsons, A., Wong, B. & White, A. (2023). Building a socially responsible global community? Communicating B Corps on social media. *Corporate Communications: An International Journal*, 28(1), 86-102. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2022-0005>
- Li, J. & Leonas, K. (2021). Evaluation of certified B Corps in the apparel, footwear and accessory industry. *Research Journal of Textile and Apparel*, 25(2), 118-138. <https://doi.org/10.1108/RJTA-07-2020-0077>
- Liute, A. & De Giacomo, M. (2022). The environmental performance of UK-based B Corp companies: an analysis based on the triple bottom line approach. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 810-827. <https://doi.org/10.1002/bse.2919>

- Lucas, D., Grimes, M. & 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/10.5465/amj.2020.1688>
- Lumby, N. & Ngwenyama, O. (2023). Online sustainability claims: lessons from high-scoring B corporations in the Canadian food and beverage sector. *Corporate Communications: An International Journal*, 28(6), 842-856. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-10-2022-0125>
- MacMillan, C. (2020). Sustainable business model innovation: a means to societal and economic good for Canadian businesses. *International Management Review*, 16(1), 32-41. <http://www.imrjournal.org/uploads/1/4/2/8/14286482/imr-v16n1art3.pdf>
- Mele, C., Russo-Spena, T., Pels, J. & Tregua, M. (2020). Social business innovation: a fresh conceptualisation of collective practices. *Social Business*, 10(1), 5-34. <https://doi.org/10.1362/204440820X15813359568246>
- Mion, G., Loza, G., Bonfanti, A. & De Crescenzo, V. (2023). Mission statements and financial and sustainability performance: an exploratory study of benefit corporations certified as B Corps. *Journal of Business Research*, 157, 113585. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296322010505>
- Moroz, P., Branzei, O., Parker, S. & Gamble, E. (2018). Imprinting with purpose: prosocial opportunities and B Corp certification. *Journal of Business Venturing*, 33(2), 117-129. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.003>
- Moroz, P. & Gamble, E. (2021). Business model innovation as a window into adaptive tensions: five paths on the B Corp journey. *Journal of Business Research*, 125, 672-683. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.046>
- Muñoz, P., Cacciotti, G. & Cohen, B. (2018). The double-edged sword of purpose-driven behavior in sustainable venturing. *Journal of Business Venturing*, 33(2), 149-178. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.12.005>
- Nigri, G. & Del Baldo, M. (2018). Sustainability reporting and performance measurement systems: ¿how do small- and medium-sized benefit corporations manage integration? *Sustainability*, 10(12), 4499. <https://doi.org/10.3390/su10124499>

- Nigri, G., Del Baldo, M. & Agulini, A. (2020). The mondora method: quantum leaders in benefit corporations. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(4), 20190309. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0309>
- Paeleman, I., Guenster, N., Vanacker, T. & Siqueira, A. (In press). The consequences of financial leverage: certified B corporations' advantages compared to common commercial firms. *Journal of Business Ethics*.
- Paelman, V., Van, P. & Vander, H. (2020). Effect of B Corp certification on short-term growth: European evidence. *Sustainability*, 12(20), 8459. <https://doi.org/10.3390/su12208459>
- Parker, S., Gamble, E., Moroz, P. & Branzei, O. (2019). The Impact of B Lab Certification on Firm Growth. *Academy of Management Discoveries*, 5(1), 57-77. <https://doi.org/10.5465/amd.2017.0068>
- Pascual, J., López, A., Torres, A. & López, B. (2021). Multiple paths for being recognized as a high impact firm in the banking sector. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 34(1), 2790-2811. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1842224>
- Pollack, J., García, R., Michaelis, T., Hanson, S., Carr, J. & Lewis, S. (2021). Pursuing B Corp certification: exploring firms' entrepreneurial orientation and prosocial motivation. *Academy of Management Discoveries*, 7(2), 294-316, <https://doi.org/10.5465/amd.2019.0083>
- Rajandran, K. (2018). Multisemiotic interaction: the CEO and stakeholders in Malaysian CEO statements. *Corporate Communications: An International Journal*, 23(3), 392-404. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2016-0025>
- Reynolds, G., Lambert, S. & Podder, J. (2019). Australian and New Zealand B Corps and their use of social media. In M. Bilgin, H. Danis, E. Demir & U. Can (Eds.), *Eurasian Studies in Business and Economics* (pp. 85-93). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-18652-4_7
- Richardson, A. & Higgins, E. (2019). B corporation certification advantages? Impacts on performance and development. *Business and Professional Ethics Journal*, 38(2), 195-221. <https://doi.org/10.5840/bpej201961981>

- Rodrigues, J. & Comini, C. (2019). O movimento B Corp: significados, potencialidades e desafios. *Organizações e Sustentabilidade*, 7(1), 47-70. <https://doi.org/10.5433/2318-9223.2019v7n1p47>
- Saiz-Álvarez, J., Vega-Muñoz, A., Acevedo-Duque, Á. & Castillo, D. (2020). B Corps: a socioeconomic approach for the covid-19 post-crisis. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01867>
- Sharma, G., Beveridge, A. & Haigh, N. (2018). A configural framework of practice change for B corporations. *Journal of Business Venturing*, 33(2), 207-224. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.12.008>
- Sousa, C. & Sadao, E. (2018). Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. *Revista de Ciências da Administração*, 20(52), 123-137. <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2018V20n52p123>
- Tabares, S. (2021a). Do hybrid organizations contribute to sustainable development goals? Evidence from B Corps in Colombia. *Journal of Cleaner Production*, 280(1), 124615. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124615>
- Tabares, S. (2021b). Certified B corporations: an approach to tensions of sustainable-driven hybrid business models in an emerging economy. *Journal of Cleaner Production*, 317, 128380. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128380>
- Tabares, S., Morales, A. Calvo, S. & Molina, V. (2021). Unpacking B Corps' impact on sustainable development: an analysis from structuration theory. *Sustainability*, 13(23), 13408. <https://doi.org/10.3390/su132313408>
- Wecker, A. & Froehlich, C. (2022). The B Corp movement, advantages & challenges: the perception of certified brazilian companies. *Revista de Administração da UFSM*, 15(4), 596-614. <https://doi.org/10.5902/1983465969844>
- Yasuda, N. & Kotabe, M. (2021). Political risks and foreign direct investments by multinational corporations: a reference point approach. *Global Strategy Journal*, 11(2), 156-184. <https://doi.org/10.1002/gsj.1380>