



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Área Integrada IV

EMPRESAS B: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA BIBLIOGRAFÍA

Autor: Cabral, Anabella Noralí

TESINA DE GRADO

Posadas, Misiones
Diciembre, 2025



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Área Integrada IV

EMPRESAS B: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA BIBLIOGRAFÍA

ORIENTADOR:

Lic. Esp. HOLOWATY, Héctor Horacio

DOCENTES:

Mg. COCHANCOD, Cristina

Lic. Esp. HOLOWATY, Héctor Horacio

Posadas, Misiones
Diciembre, 2025

Agradecimientos

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia, quienes con su amor, paciencia y apoyo incondicional han sido la base sobre la cual pude sostenerme durante todo este recorrido académico.

A la Universidad Pública por darme la oportunidad de formarme profesionalmente, pero además por haberme dejado las mejores amistades en el camino.

A mis amigas, por acompañarme con su cariño y comprensión en los momentos de cansancio y en las celebraciones de cada logro, recordándome siempre la importancia de disfrutar el camino.

Por último, pero no menos importante, un agradecimiento muy especial a mi querida amiga, quien me abrió las puertas de su casa para que pudiera encontrar un espacio de tranquilidad y concentración en un momento decisivo y de culminación de etapas.

Dedicatoria

A todas las personas que de una u otra manera me apoyaron, gracias por ser parte de este proceso. Este logro también les pertenece.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 DELIMITACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS	5
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	5
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.4 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	5
1.4.1 <i>Alcance y Limitaciones</i>	6
CAPITULO II - PLANIFICACION DE LA REVISION	8
2.1 ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDAS BIBLIOGRÁFICA.....	8
2.2 MÉTODO DE SÍNTESIS DE LOS DATOS	9
2.3 DIAGRAMA DE PRISMA	10
CAPITULO III - DESARROLLO DE LA REVISION	13
3.1 CAMBIOS EN EL PARADIGMA EMPRESARIAL.....	13
3.1.1 <i>Los cambios sociales afectan a las Compañías</i>	13
3.1.2 <i>El nuevo rol de las Empresas</i>	16
3.2 ¿QUÉ ES UNA EMPRESA B?	18
3.2.1 <i>Historia de las Empresas B</i>	18
3.2.2 <i>Las Empresas B: Definición y Características</i>	19
3.2.3 <i>¿Quiénes pueden ser Empresas B?</i>	21
3.2.4 <i>Proceso de Certificación</i>	22
3.3 LAS EMPRESAS B Y SU RELACIÓN CON OTROS CONCEPTOS.....	26
3.3.1 <i>Empresas con Responsabilidad Social Empresaria (RSE) y Empresas B</i>	26
3.3.2 <i>Sostenibilidad y Sustentabilidad</i>	28
3.3.3 <i>Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) y las Empresas B Certificadas</i>	29
CAPITULO IV - ESTADO ACTUAL DE LAS EMPRESAS B EN LATINOAMÉRICA Y LAS NUEVAS ECONOMIAS	31
4.1 NUEVOS CONSUMIDORES Y NUEVAS EMPRESAS	31
4.2 NUEVAS ECONOMÍAS COMO CONSECUENCIA DE NUEVOS CONTEXTOS	36
4.3 CONECTAR EMPRESAS B	39
4.3.1 <i>Empresas B en Latinoamérica</i>	42
4.4 LAS EMPRESAS B Y EL ESTADO EN ARGENTINA	45
4.4.1 <i>Caso de Revisión: Mercado Libre</i>	49
4.4.2 <i>Rol del Estado en las Empresas B</i>	55
CAPITULO V - CONCLUSION GENERAL	58
REFERENCIAS.....	60
ANEXOS.....	65
ANEXO 1 - EJEMPLOS DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO B.....	65
ANEXO 2 - FEES DE APLICACIÓN Y ANUAL	67
ANEXO 3: EMPRESAS B EN EL 2020.....	68

ANEXO 4 - CASO DE REVISIÓN. MERCADO LIBRE	68
ANEXO 5 - VISTA PRELIMINAR DE: PROYECTO DE LEY “PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DE TRIPLE IMPACTO” Y LEY 19.550	71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estructura de la Investigación	6
Tabla 2 Listado de Base de Datos y Palabras Claves.....	9
Tabla 3 Inclusión y Exclusión de datos.....	10
Tabla 4 Tipos de sellos B	22
Tabla 5 Proceso de Certificación	23
Tabla 6 Empresas RSE vs. Empresas B	27
Tabla 7 Empresas B vs. Sociedades BIC	30
Tabla 8 Tipos de Economías	36
Tabla 9 Datos sobre algunas Empresas de Latinoamérica	42
Tabla 10 Ejemplos de Empresas B en Argentina.....	47
Tabla 11 Reporte de Impacto Social, objetivos y estrategias.....	52
Tabla 12 Reporte de Impacto Ambiental, objetivos y estrategias.....	53
Tabla 13 Reporte de Impacto Económico, objetivos y estrategias	54

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama tipo PRISMA	11
Figura 2 Las 3 dimensiones del Triple Impacto.....	16
Figura 3 Rueda del Triple impacto	20
Figura 4 Sustentabilidad y su Desarrollo	28
Figura 5 Resultado de encuesta, miedos económicos y miedos sociales.....	32
Figura 6 Resultado de encuesta sobre la Credibilidad y Confianza de las empresas ...	33
Figura 7 Distribución de las Empresas B en el mundo	35
Figura 8 Cantidad de B Corps en América	42
Figura 9 Provincias Argentinas con Empresas Certificadas B	45
Figura 10 Web Mercado Libre Argentina.....	51
Figura 11 Footer Mercado Libre Empresas B certificadas	51

Introducción

La sociedad comenzó a tomar consciencia de que el mundo está cambiando, la moda, las comunicaciones, el transporte, lo que comemos, incluso la manera de hacer negocios. Entonces, las marcas hoy día se esfuerzan en comunicar sus políticas amigables con el medio ambiente y la sociedad, buscando conectar con sus consumidores de manera más directa, sin embargo, según un estudio realizado por la agencia Edelman Latam (Edelman, 2022/24) reveló que tanto los consumidores como los trabajadores reconocen que las empresas no están haciendo lo suficiente para enfrentar dichos problemas y que, a su vez, estos comprarían o trabajarían en marcas y/o empresas que se desarrollen de acuerdo con sus creencias y valores.

Bajo este contexto la posibilidad de ser parte de este cambio, de una manera confiable y segura, está dada por un movimiento global que reconoce estas necesidades y que a los ojos del mundo se tornó uno de los movimientos más importantes en los últimos años como solución hacia una economía inclusiva, que genera oportunidades y líderes de negocios que rompen con los paradigmas de los sectores.

Cuidar el planeta siendo sostenible, fortalecer y beneficiar a la sociedad sin descuidar las ganancias de las empresas es un gran desafío no solo para los tiempos que corren, sino también para las generaciones futuras. Por esta razón, es necesario buscar alternativas favorables para estos aspectos de gran impacto y que será necesario al momento de tomar decisiones.

Teniendo esto en cuenta, dicha investigación se orienta a responder la siguiente pregunta central: *“¿Cuál es la situación actual y el potencial investigativo de las Empresas B como sistema de triple impacto para la sociedad, el medioambiente y la economía?”*, por lo cual el objetivo general de esta consistirá en evaluar la situación actual y el potencial investigativo de las Empresas B como sistema de triple impacto para poder comprender como este modelo replantea las lógicas tradicionales de gestión en el mundo.

Para alcanzar el objetivo, se llevó a cabo una revisión sistemática de la bibliografía siguiendo los lineamientos metodológicos de Kitchenham (2004) y PRISMA (2020), para seguir un proceso que contemple los criterios de inclusión y exclusión, planificación, búsqueda, tamizado, selección y síntesis de la información. Del resultado

total de documentos a revisión (n=139), se obtuvieron 57 que cumplieron con los criterios de inclusión y 82 artículos excluidos.

Algunos principales resultados muestran que, a pesar de su reconocimiento y expansión, la producción académica sobre las Empresas B es todavía limitada, en especial en Latinoamérica donde se observan más aspectos de carácter práctico que estudios sistemáticos o empíricos. Esta falta de conocimiento es lo que dificulta comprender en profundidad la situación actual de investigaciones existente y el potencial investigativo de este modelo empresarial.

Además, a pesar de la desconfianza generalizada que persiste a nivel país, en datos más recientes del año 2025 se puede observar que las empresas han tenido esto en cuenta pudiendo mejorar la confianza con un aumento de más de 3 (tres) puntos respecto al año anterior, lo que demuestra que la responsabilidad social, la transparencia y el impacto positivo son claves para que las empresas mantengan o aumenten la confianza.

Finalmente, el trabajo se estructura en cuatro (4) capítulos: comenzando por el marco conceptual y las nociones principales de estudio (Cap. I). Luego, se describe de manera detallada la metodología usada (Cap. II), siguiendo con el desarrollo del contenido que se obtuvo del análisis de los artículos seleccionados (Cap. III). Por último (Cap. IV), se describe el debate sobre esta situación en Latinoamérica y se presenta un caso de revisión empresarial específico. Llegando al último capítulo (Cap. V) con las conclusiones y futuras líneas de investigación.

CAPITULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Delimitación y Descripción del Problema

Las Empresas B o B Corporations son un tipo de compañía que amplía la visión del éxito económico en el mundo, incorporando el bienestar de las personas, las sociedades y la naturaleza. El modelo fue creado por la Organización No Gubernamental (ONG) B Lab en Estados Unidos (EE.UU) en el año 2006, creando un sistema de evaluación para certificar a las empresas en pos de proteger legalmente la doble misión, incorporando en sus estatutos aspectos que generan un impacto positivo social y medioambiental.

En Argentina, luego de algunos intentos por enmarcar estos conceptos de “Empresas Beneficiosas”, en el año 2016 se presentó el proyecto de ley de “Sociedades de Beneficio e interés colectivo” con el fin de reconocer y darle identidad a las empresas de triple impacto, las cuales hasta el momento no tenían un tipo de figura jurídica ni un marco legal; dos años después (2018) la ley fue aprobada por la Cámara de Diputados.

Aquella ley fue inspirada en las B-Corp y durante su elaboración contó con la asesoría de Sistema B Argentina, el proyecto de ley no obliga a certificarse por el Sistema B, por lo que la figura establecida está dada por las denominadas “Sociedades BIC” (Beneficio de Interés Colectivo) que se orientan a la creación de valor en la sociedad, el medio ambiente y la economía sustentable.

La Cámara Argentina de Comercio y Servicios por su parte elaboró un informe en 2017 respecto de este nuevo tipo de empresas que se expande en todo el mundo, en Latinoamérica y que se encuentra en auge en Argentina. En él, reconoce la importancia de estos nuevos modelos de negocio como un gran fenómeno que pone al sector privado como herramienta clave para proponer soluciones reales y a largo plazo. En consideración a esto, la investigación se orientará a responder como pregunta central:

¿Cuál es la situación actual y el potencial investigativo de las Empresas B como sistema de triple impacto para la sociedad, el medioambiente y la economía?

1.2 Justificación

El propósito de esta investigación es identificar la bibliografía existente sobre el tema a tratar para poder describir la situación actual de este tipo de empresas y su potencial desarrollo a corto y largo plazo utilizando el Sistema B como base de sus decisiones, para luego, poder evaluar el impacto de sus resultados.

Es un hecho y una realidad que en el mundo de los negocios las decisiones estratégicas ya no involucran solamente aspectos unilaterales para las empresas. La toma de decisiones se encuentra inclinándose hacia la búsqueda de soluciones y compromisos que abarquen temas de triple impacto, sociales, ambientales y económicos.

En los últimos años el proceso de transformación digital de las empresas requirió que las organizaciones efectúen un cambio no solo en el aspecto estructural, sino que también en sus decisiones estratégicas. Los cambios de paradigmas en los negocios provocaron que la responsabilidad social empresarial (RSE) cobre cada vez más fuerzas incorporándose a la cultura organizacional desde multinacionales a Pymes y abarcando cualquier sector económico.

La denominada RSE (responsabilidad social empresarial) es una iniciativa de carácter voluntario de las empresas que aún no está representado por el ordenamiento jurídico, es entonces que llegan las denominadas Empresas B o B-Corps o Benefit Corporations, que están logrando justamente enmarcar y respaldar esta intención social empresarial y llevarla a otro nivel, en donde la voluntad de generar un impacto positivo sea un objetivo prioritario en las decisiones de las empresas pero sumado además, la obtención de beneficios económicos o utilidades.

Ya existen cientos de empresas certificadas con este sello alrededor del mundo que lograron influir sobre el entorno en el que se desarrollan y fomentan la construcción de un espacio en el que tanto trabajadores como proveedores buscan pertenecer.

1.3 Planteamiento de objetivos

1.3.1 Objetivo General

Evaluar la situación actual y el potencial investigativo de las Empresas B como sistema de triple impacto.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Explorar sobre el concepto de Empresas B para interpretar los efectos de su uso.
2. Especificar y definir el concepto de Empresas B.
3. Identificar la bibliografía sobre el nuevo concepto de Empresas B.
4. Describir los pasos para la certificación de Empresa B como herramienta de triple impacto.
5. Evaluar la relación entre las Empresas B y otros conceptos relacionados a los cambios en los paradigmas empresariales/organizacionales.
6. Reflexionar sobre el futuro de este tipo de empresas y sugerir nuevas líneas de investigación.

1.4 Metodología de investigación

Se llevará a cabo una revisión de aspectos cuantitativos y cualitativos de estudios primarios que ya fueron realizados, de forma que se logre resumir la información existente.

Se tomará como referencia a seguir el Modelo desarrollado por Bárbara Kitchenham (Kitchenham, Procedures for performing systematic reviews. 2004) y otro como PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses. 2020) para poder seguir un proceso que guíe los criterios de inclusión y exclusión de información y/o documentos, sin el desarrollo de un meta-análisis. Finalmente, como se ver en la tabla 1, con la información recopilada se desarrollará la estructura de la investigación, que contenga: introducción, delimitación y descripción del problema, justificación, objetivos, estrategias de búsqueda, criterios de selección de estudios,

extracción de la información, síntesis, análisis y presentación de resultados, conclusiones y recomendaciones.

Tabla 1

Estructura de la Investigación

Etapas 1: Introducción
• Título • Introducción • Delimitación y Descripción del Problema • Justificación • Objetivos • Metodología de la Investigación > Alcance y Limitaciones
Etapas 2: Planificación de Revisión
• Estrategia de búsqueda • Método de síntesis de datos (inclusión y exclusión) • Diagrama de PRISMA
Etapas 3: Desarrollo de la Revisión
• Análisis de datos • Desarrollo de la investigación de revisión
Etapas 4: Resultados
• Conclusión • Bibliografía • Anexos

Nota. Proceso de revisión sistemática de la bibliografía. (Elaboración propia).

1.4.1 Alcance y Limitaciones

Dicha revisión sistemática permite, en este caso, tener una visión amplia y ordenada del estado actual del tema, aportando enfoques teóricos sobre el movimiento de Empresas B, los nuevos modelos económicos y el impacto que esto genera de manera integrada. Además, permite descubrir casos particulares dentro del territorio nacional e internacional haciendo posible reconocer tanto los avances como también áreas que requieren mayor profundización en el tema.

Se busca comprender como surge y se desarrolla este concepto tanto en la literatura como en escenarios reales, que tan frecuente puede ser tratado este tema en el mundo de los negocios o que desafíos se presentan cuando se quiere ser parte de un

cambio o de las tendencias que comienzan a consolidarse dentro del campo determinado de estudio.

El alcance del presente trabajo se centra en evaluar, organizar y analizar la información disponible, pero dado que corresponde a una temática en pleno desarrollo y que continúa evolucionando presenta algunas limitaciones propias de lo mencionado anteriormente y de la metodología utilizada.

En primer lugar, el análisis depende mucho de la disponibilidad y originalidad de los artículos en el proceso de búsqueda, por lo que es posible que algunos trabajos/artículos se repitan, aborden el mismo tema o su acceso este limitado, sin aportar información nueva o relevante para ser incluidos como fuentes de información, incluso que presenten enfoques muy distintos entre sí dificultando comparaciones. Además, el criterio por idiomas reduce el acceso a investigaciones en otras lenguas.

En segundo lugar, se excluyó la posibilidad de realizar un meta-análisis dado que la literatura disponible sobre Empresas B es predominantemente de tipo cualitativo, análisis de casos o revisiones teóricas, esto deja como resultado que no se pudieron incluir suficientes datos estadísticos cuantitativos que puedan ser comparables.

Sin dudas, puede existir un potencial sesgo en la selección de los artículos dada la interpretación al momento de tener que decidir cuales incluir y cuales no, aun cuando se han propuesto de manera clara y específica criterio de inclusión y exclusión. Sin embargo, esto no invalida en absoluto los resultados obtenidos, pero si expone el marco sobre el que se trabajó durante el desarrollo de la investigación y que podría tenerse en cuenta para futuros estudios.

CAPITULO II - PLANIFICACION DE LA REVISION

En esta primera etapa se buscará organizar y constituir un resumen de la información obtenida a través de palabras claves en términos más generales, para luego clasificar y seleccionar los datos más relevantes que aporten al desarrollo de la investigación.

Luego de la primera etapa de recopilación de información en donde se utiliza estrategias de búsqueda con criterios de inclusión y exclusión, pasaremos a la etapa del método de análisis seleccionado para clasificar y depurar con el fin de identificar los datos que aporten mayor relevancia al desarrollo de la revisión bibliográfica. Para ello, se sistematiza la información tomando como base una herramienta de diagrama de flujo (PRISMA).

Este proceso permite visualizar y ordenar los datos para que la revisión se realice de manera que demuestre solidez metodológica a los resultados obtenidos.

2.1 Estrategias de búsquedas Bibliográfica

Para poder llevar a cabo un proceso de búsqueda que permita encontrar estudios, documentos, revistas y toda información eficiente que permita desarrollar una investigación clara sobre el caso de las Empresas B, se definió un criterio de selección de datos basados en un lapso de tiempo entre los años 2013 al 2023/24, para poder comprender cuál fue la mirada del caso de estudio y cuál es la mirada actual del tema de investigación, que a su vez, conseguiremos reconocer si se trata de un tema de interés actual, a nivel internacional, en Latinoamérica y Argentina.

Para las búsquedas se delimitó utilizar las bases de datos de: Google Académico, Scielo, Dialnet, Ecosia, Redalyc, Sciotea. Para las cuales se definió como próxima estrategia una búsqueda basada en palabras claves, como criterios de inclusión en español e inglés, relacionadas con la temática estudiada y que se detallan a continuación: Empresas B, empresas de triple impacto, responsabilidad social

empresarial, empresas con propósito, impacto positivo, consumo responsable, sostenibilidad, empresas b-corp.

Por último, como criterio de exclusión se seleccionaron documentos de hasta la tercera página de búsqueda, omitiendo las patrocinadas y aquellas que no cumplían con los criterios definidos anteriormente, artículos y trabajos sin información suficiente ni datos relevantes, documentos duplicados, en otros idiomas distintos al español e inglés, o que no se hayan obtenido el texto completo.

Una vez determinada la cantidad de artículos e información a relevar se obtuvo el siguiente listado, que se expondrá seguidamente en la tabla 2, y que se someterá al próximo paso de síntesis de datos relevantes para la temática de estudio.

Tabla 2

Listado de Base de Datos y Palabras Claves

Nº	Fuente	Palabras clave/Criterios de inclusión	Resultados (n=)
1	Google Académico	“Empresas B” “empresas con propósito” “empresas B-corp” “Cambios en el consumo”	30
2	Scielo	“Sostenibilidad b” “Responsabilidad social empresarial” “Empresas B” “consumo responsable”	23
3	Dialnet	“Empresas B” “empresas con propósito” “empresas B-corp”	33
4	Ecosia	“Empresas B” “sostenibilidad” “impacto positivo”	21
5	Redalyc (org)	“Empresas B” “triple impacto” “empresas B-corp”	12
6	Scioteca (CAF)	“Empresas B”	20

Nota. Resultado de la primera búsqueda. (Elaboración propia).

2.2 Método de síntesis de los datos

Una vez obtenido el listado de artículos a revisión (n=139), se realizó una sub-búsqueda para identificar artículos que se repetían en diferentes bases de datos o que no aportan información relevante en su desarrollo. Se identifican además aquellos que solo mencionaban las palabras claves en alguna que otra ocasión, pero no se mencionan como tema principal en el avance de la investigación.

Con esta nueva clasificación de los datos se pretende dar respuesta al planteamiento del problema y al cumplimiento de los objetivos planteados para la revisión bibliográfica del tema.

Dando como resultado, luego del proceso de selección primaria, la inclusión de cincuenta y siete artículos (n=57) y la exclusión final de ochenta y dos (n=82) archivos de información. El análisis de los datos finales se irá desarrollando a lo largo de la investigación en curso sobre las Empresas B.

Tabla 3

Inclusión y Exclusión de datos

Nº	Fuente	n = resultados	n = Incluidos	n = Excluidos
1	Google Académico	30	12	18
2	Scielo	23	10	13
3	Dialnet	33	14	19
4	Ecosia	21	7	14
5	Redalyc (org)	12	5	7
6	Scioteca (CAF)	20	9	11
	TOTAL	139	57	82
		100%	46%	54%

Nota. Tabla de inclusión y exclusión de datos de elaboración propia.

Si bien la síntesis de los datos se realizó sobre aspectos cualitativos y cuantitativos para lograr tener una visión general y actual de la temática estudiada, es importante aclarar que dada la naturaleza del campo de estudio la literatura disponible sobre Empresas B es predominantemente de tipo cualitativo, análisis de casos o revisiones teóricas, por lo que no se puede añadir datos estadísticos cuantitativos suficientes que puedan ser comparables para el desarrollo de un meta-análisis. Entonces, se priorizará el análisis crítico adaptado a la evidencia disponible y que cumple con la metodología de una revisión sistemática.

2.3 Diagrama de PRISMA

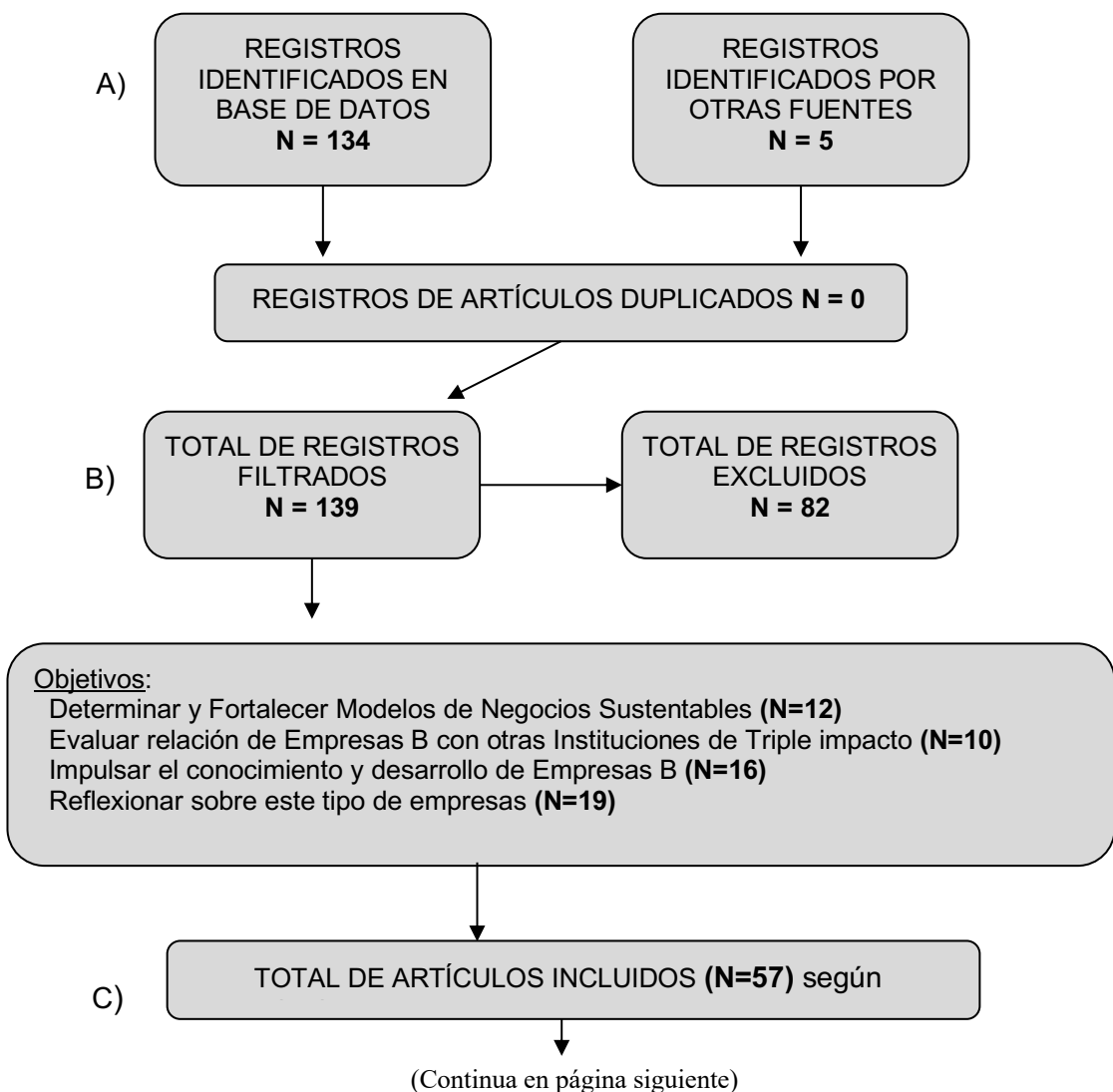
Se tomaron como base los lineamientos del método PRISMA para la elaboración propia de un diagrama que presente el proceso de filtrado y selección de artículos, partiendo de la búsqueda inicial hasta llegar al conjunto final de artículos incluidos para el análisis de la revisión. Para ello, se dividió el diagrama en 3 (tres) pasos

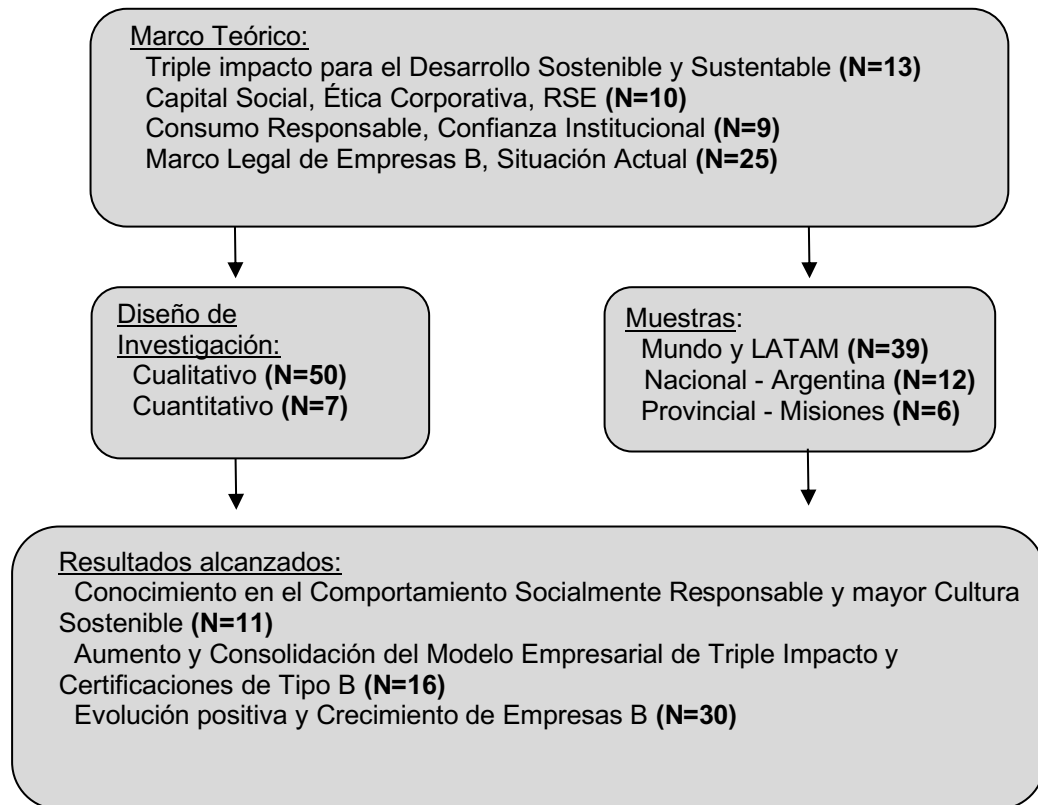
de manera que se pueda identificar lo anteriormente mencionado y visualizar estos aspectos de la siguiente manera:

- A. IDENTIFICACIÓN: Artículos encontrados en los motores de búsqueda y otra literatura que haya surgido de referencias encontradas en otros documentos académicos, citas cruzadas, etc.
- B. TAMIZADO/CRIBADO: primer filtro donde se aplicarán los criterios de exclusión, dando lugar al último paso del proceso.
- C. ELEGIBILIDAD E INCLUSIÓN: Total de artículos incluidos para el análisis según criterios de objetivos, marco teórico, diseño de investigación, muestras y resultados alcanzados.

Figura 1

Diagrama tipo PRISMA





Nota. El diagrama es de elaboración propia, teniendo en cuenta en el diagrama PRISMA.

CAPITULO III - DESARROLLO DE LA REVISION

Habiendo logrado un esquema conceptual tentativo que organice la información y que sirva de referencia para el posterior análisis y desarrollo de la investigación, se procede a la siguiente etapa del modelo definido para el desarrollo de la revisión.

La etapa número 3 (tres) corresponde a analizar y sintetizar los documentos significativos que respondan a los objetivos planteados, tomando como referencia distintos autores y documentos que guiarán la revisión durante su proceso. El desarrollo del mismo se dividirá en capítulos, con el fin de abarcar diferentes temas y alcanzar una mayor comprensión del tema de investigación.

3.1 Cambios en el Paradigma Empresarial

3.1.1 Los cambios sociales afectan a las Compañías

Si miramos en la historia, hace varios años atrás, la única obligación que sostenían las empresas era crear utilidades y cumplir con los objetivos que disponían los mandos más altos. Pero, en las últimas dos décadas del siglo pasado se empieza a debatir sobre la llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE, y de ahora en adelante) en el mundo de los negocios, poniendo el foco en la idea de que toda empresa por el simple hecho de existir está provocando impactos sociales, ambientales y económicos. Entonces, para este concepto la forma de hacer negocios se basará en disminuir impactos negativos y aumentar los positivos.

Esta mirada sobre el medioambiente y contexto social se intensificó en los últimos años, dado que existen situaciones en el mundo en donde hechos relacionados a estos temas son casi irreversibles y otros podrían llegar a serlo si no se toman decisiones para revertirlos. Se entiende que el cambio de actitud viene dado por los grupos de interés

denominados stakeholders¹, quienes empiezan a desarrollar un consumo más consciente y responsable marcando una nueva era, no solo a nivel social, sino también económico y ambiental. Ante un panorama un poco crítico de pobreza, desigualdad, desempleo, condiciones climáticas peligrosas, y otros aspectos que antes se tomaban en cuenta por separado, hoy forman parte de un solo objetivo tanto para las empresas como para la sociedad y los gobiernos.

Porter y Kramer (2011) definen el concepto de “Shared Value” (o Valor Compartido) donde plantean una nueva filosofía empresarial en la que las políticas y prácticas operacionales de una empresa van de la mano con el desarrollo de prácticas y acciones que aporten a mejorar las condiciones económicas y sociales de donde estas se desenvuelven. Este concepto parece agrupar varias ideas en un todo, y si las empresas logran a través de ellas ser parte de la solución y no solo formar parte del problema, no hay dudas que serán elegidas por sus consumidores e inversionistas (Ingrid Cerwinka, 2021).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) afirma que el cambio climático está afectando a todos los países alterando las economías, por lo que construir una economía global sostenible es de vital importancia para el bienestar presente de todos y de las generaciones futuras; abriendo camino a que, hoy más que nunca, se exija al sector empresarial a estar alineados a la Agenda 2030 de la ONU, donde se plantearon objetivos que apuntan a mejorar estos aspectos. Por esta y muchas razones más las empresas han empezado a tomar acciones que aporten a mejorar esta situación, y aquellas que todavía no se han involucrado en estas problemáticas tarde o temprano lo harán porque podría ya no ser una opción dentro de algunos años; aunque aún falte mucho por hacer.

Con relación a ello, se puede destacar un reporte publicado por la agencia global de comunicación Edelman, con más de 20 años de experiencia, denominado “El ciclo de la desconfianza”, el cual arrojó que el 56% de los encuestados comprarán y apoyarán marcas de acuerdo con sus creencias y valores, el 58% elige un lugar de trabajo basándose en creencias y valores, y el 55% invierte con base a sus creencias y valores (Edelman Trust Barometer, 2022). Esto parece ir en crecimiento debido a que la sociedad

¹ Stakeholders, cualquier individuo u organización que, de alguna manera, impacta en las acciones de la empresa. Directa o indirectamente. Strategic Management: A Stakeholder Approach, Robert Edward – 1984.

pierde confianza en los gobiernos y en los medios, por lo tanto, las expectativas de los Stakeholders crecen sobre las instituciones y/o empresas y en su forma de desenvolverse en temas sociales, económicos y ambientales.

En uno de los reportes más actualizados de la agencia Edelman (primer trimestre del año 2025), se concluye que en Argentina se vive un escenario similar al de hace unos años atrás, mencionado con anterioridad, en donde las ONGs continúan siendo las instituciones con mayor nivel de confianza y las empresas se posicionan como los segundos agentes relativamente más confiables para resolver problemas sociales.

Por otro lado, a nivel mundial la pandemia de COVID-19 ha llevado a los consumidores a modificar aspectos en sus consumos debido al aumento de la preocupación del entorno y principalmente de la salud, transformando sus hábitos de consumo. Esto se puede ver reflejado en un estudio realizado por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU, 2022) de España, que arrojó que el 73% de la población española a la hora de elegir empresas de servicios tiene en cuenta aspectos éticos y ecológicos.

En este contexto surgen muchas iniciativas que buscan impulsar la conciencia y brindar información como herramienta para luego exigir a las empresas y a los gobiernos nuevas prácticas que velen a favor del triple impacto. Se pueden señalar iniciativas como Too Good to go en España una app que se relaciona con los alimentos, Ecosia un portal de búsquedas que planta árboles por cada búsqueda que se realice o, sin ir más lejos, la iniciativa llevada a cabo en Misiones conocida por su nombre como Vecinos Sustentables que concientiza sobre el cuidado y la conservación del medio ambiente basado en el reciclaje de residuos.

En Argentina pareciera que la situación también está cambiando, el consumidor se volvió más consciente del impacto de su consumo; según la encuesta “Future Consumer Index” realizada por EY Parthenon (Ernst & Young-Consultora Internacional, 2022) el 77% de los encuestados se considera más consciente sobre su salud física, el 74% sobre su salud mental y el 67% presta más atención al impacto medio ambiental de sus compras y consumos. Sin embargo, debido a la situación económica del país y la inflación, el precio sigue siendo un factor determinante en el consumo y en la decisión final.

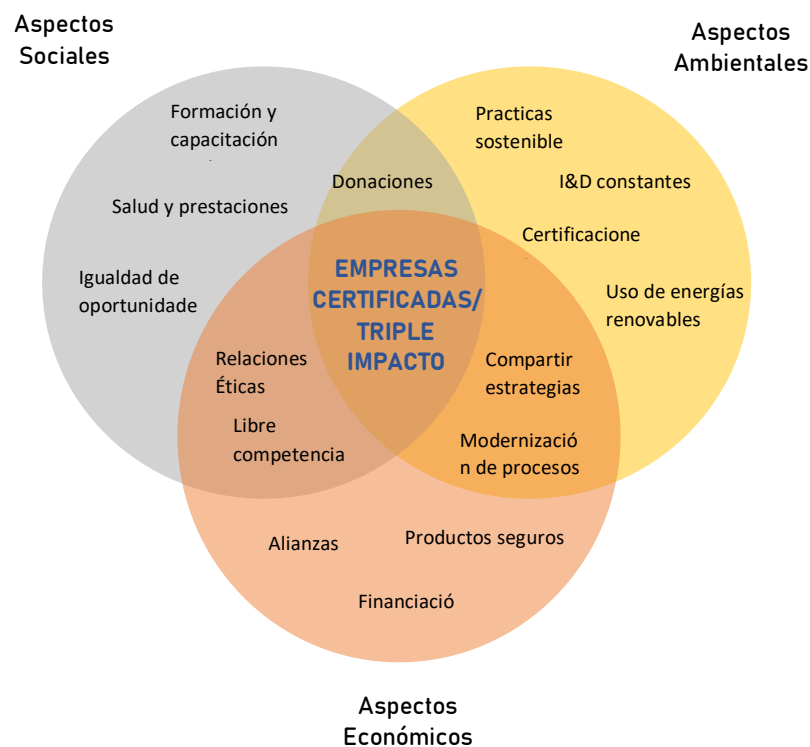
3.1.2 El nuevo rol de las Empresas

El desafío de adaptarse a un nuevo paradigma empresarial de éxito desde un punto de vista 360°, pensando estrategias de triple impacto, era una apuesta que ya venía captando la atención de muchos e incluso en algunas grandes organizaciones ya se implementan. Pero ¿Qué es el Triple Impacto? Según la plataforma de comunicación y difusión Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (RSyS, 2022) lo define como “...un término relativo a los negocios sostenibles que hace referencia al impacto que la actividad de una empresa tiene en las tres dimensiones: social, económica y ambiental” (párr.5).

En el contexto actual y en el mercado en que cada empresa se desenvuelve existen factores que claramente no se pueden modificar o cambiar, de manera que la única alternativa a fin de seguir siendo competitivos es crear un nuevo modelo de negocios o cambiarlo.

Figura 2

Las 3 dimensiones del Triple Impacto



Nota. Pilares que definen la gestión de una empresa certificada o de triple impacto en simultáneo, de elaboración propia.

Para gestionar este cambio y que se logren los resultados esperados, los principales aspectos que se tienen en cuenta dentro de cada área de impacto son los siguientes:

Aspectos Económicos:

- Beneficios Marginales Crecientes
- Nuevos productos y servicios
- Aumento del Beneficio
- Productividad
- Retorno de la Inversión
- Valoración de la empresa
- Costo de Capital
- Riesgos asumidos

Aspectos Sociales:

- Impacto social y comunitario
- Educación
- Igualdad
- Salud
- Seguridad Laboral
- Reconocimiento social

Aspectos Ambientales:

- Materiales utilizados
- Emisiones y residuos
- Energía
- Agua
- Diseños operacionales eco-eficientes
- Nuevos productos y servicios eco-friendly
- Impacto en el sistema de vida

Se trata, entonces, de que el éxito empresarial se alcance desde la sostenibilidad social y del entorno, asegurando que la solución que se ofrece sea a largo

plazo y como parte central del negocio, y que no solamente se trate de hechos y/o acciones aisladas únicamente cuando sea necesario o conveniente.

Jorge Percovich (Insider, 2020) CEO de la Agencia Internacional de Marketing Havas Group Latam analizó la situación desde el inicio de la cuarentena y opinó que la situación dio lugar al crecimiento del número de empresas que se transformaron en empresas de Triple Impacto o de Certificación, ya que dentro de los ejes en los que operan se encuentra el objetivo de generar consciencia y ser generadores del cambio. Siendo el mecanismo más elegido para convertirse en este tipo de Empresas la Certificación de Empresas B.

La pandemia, sin dudas, fue el impulso que faltaba para acelerar estos aspectos en el paradigma empresarial, y en respuesta las empresas fueron asumiendo su responsabilidad de crear modelos de desarrollo sostenibles que se alinearan a los Objetivos De Desarrollo Sostenible (ODS, ONU) que se pretenden para el 2030.

En respuesta a todo lo expuesto anteriormente, se conocen varias certificaciones que actúan como asesores de estrategias para los temas afines, o modelos a seguir que sirven de guías. En esta investigación se propone el modelo de negocios certificado de las Empresas B (otorgado por B Lab) por su alcance y repercusión a través de los años, y que se desarrollará en profundidad en los siguientes capítulos.

3.2 ¿Qué es una empresa B?

3.2.1 Historia de las Empresas B

En el año 2006, un grupo de amigos norteamericanos Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan y Andrew Kassoy fundaron la Organización No Gubernamental (ONG) B Lab en Estados Unidos (EE.UU), creando un sistema de evaluación para certificar a las empresas en pos de proteger legalmente el poder de los negocios para generar un impacto positivo en la sociedad, en la economía y en el medio ambiente.

Este movimiento se lanzó oficialmente un año después con la certificación de 82 empresas certificadas fundadoras, extendiéndose a Brasil, Argentina, Chile y Colombia como representantes en Sudamérica.

La B Corporation Certification prueba legalmente que a quien se le otorga el mismo, está cumpliendo con estándares elevados de responsabilidad, sustentabilidad y sobre todo transparencia, con el fin de recaudar capital, adquirir escala, tener liquidez, pero todo esto sin abandonar su misión y compromiso con el torno.

Pero ¿qué significa la letra B? Esta sigla representa la palabra “Beneficio”, porque sus creadores sostuvieron desde sus inicios, la idea de que las Empresas B trabajan para beneficiar a muchos grupos, no solo a sus accionistas.

Y ¿por qué las empresas se certifican? “La certificación de Empresa B ayuda a atraer y retener talento, a distinguirse de otras empresas en un mercado bastante poblado y a asociar su marca con algunas de las empresas más responsables a nivel social, ambiental de todo el mundo. Los beneficios particulares más atractivos para la empresa variarán según la industria, sus metas y objetivos, y en el ciclo de vida en el que se encuentre” (Honeyman & Jana, s.f., p.38).

Actualmente, existen +10.000 empresas certificadas en el mundo y +1.300 en Latinoamérica, distribuidas en 19 países. Siendo Brasil, Chile y Argentina con más B Corps en la región. Empresas Argentinas rondan en 269, sumando a un total de +400 entre estas y aquellas que simplemente operan en Argentina.

3.2.2 Las Empresas B: Definición y Características

Las Empresas B son un tipo de compañías que buscan hacer negocios de una forma diferente bajo el lema “ser mejor empresa para el mundo y no solo del mundo”. Es por esto que se trata de empresas certificadas que cumplen con rigurosos estándares de sustentabilidad, transparencia, desempeño y contabilidad, recibiendo una marca colectiva como identidad de mercado.

Este tipo de organizaciones no buscan ser empresas perfectas, sino ser empresas realmente comprometidas con la mejora continua, pero, sobre todo, en poner su propósito empresarial socioambiental en el centro de su modelo de negocio, midiendo y analizando áreas fundamentales que hacen a su razón de ser (Trabajadores, gobierno, clientes, comunidad y medio ambiente).

Se diferencian principalmente por ser modelos que persiguen el Triple Impacto, es decir, el éxito de estas no se mide únicamente en términos de beneficios financieros, sino que existe una interconexión entre el éxito económico, el bienestar social y la salud ambiental.

Figura 3

Rueda del Triple impacto



Nota. Imagen extraída de Responsabilidadsocial.net. Empresa digital de comunicación y difusión de la RSE y Sustentabilidad ².

“Las Empresas B están comprometidas con un sistema económico que beneficia al planeta y a todas las personas”³. En la página oficial de Sistema B nombran 4 elementos claves que definen a las empresas de este tipo:

- **PROPÓSITO:** Las motiva la creación de Impacto Positivo en la sociedad y medio ambiente.
- **REQUISITO LEGAL:** Amplía el deber fiduciario de accionistas y gestores para incluir intereses no financieros.
- **CERTIFICACIÓN:** Se evalúa y se compromete a mejorar sus estándares de gestión y transparencia.

² <https://responsabilidadsocial.net/empresas-de-triple-impacto-que-son-pilares-y-ejemplo>

³ <https://www.sistemab.org/>

- **INTERDEPENDENCIA:** Son parte de una comunidad.

3.2.3 ¿Quiénes pueden ser Empresas B?

Se reconocen ciertos requisitos para ser B, sin embargo, queda en claro que cualquier empresa con fines de lucro con al menos un año de operaciones puede solicitar la certificación, solo en caso de que el tiempo sea menor, podrá acceder al sello de B Pendiente.

Siempre y cuando las organizaciones quieran usar la fuerza de su negocio para construir una economía nueva, más sostenible e inclusiva podrán iniciar el camino hacia la construcción de ser una Empresa B y formar parte de la comunidad a nivel global.

Existen organizaciones que nacen siendo B y hay otras que se hacen B a medida que los sectores y la sociedad van cambiando y demandando nuevas necesidades y preocupaciones.

Los 5 (cinco) requisitos mínimos para ser Empresa B, según la página oficial son:

1. Tener 12 meses o más de actividad.
2. Ser una entidad con fines de lucro.
3. Operar en un mercado competitivo.
4. El acceso a la certificación es para la Organización en su totalidad, para todas sus divisiones, marcas o departamentos.
5. Estar dispuesto a cumplir con el requerimiento legal

El proceso para la certificación se verá a continuación en el siguiente título de manera detallada, pero inicialmente es importante conocer la diferencia entre los sellos que participan del proceso y el sello final:

Tabla 4
Tipos de sellos B

	Sistema 	Empresa  Certificada	Empresa  Certificada PENDIENTE
B Lab: Entidad sin fines de lucro. Referente global en la construcción del movimiento de Empresas B en el mundo y en la construcción de nuevas Economías. Es el único ente que otorga la certificación final.	Sistema B nace en América Latina de la mano de Juan Pablo Larenas, Gonzalo Muñoz, María Emilia Correa y Pedro Tarak quienes crean una alianza con B Lab para articular y hacer crecer el Movimiento B. Es decir, es quien da apoyo en el proceso de certificación y masifica el uso de la evaluación como herramienta de gestión para las empresas.	Empresa B Certificada: Es el sello final. Marca colectiva de uso libre y generador de beneficios como: ● Acceso a inversionistas ● Acceso a nuevos clientes ● Posicionamiento ● Ser parte de una comunidad de Empresas B	Empresa B Pendiente: Sello para empresas o emprendimientos con actividad menor a 12 meses. Puede ser usada únicamente en canales digitales. Vigencia en América Latina es de: ● 1 año para Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México. ● 2 años: América Central y el Caribe, Uruguay, Perú, Ecuador, Paraguay, Bolivia y Venezuela.

Nota. Tipo de sellos B, según etapa del proceso (Elaboración propia).

3.2.4 Proceso de Certificación

La certificación de Empresa B es entregada por B Lab la entidad creadora de este movimiento, recibiendo una marca colectiva como identidad de mercado como se vio en el cuadro anterior. Se someten a una evaluación integral de sustentabilidad con

instancias de certificación y recertificación, y realizan correcciones a sus herramientas de gobernanza legales.

La evaluación es una herramienta generada en base a un conjunto de los estándares más altos de gestión a nivel mundial. Existe un Consejo Global de Estándares que se compone por representantes de todas las regiones en el mundo donde B Lab está constantemente impulsando el movimiento. La herramienta se desarrolla y se actualiza anualmente, cada 2 años se lanza una nueva versión⁴.

En la llamada Evaluación B, no todas las empresas contestan las mismas preguntas, y dado que la evaluación cambia cada 2 años, es posible que haya cambiado la pregunta que está contestando otra empresa.

Tabla 5

Proceso de Certificación

	Pasos	Descripción/Objetivo
1)	REGISTRARSE Y COMPLETAR EVALUACIÓN DE IMPACTO B	La empresa se registra utilizando información sobre el tamaño (número de trabajadores), y el sector e industria en el que opera. Por lo tanto, la Evaluación se adapta al tamaño e industria de la empresa para que se pueda medir con la evaluación más relevante para ella. Este tipo de evaluación se enfoca en determinar el impacto positivo de una empresa. La Evaluación del impacto consta de preguntas sobre prácticas y resultados que desarrolla la empresa dentro de cinco categorías principales⁵: 1. <i>Gobernabilidad</i>. Comprende: a. Misión y Compromiso b. Ética y transparencia - Ej. ¿Qué porcentaje de tu gestión es evaluada por escrito en su desempeño con respecto a los objetivos corporativos, sociales y ambientales? 2. <i>Trabajadores</i>. Comprende: a. Seguridad financiera b. Salud, Bienestar y Seguridad c. Desarrollo de carrera d. Compromiso y satisfacción

⁴ <https://www.bcorporation.net/>

⁵ Ver en Anexos ejemplos de preguntas de muestra.

	Ej. ¿Qué porcentaje de la empresa es propiedad de trabajadores a tiempo completo (excluyendo a fundadores/ejecutivos)? 3. <i>Comunidad. Comprende:</i> a. <i>Diversidad, equidad e inclusión</i> b. <i>Impacto económico</i> c. <i>Compromiso cívico y donaciones</i> d. <i>Gestión de la cadena de suministro</i> Ej. ¿Qué porcentaje de la dirección proviene de poblaciones poco representadas? (incluye mujeres, poblaciones minoritarias, personas con discapacidades o entre otros). 4. <i>Medio ambiente. Comprende:</i> a. Gestión ambiental b. Aire y clima c. Agua d. Tierra y vida e. Educación e Información Ambiental Ej. ¿Tu empresa monitorea y registra la producción de sus residuos universales? 5. <i>Clientes:</i> a. Gestión de Clientes Ej. ¿Cómo verificas que tu producto mejora el impacto de las organizaciones de tus clientes?
2) CUESTIONARIO DE DIVULGACIÓN E INDUSTRIAS CONTROVERSIALES	La empresa debe declarar la relación de la empresa con industrias o prácticas controversiales o negativas. Es decir, este tipo de cuestionario a diferencia del primer paso del proceso se enfoca en los impactos negativos. ● El cuestionario de divulgación incluye una serie de preguntas de SI/NO que revelan de forma confidencial prácticas o industrias que podrían estar involucradas. Por ejemplo: ○ Las instalaciones de la empresa están ubicadas adyacentes o en ecosistemas sensibles. ○ La empresa ha sido multada o sancionada en los últimos cinco años por sanciones relacionadas con informes financieros, pagos de impuestos, inversiones o préstamos.

		● Respecto a las Industrias Controversiales, se refieren a cierto tipo de industrias o empresas que puedan estar relaciones con prácticas controversiales o su actividad se encuentre dentro de lo que considera controversial para la humanidad, y para las cuales se exigirán estándares específicos. Por ejemplo: ○ Empresas de petróleo, gas o minería. ○ Industrias de plásticos de un solo uso o hechos de derivados de petróleo. ○ Empresas que se encuentren en zonas de guerra. ○ Entre otros. En estos casos, se requerirá que la empresa implemente soluciones específicas para obtener o mantener la certificación y, en casos excepcionales, la certificación de la empresa será denegada o revocada.
3)	ENVIO DE EVALUACIÓN A REVISIÓN	Una vez completada la Evaluación de Impacto B, la empresa deberá obtener un puntaje de al menos 80 puntos para poder enviar su evaluación a revisión y así dar inicio formalmente al proceso de certificación. Si se logra obtener el puntaje mínimo, se contactará una persona del equipo de Estándares de B Lab para agendar una llamada que se realizará vía Skype. Esta tiene una duración de 2 horas aproximadamente y donde se busca resolver dudas, ajustar respuestas, se puede llegar a pedir más documentación para ser evaluada y entregar un puntaje preliminar.
4)	FEE DE APLICACIÓN	El pago del Fee aplica a todas las empresas que tengan facturación menor a USD 100.000.000 al año y el monto dependerá de la facturación de cada organización. El pago no es reembolsable.⁶
5)	EVALUACION Y VERIFICACION	Corresponde a evaluar el sector, la industria, tamaño y áreas con mayor puntaje. Para dar inicio a la etapa de verificación, se requieren documentos y evidencia para probar las prácticas, políticas y procesos reportados. Si luego de la verificación, la empresa aún permanece con 80 puntos, será elegible para ser Empresa B Certificada

⁶ Ver en Anexos tabla de Fee de Aplicación actualizado a 2023.

		pagando el fee anual y firmando el Acuerdo de Empresa B. Existe la posibilidad de que se requiera auditoría presencial por parte del equipo de B Lab.
6)	FEE ANUAL DE CERTIFICACIÓN	Se abona todos los años como si fuera una membresía y su valor depende de la facturación del último año fiscal de la organización. ⁷
7)	MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS	Este paso no es obligatorio para tener la certificación por primera vez, pero sí lo será para obtener la recertificación. Dado que se espera que la empresa mejore el estándar el proceso se vuelve más estricto. Es un requerimiento legal que puede tratar de realizar cambios en el estatuto o bien adoptar una nueva figura legal.
8)	RECERTIFICACIÓN DE EMPRESA B	Esta última etapa se realiza cada 3 (tres) años para actualizar su evaluación de Impacto B y poder mantener su certificación. Para la recertificación deberá haber cumplido con el requerimiento legal anteriormente mencionado. Por año se selecciona el 10% de las empresas para tener una auditoría presencial o virtual con el equipo de B Lab.

Nota. Proceso de Certificación B (Elaboración propia).

Si la empresa factura USD 100.000.000 al año, los pasos a seguir varían y la empresa se deberá contactar con el Sistema B Internacional para continuar con la certificación.

3.3 Las Empresas B y su relación con otros conceptos

3.3.1 Empresas con Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Empresas B

“La responsabilidad social empresarial (RSE) surge entre el siglo XIX y XX como una participación voluntaria de las empresas frente a la influencia y resolución de

⁷ Ver en Anexos tabla de Fee de Aplicación anual actualizado a 2023.

conflictos que tiene la sociedad, de tal forma que aportan en el desarrollo y sostenibilidad de esta, mediante la creación de normas y pautas dadas por las alianzas entre gobierno y empresas que les permitan lograr tal fin.” (Flórez, A. K. P, 2020, p. 75).

Las leyes que regulan este tipo de sociedades tienen como objetivo fomentar prácticas socialmente responsables en empresas y organizaciones. Establece la presentación anual voluntaria de un Balance de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria (BRS AE). Este balance, de acceso público, debe ser presentado por aquellas empresas que deseen adherirse a la normativa. La norma, a su vez, es de cumplimiento voluntario.

Como puede observarse las empresas socialmente responsables tienen algunos puntos similares respecto a las Empresas B, incluso puede llegar a confundir a las Empresas B con las organizaciones que tienen programas de Responsabilidad Social Empresaria (o RSE). La diferencia principal radica en que las RSE apelan a acciones más bien puntuales o de alcance limitado (por ejemplo: una donación) y en las Empresas B se implica un cambio de estatuto obligatorio. Es decir, que mientras que la RSE implica acciones positivas pero voluntarias, en las Empresas B es obligatorio cumplir con estándares altos y con visión a largo plazo.

Si bien ambas empresas comparten un compromiso con la responsabilidad social y ambiental, difieren en términos de certificación, instrumentos de medición, reconocimientos y beneficios fiscales, cambio de estatuto y presencia en empresas de diferentes tamaños. A continuación, un cuadro comparativo con algunas similitudes y diferencias:

Tabla 6

Empresas RSE vs. Empresas B

	EMPRESAS CON RSE	EMPRESAS B
Enfoque en Impacto Social y Ambiental	✓	✓
Transparencia	✓	✓
Cumplimiento de acciones	Voluntario	Obligatorio
Instrumento de medición	Informes voluntarios como el balance de	La certificación requiere cumplir con indicadores

	responsabilidad social y ambiental empresaria	establecidos por un ente externo que se deben cumplir de manera obligatoria.
Cambio de Estatuto	No necesario	Necesario
Compromiso comunitario y de sustentabilidad	✓	✓

Nota. Cuadro comparativo entre Empresas con Responsabilidad Social Empresaria y Empresas B. (Elaboración propia).

3.3.2 Sostenibilidad y Sustentabilidad

La sostenibilidad se refiere a la capacidad de mantenerse o perdurar a lo largo del tiempo sin agotar los recursos necesarios para su existencia. En este contexto la sostenibilidad implica utilizar los recursos de manera responsable y equitativa para satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

La sustentabilidad hace referencia a aquello que puede mantenerse por sí mismo. Si bien ambos conceptos se complementan y tienen diferencias ínfimas. Entre los factores claves del desarrollo sustentable para que sea sostenible en el tiempo se encuentran:

Figura 4

Sustentabilidad y su Desarrollo



Nota. Imagen extraída de Baltazar-Domínguez, Daniela Alejandra & Caldera-González, Diana del Consuelo. (2017). “La sustentabilidad y el desarrollo local en las Micro,

Pequeñas y Medianas Empresas como detonantes para su competitividad”. Recuperado de <https://www.scielo.org.co/>

Según Lozano Aguilar, en su libro Código Ético para el mundo (2004), el cambio de paradigma en el desarrollo, impulsado por la creciente importancia dada al medio ambiente y la preocupación social, ha llevado a las empresas a adoptar una perspectiva más responsable. Este cambio se refleja en el concepto de desarrollo sostenible, donde las empresas buscan integrar objetivos económicos, sociales y ambientales en sus decisiones. De esta manera las empresas ya no se centran exclusivamente en la maximización de beneficios, sino que consideran a los stakeholders, incluyendo accionistas, inversores, administración pública, clientes, comunidades locales, empleados y otros grupos de interés.

Según un artículo publicado por el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (Corporación Andina de Fomento, CAF, 2017) las Empresas B pretenden convertir al sector privado en un actor determinante para lograr el desarrollo integral, sostenible y equitativo, de manera que, a través de su actividad comercial, contribuyan a solucionar problemas sociales, humanizar los negocios y a la sostenibilidad del planeta.

La CAF, señala además en el artículo que considera a este tipo de empresas una de las innovaciones jurídicas sociales, económicas y ambientales que más promete a largo plazo logrando juntar distintos conceptos de responsabilidad social corporativa y convertirlos en un objetivo prioritario de las empresas.

3.3.3 Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) y las Empresas B Certificadas

Las Sociedades BIC son un modelo jurídico de empresas de triple impacto que se caracterizan por el compromiso asumido por sus socios de generar impacto positivo social y ambiental como centro de su negocio a través de un marco regulatorio que, por un lado, busca ser comprensivo de su naturaleza comercial y, a la vez, proteger y promover sus nuevos propósitos y sus intereses de generar ganancias económicas.

Este tipo de concepto viene en auge sobre todo en América Latina ya que no necesitan certificarse formalmente, se conciben como una posibilidad distinta para

aquellos que quieran dar entidad formal a sus empresas y estén en búsqueda de nuevas formas de organización económica, más inclusivas y sustentables.

Para adquirir la condición de “BIC”, solo deben seguir una serie de pasos según las leyes que adquiere cada país con respecto a este modelo. En general, los pasos que se describen como necesarios para dar comienzo son:

- Tener convicción de querer generar un Impacto Positivo social y ambiental.
- Por medio de sus accionistas o socios aprobar la decisión
- Reformar los estatutos. Incorporar a la razón social la expresión “Beneficio e Interés Colectivo” o la sigla “BIC”.
- Presentar los anteriores documentos en la Cámara de Comercio para realizar el registro de condición BIC.

Como se puede observar, el propósito final de las denominadas Empresas B y las Sociedad BIC son los mismos, una nueva economía que equilibre el propósito y las ganancias y promover el cambio en el sistema económico.

De igual modo, existen diferencias entre ambas y para ello a continuación se muestran algunos aspectos en común y algunas diferentes entre ambas:

Tabla 7

Empresas B vs. Sociedades BIC

	Empresas B	Sociedades BIC
Conformación	Proceso de certificación a través de herramientas de medición de impacto económico, social y ambiental	Declaración ante organismo público que corresponda
Transparencia: Medición de reportes a través de un tercero independiente	✓	✓
Disponibilidad Internacional	✓	Solo algunos países de Latinoamérica con Ley BIC aprobada
Performance	Puntaje mínimo para empezar a desarrollarse en la industria como tal a través del sello de identificación y bajo estándares específicos	Modelos Jurídico de organización empresarial
Propósito de Triple Impacto	✓	✓

CAPITULO IV - ESTADO ACTUAL DE LAS EMPRESAS B EN LATINOAMÉRICA Y LAS NUEVAS ECONOMIAS

4.1 Nuevos consumidores y nuevas empresas

Aunque en la actualidad se las responsabiliza parcialmente por el deterioro ambiental y la disparidad social a nivel mundial, las empresas desempeñan un papel crucial en el progreso y desarrollo de las economías y con el propósito de mejorar esta situación, han surgido modelos empresariales como las empresas B, las cuales no solo buscan obtener beneficios económicos, sino que también ofrecen soluciones de triple impacto.

Según un estudio que realizó la agencia de investigación Edelman Data & Intelligence (DxI) conocida como El Edelman Trust Barometer, es la 23ª encuesta anual de confianza y credibilidad de la empresa. Consistió en entrevistas digitales de 30 minutos realizadas entre el 1 y el 28 de noviembre de 2022, muestreó a más de 32.000 encuestados en 28 mercados en Argentina, Colombia, Brasil y México. De allí se concluye que en Latinoamérica básicamente son 4 (cuatro) los ítems que conducen a una economía polarizada:

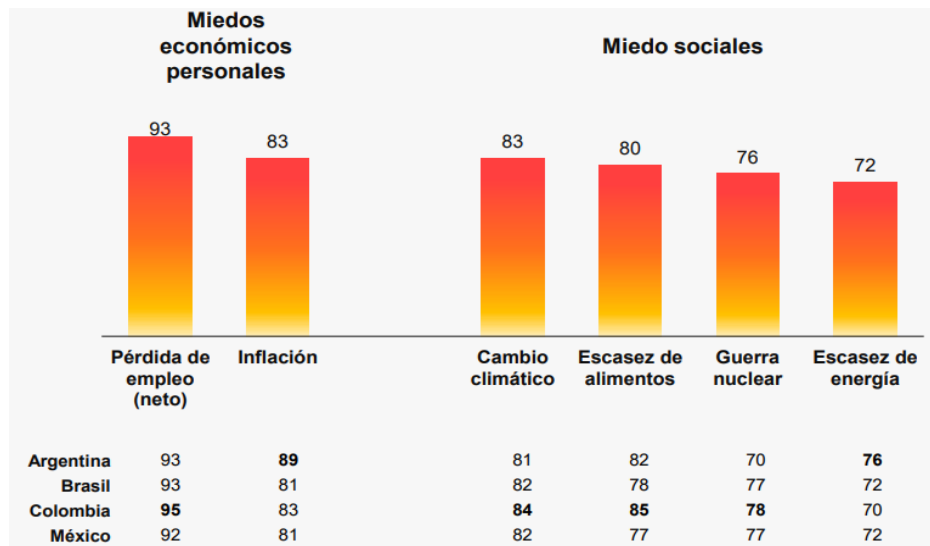
1. Preocupaciones económicas.
2. Desequilibrio institucional.
3. División de clases.
4. La lucha por la verdad. Apuntando a los medios de comunicación.

Con relación a ello se obtuvo que las preocupaciones económicas están a la par de las preocupaciones sociales que incluyeron:

1. Miedos en el cambio climático
2. Escasez de alimentos
3. Guerras
4. Escasez de energía

Figura 5

Resultado de encuesta, miedos económicos y miedos sociales



Nota. Extraída de Edelman Trust Barometer. Edelman Data & Intelligence (2023).

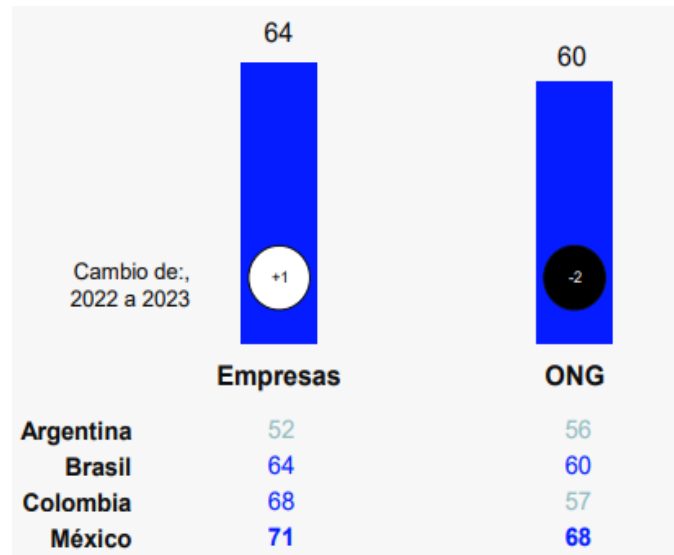
Recuperado de: <https://www.edelman.lat/estudios/edelman-trust-barometer-2023-america-latina>

Otro dato muy interesante es que en Latinoamérica las empresas y las organizaciones son vistas como competentes y éticas que generan confianza. La escala estaba conformada como:

- De 1 a 49: Desconfianza
- De 50 a 59: Neutral
- De 60 a 100: Confía

Figura 6

Resultado de encuesta sobre la Credibilidad y Confianza de las empresas



Nota. Extraída de Edelman Trust Barometer. Edelman Data & Intelligence (2023).

Recuperado de: <https://www.edelman.lat/estudios/edelman-trust-barometer-2023-america-latina>

A su vez, al plantear que tanto cree el consumidor que las empresas se encuentran comprometidas sobre diferentes temas sociales y que tanto estas están haciendo al respecto sobre:

- Acceso a seguridad médica
- Cambio climático
- Desigualdad económica
- Insuficiencia energética
- Capacitación laboral
- Información confiable

En todos los casos, los datos que se obtuvieron fueron que al abordar estos problemas sociales las empresas no hacen suficiente.

Al considerar a las empresas una de las instituciones más confiables trae como consecuencia que haya mayores expectativas y responsabilidades para las empresas. Como escenario ideal para una economía sustentable es importante que las instituciones trabajen en conjunto con los gobiernos.

En el contexto actual, las organizaciones también esperan que los empleados sean proactivos, tengan iniciativa personal y estén comprometidos con la excelencia. Las estrategias empresariales modernas se centran en atraer y motivar a los empleados en un entorno económico y dinámico. Además, debido al impacto del desempleo y la precariedad laboral, es necesario promover este tipo de conductas en los trabajadores.

Entonces, el perfil de las empresas sociales o de triple impacto, como las Empresas B, que se caracterizan por prácticas empresariales éticas y sostenibles, esperan que el compromiso laboral de sus trabajadores sea más alto que el promedio de otras organizaciones. Este mayor compromiso laboral, junto con una menor rotación de personal y ausentismo, se traduciría en empleados más productivos, clientes más satisfechos y un mejor rendimiento financiero para la empresa. Es decir, las convierte en empresas más atractivas en la industria.

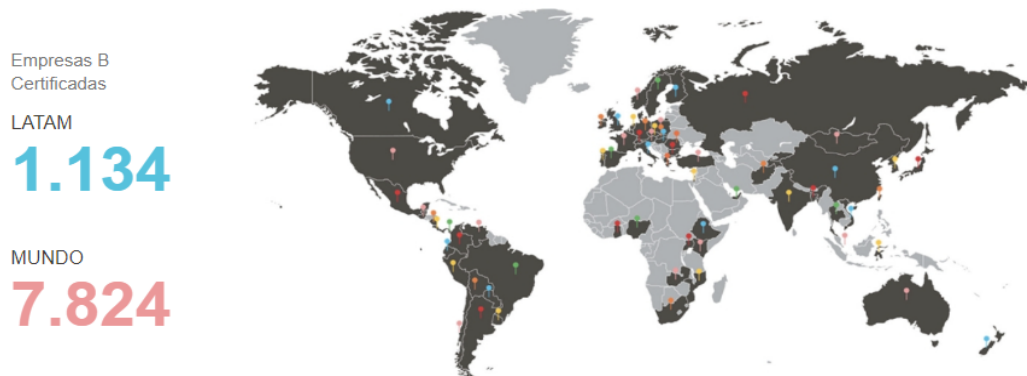
Según una investigación que se realizó en Chile sobre el compromiso laboral en jóvenes de Latinoamérica en el año 2021, “Se aprecia que en casi todos los países (sin datos para Paraguay y Uruguay), el nivel de compromiso laboral medido para las Empresas B superó el promedio de su respectivo país” (Barreto, Jara & Contreras, 2021, p. 117).

Hoy en día, desde el Movimiento B, liderado por B Lab y Sistema B, se gestionan las comunidades y acciones colectivas con impacto positivo en casi 600.000 (seiscientos mil) trabajadores y más de 7.000 (siete mil) empresas, en más de 150 sectores y 77 países.

En la siguiente imagen podemos ver la cantidad y la distribución de las empresas certificadas hasta el momento como Empresas B en América Latina y el resto del mundo:

Figura 7

Distribución de las Empresas B en el mundo



*Nota. Extraída de Sistema B | Sistema B América Latina (2023).
<https://www.sistemab.org/>*

Desde su llegada más de 45.000 (cuarenta y cinco mil) empresas se midieron a través de la evaluación del Impacto B en Latinoamérica y ya van 1.134 empresas certificadas como B. Convirtiéndose en la tercera región del mundo con la mayor cantidad de Empresas B certificadas, después de Norte América y Europa.

Y como si fuera poco, la Empresa B más grande del mundo se encuentra en Latinoamérica y se trata de la multinacional brasileña “Natura & Co.”, la empresa de cosmética. Por otro lado, “Betterfly” es una empresa chilena de seguros y tecnología que en el año 2022 se convirtió en el primer Unicornio social de Latinoamérica.

Las empresas Unicornio son aquellas que se crearon hace menos de 10 años y que sin tener presencia en la bolsa de valores y sin haber sido adquiridas por un tercero, logran un valor de más de 1.000 (mil) millones de dólares o más a nivel mundial. En Argentina al 2023 la única startup basada en el país que logra posicionarse entre este tipo de empresas es “Ualá”, debido a que “Tiendanube” fue creada en Argentina, pero tiene su sede central en Sao Paulo, Brasil.

4.2 Nuevas Economías como consecuencia de Nuevos Contextos

Como propuesta al desarrollo de las nuevas empresas y consumidores, surgen las nuevas economías, ofreciendo alternativas a los modelos vigentes de consumos y producción dando respuesta a los nuevos paradigmas.

Para poder dar un panorama de estas nuevas economías se van a nombrar las 12 (doce) más activas y que más servicios prestan al consumidor. Esto no significa que sean excluyentes, al contrario, por lo general trabajan en sinergia y se complementan.

Tabla 8

Tipos de Economías

Las nuevas economías		
TIPO	QUE ES	OBJETIVO
ECONOMÍA CIRCULAR 	Es aquella que pretende llegar a un modelo económico que disminuya los residuos que se generan. Algunas corrientes se enfocan solo en la reutilización y reciclaje mientras que otras cuestionan el origen del residuo, el hiperconsumo y abogan por un cambio profundo en el sistema.	El uso de materiales biodegradables. Los ecodiseños. Uso del reciclaje y reutilización. Ej. <i>Remake</i> (Argentina), empresa que diseña prendas ecofriendly hechas con fibra de plástico recicladas extraídas del mar. <i>Cocoshow</i> (Posadas, Misiones), emprendimiento que compra ropa usada y las vende para la reutilización.
EMPRESAS CON IMPACTO POSITIVO 	En este escenario se desarrollan las empresas que buscan además de beneficios económicos, contribuir positivamente a la sociedad y el medio ambiente. Apareciendo modelos de negocios en donde se integra el balance económico con el social y ambiental.	Generar nuevas alternativas de consumo influyendo en estas para que sean sostenibles a largo plazo, por medio de asociaciones o certificaciones. Empujar el cambio desde la consciencia y los valores. Ej. <i>Dvigi</i> (Argentina) empresa de filtros de agua con certificación B. <i>Guayaki, yerba mate</i> (EE.UU) una empresa que opera en Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Paraguay y Estados Unidos. Empresa certificada desde el 2011.

ECONOMÍA COLABORATIVA 	Hace referencia a una economía entre particulares que se relaciona con el uso, el intercambio o el alquiler de bienes que no son lo suficientemente bien aprovechados, mediante plataformas digitales, pudiendo obtener un ingreso por estos.	Plataformas que promuevan el trueque, alquiler o ventas. Herramientas para evitar el desperdicio de alimentos o materiales. Ej.: <i>Airbnb</i>. Comunidad que concentra millones de anfitriones y huéspedes que alquilan sus viviendas por lapsos de tiempo.
ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN 	Este tipo de economía implementa indicadores de buenas prácticas que se relacionan con: • La dignidad humana • Solidaridad • Medioambiente • Justicia social • Participación democrática y transparencia	Un cambio de paradigma que permite la competencia por la colaboración. Auditorías basadas en la matriz del bien común que sirvan para poner en valor a las organizaciones de cara a los consumidores y obtener mejoras fiscales y prioridad en las contrataciones públicas para quienes las superen.
ECONOMÍA VERDE Y ECOLOGISTA 	Este tipo de economías pone el foco en el deterioro medioambiental derivado del modelo de producción actual. Abarca aspectos sociales, pero como consecuencia de la crisis ecológica que genera desequilibrios en la sociedad, como las guerras por el control de los recursos.	Visibilizar • Problemas ambientales • Proveedores sostenibles • Reducción de consumos de alto impacto ambiental • Medidas que favorezcan el bienestar animal
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA 	La línea de pensamiento de la economía social y solidaria considera que el consumidor debe asumir un rol colectivo y político.	Busca construir economías basadas en: • Trabajo digno • Sin ánimo de lucro • Cooperativo • Sostenible • Equitativo • Desligado de la acumulación de capital Ej. Cooperativas

ECONOMIA FEMINISTA 	Desde este punto de vista, se considera que las economías se basan en ejes (como la producción, el crecimiento o funcionamiento de los mercados) que tienen una mirada masculina del mundo. Es por ello que este tipo de economías busca que las decisiones estén integradas por experiencias femeninas y que pongan la vida y la justicia como centro de debates sociales.	Evaluar las organizaciones según políticas de género, revisar la equidad en los modelos de participación y dirección. Poner en agenda trabajos tradicionalmente asumidos por mujeres para generar valor y remuneración adecuada.
MOVIMIENTO DE TRANSICIÓN 	Pone principal énfasis en los recursos no renovables y fósiles, entendiendo que el mayor problema que se enfrenta de estos recursos es su agotamiento.	Lograr regenerar tejidos de aspectos ecológicos, sociales y económicos dentro de los límites biofísicos del planeta. Cambio de patrones e ideas en la elección de consumo hacia uno más consciente y de reutilización.
MOVIMIENTO DEL DECRECIMIENTO 	Bajo el lema “con menos podemos vivir mejor”, es una economía que nace como alternativa a la economía del crecimiento ilimitado, el cual sostiene la idea de que cuanto mayor sea este último mejor nos va a todos. Por ello propone que los valores de individualismo y competitividad se transformen en valores solidarios y colaborativos.	Apostar al protagonismo de: • Comunidades locales • Repartir mejor la riqueza • Reducir • Reciclar • Reutilizar Propone reorganizar el sistema productivo a través de la autoproducción y de redimensionar nuestras necesidades.
FINANZAS ÉTICAS 	Pone en el centro de sus decisiones a las personas y no al dinero. Para las Finanzas éticas, la medición de riesgos y rentabilidades tiene el mismo valor que el impacto social y ambiental en las inversiones financieras. Tiene la visión de “poner el dinero en donde se respeten los valores”.	Promover un sistema financiero vinculado a una economía real y no especulativa. Financiar solo proyectos con visión sostenible.

MOVIMIENTO SLOW 	Es una corriente cultural que propone tomarse el tiempo para producir calidad, disfrutando el proceso y adaptándose al ritmo natural del planeta. Promoción de culturas gastronómicas, alimentos locales de producción sostenible, turismo lento y respetuoso con las idiosincrasias locales.	Promover la desaceleración de procesos productivos y consumos en las sociedades y en la vida misma de los individuos, recuperación la conexión con comunidades, comidas, lugares, entre otros. Ej. Poytavá (Posadas, Misiones) es un restaurante a puertas cerradas de cocina misionera que trabaja solamente con ingredientes de productores pequeños, locales, sin acceso a mercados formales. Una experiencia gastronómica.
ECONOMÍA PROCOMÚN P2P 	Esta economía busca una nueva dinámica entre lo social, político y económico. Es decir, además del Estado y el Mercado aparece una tercera forma de organización social. A través del procomún (comunes) y el sistema entre pares (peer to peer) surge la colaboración libre y gratuita entre iguales a fin de generar valor a través de recursos compartidos, materiales o inmateriales. Las comunidades colaboran, por lo general, a través de plataformas digitales desarrollando recursos comunes cuya propiedad es compartida y se considera accesible como bien público. El procomún es el “qué” y el P2P es el “cómo”	Alcanzar una economía distribuida, mutualidad, peer to peer y procomún. Fomentar habilidades para llevar a cabo iniciativas colaborativas. Ej. • Wikipedia • Facebook • Proyectos de software libre y de código abierto.

Nota. Elaboración propia.

4.3 Conectar Empresas B

La entidad de B Lab pone a disposición herramientas y programas para medir el triple impacto de las empresas certificadas o las certificadas pendientes. Además de programas de formación en el tema para personas externas.

Para conectar entre las empresas B, el principal medio es a través del Sistema B quien a partir de la creación de comunidades en las distintas regiones logra construir redes para impulsar proyectos, introducir nuevas opciones empresarias, etc. La plataforma se plantea 7 áreas de acción y 3 objetivos para alcanzar a conectarlas entre sí y crecer la presencia del Movimiento B en Latinoamérica:

- Áreas de acción:
 - Comunidad de Empresas B
 - Inversionistas de Impacto
 - Actores políticos y de regulación
 - Grandes compradores
 - Capacitadores y Formadores
 - Comunidad de Pensamiento e Investigación
 - Comunicadores
- Objetivos:
 - Aumentar el número de empresas B en Sur América
 - Impulsar un entorno propicio para Empresas B
 - Apoyar a Empresas B para aumentar su valor económico social y ambiental

La Evaluación B es una herramienta de gestión que puede ser usada por organización con o sin fines de lucro, que tenga o no la intención de certificarse, ya que de esta manera transparentan las políticas y prácticas de quienes la realizan y que, a su vez, podrían ser relevantes usarlas en la búsqueda de mejora continua. A partir de estos datos, es posible acceder a información sobre las Empresas B y otras organizaciones que toman la evaluación.

Según el reporte de Triple Impacto que lanzó Sistema B Argentina y Deloitte (2019) afirman: “Más de 50.000 empresas en 67 países y de 130 diferentes industrias utilizan la Evaluación de Impacto B” (p.9).

Sobre la base de una investigación realizada denominada “Nuevas Empresas, Nuevas Economías: Empresas B En Sur América” (2013), que fue apoyada por el Fondo Multilateral de Inversiones, FOMIN (miembro del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo - BID), se conoce que la información a la que se puede acceder, sobre las cuentas generadas en América Latina contiene los siguientes ítems:

- País y ciudad en que fue generada la cuenta,
- Porcentaje de avance que tiene en la Evaluación B y el puntaje que lleva hasta el momento en las distintas áreas de la Evaluación.
- Información de contacto.
- Historial de comunicación con la empresa.
- El número de trabajadores de la empresa.
- La facturación de la empresa.
- El sector, categoría de la industria e industria en que opera la empresa.

A través de la página de Bcorporation.net está disponible la sección “Encuentra una Empresa B” donde es posible acceder a la lista de empresas certificadas de todo el mundo. Se puede elegir entre los siguientes filtros:

- Ubicación (actualmente 214 lugares)
- Propiedad (10 datos demográficos)
- Otros: Tamaño (número de empleados), Industrias, Ordenación (alfabética, del más nuevo al más antiguo o del más antiguo al más nuevo).

A continuación, se seleccionaron países de Latinoamérica por orden de relevancia y con sede en ese país, para contabilizar el número de B Corps en la búsqueda y dar a conocer algunas empresas que nos representan en el mundo:

- BRASIL (451 resultados)
- CHILE (364 resultados)
- ARGENTINA (323 resultados)
- MÉXICO (317 resultados)
- COLOMBIA (272 resultados)
- PERU (182 resultados)
- ECUADOR (103 resultados)
- URUGUAY (79 resultados)
- BOLIVIA (49 resultados)

Solo se seleccionaron algunas relevantes a modo de ejemplo ya que son 12 regiones que concentran el Sistema B en Latam (Latinoamérica) con un total de 18 (dieciocho) países, como se puede ver en la siguiente imagen.

Figura 8

Cantidad de B Corps en América



Nota. Extraída de “Reporte de Gestión. Sistema B Argentina” (2020).

4.3.1 Empresas B en Latinoamérica

Tabla 9

Datos sobre algunas Empresas de Latinoamérica

Empresa	Datos
natura & co	Sede: São Paulo, Brasil Certificado desde: Noviembre 2020 Descripción: Empresa de cosméticos global, multicanal y multimarca. Puntuación general de Impacto B⁸: ● 110.4 puntos ○ Gobernabilidad 17.2 ○ Trabajadores 24.6 ○ Comunidad 31.4 ○ Ambiente 34.9 ○ Clientes 2.2
SUDA Move · Explore · Discover	Sede: Santiago de Chile, Chile Certificado desde: Marzo 2022 Descripción: Es una app que moviliza a las personas a hacer deporte en la naturaleza, amplificando sus beneficios para la salud de las personas y del planeta. Puntuación general de Impacto B: ● 84.5 puntos ○ Gobernabilidad 23.5 ○ Trabajadores 18.0 ○ Comunidad 21.2

⁸ 50.9 es la puntuación media para empresas ordinarias.

	○ Ambiente 18.1 ○ Clientes 3.6
	Sede: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina <i>Certificado desde:</i> Febrero 2019 <i>Descripción:</i> Empresa que diseña, produce y comercializa alfombras y textiles para el hogar. <i>Puntuación general de Impacto B:</i> ● 104.4 puntos ○ Gobernabilidad 16.3 ○ Trabajadores 17.9 ○ Comunidad 42.9 ○ Ambiente 17.2 ○ Clientes 9.8
	Sede: Ciudad de México, México <i>Certificado desde:</i> Junio 2023 <i>Descripción:</i> Empresa que está construyendo la primera biorrefinería de endulzantes, desarrollando un proceso biotecnológico para transformar residuos agrícolas en xilitol y otros compuestos de valor agregado (El xilitol es un endulzante natural). <i>Puntuación general de Impacto B:</i> ● 82.4 puntos ○ Gobernabilidad 13.5 ○ Trabajadores 22.8 ○ Comunidad 27.2 ○ Ambiente 14.2 ○ Clientes 4.5
	Sede: Departamento de Cundinamarca, Colombia <i>Certificado desde:</i> Agosto 2013 <i>Descripción:</i> Empresa que confecciona y diseña productos con fibras naturales y reutilizables, hechos por productores locales contratados. <i>Puntuación general de Impacto B:</i> ● 93.4 puntos ○ Gobernabilidad 16.0 ○ Trabajadores 29.1 ○ Comunidad 22.4 ○ Ambiente 23.6 ○ Clientes 2.1
	Sede: Lima, Perú <i>Certificado desde:</i> Noviembre 2014 <i>Descripción:</i> Brinda servicios de operaciones y gestión de la huella ambiental para organizaciones públicas y privadas, en el Perú e internacionalmente. Brindan estudios de diseño estratégico y optimización de

	operaciones, que apoyan a las organizaciones en la transición hacia la economía circular. <i>Puntuación general de Impacto B:</i> ● 114.1 puntos ○ Gobernabilidad 20.6 ○ Trabajadores 18.8 ○ Comunidad 37.3 ○ Ambiente 35.9 ○ Clientes 1.4
	Sede: Quito, Ecuador <i>Certificado desde:</i> abril 2018 <i>Descripción:</i> Elabora mezclas de té de clase mundial utilizando productos social y ambientalmente responsables. <i>Puntuación general de Impacto B:</i> ● 101.9 puntos ○ Gobernabilidad 17.2 ○ Trabajadores 22.4 ○ Comunidad 36.2 ○ Ambiente 22.8 ○ Clientes 3.1
	Sede: Lavalleya, Uruguay <i>Certificado desde:</i> diciembre 2020 <i>Descripción:</i> Empresa de agua mineral natural que nace en la Reserva Natural protegida de Salud. Su misión es fomentar hábitos saludables de hidratación a través de propuestas basadas en agua de forma innovadora y sostenible. <i>Puntuación general de Impacto B:</i> ● 81.1 puntos ○ Gobernabilidad ○ Trabajadores ○ Comunidad ○ Ambiente ○ Clientes

Nota. Tabla de Empresas B en Latinoamérica de elaboración Propia.

Los estándares para medir el Impacto B y ponderar las empresas está desarrollada por un Consejo Asesor de Estándares independiente que la componen más de 20 empresas y organizaciones referentes en el mundo y con conocimientos en el mundo, los cuales a su vez también son asesorados muchas veces por grupos de trabajo según la industria.

Para garantizar la credibilidad y eficiencia, la evaluación se actualiza anualmente y cada tres años se realiza una nueva versión.

4.4 Las Empresas B y El Estado en Argentina

El compromiso de las empresas de este tipo, en Argentina, se ve cada vez más atravesada y comprometida con realizar prácticas y elaborar políticas internas que impacten realmente de manera positiva en la sociedad, el medioambiente y en la economía. Inclusive no se vio afectado por el impacto de la Pandemia en el mundo, ya que año a año el número de empresas certificadas y que evalúan su Impacto B fue creciendo.

Hasta el 2020 fueron 128 las empresas argentinas que lograron la certificación de este tipo, y hoy día se pueden encontrar más de 260 empresas de industria nacional. Con sede del Sistema B en AMBA (Centro Metropolitano de Buenos Aires), la participación en la Consolidación Institucional B está distribuida por el país de la siguiente manera:

Figura 9

Provincias Argentinas con Empresas Certificadas B



Nota. Extraída de “Reporte de Gestión. Sistema B Argentina” (2020).

Según la revista Forbes Argentina, en un artículo publicado en diciembre de 2012, Rita Bolívar (responsable del impacto producido por “Pura” una empresa argentina B de Triple Impacto) explica que: “Ser Empresa B nos desafía constantemente a ser día a día las mejores empresas para el mundo. Tal objetivo implica apuntar de forma constante a la mejora continua” (Forbes Argentina, “Guía completa para ser una Empresa B en Argentina”, 2021).

Por otro lado, dentro del marco de celebración de “Best for the World” (“Mejores para el Mundo”) en donde se premia el impacto de las empresas, Argentina obtuvo 22 reconocimientos a nivel mundial. Las empresas elegidas fueron:

1. Nahual IT
2. Dar Sentido
3. Grupo Mitre
4. Kolibri
5. Unigoma
6. Cooperativa de trabajo tecso ltda
7. Dun - diseño & sustentabilidad
8. Mamotest
9. Zafrán - Recetas honestas
10. Soleventus
11. Lulea Mindful Athletes
12. Dibago, De la Olla
13. Luz Libre
14. GrinCraft
15. Increase
16. Cook Master
17. Quales Group
18. Incluyeme.com
19. FC BOLA
20. Ecofactory
21. Rosario Bio Energy.

En el año 2021, la facturación total acumulada fue de Empresas B en el país fue de \$600.000.000 (seiscientos) millones de dólares, además de 7.712 empleados en total.

Considerando que en esta época todavía se veían las consecuencias de la crisis sanitaria mundial, para potenciar el impacto positivo se consiguieron alianzas estratégicas con empresas claves que implementaron proyectos que favorecieron a la economía local.

Algunas de las empresas que se pusieron en acción fueron:

Tabla 10

Ejemplos de Empresas B en Argentina

EMPRESA	OPORTUNIDADES Y BENEFICIOS
	Mercado Libre: • Descuentos comerciales en la comisión del Marketplace • Comisión diferencial en Mercado Pago, para pagos online. • Línea de créditos +B con tasas especiales.
	Banco Galicia: • Créditos +B con tasas diferenciales exclusivo para empresas B y otros de Triple Impacto.
	Línea de Créditos Sumatoria: • Ofrece préstamos subsidiados a las empresas B y organizaciones que implementen políticas estratégicas sobre temas de crisis sanitaria, social y económica.
	Formaciones Académicas SET: • Descuentos de hasta 100% en cursos y formación comercial para las Empresas B. • Capacitaciones gratuitas para otras organizaciones del Sistema B.
	Vistage +B: • Puso a disposición espacios de diálogos entre Empresas B para generar alianzas y estrategias que respondan al Triple Impacto. • Dispuso de un coordinador de Vistage por grupo para asesorar y acompañar el proceso.

Nota. Elaboración propia a partir de información obtenida de “Reporte de Gestión. Sistema B Argentina” (2020).

A continuación, se nombran algunas empresas en Argentina que según la industria en la que se desempeñan obtuvieron su certificación y puntuación:

-
- Industria: Turismo
 - Empresa: Boomerang Viajes (Especialista en turismo solidario y sostenible. Organiza y asesora viajes por todo el mundo).
 - Puntuación de Impacto B: **81.4**
 - Ubicación: Buenos Aires

-
- Industria: Pinturería
 - Empresa: Paclin (Primera en su rubro en obtener esta certificación).
 - Puntuación de Impacto B: **81.4**
 - Ubicación: Córdoba

-
- Industria: Campo
 - Empresa: Agro Sustentable (fertilizantes e insecticidas orgánicos y naturales, bioinsumos. Desarrolla servicios de I&D aplicada al campo).
 - Puntuación de Impacto B: **81.9**
 - Ubicación: Posadas

-
- Industria: Bebidas Alcohólicas
 - Empresa: Porta Hermanos (Más de 140 años en la producción de alcoholes de alta calidad, licores y vinagres. También desarrolla soluciones de ingeniería y tecnología en procesos de destilación, fermentación y concentración de proteínas).
 - Puntuación de Impacto B: **88.3**
 - Ubicación: Córdoba
-

4.4.1 Caso de Revisión: Mercado Libre

Según el informe de “Tendencias de consumo online con impacto positivo” (2023), realizado en Latinoamérica (Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Uruguay) por la empresa, en Argentina las ventas de productos de tipo sustentables tuvieron más de un 30% de crecimiento en la región respecto al periodo anterior. En cuanto a la demanda, los compradores aumentaron un 13% en el país logrando un crecimiento más rápido que otros compradores de Mercado Libre.

Las demandas de estos productos se vieron afectados por todos los públicos, destacando algunos aspectos interesantes como:

- **GENERACIÓN Z:** Fueron los compradores que más crecieron, un 50% entre los años 2021 y 2022. Producto más elegido: Cepillo de bambú.
- **MILLENNIALS:** Este fue el público que más compras realizó, representando más del 40% de los compradores sustentables.
- **GENERACIÓN X:** Los compradores sustentables entre 42 y 58 años representan más del 30%. Productos más elegidos: Electrodomésticos eficientes energéticamente.
- **BABY BOOMERS:** Dicho público es el que compra con mayor frecuencia en el rubro de alimentación consciente, representando 15% más que la media. Productos más elegidos: Purificadores de agua.

Los datos de la empresa registran que se realizan 50 búsquedas por minuto de productos reutilizables y “basura cero”, con más de un 20% del crecimiento.

- **Términos que más crecieron:**
 1. Bicicletas eléctricas
 2. Pañales ecológicos
- **Productos más buscados:**
 1. Bicicleta
 2. Aire acondicionado Inverter
 3. Botella reutilizable
 4. Purificador de agua
 5. Panel solar
 6. Termotanque solar

7. Copa menstrual
8. Compostera
9. Shampoo sólido
10. Aceite de coco orgánico

- **Los más vendidos con impacto positivo:**

1. Botellas reutilizables
2. Purificadores de agua
3. Bicicletas
4. Salsas y aderezos veganos
5. Lavarropas con eficiencia energética
6. Celulares reacondicionados
7. Cápsulas de café recargables
8. Copas menstruales
9. Yerbas orgánicas
10. Shampoo y acondicionar sólidos

Por otro lado, de sus compradores sustentables se obtuvo que 1 de cada 2 usuarios valora el embalaje como lo más importante además de que el 72% de sus encuestados le da importancia a la composición de un producto.

En el menú de su página oficial se encuentra la sección de “Productos Sustentables”⁹ donde además ofrece artículos de información respecto a qué significa ser un producto con impacto positivo.

Si bien, la empresa no aparece como certificada B, su compromiso con el movimiento B se da apoyando y difundiendo las Empresas de esta índole. Mantiene una alianza con el Sistema B para promover productos de empresas certificadas. De igual manera, trabajan con criterios de compras responsables y estándares de sus proveedores al momento de seleccionarlos (ejemplos de certificaciones: Certificaciones B, ISO 14001 de gestión ambiental, etiquetas de certificación orgánica y otras).

A continuación, se presentan imágenes capturadas directamente de la web de Mercado Libre¹⁰ que en el año 2019 tomó la decisión de dedicarle un espacio exclusivo

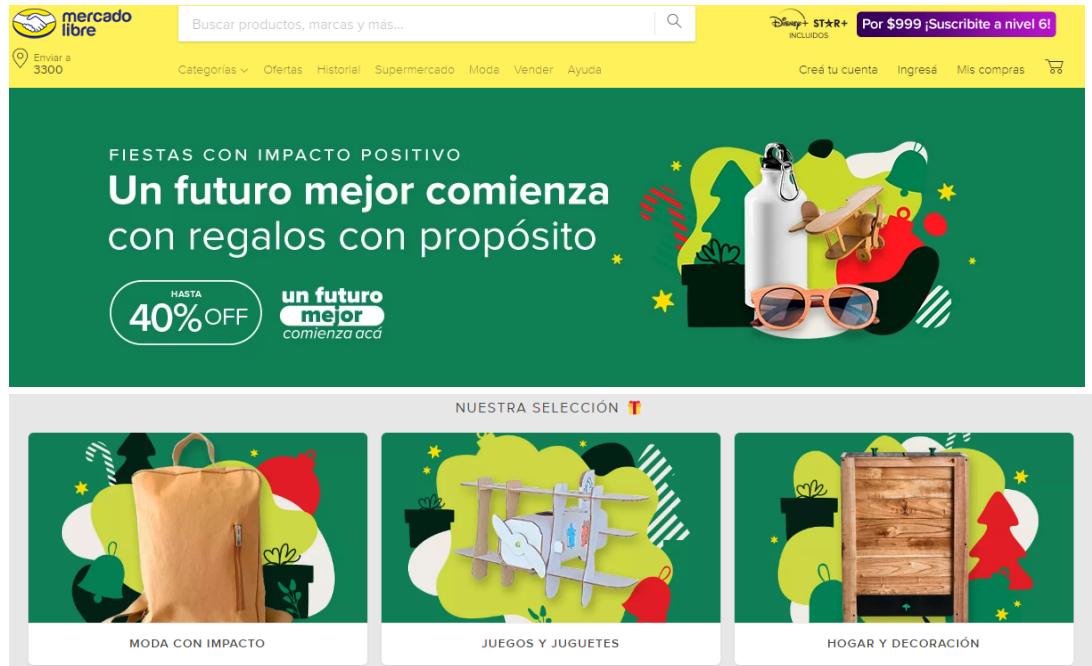
⁹ <https://www.mercadolibre.com.ar/productos-sustentables>

¹⁰ En la sección de Anexos se puede encontrar más imágenes referidas.

a las Empresas B (a lo que ellos llaman “Góndola B”) y a toda Organización que sea de Triple Impacto llevando a cabo el compromiso asumido.

Figura 10

Web Mercado Libre Argentina



Nota. Carrusel y banner de opciones en la página principal. Extraído de <https://www.mercadolibre.com.ar/productos-sustentables#menu=categories>

Figura 11

Footer Mercado Libre Empresas B certificadas



Nota. Footer de la web con información adicional. Extraído de <https://www.mercadolibre.com.ar/productos-sustentables#menu=categories>

A continuación, se construyó un cuadro de objetivos y estrategias de Mercado Libre con su información recaudada, el cual se dividió según los 3 (tres) ejes a los que apunta el Triple Impacto:

Tabla 11

Reporte de Impacto Social, objetivos y estrategias

SOCIAL	
Objetivo	Ejes prioritarios
DEMOCRATIZACIÓN DEL COMERCIO	Ser el canal para crear una oferta y demanda más consciente con foco en el ecosistema del emprendedor que por razones distancias geográficas o brechas digitales, de género o raciales no poseen la capacidad suficiente para acceder a la plataforma. Tomar decisiones que fortalezcan la comunidad emprendedora y ayudarlas a escalar su potencial.
OFRECER LA MAYOR CANTIDAD DE PRODUCTOS CON IMPACTO POSITIVO	<i>Góndola B:</i> Sección especial dentro de productos sustentables para que los usuarios encuentren productos de empresas B certificadas. Alianzas con organizaciones relevantes como Sistema B, Movimiento amazonia en casa, y más. Difundir análisis de tendencias de consumo con impacto positivo, y campañas sustentables (como Ecoweek y Biomas) para facilitar el consumo
INCLUSIÓN FINANCIERA EN LA REGIÓN	<i>Finanzas personales para jóvenes:</i> para asegurar un uso responsable y promover la capacidad de tomar decisiones basadas en su propia economía, en alianza con Junior Achievement se lanza este programa para enseñar cuestiones básicas sobre planificar y brindar herramientas financieras. Modalidad virtual. <i>Programas para potenciar el emprendedurismo femenino:</i> Mercado Pago se unió con Pro Mujer en Hispanoamérica y Aliança Emprendedora en Brasil para impulsar la educación financiera de mujeres emprendedoras de la región, con el fin de potenciar su capacidad de generación de ingresos y planificar un futuro sostenible para sus negocios.
EMPODERAR A LAS PERSONAS POR MEDIO DE LA EDUCACIÓN	<i>Certified Tech Developpe:</i> Programa que otorga becas a jóvenes para realizar carreras tecnológicas en Argentina, Brasil Chile, Colombia y Uruguay, con perspectiva de diversidad. Programa co-creado a través de la alianza realizada con Digital House y Globant. <i>Entropía:</i> Programa de apoyo junto a la Facultad regional de Buenos Aires de Universidad Tecnológica Nacional (UTNBA) busca formar y nivelar a jóvenes en el desarrollo de habilidades en ingeniería, ciencia, tecnología y matemáticas.

FOMENTAR LA CULTURA DE LA DONACIÓN DIGITAL	<i>Mercado Libre Solidario:</i> Fortalecer a las organizaciones sociales por medio de su inclusión digital a través de herramientas para la recaudación y operación de fondos. Potenciar su recaudación de fondos y ayudarlas a escalar su propósito. Botón Donar. 
--	--

Nota. Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Mercado Libre, “Reporte de Impacto” (2022).

Tabla 12

Reporte de Impacto Ambiental, objetivos y estrategias

A M B I E N T A L	
Objetivo	Ejes prioritarios
CRECER DE MANERA SUSTENTABLE	El rápido crecimiento de este en América Latina, si bien, impulsa el desarrollo socioeconómico de la región también aumenta los desafíos ambientales. Entonces, dentro de sus decisiones esta trabajar con proveedores y socios estratégicos que transformen su forma de hacer y lograr un crecimiento sustentable. <i>Huella de Carbono:</i> Cuantificar las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), siguiendo los lineamientos de medición del estándar Greenhouse Gas Protocol (GHG) desarrollado en conjunto por el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD, por sus siglas en inglés) y el World Resource Institute (WRI).
GESTION AMBIENTAL	<i>Movilidad sustentable:</i> Reducir el impacto de las operaciones logísticas, centrándose en el aumento de la flota de vehículos eléctricos y de combustible de bajas emisiones, y promoviendo la adopción de soluciones innovadoras en toda la cadena de valor. Hasta 2022 consiguió una flota de 797 vehículos eléctricos y 132 camiones que usan gas natural en Chile y Brasil. <i>Gestión de la energía:</i> Aumentar la eficiencia energética de la compañía en Latinoamérica y el consumo de energía procedente de fuentes renovables, con el fin de migrar el 100% de las operaciones de los centros de distribución hacia fuentes de energía limpia. Hasta 2022 posee 17 sitios abastecidos total o parcialmente con energías renovables de Mercado Libre, desarrollando contratos de compra de energía renovable fuera de las instalaciones y generando energía solar fotovoltaica en los edificios y centros administrativos. <i>Circularidad de materiales:</i>

	Implementar procesos para la recuperación de materiales y bienes generados en por sus operaciones, soluciones innovadoras y escalables de packaging para reducir el impacto del uso de recursos. ○ Programas de recuperación de materiales esenciales en los centros de distribución y oficinas, con la misión de reinsertarse en el ciclo productivo. ○ Programa de reciclado. ○ Programa de logística inversa, provenientes del cambio o devolución. En Argentina la tasa de recuperación de residuos en el 2022 fue del 84%, tres puntos más respecto al año anterior. Todas las cajas de sus operaciones presentan al menos un 30% de cartón reciclado. Todos los empaques son reutilizables, compostables o reciclables, bajo sellos de certificación <i>Regeneración y Conservación:</i> Combatir el cambio climático y contribuir a la protección de la biodiversidad en la región, invirtiendo en proyectos de regeneración y conservación de biomas icónicos de América Latina, para generar créditos de carbono de alta calidad e integridad. ○ Regenera América: Programa de Conservación y Regeneración de los Biomas icónicos de América Latina, financiando proyectos que combinan la protección de la biodiversidad y la captura de carbono de la atmósfera. Su alianza con la compañía Pachama, socia estratégica, desarrolla proyectos de restauración y conservación de bosques que.
--	---

Nota. Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Mercado Libre, “Reporte de Impacto” (2022).

Tabla 13

Reporte de Impacto Económico, objetivos y estrategias

ECONOMICO	
Objetivo	Ejes prioritarios
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES GRI – SASB – IR	En este aspecto, si bien cierta información es confidencial, la compañía presenta un informe basado en los estándares de: GRI (Global Reporting Initiative, por sus siglas en inglés) es una organización sin fines de lucro compuesta por múltiples grupos de interés. De este reporte se puede obtener que por encima de la media se destaca en temas como: ○ Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados. ○ Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales. ○ Valor económico directo generado y distribuido

	SASB (Sustainability Accounting Standards Board), es responsabilidad de La Junta de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad, organización sin fines de lucro, que impulsa métricas centradas en la materialidad financiera integrando consideraciones de sostenibilidad. IR (Reporte Integrado, por sus siglas en ingles IR), también es una herramienta internacional que pondera aspectos integrados sobre la visión general y el entorno externo a las compañías. Se trata de un reporte más corto pero preciso y clave para los grupos de interés.
--	---

Nota. Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Mercado Libre, “Reporte de Impacto” (2022).

4.4.2 Rol del Estado en las Empresas B

Argentina interviene en las empresas para garantizar su funcionamiento eficiente y prevenir daños a la sociedad y al medio ambiente, pero hasta que no exista una figura legal específica para las Empresas B, las obligaciones se limitan a las relaciones internas sin un impacto social positivo.

El gobierno tiene un papel clave en promover este nuevo enfoque, y se necesita un marco regulatorio para diferenciar, promover y proteger a estas empresas. Esto genera que los empresarios se enfrenten a un dilema a la hora de elegir el marco legal para sus empresas porque las leyes actuales distinguen entre empresas con fines de lucro y las sin fines de lucro, pero las nuevas empresas híbridas buscan ambos propósitos.

El Sistema B busca la participación de diversos actores, incluido el Estado para fomentar la creación de estas empresas que benefician a la comunidad, ajustando el sistema legal, permitiría a los ciudadanos elegir y apoyar a estas al momento de comprar o de elegir trabajar para ellas.

Por su parte, por lo que se pudo investigar el gobierno de la Nación Argentina brinda en su página oficial web capacitaciones con el fin de desarrollar y potenciar las capacidades de las empresas. A través de un Campus Virtual se pueden encontrar temas relaciones con:

- Instalador Solar Térmico
- Huella de Carbono en PyMEs
- Eficiencia de recursos en PyMEs industriales

- Eficiencia energética en PyMEs
- Negocios con impacto
- Emprendimientos de impacto
- Emprendimientos con propósito
- Conversatorio sobre emprender con impacto
- Emprendimientos con modelos de negocios sostenibles
- Ciclo de Capacitaciones "PyMEs verdes"

La Dirección General de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de la Ciudad de Buenos Aires genera acciones y eventos con el apoyo de otras organizaciones para acercarlas y lograr articular las empresas con propósito en la ciudad e iniciar un camino hacia una ciudad Carbono Neutral.

Por su parte, la Cámara Argentina de Comercio y Servicios propone las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) como propuesta legal, que establece requisitos y deberes específicos para los administradores, además de reportes y transparencia. Este proyecto de ley existe bajo el nombre de “Promoción de la Economía de Triple Impacto”¹¹ y fue motivo de debate en el Congreso, pero aún no ha conseguido avanzar en el debate y sanción del mismo. En esta ley podemos recalcar su artículo 6 y siguientes donde se expone que este tipo de sociedades se regirán por la Ley General de Sociedades N° 19.550 y sus modificatorias, así como por la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor.

En nuestro país la Ley BIC logró media sanción en la Cámara de Diputados en Diciembre de 2018, sin embargo, en Marzo de 2021 perdió estado parlamentario por no tratarse en el Senado de la Nación.

En la provincia de Misiones, precisamente la ciudad de Posadas, en el año 2021 se presentó un plan integral llamado “Posadas Sustentable”, enfocada en seis ejes fundamentales:

1. Salud y educación ambiental
2. Movilidad e integración urbana
3. Infraestructura verde
4. GIRSU, plan de gestión de residuos

¹¹ Ver Anexo para encontrar algunas páginas de la Ley.

5. Economía circular
6. Planificación sostenible

En Octubre de 2022, el intendente de Posadas, Ing. Leonardo Stelatto y el ministro de Energía de la provincia, firmaron un convenio de colaboración para trabajar con proyectos que potencien la energía renovable en la ciudad.

El objetivo apunta a generar el mínimo impacto ambiental, así como el cuidado y preservación de los recursos naturales a través de políticas de estado que apunten a un modelo sustentable para continuar posicionando a Misiones como pionera en sustentabilidad en el nordeste argentino.

CAPITULO V - CONCLUSION GENERAL

Con relación al objetivo principal de la investigación, en la que se busca evaluar la situación actual y el potencial investigativo de Empresas certificadas B (instituciones que tengan propósito, que busquen el triple impacto como resultado de su desempeño sin importar la industria) se volvía un poco difícil creer que el paradigma de pensar diferente se encontrara exponencialmente en auge en el mundo, pero exponencialmente en Latinoamérica.

Si bien se identificó que en general en América Latina la confianza y credibilidad de las personas sobre temas relacionados a la sociedad, el medioambiente y la economía se encontraba en descenso, dicha confianza y credibilidad hacia las empresas se tornaba positiva (inclusive confiaban más en ellas que en el Estado). Sin embargo, todavía existe una gran parte de la sociedad que no cree en las acciones que las compañías realizan y consideran que tampoco se esfuerzan por comunicar su desempeño en sostenibilidad o cambios en apoyo al medio ambiente. Es por esto, que dicho estudio de confianza me lleva a reflexionar que los consumidores buscan empresas que vendan valores y no solamente características de desempeño en sus productos o servicios; por ejemplo: un detergente que duplique su espuma o tenga mayor poder desengrasante. Cada año nacen nuevos productos o servicios con más y más características, destinando esfuerzos en aumentar su posicionamiento, pero no su confianza en las personas.

Este escenario genera, como consecuencia, la necesidad de contar con un estándar internacionalmente reconocido que garantice guíe y trabajen con ellas para lograr cumplir con estas expectativas. Se vuelve cada vez más importante buscar herramientas que demuestren y avalen el impacto sobre áreas que preocupan a corto y largo plazo.

Las Empresas B llegaron para darle un camino de mejora continua, gestión transparente y conciencia a las empresas. Y si bien siguen siendo más las empresas que no piensan en tener una mirada integral de sus negocios con foco en la sostenibilidad, en lo social y el cuidado del medioambiente, es real que la sociedad empieza a tomar consciencia y a exigir que el mercado actúe en consecuencia de estas problemáticas.

La certificación de Empresas B, está teniendo aceptación en el mundo empresarial aun existiendo muchas otras certificaciones de calidad, sostenibilidad o a nivel social, pero ésta se diferencia de las demás gracias a la creación del Sistema B que fue fundado para generar un Movimiento B y una comunidad que, una vez asumido el compromiso individual de cambiar e impactar positivamente en sus ámbitos de desarrollo, el trabajo a largo plazo se desenvuelve en conjunto, generando oportunidades entre sí y sin importar el rubro o la locación geográfica, acortando brechas que impiden impulsar negocios y crecer.

Por último, si bien esta revisión sistemática permitió identificar los avances en el campo, considero que persisten vacíos que abren nuevas oportunidades de investigación, especialmente con relación al impacto real de las empresas, el desarrollo de más estudios o análisis empíricos de casos reales en LATAM (Latinoamérica), y el análisis del rol de las políticas públicas en consolidación a estos nuevos paradigmas.

Como potencial investigativo sobre el tema desarrollado y a partir del análisis de los 57 artículos seleccionados, se pudo identificar que existen vacíos bibliográficos y líneas de investigación con proyecciones a aportar valor en el campo de estudio, sobre todo en temas en los que creo interesantes como, por ejemplo:

- *Motivaciones y desafíos*: Analizar que impulsa a los empresarios a certificarse y que barreras encuentran en el camino.
- *Políticas públicas*: analizar y evaluar el impacto de leyes u otros marcos legales que aborden estos temas.
- Analizar este tipo de empresas en mercados o industrias emergentes y desarrollados.
- Análisis locales de empresas B en la región y compararlos con modelos europeos, Norteamericanos.

Considero que una empresa puede nacer B o hacerse B, y en cualquiera de esos casos el compromiso debe ser asumido con responsabilidad y visión a largo plazo ya que un ecosistema en equilibrio es un entorno generador de oportunidades, para vos, para mí, para todos los que habitamos un mismo planeta e inclusive para las generaciones futuras. Considero que no es un proceso fácil la implementación y aplicación de estrategias para este tipo de certificaciones, que exige estándares tan altos, pero que, a su vez, no son imposibles de acompañar si existe un compromiso verdadero.

REFERENCIAS

- Abramovay, R., Correa, M. E., Gatica, S., & Van Hoof, B. (2013). *Nuevas empresas, nuevas economías: Las empresas B en Sur América*. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: http://academiab.org/wp-content/uploads/2015/01/NUEVAS_EMPRESAS__NUEVAS_ECONOMIAS_LAS_EMPRESAS_B_EN_SURAMERICA_2013.pdf
- Agenda PyMe. (4 de agosto de 2023). *Hay más de 200 Empresas B en Argentina y reclaman una Ley que las reconozca*. Recuperado de: <https://agendapyme.com.ar/2023/08/04/hay-mas-de-200-empresas-b-en-argentina-y-reclaman-una-ley-que-las-reconozca/>
- Aguirre, Iván, Campar, Rómulo & Maldonado, Carlos (2019). *El nuevo sujeto social de Consumo Responsable. El nuevo sujeto social del consumo responsable*. Estudios De La Gestión: Revista Internacional De Administración, 4, 97-123. <https://doi.org/10.32719/25506641.2018.4.5>
- Ámbito Financiero. (12 de agosto, 2025). *Ya hay más de 10.000 Empresas B en el mundo y emplean a más de un millón de personas*. [Revista]. Recuperado de: <https://www.ambito.com/sustentabilidad/ya-hay-mas-10000-empresas-b-el-mundo-y-emplean-mas-un-millon-personas-n6177495>
- B Lab. (2024, noviembre). *Risk Standards and Controversial Issues*. Recuperado de: <https://www.bcorporation.net/en-us/standards/controversial-issues/>
- B Lab. (s.f.). *B Impact Assessment (Evaluación de Impacto B)*. Recuperado de: <https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment/>
- B Lab. (s.f.). *Diccionario B Corp*. Motor de búsqueda para empresas de tipo B según país. Recuperado de: <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/>
- Banco BBVA. (29 de abril de 2022.). *La sostenibilidad como principal criterio para el consumo pos-COVID-19*. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/la-sostenibilidad-como-principal-criterio-para-el-consumo-pos-covid-19/>
- Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe. CAF. (7 de agosto, 2017). *Empresas B: punto de encuentro entre responsabilidad social y negocios*. Recuperado de: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/08/empresas-b-punto-de-encuentro-entre-responsabilidad-social-y-negocios/>
- Bustamante Sánchez, S. E., Checa Hernández, D. F., & Albarrasin Reinoso, M. V. (2024). *La responsabilidad social empresarial (RSE) y su impacto en los socios del sector financiero*. Pacha. Revista De Estudios Contemporáneos Del Sur Global, 6(17), e250359. Doi: <https://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.359>
- Cámara de Diputados de la Nación Argentina. (7 de noviembre de 2024). *Modificación de la Ley General de Sociedades Nro. 19.550 Proyecto de ley 6719-D-2024*.

- Recuperado de:
<https://www.diputados.gov.ar/diputados/myeza/proyecto.html?exp=6719-D-2024>
- Caro, Angelica, (2008). *Revisiones Sistemáticas de la Literatura*. Departamento de Ciencias de la Computación y Tecnologías de Información, Universidad del Bío-Bío. Chillán, Chile.
- Castillo, Gonzalo. (6 de septiembre, 2023). *Empresas B: desafíos y oportunidades en su implementación*. Innovación Digital 360. Recuperado de:
<https://www.innovaciondigital360.com/industria-4-0/empresas-b-desafios-y-oportunidades-en-su-implementacion/>
- Cerwinka, Ingrid (13 de febrero, 2021). *La evolución de la responsabilidad social empresarial*. Expansión. [Revista]. México. Recuperado de:
<https://expansion.mx/opinion/2021/02/12/la-evolucion-de-la-responsabilidad-social-empresarial>
- D'Angelo, Julián. (28 de enero, 2025). *5 tendencias clave para 2025 en RSE y sustentabilidad*. iProfesional. Recuperado de:
<https://www.iprofesional.com/management/421519-5-tendencias-clave-para-2025-en-rse-y-sustentabilidad>
- Dalsy Lucía Ruiz Vera & Rodrigo Almeida Cardona (2020). *Análisis del comportamiento del consumidor socialmente Responsable*. Perspectivas, Año 24, No 47 mayo 2021. pp. 9-32-. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Unidad Académica Regional Cochabamba.
- Della Vecchia, Nicolás. (16 de diciembre, 2021). *Guía completa para ser una empresa B en la Argentina*. Revista. Forbes Argentina. 11.25
<https://www.forbesargentina.com/liderazgo/guia-completa-ser-una-empresa-b-argentina-n10957>
- Deloitte Argentina. (s.f.). <https://www2.deloitte.com/ar/es.html>
- Díaz de León, G. (2019). *Empresas B en México: desafíos y oportunidades para los negocios responsables*. Revista Infotec, 32(3), pp. 113-125.
<https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v32n3/0718-0764-infotec-32-03-113.pdf>
- EcoBiz. (12 de Agosto, 2025). *Argentina sube al podio de las Empresas B*. Recuperado de: <https://ecobiz.com.ar/nota/1023-Argentina-sube-al-podio-de-las-Empresas-B>
- Ecosia. (s.f.). Motor de búsqueda que destina ingresos a plantar árboles.
<https://www.ecosia.org/>
- Edelman Trust Institute. (2022). *El liderazgo social es ahora una función central de los negocios*. Edelman Trust Barometer (Barómetro de Confianza de Edelman).
<https://www.edelman.lat/edelman-trust-barometer-2022>
- Edelman Trust Institute. (2025). *La Confianza y la Crisis del Agravio*. Edelman Trust Barometer Argentina (Barómetro de Confianza de Argentina. Reporte 2025).

https://www.edelman.lat/sites/g/files/aatuss296/files/2025-05/2025%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Argentina_0.pdf

- Editorial RSyS. (20 de agosto, 2022). *Empresas de triple impacto: qué son, pilares y ejemplo*. [Editorial Revista] Recuperado de: <https://responsabilidadsocial.net/empresas-de-triple-impacto-que-son-pilares-y-ejemplo/#:~:text=El%20triple%20impacto%2C%20tambi%C3%A9n%20denominado,%3A%20social%2C%20econ%C3%B3mica%20y%20ambiental>
- EY Argentina. (s.f.). *Consumo argentino: claves para aprovechar un ciclo virtuoso*. https://www.ey.com/es_ar/future-consumer-index/consumo-argentino-claves-para-aprovechar-un-ciclo-virtuoso
- Fantino, Juliana. (10 de diciembre, 2023). *¿Qué son las empresas tipo B y cómo optimizar el rendimiento a través de su cultura?* Crehana. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.crehana.com/blog/transformacion-cultural/empresas-tipo-b/>
- Fraj Andrés, E., & Martínez Salinas, E. (2005). *El nivel de conocimiento medioambiental como factor moderador de la relación entre la actitud y el comportamiento ecológico*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 11(1), 223-243. <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120423011.pdf>
- Gambaro, Esteban; García, Ligia N. (2021). *Empresas B: Una gestión estratégica apoyada en el conocimiento*. Actualidad Contable FACES ISSN E.: 2244-8772 Año 24 No 42, 125-149. Doi: <https://doi.org/10.53766/ACCON/2021.42.05>
- García de León, M., & Rivera, E. (2023). *La sustentabilidad y el desarrollo local en las micro, pequeñas y medianas empresas como detonantes para su competitividad*. Revista Vinculategica, 3, 82-88. Recuperado de: <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R3/82%20-%2088%20-%20La%20sustentabilidad%20y%20el%20desarrollo%20local%20en%20las%20Micro,%20Pequeñas%20y%20Medianas%20Empresas%20como%20detonantes%20para%20su%20competitividad.pdf>
- García López, María José. (2015). *La cuenta del triple resultado*. ACCID. Vol. 20, pp. 65-77. http://accid.org/wpcontent/uploads/2018/11/LA_CUENTA_DEL_TRIPLE_RESULTADO.pdf
- Google Scholar. (s.f.). Motor de búsqueda online. <https://scholar.google.es>
- Honeyman Ryan, Jana Tiffany. (2020). *How you can use business as a force for good*. The B Corp Handbook (El manual B Corp). 6ta Edición. McGraw Hill Education.
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación, (6 de diciembre de 2018). *Ley de Promoción de la Economía de Triple Impacto*. Recuperado de: <https://consejo.org.ar/storage/attachments/Ley%20BIC.pdf-EKJ956Jy5c.pdf>.
- Infobae. (9 de junio, 2022). *Aplicaciones que crean conciencia sobre el cuidado del medio ambiente*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/tecno/2022/06/09/aplicaciones-que-crean-conciencia-sobre-el-cuidado-del-medio-ambiente/>

- Insider Latam. (s.f.). *Empresas B: el nuevo paradigma*. Recuperado de: <https://insiderlatam.com/>
- iProfesional. (27 de marzo, 2025). *Qué es una empresa B y cuántas hay en la Argentina en 2025*. Recuperado de: <https://www.iprofesional.com/management/425166-que-es-una-empresa-b-y-cuantas-hay-en-la-argentina-en-2025>
- IT Patagonia. (2024). *Empresa B: la nueva forma de hacer negocios con propósito*. Recuperado de: <https://itpatagonia.com/empresa-b-nueva-forma-de-hacer-negocios>
- KPMG España. (2021, octubre). *Global Customer Experience Report 2021*. Recuperado de: <https://kpmg.com/es/es/home/tendencias/2021/10/global-customer-experience-report-2021.html>
- KPMG España. (9 de noviembre, 2021). *Casi dos tercios de los clientes están dispuestos a pagar más a las empresas socialmente comprometidas*. Recuperado de: <https://kpmg.com/es/es/home/sala-de-prensa/notas-de-prensa/2021/11/np-orchestrating-experience.html>
- Manterola Carlos, Astudillo Paula, Arias Esteban y Claros Nataniel. (2013). *Revisiones sistemáticas de la literatura. Qué se debe saber acerca de ellas*. Cir. Esp, 91 (3), 149-155.
- Mapfre. (21 de octubre, 2021). *La era del consumidor consciente y del consumo responsable Consumidor consciente y consumo responsable*. Recuperado de: <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/consumidor-consciente-consumo-responsable/>
- Mercado Libre. (2023). *Tendencias de consumo online con impacto positivo. Mercado Libre en Argentina y América Latina*. [Edición 2023]. Recuperado de: https://meli-sustentabilidad-bucket.s3.amazonaws.com/Tendencias_Impacto_Positivo_MELI_AR_2023_6ac1ea1dd8.pdf?updated_at=2023-08-01T14:01:32.207Z
- Mercado Libre. (2024). *Tendencias de consumo online con impacto positivo. Mercado Libre en Argentina y América Latina*. [5ta. Edición 2024]. Recuperado de: https://meli-sustentabilidad-bucket.s3.amazonaws.com/Tendencias_Impacto_Positivo_MELI_AR_2024_4b019415fa.pdf
- Ministerio de Economía de la Nación Argentina. (2023). *Guía de Transversalización de la Sostenibilidad Ambiental*. Resolución 245/2023. Recuperado de: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia_de_transversalizacion_de_la_sostenibilidad_ambiental.pdf
- Municipalidad de la Ciudad de Posadas. (s.f.). *Posadas Sustentable*. <https://posadas.gov.ar/sustentable/>
- Naciones Unidas. (s.f.). *Apoyo al desarrollo sostenible y a la acción climática*. Recuperado de: <https://www.un.org/es/our-work/support-sustainable-development-and-climate-action>

- Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) & New Economy and Social Innovation (NESI). (7 de febrero, 2020). *Otro consumo para un futuro mejor: Nuevas Economías al Servicio de las Personas y el Planeta*. <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/otro-consumo-futuro-mejor>
- Pacto Mundial Red Argentina. (15 de abril, 2024). *Tendencias en sostenibilidad empresarial en 2024*. Recuperado de: <https://www.pactomundial.org/noticia/tendencias-sostenibilidad-empresarial-en-2024/>
- Rastelli Camila, Pontorno Diego A, et. al. (s.f.). *Manual de Buenas Prácticas para PYMES de Triple Impacto*. Centro de Estudios Metropolitanos. Recuperado de: <https://centrogeo.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/Manual-de-buenas-practicas-para-pymes-con-triple-impacto.pdf>
- Red Ko. Pora (2 de junio, 2021). 10 Empresas de Triple Impacto certificadas. Casos reales de Latinoamérica [Video]. YouTube. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=-_LnhSHk76M
- Ríos-Manríquez, M. et al. (2024). *La responsabilidad social empresarial y la innovación en microempresas*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9950636.pdf>
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed). McGraw Hill Education.
- Rojas Sabogal, Ana Lorena (s.f). *Manual de Citación, Normas APA*. Universidad Externado de Colombia.
- Ruiz Vera, Dalsy Lucía, & Almeida Cardona, Rodrigo. (2021). *Análisis del comportamiento del consumidor socialmente Responsable*. Revista Perspectivas, (47), 9-32. Recuperado en 18 de agosto de 2025, de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332021000100002&lng=es&tlng=es.
- Sistema B. (2025). *Las Empresas B: fuerzas del mercado para soluciones de triple impacto*. Página Oficial. <https://www.sistemab.org>
- Soria-Barreto, Karla, Zuniga-Jara, Sergio & Contreras, Francoise. (2021). *Empresas B en Latinoamérica: un estudio exploratorio sobre compromiso laboral*. Información tecnológica, 32(3), 113-120. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000300113>
- Teletrece. (20 de noviembre, 2020). *¿Qué significa ser una Empresa B y qué beneficios trae?* Entrevista: director ejecutivo de Sistema B, Chile [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=poFZOBKP0Ic&list=PLewKTKfo8Y4FrZKaUsIIY6FXkjtG2uRin&index=2&t=42>
- Universidad Internacional del Ecuador. (28 de mayo, 2023). *Responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible*. INNOVA [Revista]. Recuperado de: <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/2758>

ANEXOS

ANEXO 1 - Ejemplos de la evaluación de Impacto B

Community

Job Growth Rate						
Suppliers in Low-Income Communities						
Ownership Diversity						
Board of Directors Diversity						
Supplier Ownership Diversity						
Corporate Citizenship Program						
Volunteer Service Per Capita						
Total Amount of Charitable Donations						
% of Revenue Donated						
Advocacy for Social and Environmental Standards						
National Sourcing						
Impactful Banking Services						
Verification of Local Development						
Designed to Give Description						

JNV Coffee Company

Version	Score	Completion	Status	Required Documentation	Verified Questions
5	90.7	99%	Assessment Review - Scheduled		

Below you will find a selection of questions from your assessment. For each question that has a cloud icon, please upload documentation that validates your response. Instructions on how to document your answers are associated with each question.

[LEARN MORE](#)

Governance

Level of Impact Focus			
Governing Body Characteristics			
Reviewed / Audited Financials			
Revenue Last Year			
Earnings Before Interest & Taxes Last Year			
Mission Lock			

Practices

	Yes	No
Please indicate if the following statements are true regarding whether or not the company engages in the following practices. Check all that apply. If the statement is true, select "Yes." If false, select "No."		
Animal Testing	☐	☒
Company/Suppliers Employ Under Age 15 (Or Other ILO Minimum Age)	☐	☒
Company prohibits freedom of association/collective bargaining	☐	☒
Company workers are prisoners	☐	☒
Conduct Business in Conflict Zones	☐	☒
Confirmation of Right to Work	☐	☒
Does not transparently report corporate financials to government	☐	☒
Employs Individuals on Zero-Hour Contracts	☐	☒
Facilities located in sensitive ecosystems	☐	☒
ID Cards Withheld or Penalties for Resignation	☐	☒
No formal Registration Under Domestic Regulations	☐	☒
No signed employment contracts for all workers	☐	☒
Overtime For Hourly Workers Is Compulsory	☐	☒
Payslips not provided to show wage calculation and deductions	☐	☒

Industries and Products

	Yes	No
Please indicate if the company is involved in production of or trade in any of the following. Select Yes for all options that apply.		
Animal Products or Services	☐	☒
Biodiversity Impacts	☒	☐
Chemicals	☐	☒
Disclosure Alcohol	☐	☒
Disclosure Firearms Weapons	☐	☒
Disclosure Mining	☐	☒
Disclosure Pornography	☐	☒
Disclosure Tobacco	☐	☒
Energy and Emissions Intensive Industries	☒	☐
Fossil fuels Gambling	☐	☒
Genetically Modified Organisms	☐	☒
Illegal Products or Subject to Phase Out	☐	☒
Industries at Risk of Human Rights Violations	☐	☒
Monoculture Agriculture	☐	☒
Nuclear Power or Hazardous Materials	☐	☒
Payday, Short Term, or High Interest Lending	☐	☒
Water Intensive Industries	☒	☐
Tax Advisory Services	☐	☒

ANEXO 2 - Fees de Aplicación y Anual

2.5 Tabla de precios del Fee de Aplicación	
RANGO DE FACTURACIÓN (US\$)	FEE DE APLICACIÓN (US\$)
0 - \$499.999	\$400
\$500.000 - \$999.999	\$400
\$1MM - \$2.499.999	\$600
\$2.5MM - \$4.999.999	\$600
\$5MM - \$7.499.999	\$1.000
\$7.5MM - \$9.999.999	\$1.200
\$10MM - \$14.999.999	\$1.200
\$15MM - \$19.999.999	\$2.000
\$20MM - \$29.999.999	\$2.500
\$30MM - \$49.999.999	\$2.500
\$50MM - \$74.999.999	\$3.000
\$75MM - \$99.999.999	\$3.000
\$100MM - \$174.999.999	\$4.000
\$175MM - \$249.999.999	\$4.000
\$250MM - \$499.999.999	\$4.000
\$500MM - \$749.999.999	\$5.000
\$750MM - \$999.999.999	\$5.000

FEE DE CERTIFICACIÓN ANUAL	
FACTURACIÓN ANUAL (US\$)	FEE DE CERTIFICACIÓN ANUAL (US\$) A PARTIR DEL 15/04/2023
\$0 - \$149.999	\$1.000
\$150.000 - \$499.999	\$1.000
\$500.000 - \$999.999	\$1.250
\$1MM - \$1.999.999	\$1.350
\$2MM - \$2.499.999	\$1.350
\$2.5MM - \$4.999.999	\$2.000
\$5MM - \$7.499.999	\$3.000
\$7.5MM - \$9.999.999	\$3.500
\$10MM - \$14.999.999	\$5.000
\$15MM - \$19.999.999	\$7.500
\$20MM - \$29.999.999	\$10.000
\$30MM - \$49.999.999	\$12.500
\$50MM - \$74.999.999	\$17.500
\$75MM - \$99.999.999	\$25.000
\$100MM - \$174.999.999	\$30.000
\$175MM - \$249.999.999	\$35.000
\$250MM - \$499.999.999	\$40.000
\$500MM - \$749.999.999	\$45.000
\$750MM - \$999.999.999	\$50.000

ANEXO 3: Empresas B en el 2020

Nuevas Empresas B Certificadas



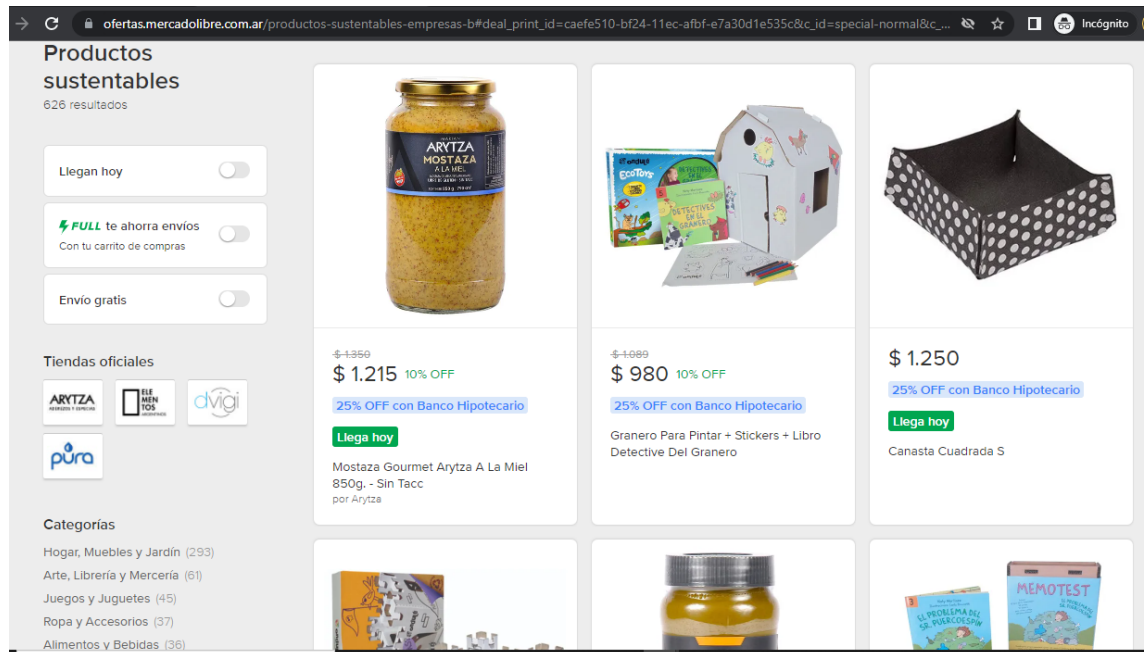
Nuevas Empresas B Pendiente



Empresas B Recertificadas



ANEXO 4 - Caso de revisión. Mercado Libre



mercadolibre.com.ar/productos-sustentables#DEAL_ID=&S=MKT&V=6&T=MS&L=MKTPLACE_semanatierra&me.audience=all&me.content_l...

BOTELLAS REUTILIZABLES COPS MENSTRUALES BICICLETAS PAÑALES REUTILIZABLES CEPILLOS DE BAMBU CÁPSULAS RECARGABLES



25% OFF
con tarjetas de Banco Hipotecario
*Reintegro hasta \$1.500

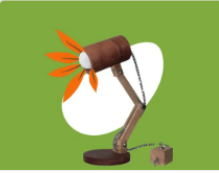
OTRAS CATEGORÍAS



JUEGOS Y JUGUETES



PRODUCTOS RECICLADOS



CASA & DECO



Empresa B
Certificada

APOYÁ A QUIENES ESTÁN HACIENDO LA DIFERENCIA



ESTUDIO
Tendencias de consumo online
con impacto positivo



Descargar

SÉ PARTE
¿Tus productos generan impacto positivo?



Sumate

QUÉ ES UN PRODUCTO CON IMPACTO POSITIVO
Conocé nuestros criterios de selección



Descubri

Actuamos hoy para que llegue lo mejor
Conocé nuestra estrategia de Sustentabilidad



Ver más

mercadolibre.com.ar/productos-sustentables#DEAL_ID=&S=MKT&V=6&T=MS&L=MKTPLACE_semanatierra&me.audience=all&me.content_i...

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Enviar a Capital Federal

Categorías Ofertas Historial Supermercado Moda Vender Ayuda

Disney+ STAR+ Suscríbete al nivel 6: beneficios exclusivos

Creá tu cuenta Ingresá Mis compras

IMPACTO POSITIVO

Semana de la Tierra

Descubrí la oferta curada de productos sustentables más grande de Latinoamérica

¿Qué son los productos de impacto positivo?

Productos de empresas y emprendimientos de impacto social y ambiental. Productos reutilizables, compostables, hechos con materiales reciclados o ingredientes orgánicos. Productos que promueven la reducción de los residuos, las emisiones y el consumo energético.

Ver productos

LOS FAVORITOS PARA UN HOGAR MÁS SUSTENTABLE

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

ENVÍO GRATIS EN TU PRIMERA COMPRA

Enviar a 3300

Categorías Ofertas Cupones Supermercado Moda Mercado Play Vender Ayuda

Creá tu cuenta Ingresá Mis compras

Empresa B Certificada

MES DE LAS EMPRESAS B

GÓNDOLA B

Comprá a empresas que se preocupan por las personas y el planeta

Encuentra productos de empresas certificadas por Sistema B, comprometidas con un equilibrio entre propósito, lucro e impacto positivo en la comunidad y el ambiente

HOGAR, MUEBLES Y JARDÍN

MODA

ALIMENTOS Y BEBIDAS

BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL

CONOCÉ LAS EMPRESAS B QUE TRANSFORMAN TU HOGAR

pura ilko psa divigi kompost natura Organic SPA V

BUPLY GREEN ARTZA NESPRESSO

ANEXO 5 - Vista Preliminar de: Proyecto de Ley “Promoción de la Economía de Triple Impacto” y Ley 19.550



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

EXpte. D- 4267 /21-22



PROYECTO DE LEY

**EL SENADO Y LA HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES SANCIONAN CON FUERZA DE**

LEY

LEY DE PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA DE TRIPLE IMPACTO

TÍTULO I

OBJETO Y OBJETIVOS

ARTÍCULO 1º: Declaración. Se declara de interés provincial la promoción y el crecimiento de la economía de triple impacto en la provincia de Buenos Aires, como proceso socioeconómico esencial para el desarrollo estratégico de la Provincia, considerándolo prioritario dentro de las políticas de Estado y alineado con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas.

ARTÍCULO 2º: Definición. Se entiende por economía de triple impacto a aquel paradigma por el cual los actores económicos se orientan por la utilización de los negocios y los rendimientos financieros para aportar soluciones a los desafíos sociales y medioambientales y, por ende, desempeñan un rol de interés público.

ARTÍCULO 3º: Objetivos: Son objetivos de la presente Ley:

- a) Fomentar los principios y valores de la economía de triple impacto;
- b) Establecer los lineamientos legales por parte del Estado provincial a efectos de reconocer e identificar a los actores de la economía del triple impacto;



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

EXpte. D-

4267

121 - 22



- c) Definir medidas de acción positiva por parte del Estado provincial en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a efectos de alcanzar sus metas;
- d) Lograr mecanismos de coordinación con el sector privado a efectos de incentivar y facilitar a las empresas el desarrollo de un modelo de negocios que brinde soluciones a los desafíos sociales y medioambientales, cumpliendo un rol de interés público;
- e) Promover el empleo de los sectores vulnerados y/o postergados con salarios y condiciones laborales dignas, el desarrollo de las empresas y PyMEs locales y las cadenas de valor inclusivas;
- f) Fomentar los enfoques sostenibles en la explotación de los recursos en todas las etapas de la cadena de valor de bienes y servicios;
- g) Fomentar la competitividad y la innovación productiva orientadas a la sostenibilidad y el desarrollo.

TÍTULO II

DEL REGISTRO

ARTÍCULO 4°: Creación. Se crea el registro de Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) en el ámbito de la Provincia de Buenos Aires.

ARTÍCULO 5°: Finalidad. El registro se propone identificar, reconocer y potenciar los actores sociales intervinientes, permitiendo el desarrollo de políticas públicas de vanguardia hacia una economía inclusiva y sustentable.

ARTÍCULO 6°: De las Sociedades de Interés y Beneficio Colectivo. Pueden ser inscriptas en el registro las sociedades con domicilio fiscal o constituidas en jurisdicción de la provincia de Buenos Aires conforme los tipos societarios previstos en la Ley



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

EXpte. D- 4267 /21-22



General de Sociedades N° 19.550 y sus modificatorias y por Leyes especiales, cuyos socios además de obligarse a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios, participando de los beneficios y soportando las pérdidas, se obliguen a generar un impacto positivo social y ambiental en la comunidad, conforme las condiciones que establezca la reglamentación.

ARTÍCULO 7°: Petición. Solo pueden peticionar la inscripción en el registro aquellas sociedades que en su estatuto o contrato social dispongan un objeto social cuyas previsiones sean compatibles con el interés y el beneficio colectivo.

Las sociedades que soliciten incluirse al régimen deben incluir en su contrato o estatuto social:

- a. el impacto social y ambiental, positivo y verificable que se obligan a generar, cuyas previsiones sean compatibles con el beneficio e interés colectivo.
- b. la exigencia del voto favorable del setenta y ciento por ciento de los socios con derecho a voto para toda modificación del objeto y fines sociales, no correspondiendo la pluralidad del voto.

ARTÍCULO 8°: Variables objetivas. La autoridad de aplicación debe confeccionar una guía de objetivos y variables para evaluar la inscripción de las sociedades en el Registro.

Las variables de impacto ambiental que mínimamente deben considerarse son:

- a. La demanda acumulada de energía en el proceso productivo y/o de prestación del servicio, incluyendo el transporte;
- b. La huella hídrica en el proceso productivo y/o de prestación del servicio;



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

EXPTE. D- 4267

/21-22



- c. La huella de carbono, medición de emisión y captura de gases de efecto invernadero durante el proceso productivo y/o de prestación del servicio, incluyendo el transporte;
- d. La prestación de servicios y/o la adquisición de bienes recuperados, reciclados o cualquier otro medio por el que se prolongue su ciclo de vida;
- e. El componente de energías renovables en el proceso productivo y/o de prestación del servicio.

Las variables de impacto social que mínimamente deben considerarse son:

- a. La promoción del empleo, especialmente de sectores vulnerables y postergados;
- b. Medidas de acción positiva en favor de la no-discriminación;
- c. La equidad de género;
- d. La participación de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en su proceso productivo, y las estrategias de desarrollo de sus proveedores Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs).

La presente enumeración no es excluyente de otros criterios que pueda incorporar la autoridad de aplicación al momento de establecer o actualizar la guía de objetivos y variables.

ARTÍCULO 9º: Reporte anual. El órgano de administración de la sociedad debe confeccionar un reporte anual como condición de regularidad.

Dicho informe debe describir el impacto social y ambiental, detallar un plan de acciones, una descripción de los grupos interesados junto a una relación detallada entre los impactos esperados y el modelo de negocios de la empresa.

La autoridad de aplicación debe disponer sobre el contenido mínimo, su control y la publicidad del respectivo reporte.



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

EXpte. D-

4267

/21-22



La empresa puede optar por presentar su Balance Social junto a una Memoria de Sustentabilidad GRI -Global Reporting Initiative- en adición al reporte anual exigido, en los términos que lo determine la autoridad de aplicación.

ARTÍCULO 10: Estándar independiente. El Reporte Anual previsto en el artículo anterior debe realizarse de conformidad con un estándar independiente, basado en las siguientes características:

- a) reconocimiento: debe ser un estándar reconocido por ser utilizado para la definición, el reporte y la evaluación de la actividad de las sociedades en relación con la comunidad y el ambiente;
- b) comprensión: en la metodología de evaluación y reporte se debe analizar los efectos de la actividad de la sociedad BIC, en relación con las actividades de beneficio e interés colectivo;
- c) independencia: la metodología de evaluación y reporte debe ser desarrollada por una entidad pública, privada o de naturaleza mixta, nacional o extranjera que no esté controlada por la sociedad BIC, sus matrices o subordinadas;
- d) confiabilidad: debe ser construido por una entidad que cuente con experiencia en la evaluación del impacto de la actividad de las sociedades en la comunidad y el ambiente, y debe utilizar metodologías que incluyan un examen desde diferentes perspectivas, actores, estándares e indicadores;
- e) transparencia: la información sobre los estándares independientes y la relativa a las entidades que los elaboren será publicada para conocimiento de la ciudadanía.

La autoridad de aplicación de la presente ley mantendrá una lista pública de estándares independientes que se ajusten a los requisitos previstos en este artículo.

TÍTULO III



H. Cámara de Diputados de la Nación

"2021 año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. Cesar Milstein"

EL SENADO Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN ARGENTINA
SANCIONAN CON FUERZA DE LEY:

ARTÍCULO 1º.- Objeto. La presente ley tiene como objeto establecer un marco jurídico regulatorio para las sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC).

ARTÍCULO 2º.- Caracterización. Serán sociedades BIC aquellas constituidas conforme a alguno de los tipos previstos en la Ley General de Sociedades N° 19.550, T.O. 1984 y sus modificatorias, en la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor N° 27.349 y los que en el futuro se incorporen a dicha normativa y/o se creen en forma independiente a ella, cuyos socios además de obligarse a realizar aportes para aplicarlos a la producción y/o intercambio de bienes y/o servicios, participando de los beneficios y soportando las pérdidas, se obliguen a generar un impacto positivo social y ambiental en la comunidad.

A los fines de la presente ley, se considerará impacto positivo social y ambiental a todas aquellas acciones derivadas de forma directa de la actividad económica de la sociedad que impliquen la creación de valor para la comunidad y el ambiente. Tales acciones deberán manifestarse por encima de los estándares mínimos legales establecidos por:

- a) las leyes nacionales y locales ambientales;
- b) las normas laborales y de riesgos de trabajo;



H. Cámara de Diputados de la Nación

"2021 año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. Cesar Milstein"

- c) las normas que propendan a la inclusión social y laboral de personas que se encuentren en situación de desigualdad por cuestiones históricas, sociales, económicas, biológicas, políticas y/o culturales;
- d) las normas que propendan a la mejora de la calidad de vida y bienestar de las personas, la salud, la vivienda y la educación de las personas en general.

ARTÍCULO 3°.- Ámbito de aplicación. Podrán ser sociedades BIC todas aquellas que decidan constituirse como tales, así como también las ya existentes que opten por adoptar el régimen de la presente ley.

ARTÍCULO 4°.- Régimen aplicable. Las sociedades BIC se regirán por las disposiciones de la presente ley, de la Ley General de Sociedades N° 19.550, T.O. 1984 y sus modificatorias, de la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor N° 27.349, de la reglamentación de la presente y, en particular, por las normas que le sean aplicables según el tipo social que adopten y la actividad que realicen.

ARTÍCULO 5°.- Denominación. A la denominación que corresponda según el tipo social adoptado se agregará la expresión "de Beneficio e Interés Colectivo" o la sigla "B.I.C.".

ARTÍCULO 6°.- Requisitos. A los fines de la adhesión al régimen BIC, las sociedades existentes deberán incorporar a su estatuto o contrato social las previsiones que se



H. Cámara de Diputados de la Nación

"2021 año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein"

detallan en la presente ley e inscribir las modificaciones en el registro público que corresponda a su jurisdicción.

Sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos generales exigidos por las normas de aplicación según el tipo social adoptado, tanto las sociedades ya existentes como las que se creen luego de la entrada en vigencia de la presente ley, que soliciten adherirse al régimen BIC, deberán incluir en su contrato social:

- a) el impacto social y ambiental, positivo y verificable, que se obligan a generar, especificado en forma precisa y determinada; y
- b) la exigencia del voto favorable del 75% de los socios con derecho a voto para toda modificación del objeto y fines sociales, no correspondiendo la pluralidad de voto.

ARTÍCULO 7º.- Administración. En el desempeño de sus funciones, en la ejecución de los actos de su competencia y en la toma de decisiones, los administradores deberán tomar en cuenta los efectos de sus acciones u omisiones respecto de: (i) los socios, (ii) las/os trabajadoras/es actuales y, en general, la fuerza de trabajo de la sociedad, (iii) las comunidades con las que se vinculen, el ambiente local y global, y (iv) las expectativas a largo plazo de los socios y de la sociedad, de tal forma que se materialicen los fines que esta persiga. La responsabilidad de los administradores por el cumplimiento de estas obligaciones sólo podrá ser exigible por los socios y la sociedad.