



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**CURSO ACADÉMICO
2023-2024**

TRABAJO FIN DE GRADO

Mención en Negocio Internacional

ANÁLISIS DE LA DESCERTIFICACIÓN B CORP: UN ESTUDIO EN EUROPA

ANALYSIS OF B CORP DECERTIFICATION: A STUDY IN EUROPE

Autora: Alicia López García

Director: Carlos López Gutiérrez

FECHA

Junio 2024

ÍNDICE

RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 QUÉ SON LAS EMPRESAS SOCIALES.....	5
2.2 EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LAS EMPRESAS SOCIALES.....	7
2.3 EL MOVIMIENTO B CORP.....	9
2.3.1 Certificación B Corp.....	9
2.3.2 Descertificación B Corp.....	11
3. MUESTRA Y METODOLOGÍA.....	13
3.1 MUESTRA.....	13
3.2 METODOLOGÍA.....	15
3.2.1 Modelo.....	16
4. RESULTADOS.....	17
CONCLUSION.....	21
BIBLIOGRAFÍA.....	23

RESUMEN

La creciente responsabilidad social y ambiental en el ámbito empresarial ha impulsado la aparición de modelos innovadores como las empresas B Corp. Estas entidades, certificadas por B Lab, destacan por su compromiso con el impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente, al tiempo que mantienen su sostenibilidad económica. En la toma de decisiones, estas empresas deben considerar el impacto de sus actuaciones teniendo en cuenta a sus diversos grupos de interés, entre los que se incluyen empleados, proveedores, clientes, la comunidad y el entorno.

No obstante, junto a esto, el número de empresas que renuncian a la certificación B Corp ha aumentado, generando interés sobre la relevancia de esta distinción y empujando a conocer qué razones motivan esta decisión de abandono. En este sentido, el objetivo de este trabajo consiste en el estudio de los datos económicos y financieros de 926 empresas B Corp de cinco países de Europa que nos permiten identificar algunas posibles causas de descertificación B Corp. Mediante el uso de un modelo econométrico logístico, se obtiene que las microempresas y aquellas entidades con menos evaluaciones B Corp son las más propensas a descertificarse.

En esta línea, el estudio sugiere que B Lab debería ofrecer más apoyo a las empresas de más reducido tamaño con el fin de ayudarlas a mantener la certificación, incluyendo asistencia y capacitación en sostenibilidad. Adicionalmente, también se propone un ajuste específico que haga que algunos criterios de evaluación sean más accesibles y justos para empresas de todos los tamaños y sectores.

Palabras clave: empresa social, B Corp, descertificación y análisis logit.

ABSTRACT

The growing social and environmental responsibility in the business world has driven the emergence of innovative models such as B Corp companies. These entities, certified by B Lab, are distinguished by their commitment to positive social and environmental impact while maintaining economic sustainability. In their decision-making processes, these companies must consider the impact of their actions on their various stakeholders, including employees, suppliers, customers, the community, and the environment.

However, the number of companies renouncing B Corp certification has increased, raising interest in the relevance of this distinction and prompting research into the reasons behind this decision. In this regard, the aim of this work is to study the economic and financial data of 926 B Corp companies from five European countries, allowing us to identify some possible causes of B Corp decertification. Using a logistic econometric model, it is found that micro-enterprises and those entities with fewer B Corp assessments are more prone to decertification.

In this context, the study suggests that B Lab should provide more support to smaller companies to help them maintain certification, including assistance and training in sustainability. Additionally, a specific adjustment is proposed to make some evaluation criteria more accessible and fairer for companies of all sizes and sectors.

Keywords: social enterprise, B Corp, decertification and logit analysis.

1. INTRODUCCIÓN

La evolución de las empresas sociales ha transformado significativamente el panorama empresarial contemporáneo. A medida que la conciencia sobre los desafíos sociales y ambientales ha crecido, también lo ha hecho la expectativa de que las empresas jueguen un papel más activo y responsable en la sociedad. Esta progresiva transformación del objetivo de las de empresas ha dado lugar a la proliferación de organizaciones con fines sociales, cuyo propósito principal es generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente, al tiempo que son económicamente sostenibles y rentables (Crane et al., 2008).

En este contexto, las empresas B Corp han emergido como un modelo destacado dentro del movimiento de empresas sociales. Las entidades B Corp son empresas certificadas por B Lab, una organización sin fines de lucro que evalúa el desempeño de estas entidades en términos de impacto social y ambiental, responsabilidad y transparencia, a través de un proceso de evaluación por puntos que les otorga un reconocimiento de empresa sostenible. Por esta razón, a diferencia de las empresas tradicionales, las B Corp están obligadas a considerar el impacto de sus decisiones en sus trabajadores, clientes, proveedores, la comunidad y el medio ambiente (Honeyman et al., 2019).

No obstante, si bien el movimiento B Corp ha ganado notable relevancia en el panorama actual, también encontramos un ligero incremento de empresas que, con el tiempo, optan por abandonar esta certificación. Esta decisión de descertificación ha generado un debate en torno a la validez y relevancia de estas certificaciones en el ámbito empresarial actual, dando cabida a estudiar la utilidad y los beneficios que aportan a estas entidades y entender el porqué de su decisión de abandono (Marquis, 2020). Por ello, el presente trabajo se propone explorar qué razones subyacen detrás de la decisión de las empresas certificadas a renunciar a su distinción B Corp a través de la formulación de una serie de supuestos e hipótesis que nos ayudarán a comprender los motivos reales que empujan a estas organizaciones a abandonar el proceso.

Mediante la aplicación de un modelo econométrico logístico se han analizado los datos económicos y financieros de un total de 926 empresas B Corp de Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido que se encuentran certificadas y descertificadas (1206 observaciones en total) y se han formulado hasta cinco hipótesis en torno a algunas de las razones que pueden justificar este movimiento de descertificación. El resultado del análisis muestra que las organizaciones certificadas que abandonan su distinción se encuentran condicionadas por aspectos como el tamaño (medido en número total de empleados) o el número de veces que han superado la evaluación B Corp.

De esta forma, este estudio se compone de cuatro secciones principales. El apartado segundo recoge el marco teórico, que explora el concepto de empresa social, explicando cómo se evalúa su impacto en función de los criterios de distintas organizaciones internacionales y resaltando la importancia de ser una empresa social tanto para la organización misma como para el conjunto de la sociedad. Adicionalmente, se introduce el concepto de empresa B Corp y su proceso de evaluación por puntos, en donde se refleja la viabilidad de este instrumento desde un punto de vista social y ambiental, y se abordan los actuales movimientos de certificación y descertificación. En esta sección también se incluye la formulación de las cinco hipótesis objeto del análisis que pretenden dar fundamento a las descertificaciones. Por otro lado, la tercera sección engloba la muestra y la metodología utilizada en el estudio. Seguidamente, en la sección cuarta, se exponen los resultados obtenidos del análisis, destacando las principales implicaciones. Por último, se muestra las conclusiones que justifican la descertificación de algunas empresas.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 QUÉ SON LAS EMPRESAS SOCIALES

En las últimas décadas, las entidades catalogadas como “empresas sociales” han emergido como una fuerza emprendedora de creciente relevancia en la mayoría de los países europeos y de todo el mundo. Sin embargo, a pesar de su extendido empleo, existe una clara falta de definición para este concepto que presenta algunas ventajas e inconvenientes: la pluralidad de perspectivas desde la que puede entenderse qué es una empresa social representa precisamente la riqueza y flexibilidad de este campo, pudiendo ser adoptado por diferentes personalidades y para actividades variables (Mair y Martí, 2006). Sin embargo, el enfoque anterior también presenta el principal desafío debido a la ambigüedad con la que se trata el fenómeno de empresa social. Tanto es así que, para algunos, es una etiqueta que describe a ciertas organizaciones con motivaciones altruistas, mientras que, para otros, representa un modelo de organización con características específicas y distintas de otros modelos de entidades con fines sociales (AECA, 2015).

El *Comparative Synthesis Report* (Informe de Síntesis Comparativa) aborda este tipo de empresas, también conocidas bajo el nombre de empresas con impacto social. En este informe Borzaga et al. (2020) concluyen que, dentro del territorio europeo, las dos definiciones de mayor aplicación en este contexto son:

- **Una definición con visión organizacional:** de la que se extrae la definición impartida por el organismo internacional *EMES International Research Network*, en la que predomina los criterios económicos y los sociales simultáneamente (Defourny y Nyssens, 2008):

“Las empresas sociales son organizaciones privadas no lucrativas que proporcionan bienes y servicios directamente relacionados con su objetivo explícito de beneficio a la comunidad. Se basan en una dinámica colectiva de forma que implica a los diferentes stakeholders sus órganos de gobierno, son entidades autónomas y soportan los riesgos relacionados con su actividad económica...”

Por lo tanto, entendemos que son aquellos negocios con objetivos sociales cuyas ganancias son fundamentalmente reinvertidas a fin de mejorar y maximizar el impacto social que provocan, y no tanto en maximizar los beneficios de tales entidades (Yunus, 2011)

- **Una definición sectorial:** la cual considera únicamente tipos específicos de organizaciones que operan en el campo de la inclusión social, principalmente facilitando la integración de personas excluidas del mercado laboral.

De esta manera, como forma de agilizar y adoptar un enfoque que permita diferenciar a las empresas sociales, *EMES International Research Network* emprendió por primera vez el estudio de “Empresas sociales emergentes en Europa” (Borzaga Y Defourny, 2001) y extrajo 3 dimensiones fundamentales que podían incluirse dentro del abanico de empresa social como se puede observar en la tabla 2.1.1.

Tabla 2.1.1– Dimensiones de Empresas sociales emergentes en Europa

Dimensión empresarial/económica	<ul style="list-style-type: none"> - Los ingresos provienen de la venta de bienes y servicios mediante contratos privados y públicos. - Uso de factores de producción (trabajadores, capital, activos). - Económicamente sostenibles en el medio y largo plazo.
Dimensión social	<ul style="list-style-type: none"> - Predominio de realización de actividades sociales y de interés general. - Los servicios y actividades varían en base a las necesidades locales o contexto global en el que las empresas se encuentren relacionadas.
Dimensión de gobernanza inclusiva y de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> - Todos los <i>stakeholders</i> participan o son representados en los procesos de toma de decisiones. - La restricción en la distribución de beneficios permite asegurar que el propósito social esté garantizado.

Fuente: elaboración propia a partir del estudio de "Empresas sociales emergentes en Europa" por EMES International Research Network.

Así, para que una empresa pueda ser clasificada como empresa social, es necesario que satisfaga las tres dimensiones requeridas. La forma en que la empresa logra cumplir con estos criterios es fundamental para determinar su nivel de cumplimiento como empresa social.

Es sin duda este amplio criterio de empresas sociales fomentado por EMES lo que ha impulsado el surgimiento de este tipo de empresas en sectores diversos como las energías renovables, la cultura, el desempleo o la discapacidad, entre otros (Díaz et al., 2020). Del mismo modo, este nuevo paradigma de las empresas sociales también ha motivado la movilización de empresas ya establecidas en el mercado a no sólo atender el interés de sus socios, sino también a considerar el interés general (Defourny, 2001). Considerando lo anterior, en el contexto de las empresas sociales, observamos que estas entidades pueden fusionar un propósito social centrado en crear un impacto positivo en la sociedad o en el medio ambiente con la clara búsqueda de beneficios económicos empresariales (Emerson, 2003). De esta manera, se amplía la visión previa de empresa social al incluir entidades con fines lucrativos que, al mismo tiempo, adoptan prácticas socialmente responsables en conjunto con su actividad económica convencional.

Una vez que se han explorado algunas de las diversas dimensiones y perspectivas de lo que puede considerarse una empresa social, surge la pregunta sobre cómo se aceptan y se integran estas empresas en el entorno global de los países europeos. De nuevo aludiendo al Informe de Síntesis Comparativa 2020 de la UE que aborda las empresas sociales y sus ecosistemas en Europa (Borzaga et al., 2020), encontramos que la aceptación del concepto de empresa social varía considerablemente entre los países debido a factores como la importancia que se otorga a este fenómeno en cada país en particular, el espacio e iniciativas propuestas para el desarrollo de empresas sociales y la existencia de otros conceptos relacionados. A pesar de esto, las empresas sociales se encuentran presentes en todos los estados miembros de la UE, aunque bajo formas distintas de reconocimiento. Algunas consideraciones que se extraen del informe son:

- Países como Alemania y Hungría poseen un grado muy bajo de autorreconocimiento entre sus organizaciones como empresas sociales.
- En Italia, Irlanda y Reino Unido la empresa social es ampliamente reconocida y valorada por el público.
- En países como Bélgica, Francia, Luxemburgo y España tienden a mezclar la empresa social con otros enfoques y tendencias relacionadas, distorsionando muchas veces el concepto en sí mismo.
- En Austria y Alemania el desarrollo de la empresa social puede verse topado por la fuerte presencia de instituciones tradicionales de bienestar que ya cubren la mayoría de las necesidades de la comunidad.
- En los países bálticos prevalece la noción exclusiva de empresa social dirigida a iniciativas de integración social-laboral.
- En países como Chipre y los Países Bajos la noción de empresa social se encuentra en conflicto con su arraigada tradición económica-empresarial que entiende que todas las empresas, por su propia naturaleza, deben ser socialmente responsables.

2.2 EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LAS EMPRESAS SOCIALES

La finalidad de este apartado consiste en esclarecer qué métodos o prácticas aplicables existen a fin de evaluar el impacto que tienen las empresas sociales en la sociedad y su entorno.

Partiendo de la premisa de que el impacto social es entendido como la capacidad de generar beneficios tanto para la empresa como para la sociedad en general (Porter y Kramer, 2011), o como el cambio positivo y medible en la vida de las personas y las comunidades (Emerson, 2003), algunas herramientas más que nos permiten medir el impacto social generado por la actividad empresarial aparecen recogidas en la tabla 2.2.1.

Tabla 2.2.1 – Cómo medir el impacto social generado por la actividad empresarial

METODOLOGÍA DE LA EVPA (European Venture Philantropy Association)	Evaluación a través de una metodología para gestionar, controlar y medir el impacto con el objetivo de maximizar los efectos sociales y/o medioambientales de las empresas. Esta iniciativa desarrolla una guía estandarizada para dicha gestión y medición del impacto en las empresas (EVPA, 2022).
SROI – Social Return of Investment	El método SROI implica identificar, gestionar y cuantificar el impacto social y/o medioambiental derivado de las operaciones empresariales mediante un valor monetario, estableciendo una relación entre el VAN (Valor Actual Neto) del impacto y el VAN de la inversión (Narrillos, 2012)
IRIS+ by GIIN – Impact Reporting and Investment Standards by Global Impact Investing Network	Consiste en un catálogo de métricas que miden el desempeño social, medioambiental y financiero de las empresas a fin de mejorar la credibilidad, transparencia y gestión de la industria de la inversión enfocada al impacto positivo (Hay, 2019)
Global Reporting Initiative (GRI)	<p>El modelo del GRI es una guía que ayuda a comprender los resultados – positivos y negativos - derivados de la adopción y aplicación de unos determinados estándares GRI que miden el impacto social de las empresas. Consiste en una excelente herramienta para la comparación entre distintas organizaciones y sectores. (GRI, 2024)</p> <p>La misión del GRI es mejorar la toma de decisiones responsables y promover la armonización internacional en la presentación de información sobre el desempeño económico, ambiental y social corporativo (Woods, 2003).</p>
Método GEAccounting	Sistema estándar que evalúa de forma objetiva y comparable el valor total generado (o destruido) por la empresa, considerando de forma integrada el valor creado para los accionistas y el valor generado para otros grupos de interés (clientes, administraciones y sociedad en general). Mediante su metodología monetiza el valor social más allá de las métricas financieras más tradicionales. (GEAccounting, 2016)

Fuente: elaboración propia

En relación con lo expuesto con anterioridad, otras formas de evaluación del impacto social consisten en medir la capacidad para generar internamente innovación social. En este sentido, Spear (2011) plantea otras formas en las que el impacto puede ser medido dentro de las organizaciones:

- Innovación social mediante la aplicación de nuevas técnicas o modelos de gestión que ayuden a que las empresas sociales logren funcionar mejor y presten mejores servicios sociales (nuevas tecnologías que mejoran la eficiencia de la producción,

adopción de prácticas de gestión que promueve la participación de los trabajadores, nuevos procesos de trabajo que reducen los residuos, etc.)

- Innovación en el modelo empresarial a fin de contribuir en mayor medida a generar impacto positivo y social (nuevas estrategias comerciales que promueven productos con impacto medioambiental y social positivo, programas de inclusión a grupos desfavorecidos, redes de colaboración para abordar problemas complejos, etc.)
- Innovación en el marco normativo e institucional que permite fortalecer relaciones con los Estados y los sectores privados en materia social y responsable. Como son:
 - o El diseño de políticas públicas que promuevan el crecimiento de empresas sociales mediante aplicación de incentivos fiscales o subvenciones.
 - o La implementación de regulaciones que reconozcan el estatus legal de las empresas sociales; como en España las Sociedades De Beneficio De Interés Común o las *Social Enterprise Mark* en Reino Unido.

Con todo esto, dado que cada vez hay más empresas que persiguen tanto objetivos económicos como no económicos (Cao et al., 2019), y no existe un consenso internacional sobre lo que es una empresa social – como vimos antes, es difícil llegar a un acuerdo sobre este concepto –, resulta necesario establecer un sistema global y fijo que mida este impacto. Esto permitiría a los interesados tener más confianza y conocimiento sobre estas empresas y fomentaría un aumento en la inversión en ellas (Díaz et al., 2020).

2.3 EL MOVIMIENTO B CORP

En relación a lo anteriormente explicado, debido a la falta de acuerdo sobre qué define a una empresa socialmente responsable, han surgido movimientos que buscan establecer parámetros claros y estándares reconocidos a nivel mundial. Esto tiene como objetivo alcanzar el deseado "consenso" sobre lo que realmente constituye una empresa social. De esta manera, se busca establecer una "comprensión e idea compartida" acerca de las características y el propósito de las empresas sociales a nivel mundial, lo que facilitaría su identificación y evaluación tanto para las partes interesadas como para el público en general. Es dentro de este contexto en el que nacen instituciones como B Lab y su desarrollado marco de evaluación denominado "*Evaluación de Impacto B Corp*", que establece criterios específicos para medir el desempeño social y ambiental de las empresas que acceden a someterse a su evaluación. Es decir, al adoptar el enfoque y los estándares desarrollados por B Lab, las empresas pueden someterse a una evaluación objetiva y transparente de su impacto social y ambiental, lo que contribuye a la credibilidad y la confianza tanto dentro de la comunidad empresarial como entre los consumidores y otras partes interesadas (B Lab, 2023).

Así, una empresa certificada como B Corp demuestra que cumple unos determinados estándares y ha sido evaluada de acuerdo con parámetros reconocidos internacionalmente (B Lab, 2024).

2.3.1 Certificación B Corp

En la actualidad la B Lab evalúa y certifica todo tipo de empresas de la manera más uniforme posible en una amplia gama de medidas sociales y medioambientales típicas, sin tener en consideración el sector o la actividad particular de las empresas (Moroz, et al., 2018). La forma en la que B Lab certifica se conoce como 'B Corporation', 'B Corp' o 'Certified B Corp' (CBC). Así, en español, las empresas B Corp o empresas certificadas como B Certified, representan un modelo empresarial que cumple con rigurosos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia corporativa y

responsabilidad, buscando equilibrar el beneficio económico con un propósito social y ambiental (Díez-Busto et al., 2021). Asimismo, La Certificación B Corp no solo acredita en qué áreas sobresale una empresa, sino que también garantiza su compromiso de considerar a todas las partes interesadas en la toma de decisiones tanto en el presente como en el futuro.

Para que una empresa pueda ser certificada como B Corp debe previamente cumplir con los siguientes tres requisitos:

- Se requiere completar la Evaluación de Impacto B o BIA (B Impact Assessment en inglés), que evalúa cómo se comporta la empresa en cinco áreas específicas: gobernanza, trabajadores, comunidad, medio ambiente y clientes. Esta evaluación se lleva a cabo mediante una plataforma en línea gratuita en la que las empresas deben alcanzar al menos 80 puntos de un total de 200 para obtener la certificación. La ponderación de las preguntas en esta evaluación varía dependiendo de las dimensiones de la empresa, el sector al que pertenece, industria y otros aspectos como su ubicación geográfica.
- Los requisitos legales se cumplimentan teniendo en consideración a todas las partes interesadas en la toma de decisiones (*stakeholders*).
- Se ha de firmar el documento de términos de B Lab y la Declaración de Interdependencia, así como pagar la tarifa de certificación anual (la cual también varía según la región donde se encuentre la empresa y según su tamaño).
- Actualmente, una vez que una organización ha sido certificada en un ejercicio como empresa B Corp, ésta deberá renovar su certificación en periodos trienales. Estas recertificaciones como empresa B Corp muestra el significativo interés de las organizaciones certificadas por mantener esta distinción, demostrando mediante el proceso de renovación que la empresa lo considera como algo valioso (Kim, 2021).

Por ello, se entiende que el fenómeno de empresas B Corp surge con la misión de incorporar a todas las personas involucradas en la empresa y el bienestar del planeta en el centro de la toma de decisiones para la llevanza de un negocio que sea más social, sostenible y respetuoso con el medio ambiente (B Lab, 2024). Retomando el extenso historial de definiciones acerca de lo que supone ser una empresa social, según B Lab y el movimiento B Corp, las empresas certificadas son principalmente organizaciones que utilizan herramientas empresariales para abordar necesidades sociales al tiempo que obtienen beneficios para sus propietarios. Es decir, las empresas B Corp son entidades, públicas o privadas, que están profundamente comprometidas con la creación de beneficios sociales y ambientales, sin dejar de lado su motivación intrínseca de lucro (Hiller, 2013; Stubbs, 2017).

Con respecto a lo anterior, encontramos que las investigaciones más recientes sobre la certificación B Corp, plantean que se trata de un instrumento viable para apoyar a las pequeñas y medianas empresas en la adopción de prácticas sostenibles, pero existe una profunda falta de evidencia sobre en qué medida este instrumento representa la sostenibilidad de tales empresas (Carvalho et al., 2021). Asimismo, otras investigaciones relativas a las empresas B Corp señalan la necesidad de emprender más estudios en organizaciones ya reconocidas como B Corp en los que la muestra de empresas sea ampliada, a fin de determinar la situación real de las empresas certificadas en los países analizados, realizar comparaciones entre ellos y esclarecer cuáles serían las motivaciones que empujan a las empresas a solicitar esta certificación (Koehn, 2016).

2.3.2 Descertificación B Corp

Junto a las organizaciones certificadas, también encontramos empresas que, certificadas como B Corp en años anteriores, han dejado atrás su distinción de empresas sostenibles y optado por el abandono de la certificación, decidiendo no volver a pasar por el proceso de evaluación de B Lab. Si bien no existe formalmente un proceso de descertificación propiamente dicho, se entiende éste como celebrado mediante la no ejecución del obligado procedimiento de renovación una vez cumplido el trienio (Kim, 2021).

Si consideramos algunas conclusiones reveladas sobre el fenómeno de la descertificación, encontramos que a pesar del creciente interés en las empresas socialmente responsables y, en particular, el interés en las B Corp, existe un incremento notable en la escala de descertificaciones fácilmente perceptible. Por ejemplo, Yeuseung Kim (2021), arrojó una tasa de 23,7% de descertificaciones de empresas listadas como B Corp tras haber analizado el comportamiento de un total de 4061 empresas en 2020 (de las cuales 3100 mantuvieron la certificación y 961 se descertificaron), y también sugirió que la investigación disponible sobre los factores que impulsan a las B Corp a renovar o descertificarse es limitada, y que existe una clara falta de comprensión de cuántas empresas obtienen la certificación y cuántas otras optan por perderla. Adicionalmente, otras investigaciones más recientes en el área de las descertificaciones señalan que, sólo en Estados Unidos, 721 de las 2187 empresas certificadas como B Corp fueron descertificadas según los últimos datos recogidos en marzo de 2022 (Kurukulasuriya, 2022). Asimismo, de acuerdo con los datos recopilados por B Lab (concretamente, B Corp Impact Data) sobre empresas descertificadas en todo el mundo hasta el año 2023, la cifra total de empresas que se han descertificado representa el 21,12% de todas las empresas registradas como B Corp a nivel global.

Con todo esto, según Martín (2023), siempre que las empresas B Corp sigan percibiendo beneficio de esta credencial y mantengan su posición estratégica y operativa en línea con los criterios de B Lab, la probabilidad de que una organización se descertifique es menor. No obstante, existe poca evidencia que explique los motivos que empujan a las empresas B Corp a no renovar, lo que muestra la importancia de explorar qué hay detrás de esta decisión.

Bajo esta premisa, nos damos cuenta de que todavía existe mucho campo de investigación en relación a los factores que impulsan a la descertificación que nos ayudaría a obtener información sobre el comportamiento de las empresas y las renovaciones B Corp. Además, dada la falta de un estudio de características semejantes a los mencionados en líneas anteriores con empresas del continente europeo (que cuenta con alrededor de 3637 empresas B Corp según los datos más recientes recopilados en 2023), resulta interesante enfocar un estudio que arroje luz sobre los motivos que llevan a las empresas del espacio europeo a descertificarse.

Es por esta última razón que el objeto de este estudio comprenderá la evaluación de las empresas B Corp en Europa (concretamente de los países con economías más grandes: Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido) a fin de proyectar algunas causas por las que las empresas certificadas optan por la descertificación.

Por todo esto, para el desarrollo de este análisis, se elaboran a continuación cinco hipótesis que van a estudiar el comportamiento de las empresas en relación a su decisión de descertificación.

En primer lugar, como se ha mencionado en anteriores apartados, las empresas certificadas como B Corp deben mantener su certificación actualizada por periodos trienales mediante la llevanza de un proceso de renovación de la certificación con el fin de mantener su distinción de empresa socialmente responsable. En este sentido, B Lab propugna la idea de que, tras cada ciclo trienal, las empresas certificadas estarán

motivadas a mejorar su calificación B Corp a través del proceso de renovación, siguiendo las indicaciones “B Impact” (desarrolladas por la propia B Lab), cuyo fin es servir de orientación a las empresas para que puedan mejorar su puntuación (Kim, 2021). Por esta razón un factor que puede afectar a la probabilidad de descertificación se relaciona con la puntuación obtenida en la evaluación, de modo que las empresas con menor puntuación podrían percibir una menor utilidad a renovar la certificación.

De acuerdo a este planteamiento, la primera hipótesis propuesta es:

Hipótesis 1: las empresas con peor puntuación B Corp tienen más probabilidad de descertificarse.

Por otro lado, según Kim (2021), la posibilidad de que una empresa opte por no renovar su certificación disminuye considerablemente cuando ya ha renovado anteriormente y pasado por varios periodos de reevaluación. Esto nos lleva a considerar que las empresas son más propensas a no renovar su certificación en su primer ciclo de renovación, cuando aún están adaptándose a los requisitos y procesos de certificación, o cuando no han percibido una clara utilidad de la certificación que justifique seguir con los procesos de renovación. Así, la probabilidad de descertificación en empresas con menos certificaciones podría vincularse con la falta de experiencia o de compromiso con el proceso de certificación B Corp.

Siguiendo este enfoque, la segunda hipótesis propuesta es:

Hipótesis 2: las empresas con menor número de certificaciones acumuladas tendrán una mayor probabilidad de descertificarse.

Otro de los factores que pueden afectar a la descertificación de las empresas es su antigüedad. En este sentido, Moroz y Gambre (2021) observaron que las *startups*, en comparación con organizaciones con más trayectoria, tenían el doble de probabilidad de descertificarse (en una relación 53% - 21%). Esto sugiere que el tiempo de permanencia en el mercado y la estabilidad empresarial pueden influir significativamente en la capacidad de una empresa para mantener su certificación. En este sentido, las *startups*, al encontrarse en etapas de crecimiento y consolidación, se enfrentan a desafíos únicos (como la necesidad de recursos financieros, presión por alcanzar objetivos de crecimiento, estructuras organizativas en desarrollo...) que no afrontan las empresas más establecidas. Por esta razón, las empresas de reciente creación pueden ser significativamente más vulnerables a la descertificación en relación con las organizaciones con más experiencia en el mercado.

Conforme a esta premisa, la tercera hipótesis planteada es:

Hipótesis 3: las empresas de reciente creación tienen mayor probabilidad de descertificarse.

Otro elemento que podría afectar a la descertificación de las empresas B Corp está estrechamente vinculado a la rentabilidad de las empresas. Según el análisis de Fox e Ilardi (2019), la descertificación se relaciona con el resultado de las empresas y concluyen que el abandono de la certificación es más propenso en empresas con resultados anuales por debajo de los 2 millones de dólares. Por su lado, Paelman et al. (2021), indicaron que la certificación puede entenderse como un proceso costoso y exhaustivo para algunas empresas, lo que las obliga en muchas ocasiones a abandonar la renovación a pesar de que la certificación B Corp las otorga una cierta legitimidad social.

De acuerdo a este planteamiento, la cuarta hipótesis propuesta es:

Hipótesis 4: las empresas con menor rentabilidad tienen mayor probabilidad de descertificarse.

Otro factor que puede afectar a que las empresas B Corp se descertifiquen se relaciona con su tamaño. Cao, Gehman y Grimes (2017) identificaron que las ventas promedio de las empresas estadounidenses que renovaban se mantenían alrededor de los 3,9 millones de dólares, mientras que aquellas que se descertificaban arrojaban una cifra de ventas netas en torno a los 1,4 millones de dólares. Por su lado, Kim (2021) trató el número de empleados en las organizaciones como factor determinante del tamaño en el proceso de descertificación, y señaló que más de la mitad de las empresas que no renovaban tenían menos de diez trabajadores. Por todo eso, las empresas B Corp descertificadas podrían ser de tamaño inferior que las empresas que renuevan y mantienen la certificación.

De acuerdo con este planteamiento, la quinta hipótesis planteada es:

Hipótesis 5: las empresas de menor tamaño tienen una mayor probabilidad de descertificarse.

3. MUESTRA Y METODOLOGÍA

3.1 MUESTRA

Los datos utilizados en el estudio han sido obtenidos de tres fuentes fundamentales:

Por un lado, la información de empresas certificadas y descertificadas B Corp a nivel mundial ha sido obtenida a través de la base data.world (B Corp Impact data). Esta base de datos nos ha permitido acceder a información sobre su puntuación (mínimo de 80 puntos y hasta un máximo de 200), categoría sectorial, año de certificación, país de origen, tamaño, etc.

Por otro lado, una vez identificadas las empresas B Corp según los países objeto de estudio (seleccionando únicamente aquellas empresas certificadas y descertificadas procedentes de Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido), se ha recopilado información económico-financiera a través de dos bases de datos: SABI (utilizada para la recopilación de información de España) y Orbis (resto de países). Estas fuentes de información han proporcionado contenido relevante sobre estas empresas europeas desde el año 2014 hasta el último ejercicio 2022 disponible hasta la fecha.

La muestra está compuesta finalmente un conjunto de 926 empresas B Corp que se encuentran certificadas y descertificadas (en su conjunto suponen un total de 1206 observaciones), incluyendo a todas las empresas desde la primera certificación hasta su última renovación o abandono. A continuación, se muestra la distribución del número de empresas objeto de estudio:

La primera tabla (tabla 3.1.1) aparece dividida en dos paneles: el panel A muestra el número total de empresas B Corp certificadas en Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido de acuerdo a la base de datos data.world. En ella se observa que Alemania tiene considerablemente menos empresas B Corp certificadas en comparación con los demás países (representa aproximadamente el 4% del total), lo que denota la escasa presencia de esta certificación en el ámbito empresarial alemán. Esta falta de empresas B Corp en Alemania puede atribuirse al bajo grado de autorreconocimiento entre sus organizaciones como empresas sociales (Borzaga et al., 2020). Por su lado, Reino Unido lidera la lista de países con más empresas certificadas, con una cifra de 1193 empresas del total de las 1956, debido al arraigo de la “empresa social” como un concepto ampliamente reconocido y valorado por el público en este país (Borzaga et al., 2020). A esta lista le siguen Francia e Italia con 285 y 230 empresas reconocidas como B Corp, respectivamente, y España, con una cifra de 167 empresas B Corp dentro del panorama empresarial español.

Seguidamente, en el panel B, se recogen el número de empresas que componen la muestra según el país y la situación de su certificación B Corp (certificada o descertificada). Nuevamente, se aprecia que Alemania - que en sí misma ya representa el país con menor número de empresas certificadas como B Corp – tiene 25 de sus 29 empresas aún con la certificación, mientras que 4 han abandonado el proceso. Por otro lado, Francia cuenta con un total de 96 empresas certificadas de las 103 analizadas, mientras que Italia y España muestran valores muy similares (en torno a las 120 empresas certificadas para cada país). De nuevo, Reino Unido, vuelve a liderar la lista al presentar 489 empresas B Corp certificadas de las 516 estudiadas.

Además, es preciso destacar que el conjunto total de empresas que componen la muestra analizada, que alcanza la cifra de 926 empresas, representa el 47,34% del número de empresas totales reconocidas como B Corp.

Tabla 3.1.1 – Distribución de las empresas en función del país de residencia y situación de su certificación B Corp.

Panel A: Total empresas certificadas

PAÍS	Total
Alemania	81
España	167
Francia	285
Italia	230
Reino Unido	1193
Total	1956

Panel B: Composición de la muestra

PAÍS	Empresas	Certificadas	Descertificadas	Observaciones
Alemania	29	25	4	43
España	138	121	17	178
Francia	103	96	7	148
Italia	140	122	18	189
Reino Unido	516	489	27	648
Total	926	853	73	1206

Fuente: elaboración propia

La tabla 3.1.2 recoge los cinco sectores en los que operan las empresas objeto de estudio. Esta tabla revela que el sector de servicios, específicamente la prestación de servicios con una Huella Ambiental Mínima, es el más predominante entre las empresas B Corp, con 500 de las 926 empresas analizadas operando en este campo. Por el contrario, el sector agrícola es el menos común entre las empresas B Corp.

Tabla. 3.1.2 – Distribución de las empresas en función del sector en el que operan.

SECTOR	Observaciones	Empresas
Agricultura	14	12
Manufacturación/Producción	186	151
Servicio con una Huella Ambiental Mínima	659	500
Servicio con una Huella Ambiental Significativa	98	81
Comercio	249	182
Total	1206	926

Fuente: elaboración propia

Por último, en la tabla 3.1.3, observamos la clasificación de las empresas analizadas en relación a su tamaño, medido en función del número de empleados. De esta tabla se aprecia que la mayoría de las empresas B Corp analizadas son de tamaño "pequeño", representando cerca del 50% de las empresas sujetas al estudio, seguidas por las empresas de tamaño mediano (24% de la muestra).

Tabla 3.1.3 – Distribución de las empresas en función a su tamaño.

TAMAÑO	Observaciones	Empresas
Micropyme (< 10 empleados)	254	187
Pequeña empresa (10-50 empleados)	553	432
Mediana empresa (51 y 250 empleados)	277	219
Gran empresa (> 251 empleados)	122	88
Total	1206	926

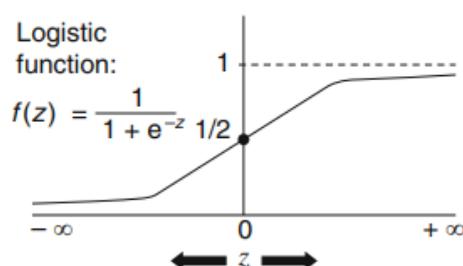
Fuente: elaboración propia

3.2 METODOLOGÍA

La metodología que se aplicará en este estudio se basa en el modelo econométrico de regresión logística. Este patrón matemático está principalmente diseñado para describir la probabilidad de que ocurra un hecho determinado en un rango de probabilidad comprendido entre el 0 y el 1 (lo que considera, por tanto, un modelo con variables dicotómicas). Según Kleinbaum et al. (1994) es debido a esta particularidad que el modelo logístico es tan popular, pues nunca podremos encontrarnos en su aplicación resultados por encima de 1 o por debajo del 0, lo que facilita su comprensión y su idoneidad para este estudio en concreto. De esta forma, mediante el uso de este modelo, asumimos que los resultados a obtener nos aproximan a una probabilidad de 0 (no ocurre un determinado hecho: la empresa mantiene la certificación) o 1 (sí ocurre el hecho: la empresa abandona la certificación).

Otra de las razones por las que el modelo logístico se ajusta a nuestro estudio analítico se deriva de la forma visual que presenta la función logística, representada en la imagen 3.2.1.

Imagen 3.2.1 – Función logística



Fuente: Kleinbaum et al. (1994)

De este gráfico extraemos que:

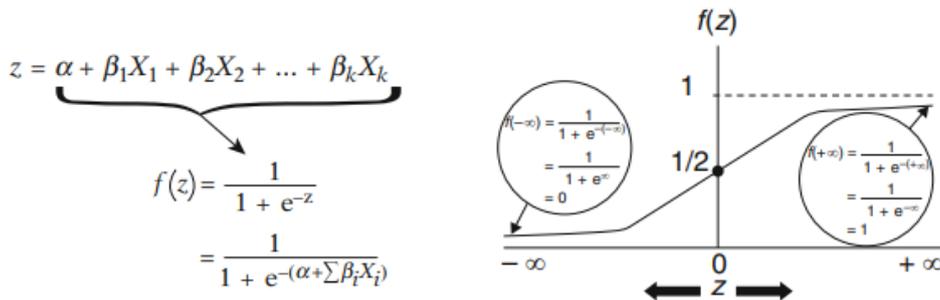
- z es la variable dependiente que queremos estudiar.
- $f(z)$ representa la función logística que transforma la variable z en un valor en el intervalo $[0, 1]$, representando una probabilidad o una proporción de éxito.

En términos generales, como se puede ver en la imagen 3.2.1, la forma de la función logística denota una silueta de S conforme avanzamos en $z = -\infty$ y nos desplazamos hacia la derecha. A medida que z aumenta, el valor de $f(z)$ se mantiene cerca de cero por un tiempo, luego comienza a aumentar drásticamente hacia 1, y finalmente se

estabiliza alrededor de 1 a medida que z aumenta hacia $+\infty$ (Kleinbaum et al., 1994). Asimismo, observamos cómo en el lado izquierdo del gráfico el valor de la función logística es principalmente $f(z) = 0$ cuando z tiende a $-\infty$, y a la derecha cuando z tiende a $+\infty$ el valor de $f(z) = 1$. De esta manera podemos ver de forma simplificada cómo el rango de $f(z)$ siempre se mantendrá entre los valores 0 y 1 independientemente del valor que presente z .

A continuación, para desarrollar el modelo econométrico logístico debemos sustituir la expresión lineal de z por la expresión $f(z)$ que aparece en imagen 3.2.2. Esta expresión $f(z)$ es la que nos permite estimar resultados únicamente comprendidos en un rango entre el 0 y el 1, que serán proyectados posteriormente de forma visual en la función logística.

Imagen 3.2.2 – Conversión del modelo de regresión simple al modelo logístico y expresión de la función logística.



Fuente: Kleinbaum et al. (1994)

Aplicando este patrón matemático a nuestro análisis de empresas B Corp europeas (y sus incentivos a abandonar la certificación), el modelo logístico nos servirá para poder describir la relación que existe entre una serie de variables independientes X_i (que serán descritas más adelante) y nuestra variable dependiente $f(z)$. De este modo los resultados que extraigamos denotarán probabilidades de 0 (no ocurre el hecho: la empresa B Corp mantiene la certificación) o 1 (sí ocurre el hecho: la empresa B Corp se descertifica).

3.2.1 Modelo

El objetivo de este estudio trata de esclarecer cómo determinadas variables afectan a la probabilidad de que una empresa abandone o no renueve la certificación B Corp. El análisis que nos permite estudiar el fenómeno de la descertificación se proyecta en la siguiente ecuación del modelo logístico:

$$pr\{Y = 1\} = \frac{1}{1 + e^{-z}}$$

Donde $Y=1$ identifica a las empresas descertificadas, y z se puede representar de la siguiente manera:

$$z = \beta_0 + \beta_1 PUNTR_{it} + \beta_2 EVA_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 ANTIG_{it} + \beta_5 TAM_{it} + \beta_6 PAÍS_{it} + \beta_7 SECTOR_{it}$$

Una vez obtenido la ecuación que nos servirá de referencia para el análisis, sus componentes se definen de la siguiente manera:

La **variable dependiente** objeto de estudio es la probabilidad de que una empresa se descertifique, de tal forma que:

- $Pr\{Y=0\}$ la empresa B Corp analizada sigue certificada.
- $Pr\{Y=1\}$ la empresa B Corp analizada se ha descertificado.

Las **variables independientes** que analizan el modelo se diferencian de la siguiente manera:

Variables relacionadas con la certificación B Corp.

- $PUNTR_{it}$: Puntuación relativa obtenida por la empresa en la Evaluación de Impacto por B Lab. Las puntuaciones se expresan como las puntuaciones obtenidas por cada empresa i entre la media de puntuación del país en donde se encuentre para un año determinado t .
- EVA_{it} : Número de certificaciones B Corp acumuladas por la empresa i desde su primera certificación obtenida hasta la última certificación de la que dispone en el año de estudio t .

Variables relacionadas con las empresas.

- ROA_{it} : Rentabilidad económica de la empresa i en el año t . La ROA se mide como el cociente entre el Beneficio Antes de Intereses e Impuestos ($BAIT$) y el Activo Total (AT) de la empresa.

$$ROA_{it} = \frac{BAIT_{it}}{AT_{it}}$$

- $ANTIG_{it}$: la antigüedad de la empresa i en el año t , expresado como la diferencia entre el año que obtuvo la certificación en relación con su año de constitución. Esta variable independiente se medirá en logaritmos neperianos.
- TAM_{it} : tamaño de la empresa i en el año t . No se considera esta variable de forma continua, sino mediante los criterios de clasificación por tamaño que usa B Lab basándose en el número de empleados. Además, se agrega como variable dicotómica que toma los valores 1 o 0 para los grupos de empresas micropyme, pequeña, medianas y gran empresa. De este modo, al referirse a un tamaño específico, a éste se le asignará el valor 1, y a los otros grupos se les asignará el valor 0.

Variables de control (entendidas como aquellas variables que no son de interés para el estudio, pero que han de ser controladas ya que pueden influir en los resultados).

- $PAÍS_{it}$: país de las empresas B Corp: Alemania, España, Francia, Italia o Reino Unido. Será una variable dicotómica que sólo podrá tomar el valor 1 el país de la empresa i estudiada en el año t , siendo los demás países 0.
- $SECTOR_{it}$: sector de actividad en el que opera la empresa i en el año t . De igual manera se trata de una variable dicotómica que tendrá valor 1 para el sector de la empresa i en el año t , siendo los demás sectores 0.

4. RESULTADOS

En este apartado se mostrarán los resultados presentados en la tabla 4.1.

ANÁLISIS DE LA DESCERTIFICACIÓN B CORP: UN ESTUDIO EN EUROPA

Tabla 4.1 – Resultados de la aplicación del modelo logístico

	Modelo 1		Modelo 2		Modelo 3	
	Coeficiente	Efecto marginal	Coeficiente	Efecto marginal	Coeficiente	Efecto marginal
PUNTR	-0,029	-0,001	-1,067	-0,047	-1,372	-0,056
EVA	-0,808 ***	-0,041 ***	-0,856 ***	-0,037 ***	-0,886 ***	-0,036 ***
ANTIG			-0,152	-0,007	-0,227	-0,009
ROA					-0,443	-0,018
TAM						
Micropyme	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>
Pequeña empresa			-1,312 ***	-0,077 ***	-1,151 ***	-0,065 **
Mediana empresa			-1,014 ***	-0,066 ***	-1,380 **	-0,072 **
Gran empresa			-0,991 *	-0,065 **	-0,728	-0,048
PAÍS						
Francia	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>
Alemania	0,923	0,060	0,909	0,053	3,828 ***	0,375
Italia	0,943 **	0,062 **	0,786 *	0,044 *	1,647 **	0,053 **
España	0,768 *	0,046 *	0,291	0,013	1,155	0,028 *
Reino Unido	-0,131	-0,005	-0,100	-0,004	1,263	0,033 *
SECTOR						
Comercio	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>	<i>Base</i>
Agricultura	0,402	0,013	1,073	0,038	1,886	0,079
Manufacturación/Producción	0,567	0,021	0,975 **	0,033 *	0,847	0,020
Servicio con una Huella Ambiental Mínima	0,909 **	0,039 ***	0,976 **	0,033 ***	1,422 **	0,046 ***
Servicio con una Huella Ambiental Significativa	1,086 **	0,051 *	1,366 ***	0,057 **	1,846 ***	0,075 **
Constante	-2,466 **		-0,267		-0,960	
Número de observaciones	1206		1186		646	
Pseudo R-cuadrado	0,07		0,11		0,15	
Factor de inflación de la varianza (media)	1,04		1,07		1,10	

*** p<.01, ** p<.05, * p<.1

Fuente: elaboración propia

A partir del mismo modelo logístico, se han estimado tres variantes diferentes, cada una de las cuales introduce nuevas variables que reducen el tamaño de la muestra (debido principalmente a la ausencia de determinados datos económico-financieros para las empresas B Corp objeto de este estudio). Además, para cada uno de estos modelos, la tabla presenta unos coeficientes (denotan la relación entre las variables independientes y la probabilidad de que ocurra la descertificación, de modo que si el signo es positivo la probabilidad aumenta y si el signo es negativo la probabilidad de descertificación disminuye) y de efectos marginales (denotan cuánto varía la probabilidad de descertificación cuando una variable independiente aumenta en una unidad).

En cada uno de estos modelos se han utilizado:

- Modelo 1: modelo que sólo toma las variables B Corp (*PUNTR* y *EVA*) y las variables control (*SECTOR* Y *PAÍS*). El número de observaciones alcanza la cifra de 1206.
- Modelo 2: ampliación del modelo 1 incorporando las variables de tamaño (*TAM*) y antigüedad (*ANTIG*). En este caso, el número de observaciones es de 1186.
- Modelo 3: ampliación del modelo 2 incorporando la variable de la rentabilidad económica (*ROA*). El número de observaciones para esta variante del modelo logístico es de sólo 646.

Por su lado, el factor de inflación de la varianza nos indica si existe multicolinealidad entre las variables independientes analizadas. La existencia de una alta correlación entre las variables independientes del modelo puede causar problemas al hacer difícil la estimación de los efectos individuales de cada una de esas variables independientes sobre la variable dependiente, haciendo poco fiable al modelo y a los resultados. Según Chatterjee y Hadi (2012) se entiende que existe multicolinealidad cuando el factor es mayor que 10, o cuando la media de los factores es considerablemente mayor que 1. Dado que en nuestro caso los valores vienen expresados según la media, en ninguno de las tres variantes del modelo (modelo 1, 2 y 3) el valor es significativamente mayor que 1, por lo que consideramos que las variables independientes no están correlacionadas entre sí (ausencia de multicolinealidad).

Basándonos en estos resultados, llegamos a las siguientes conclusiones:

De acuerdo a la hipótesis 1, que plantea que las empresas con peor puntuación B Corp tienen más probabilidad de descertificarse, los resultados obtenidos nos muestran que esta hipótesis se rechaza. En este sentido, encontramos que la variable que hace referencia a la puntuación relativa obtenida (*PUNTR*) no es estadísticamente significativa por lo que no se ha encontrado evidencia de que esa variable afecte a la probabilidad de descertificarse de las empresas. Es decir, obtener una mayor o menor puntuación en la evaluación de B Corp no se relaciona con la descertificación, por lo que los resultados parecen indicar que una vez obtenida una valoración positiva las empresas no consideran que la puntuación relativa les genere un móvil a abandonar la certificación.

En referencia a la hipótesis 2, que propone que las empresas con menor número de certificaciones acumuladas tienen una mayor probabilidad de descertificarse, los resultados nos indican que esta hipótesis no se rechaza. Esto nos sugiere que la variable que recoge el número de evaluaciones realizadas por las empresas (*EVA*), sí es estadísticamente significativa evidenciando su impacto en la probabilidad de que las empresas pierdan su certificación. En otras palabras, cuanto mayor es el número de evaluaciones que una empresa ha completado, menor es la probabilidad de que se descertifiquen, manteniendo el estatus de empresa B Corp. Por lo tanto, a medida que las empresas pasen por más evaluaciones B Corp, es más probable que conserven su certificación y no abandonen la distinción, manteniendo su compromiso con la certificación.

Conforme a la hipótesis 3, la cual plantea que las empresas de reciente creación tienen mayor probabilidad de descertificarse, los resultados nos muestran que la hipótesis se rechaza. Como se puede observar, la incorporación de la variable que mide la edad de las empresas B Corp (*ANTIG*) no es estadísticamente significativa. Esto quiere decir que la edad de las empresas (jóvenes o maduras) no tiene efecto significativo sobre la probabilidad de que la empresa se descertifique o mantengan la certificación. De este modo, no encontramos evidencia de que una empresa de reciente constitución presente un mayor incentivo a descertificarse en comparación con una empresa con más experiencia en el mercado.

Atendiendo a la hipótesis 4, que propone que las empresas con menor rentabilidad tienen mayor probabilidad de descertificarse, los datos mostrados en la tabla nos indican que esta hipótesis se rechaza. La inclusión en el modelo de la variable que mide la rentabilidad económica de las empresas estudiadas (*ROA*) no es estadísticamente significativa, por lo que no se ha encontrado evidencia que demuestre que esa variable tenga impacto en la probabilidad de que las empresas pierdan su certificación. En este sentido, observamos que una ratio de rentabilidad económica mayor o menor no es indicativa de una mayor probabilidad de descertificación de las empresas, por lo que no supone un motivo para las empresas a abandonar la distinción.

En este sentido, en referencia de la hipótesis 5, que propone que las empresas de menor tamaño tienen una mayor probabilidad de descertificarse, los resultados plasmados en la tabla nos indican que esta hipótesis no se rechaza. En la incorporación de la variable dicotómica tamaño (*TAM*), se ha utilizado como base de referencia la clasificación de “micropyme”, de modo que los resultados se expresarán en comparación con las empresas de tamaño *micro*. De esta forma, observamos que la variable que mide el tamaño de las empresas sí es estadísticamente significativa en este análisis, evidenciando su impacto en la probabilidad de descertificación. En este sentido, observamos que las empresas pequeñas y medianas tienen una menor probabilidad de descertificarse en comparación con las empresas *micro*. El efecto que tiene con respecto a las empresas grandes es similar, teniendo las empresas con mayor tamaño una menor probabilidad de descertificación en relación a las microempresas. Sin embargo, esta última significatividad desaparece en el modelo 3, al incluir la variable *ROA* (el hecho de que la muestra se reduzca hasta en 646 observaciones podría estar afectando). No obstante, con todo esto, podemos concluir que las micropymes son las empresas con mayor probabilidad de descertificarse, ya que a medida que el tamaño de las empresas aumenta, los efectos marginales disminuyen, lo que reduce la probabilidad de descertificación.

En relación con las variables control *SECTOR* y *PAÍS* se ha utilizado como grupo de referencia para el sector el área de “comercio” y para el país se ha seleccionado Francia, respectivamente. Mediante la introducción de estas variables, controlamos los efectos que pueden tener en la variable dependiente, de forma que no distorsionen los resultados obtenidos. Así, podemos comprobar como la probabilidad de descertificación de empresas revela variaciones significativas según el sector y el país. Por ejemplo, en el sector servicios, tanto con una huella ambiental mínima como significativa, se observa una mayor tendencia a descertificarse en comparación con el sector del comercio. Sin embargo, este efecto no se extiende a los sectores de agricultura y producción, donde no se encuentra una relación clara con la probabilidad de descertificación. En cuanto a los países, las empresas italianas muestran una mayor probabilidad de descertificarse en comparación con las francesas, aunque esta tendencia no es significativa para empresas de otros países. Estos resultados subrayan la variabilidad en la probabilidad de descertificación según el sector y la región, indicando que algunos contextos son más propensos a este fenómeno que otros.

CONCLUSION

En el presente trabajo se ha analizado el impacto y relevancia de las empresas socialmente responsables en el contexto económico y social actual. Dentro de este panorama, la aparición de las empresas certificadas por B Lab como empresas B Corp ha representado una significativa novedad en el ámbito de las certificaciones y estándares que evalúan el impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, siendo este el enfoque principal de nuestra investigación. La obtención de la certificación B Corp denota la capacidad de la empresa para liderar un cambio hacia un modelo económico más sostenible y equitativo, en donde se busca encontrar un equilibrio entre un propósito social y ambiental sostenible junto con la obtención de beneficios y rentabilidad. Este estudio en particular se centra en examinar en profundidad el proceso de descertificación de estas empresas, revelando los desafíos a los que se enfrentan con el fin de mantener sus estándares y credibilidad a largo plazo. En este sentido, se busca identificar algunos de los principales motivos que llevan a estas empresas a abandonar la distinción B Corp.

Para poder llevar a cabo este análisis se han recogido datos económicos y financieros de un total de 926 empresas B Corp certificadas (1206 observaciones) y descertificadas de Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido a partir de las bases de datos SABI y Orbis. Además, se ha obtenido información adicional relevante para el estudio, como la puntuación obtenida por estas empresas B Corp, los sectores en los que operan y el estado de su certificación - entre otros aspectos - a partir de la base de datos data.world. Mediante la aplicación de un modelo logístico, cuya finalidad es determinar en términos probabilísticos la posibilidad de que una empresa B Corp se descertifique a consecuencia de una determinada causa, se han obtenido importantes resultados que respaldan algunas de las teorías que ya existen en torno al movimiento de la descertificación.

Los principales resultados determinan que la probabilidad de que una empresa B Corp se descertifique se relaciona significativamente con su tamaño y el número de evaluaciones B Corp que haya completado. El estudio establece que las empresas de muy reducido tamaño (empresas *micro*) tienen una mayor probabilidad de descertificarse que el resto de las empresas pequeñas, medianas y grandes, evidenciando la estrecha relación entre el mantenimiento de la certificación a largo plazo y la dimensión empresarial. Además, también se observa que la probabilidad de descertificarse es mayor después de la primera certificación. Por otro lado, también se obtiene de este análisis que otras variables como la puntuación obtenida en la evaluación de impacto, la rentabilidad económica de las empresas o su antigüedad – si son empresas jóvenes o maduras - no implican ninguna relación con la decisión de descertificarse, no siendo un factor en la decisión de abandono de la distinción.

En este sentido, nos damos cuenta de la especial vulnerabilidad de las empresas de reducido tamaño a la hora de mantener su distinción una vez transcurrido el primer ciclo. Esto puede sugerir que la utilidad que perciben algunas de estas empresas certificadas no supone suficiente aliciente como para mantener este reconocimiento, optando finalmente por abandonar en la primera renovación. Por esta razón nace la idea de que es necesario establecer ciertas implicaciones por parte de B Lab que busquen frenar esta tendencia de descertificación.

De acuerdo con los resultados obtenidos, una propuesta de mejora sería la asistencia y apoyo adicional a las empresas B Corp de tamaño reducido una vez han obtenido su primera certificación, al ser éstas las empresas con mayor probabilidad de descertificación. Esta iniciativa ayudaría a comprender si fortaleciendo la capacidad de estas empresas para cumplir con los estándares y requisitos de la certificación B Corp, se contribuye a que mantengan la certificación a largo plazo. Asimismo, también cabría valorar la posibilidad de un reajuste de los criterios de evaluación de impacto que

garanticen que son equitativos y relevantes social y ambientalmente para empresas de todos los tamaños y sectores, ya que esto podría ayudar a abordar algunos desafíos que enfrentan las empresas B Corp o nuevas empresas que optan a certificarse.

Como limitaciones del trabajo hay que señalar que solo se han tenido en cuenta variables de tipo económico, financiero y de certificación, existiendo la posibilidad de que haya otros factores que pudieran afectar a la descertificación. Por lo tanto, una posible línea de investigación futura implicaría seguir estudiando este movimiento incluyendo otros factores cuantitativos y cualitativos que pudieran contribuir a un mejor conocimiento de las razones que llevan a las empresas a abandonar el proceso de certificación.

BIBLIOGRAFÍA

- B Lab. 2023. Evaluación de Impacto B Corp: Estándares Internacionales para Empresas Sociales. [Consulta 12-02-2024]. <https://bcorporation.eu/about/about-b-lab-europe/>
- B Lab. 2024. B Lab is the nonprofit network transforming the global economy to benefit all people, communities, and the planet. [Consulta 04-03-2024]. <https://www.bcorporation.net/en-us/movement/about-b-lab/>
- Borzaga, C.; Defourny, J. 2001. *The Emergence of Social Enterprise*. London and New York: Routledge.
- European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion, Carini, C., Borzaga, C., Chiomento, S., Galera, G., Franchini, B. y Nogales, R. 2020. Social enterprises and their ecosystems in Europe: comparative synthesis report. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2767/567551>
- Carvalho, B.; Wiek, A.; Ness, B. 2022. Can B Corp certification anchor sustainability in SMEs? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, **29** (1), pp. 293–304.
- Cao, K.; Gehman, J.; Grimes, M. G. 2018. Standing out and fitting in: Charting the emergence of certified B corporations by industry and region. Hybrid ventures: Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth. *Emerald Publishing Limited*, **19**, pp. 1–38.
- Cao, K.; Gehman, J.; Grimes, M. G. 2019. Why We Care about Certified B Corporations: From Valuing Growth to Certifying Values Practices. *Academy of Management Discoveries*, **5** (1), pp. 97-101.
- Chatterjee, S.; Hadi, A. S. 2012. *Regression Analysis by Example*. 5th ed. New York: Hoboken, NJ.
- Crane, A.; Matten, D.; Moon J. 2008. *Corporations and Citizenship: Business, Responsibility and Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Díaz Foncea, M.; Marcuello, C.; Marcuello, C. 2012. Empresas sociales y evaluación del impacto social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, **75**, pp. 178-198.
- Diez Busto, E.; Sanchez Ruiz, L.; Fernandez Laviada, A. 2021. The B Corp Movement: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, **13** (5), pp. 2508.
- Defourny, J.; Nyseens, M. 2008. *Social Enterprise in Europe: recent trends and Developments*, EMES European Research Network Working Paper, Brussels: Belgium.
- Emerson, J. 2003. The blended value proposition: Integrating social and financial returns. *California Management Review*, **45** (4), pp. 35-51.
- EVPA. 2022. 22 Tales of Impact!. Annual Report. [Consultado: 10-02-2024] https://www.impacteurope.net/sites/www.evpa.ngo/files/publications/AnnualReport2022_0.pdf
- Fisac, R.; Moreno, A. 2015. *La empresa social: marco conceptual, contexto e información*. Documento AECA, **9**. <https://aeca.es/old/tienda/rs9.pdf>
- Fox, E.; Ilardi, M. 2019. *Analysis of the B Corporation Small and Medium-Sized Enterprise Pipeline*. Joe Arvai (dir.) Practicum, University of Michigan.
- GEAccounting. 2016. GEAccounting · Social Accounting for Sustainability. [Consulta: 05-03-2024] <https://www.geaccounting.org/metodologia/>
- Global Reporting Initiative. 2024. How to use the GRI Standards. [Consulta: 05-03-2024] <https://www.globalreporting.org/>

Hay, J. 2019. GIIN lays down credo for impact investing. *Global Capital*. Euromoney Institutional Investor PLC
<https://www.globalcapital.com/article/28mttf4bhnztfwbwqvjsw/sri/giin-lays-down-credo-for-impact-investing>

Hiller, J. 2013. The Benefit Corporation and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, **118** (2), pp. 287–301.

Honeyman, R.; Jana, T. 2014. *The B Corp Handbook: How You Can Use Business as a Force for Good*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.

Kim, Y. 2021. Certified corporate social responsibility? The current state of certified and decertified B Corps. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, **28**, pp. 1760–1768.

Kleinbaum, D.G. 1994. *Logistic Regression: A Self-Learning Text*. 3rd ed. Statistics for Biology and Health.

Koehn, D.; Center, P.D. 2016. Why the New Benefit Corporations May Not Prove to Be Truly Socially Beneficial. *Business and Professional Ethics Journal*, **35**, pp. 17–50.

Kurukulasuriya, F. (2022). *Impact Performance Feedback and Decertification of B Corporations*, Alcantara Lailani Laynesa (dir.) Tesis doctoral, Ritsumeikan Asia Pacific University.

Mair, J.; Martí, I. 2006. Social Entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, **41** (1), pp. 36–44.

Marquis, C. 2020. *Better Business: How the B Corp Movement Is Remaking Capitalism*. New Haven: Yale University Press.

Martin, C. 2023. *An Investigation into the Reasons Organizations Forgo their B Corp Certification Status*. Shalini Gopalkrishnan (dir.) Tesis doctoral, Golden Gate University.

Yunus, M. 2011. *Las empresas sociales: una nueva visión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad*. Madrid: Grupo Planeta.

Moroz, P. W.; Branzei, O.; Parker, S. C.; Gamble, E. N. 2018. Imprinting with purpose: Prosocial opportunities and B Corp certification. *Journal of Business Venturing*, **33** (2), pp. 117-129.

Moroz, P. W.; Gamble, E. N. 2021. Business model innovation as a window into adaptive tensions: Five paths on the B Corp journey. *Journal of Business Research*, **125**, pp. 672–683.

Narrillos Roux, H. 2012. *Economía social: valoración y medición de la inversión social (método SROI)*. Ecobook.

Paelman, V.; Van Cauwenberge, P.; Vander Bauwhede, H. 2020. Effect of B Corp certification on short-term growth. *European journal of Environment and Public Health*, **12** (20), pp. 8459.

Porter, M. E.; Kramer, M. R. 2011. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, **89** (1-2), pp. 62–77.

Spear, R. 2011. Innovation and collective entrepreneurship. *Universitas Forum*, **3** (2), pp. 17-20.

Stubbs, W. .2017. Sustainable Entrepreneurship and B Corps. *Business Strategy and the Environment*, **26** (3), pp. 331–344.

Woods, M. 2003. The global reporting initiative. *The CPA Journal*. **73** (6), pp. 60.