

# La B tiene voz en Colombia

Informe Nacional sobre conocimiento de marca, percepción y significado de la Certificación de Empresa B<sup>TM</sup> en el país.





Algo está cambiando.

La B no es solo una letra. Es una promesa.

Una forma concreta de hacer empresa con impacto —en voz alta y en voz colectiva.

Cada vez más personas —empresarias, consumidoras, ciudadanas— se preguntan cómo crecer sin destruir, cómo liderar sin excluir, cómo prosperar sin dejar a nadie atrás.

Y en medio de ese momento, **una conversación comienza a tomar fuerza.**

Una que no gira en torno a slogans, sino a decisiones y a impactos reales.

La Certificación de Empresa B no es un logo. **Es un camino riguroso para medir y gestionar el impacto social, ambiental y económico de las empresas,** bajo estándares globales y comparables.

Pero sobre todo, **es una señal de compromiso genuino.**

Una forma de decir: sí, es posible hacer empresa con propósito sin dejar de ser rentable.

Durante los últimos 18 años, esta visión ha ganado terreno en distintas regiones del mundo.

Y hoy, en Colombia, **la B empieza a resonar.** Se ve. Se menciona. Se reconoce.

**Este informe nace para entender ese momento.**

**¿Qué tanto conocen las personas la Certificación de Empresa B en Colombia?**

**¿Qué emociones despierta? ¿Qué imaginarios activa? ¿Qué decisiones empieza a influir?**

Desde Sistema B Colombia, junto a nuestros aliados, comunidades y Empresas B Certificadas, llevamos años sembrando esta conversación.

Sabemos que hay una fuerza colectiva que cree —como nosotros— que **otra economía es posible: más humana, más justa, más regenerativa.**

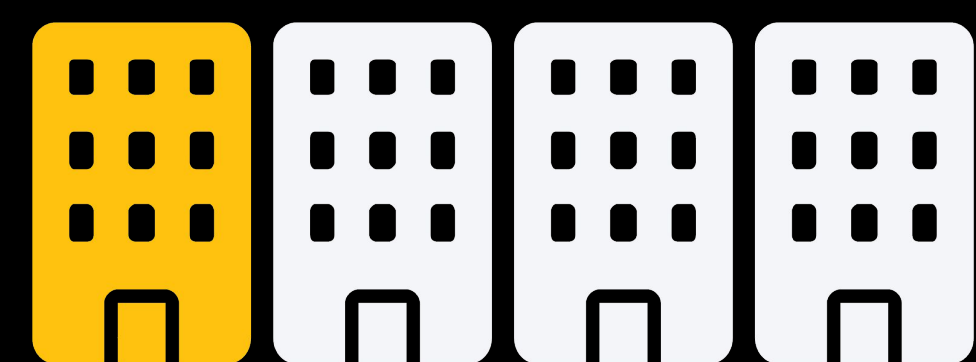
Pero también sabemos que **para transformar el sistema no basta con inspirar.** Necesitamos datos. Necesitamos escuchar.

Por eso realizamos este estudio —junto a la consultora NAUTA— como **el primer esfuerzo sistemático para medir el conocimiento, la percepción y las asociaciones en torno a las Empresas B en Colombia.**

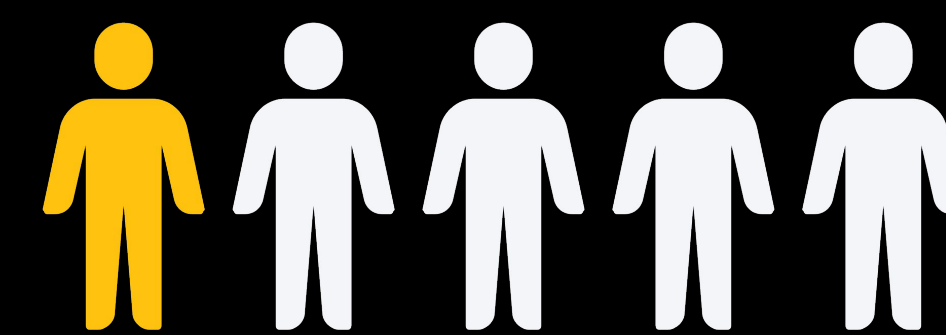
Y descubrimos algo poderoso: **la B ya está diciendo algo.** Porque cuando una idea empieza a tener voz, cuando se vuelve parte del lenguaje común, **ya no hablamos de un sello.**

**Hablamos de propósito. Hablamos de una transformación empresarial que ya está en marcha.**





**1 de cada 4 empresas** en Colombia ya ha oído hablar de la **Certificación de Empresa B.**



**1 de cada 5 consumidores** en Colombia han visto o han oído hablar de la **Certificación de Empresa B.**

**80%**

De las empresas que ya conocen la Certificación de Empresa B, **declaran que les genera “bastante” o “mucho” confianza.**

**77%**

De las personas encuestadas **asegura que confía “bastante” o “mucho” en la certificación.**

**66%**

De los consumidores afirma que la **Certificación de Empresa B influye en su decisión de compra.**

La B ya está presente en el lenguaje empresarial y ciudadano en Colombia. Este estudio confirma que la certificación despierta interés, confianza y acción —y que el terreno está listo para escalar hacia una transformación sistémica más profunda.





**Este estudio no se limitó a medir la visibilidad de un sello. Su propósito fue más profundo: entender el lugar que ocupa la Certificación como Empresa B en el imaginario colectivo de Colombia, tanto en consumidores como en personas líderes empresariales.**

El conocimiento de marca no es una variable única, implica distintas capas de entendimiento y conexión. Saber si alguien ha visto el logo o escuchado hablar de una Empresa B es solo el punto de partida. Comprender qué representa, qué emociones genera y qué decisiones moviliza es lo que permite construir una marca con sentido y relevancia a largo plazo.

Inspirado en esta metodología, analizamos **tres dimensiones clave para evaluar el posicionamiento de la Certificación como Empresa B en Colombia:**

**1. Reconocimiento:**

*¿Las personas han visto/oído hablar de la certificación? ¿Reconocen el sello? ¿Pueden explicar qué significa?*

**2. Percepción:**

*¿Qué opinan sobre la certificación? ¿Les genera confianza? ¿Cómo valoran su utilidad y credibilidad?*

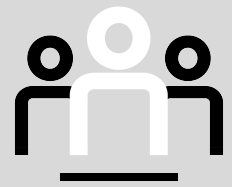
**3. Asociación:**

*¿Qué atributos vinculan con la B? ¿Qué representa esta certificación en términos de valores, propósito y liderazgo empresarial?*

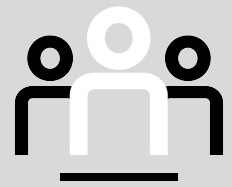
Estas tres dimensiones no evolucionan de forma simultánea ni homogénea. Mientras el reconocimiento marca el inicio del camino, la percepción y la asociación construyen vínculos más profundos y duraderos. Es en ese punto donde la B deja de ser solo un estándar y se convierte en un símbolo de transformación empresarial y cultural.

**Un estudio riguroso, con alcance nacional**

Con el objetivo de comprender el nivel de conocimiento, percepción y significado de la Certificación como Empresa B en Colombia, se diseñó una investigación cuantitativa con enfoque representativo, dirigida a **dos públicos estratégicos:**



**2.520 personas consumidoras**, en diferentes regiones del país.



**400 líderes empresariales**, entre gerencias, direcciones generales y socios/os fundadores.

A todos los participantes se les aplicó una pregunta filtro: ¿Ha visto u oído hablar de la Certificación como Empresa B?

Solo quienes respondieron afirmativamente avanzaron al resto del cuestionario, diseñado para profundizar en los niveles de conocimiento, asociaciones de marca y percepciones frente a la certificación.

**Este enfoque metodológico buscó ofrecer una radiografía confiable, representativa y accionable, que permita orientar esfuerzos de posicionamiento, conexión y expansión del Movimiento B en Colombia.**

A nivel internacional, distintas organizaciones del B Global Network han realizado estudios similares. Este informe representa el primer estudio en América Latina y constituye una contribución clave al proceso de aprendizaje colectivo de nuestra comunidad global.

Como toda medición exploratoria, los resultados deben interpretarse considerando sus alcances.

Aunque el tamaño de muestra es robusto, se trata de la primera línea base del país, y por tanto constituye el inicio de una conversación continua, que esperamos seguir profundizando en los próximos años.

Más que entregar respuestas definitivas, **este informe busca ofrecer una base clara para diseñar estrategias más efectivas, inspirar nuevas alianzas y acelerar la transformación cultural que el Movimiento B propone.**

Porque cuando una marca representa valores compartidos, y conecta con las aspiraciones colectivas de una sociedad, deja de ser solo un símbolo: se convierte en motor de cambio.



# Empresas

## ¿Qué tanto nos conocen las empresas en Colombia?

**1 de cada 4 empresas en Colombia tiene algún nivel de conocimiento sobre la Certificación de Empresa B.**

Eso significa que el Movimiento B por una economía más justa, inclusiva y regenerativa está sembrando raíces en el ecosistema empresarial del país. Cada vez más compañías están comenzando a reconocer que la sostenibilidad no es una tendencia, sino un camino necesario y estratégico.

Este dato demuestra que **el mensaje está llegando, que la conversación se está abriendo** y que hay una base real sobre la cual seguir construyendo.

Sí, aún queda mucho por hacer. Pero este 27% de empresas que reconocen la B, nos dice que vamos en la dirección correcta. Que el propósito ya no es un lujo, sino una decisión empresarial posible y cada vez más común.

## ¿Qué tanto confían las empresas en la Certificación de Empresa B en Colombia?

**80% de las empresas que conocen la Certificación de Empresa B declara que les genera “mucho” o “bastante” confianza.**

Este nivel de credibilidad es una ventaja reputacional significativa para las organizaciones certificadas. En un entorno donde la confianza se convierte en un activo estratégico, la Certificación de Empresa B se posiciona como un sello diferenciador ante clientes, inversionistas y aliados.

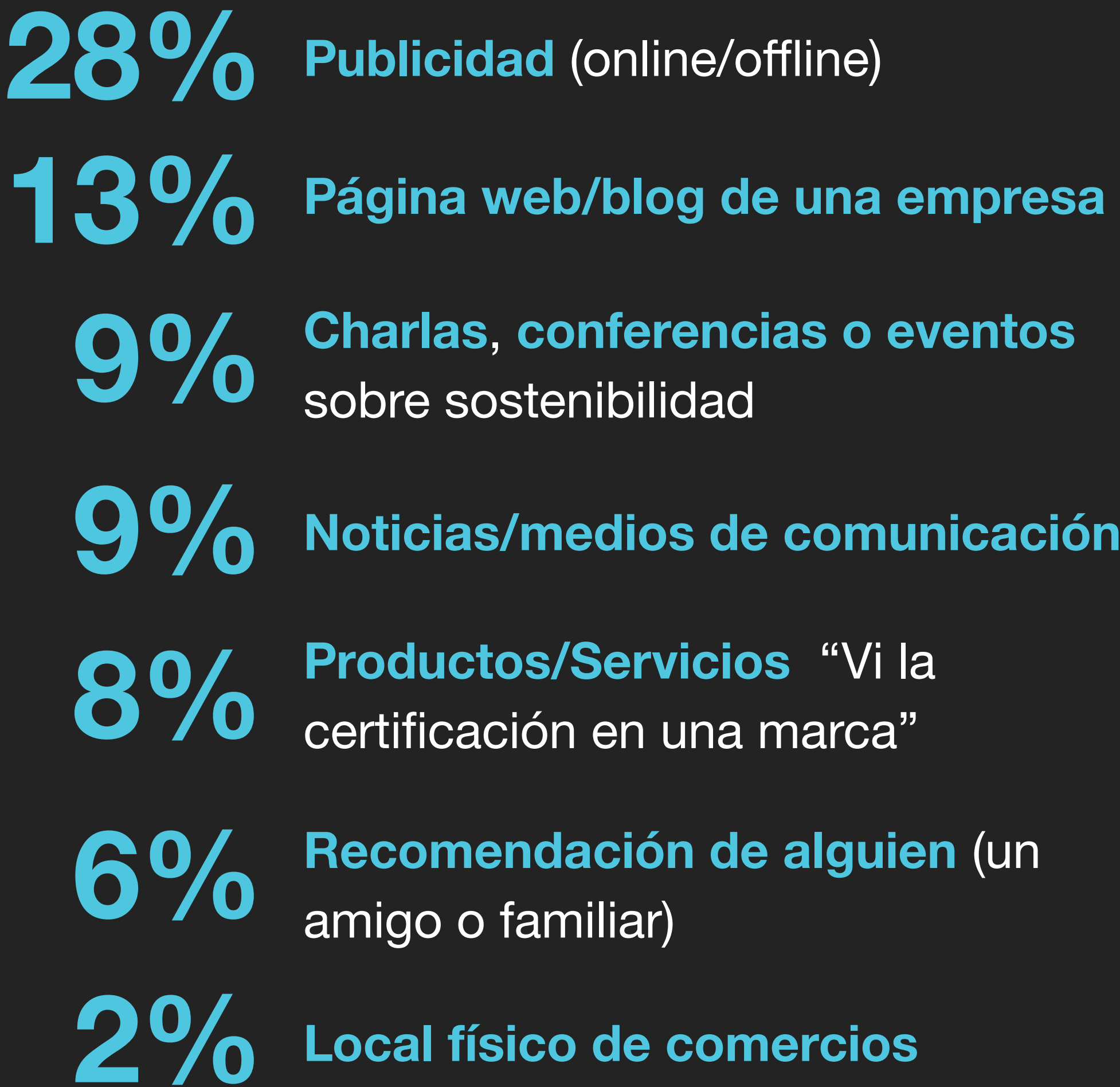
**78% de las empresas encuestadas muestra apertura a iniciar el proceso de Certificación de Empresa B.**

Este nivel de disposición revela un terreno fértil para escalar modelos de negocios de impacto en el sector empresarial colombiano. El interés ya está instalado: 44% afirma estar evaluando activamente el proceso y otro 45% lo considera atractivo, aunque aún no ha avanzado.

La principal barrera no es el rechazo, sino la falta de información sobre requisitos y beneficios (36%), lo que representa una oportunidad directa para estrategias de formación y acompañamiento.

## ¿Dónde se informan las empresas sobre la Certificación de Empresa B?

**51%** **Redes sociales** (Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.)



La Certificación de Empresa B ya tiene un espacio ganado en el ecosistema digital. El 51% de las empresas que la conocen lo han hecho a través de redes sociales, lo que refleja que el mensaje está llegando por los canales que hoy son tendencia.

Además, un 28% la ha visto en publicidad, y un 13% accedió a ella mediante sitios web o blogs de Sistema B Colombia o de otras empresas u organizaciones. Si bien los canales digitales muestran una fuerte penetración, el mapa también revela espacios de alto potencial para ampliar el alcance:

- Eventos empresariales y conferencias (9%) son una oportunidad para generar cercanía, conversación y credibilidad. Las experiencias presenciales profundizan el entendimiento y activan el interés de forma más emocional y relacional.
- Medios de comunicación y prensa especializada (9%) pueden amplificar el propósito con más intencionalidad hacia las empresas. Este canal como se verá más adelante, ha sido mucho más efectivo de cara al consumidor.
- La B en productos y servicios (8%) y en puntos físicos (2%) tiene un gran potencial por explorar, dado que las Empresas B Certificadas pueden ampliar el mensaje a nuevas audiencias a través de sus canales.

- El voz a voz entre pares (6 %) sigue siendo un canal subutilizado. Movilizar vocerías empresariales e historias de certificación puede activar recomendaciones de alto valor entre tomadores de decisión.

¿Cuáles cree que son los principales beneficios/impactos percibidos de certificarse como Empresa B?





33%



Establecer relaciones comerciales con otras Empresas B

29%



Obtener una validación externa de la ética y sostenibilidad

11%



Diferenciación frente a la competencia

8%



Mayor atracción de clientes comprometidos con la sostenibilidad

1%



No veo beneficios claros en la certificación

Las empresas no solo reconocen la Certificación como Empresa B: ya la valoran como herramienta concreta para mejorar reputación, gestionar impacto, atraer talento y generar vínculos empresariales de alto valor.

El beneficio más mencionado por las empresas es la mejora en reputación y confianza en el mercado (59%). Esto posiciona la Certificación de Empresa B como una herramienta de branding estratégico, capaz de elevar el perfil corporativo ante clientes, aliados e inversionistas.

En segundo lugar, con un 55%, se destaca el beneficio de medir y mejorar el impacto social y ambiental. Este dato es clave: muestra que las empresas entienden la certificación no sólo como un distintivo externo, sino como una herramienta interna de gestión, mejora continua y toma de decisiones con propósito.

Un 37% asocia la certificación con atraer talento, lo que confirma su valor como herramienta de marca empleadora, especialmente en un mercado donde las nuevas generaciones priorizan propósito. Además, el 33% ve en la certificación un puente para establecer relaciones comerciales con otras Empresas B, lo que fortalece el concepto de comunidad y mejora colectiva como ventaja competitiva.



# Consumidores

## ¿Qué tanto nos conocen los consumidores en Colombia?

1 de cada 5 personas reconoce la  
Certificación de Empresa B.



Este dato marca un avance importante en términos de visibilidad, aunque evidencia que aún hay una gran oportunidad para seguir posicionándonos ante los consumidores.

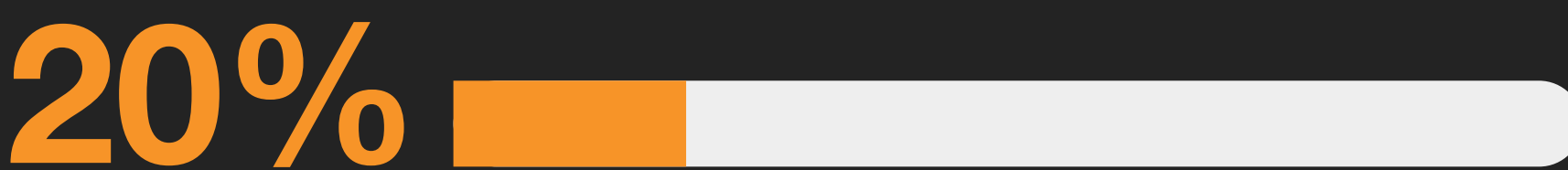
## ¿Qué significa ser una Empresa B para los consumidores?



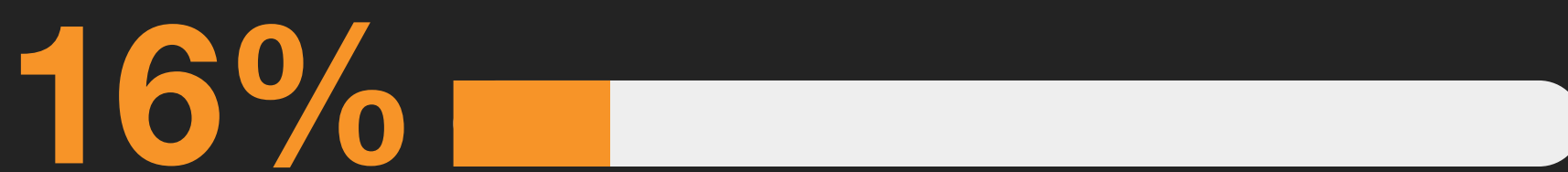
*“Empresas que buscan un impacto positivo en la sociedad”.*



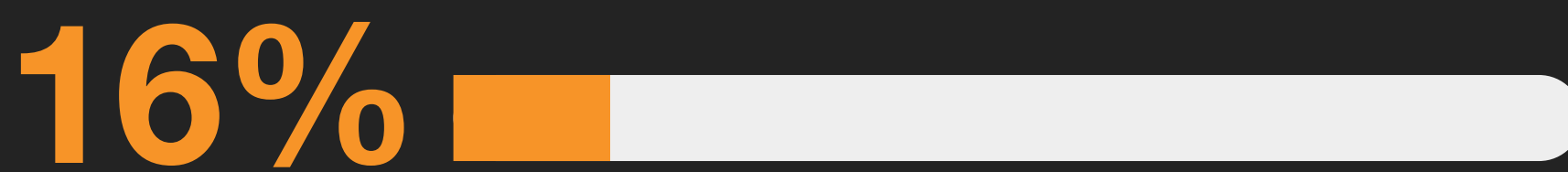
*“Empresas comprometidas con la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático”.*



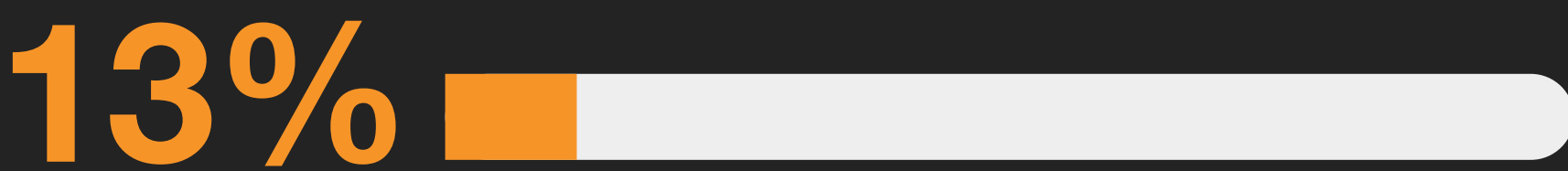
*“Empresas que aplican prácticas de negocio justas y transparentes”.*



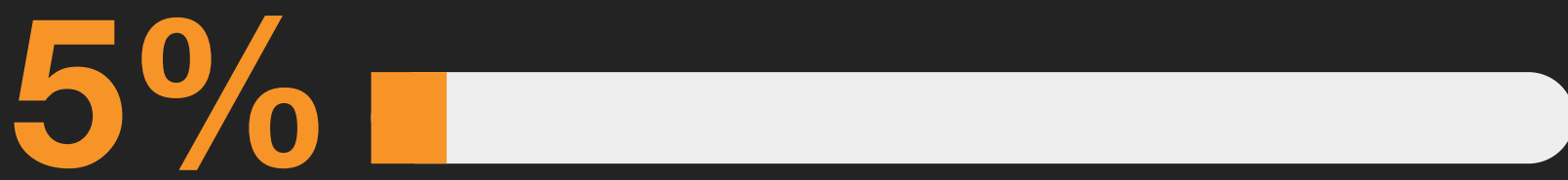
*“Empresas que cumplen con normativas gubernamentales”.*



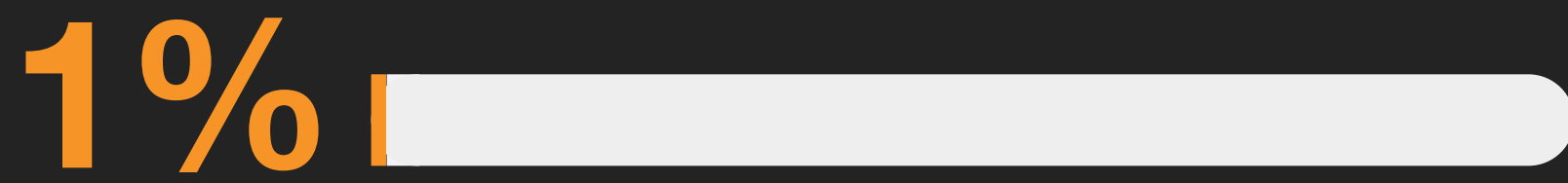
*“Empresas con un enfoque en equidad social e inclusión”.*



*“Empresas que promueven el bienestar y la protección animal”.*



*“Empresas sin fines de lucro”.*



*“No sé”.*

## La B ya significa PROPÓSITO

77% de los consumidores encuestados reconoce que una Empresa B es una empresa que busca generar un impacto positivo en el planeta y en las comunidades.



Este dato confirma que **la B ya está posicionándose como sinónimo de propósito**. Además, otras asociaciones frecuentes refuerzan esa percepción: sostenibilidad (36%), prácticas justas (20%) y equidad social (16%).

El consumidor colombiano no solo reconoce el concepto, sino que lo vincula con valores clave.

**La Certificación de Empresa B no es vista como un sello técnico, sino como una señal de integridad empresarial.**

Dado que en el imaginario colectivo la sostenibilidad a veces se interpreta únicamente como acciones ambientales o “verdes”; sorprende gratamente que el consumidor en Colombia ya empieza a conectar los puntos entre impacto social, equidad, buenas prácticas y bienestar cuando se trata de la Certificación de Empresa B.

### ¿Qué tanto confían los consumidores en la Certificación de Empresa B en Colombia?

**3 de cada 4 personas expresan confianza en la certificación de Empresa B.**



**Un 77% declara sentir “much” o “bastante” confianza, lo cual indica que, una vez conocida, la certificación genera credibilidad, solidez y conexión positiva con los valores que representa.**

Este hallazgo confirma que la marca B no solo empieza a ser reconocida, sino que también despierta confianza auténtica entre quienes la identifican.

Respecto a la minoría que aún duda (solo 4 %), los motivos no son rechazo, sino más bien brechas de información o desconocimiento técnico. Esto abre una puerta de oportunidad inmensa: la confianza ya está; o que sigue es profundizar el entendimiento.

### ¿Cómo se están informando las personas sobre la Certificación de Empresa B?

**64%** **Redes sociales** (Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.)

**25%** **Noticias/medios de comunicación**

**22%** **En una publicidad**



**11%** **Página web/blog de una empresa**

**11%** **Charlas, conferencias o eventos** sobre sostenibilidad

**10%** **Sello B** “Vi la certificación en algún producto o servicio”

**7%** **Recomendación de alguien** (un amigo o familiar)

**6%** **Local físico de comercios**

**6%** **No recuerda dónde lo vio/oyó**

**2%** **Trabajo en una Empresa B**

Los datos confirman que las redes sociales son el principal canal de descubrimiento de la Certificación de Empresa B, con un 64% de menciones, muy por encima de medios tradicionales, publicidad o experiencias directas.

Esto sugiere una **alta dependencia del entorno digital** y la necesidad de fortalecer presencia de forma estratégica y sostenida en estas plataformas; tanto de Sistema B, como de las Empresas B.

Aunque en menor proporción, canales como medios de comunicación (25%), publicidad (22%) y espacios presenciales como eventos o productos físicos también juegan un papel relevante en la construcción de conocimiento de marca.

Es importante destacar que las experiencias personales —como ver la certificación en un producto (10%) o recibir una recomendación (7%)— aún tienen bajo peso, lo cual representa una oportunidad clara: si logramos llevar la marca B al punto de venta y convertir a empresas y consumidores en agentes activos de recomendación, el alcance puede crecer exponencialmente.

**¿Qué tanto influye la Certificación de Empresa B en las decisiones de las personas consumidoras?**

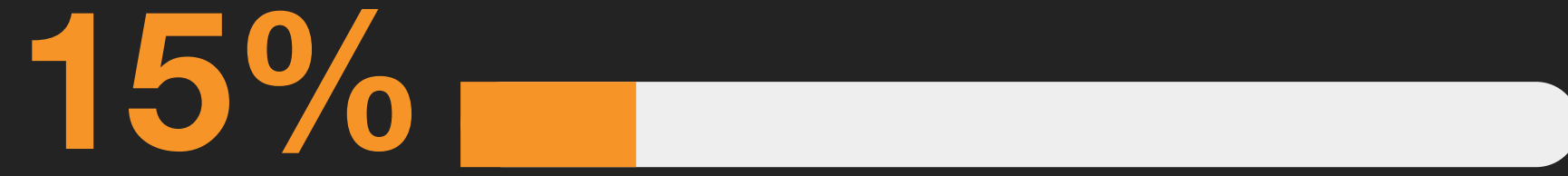
Según los resultados del estudio, entre quienes conocen la Certificación de Empresa B:



Declara que **la certificación influye en su decisión de compra**, motivándoles a elegir Empresas B Certificadas para adquirir productos o servicios.

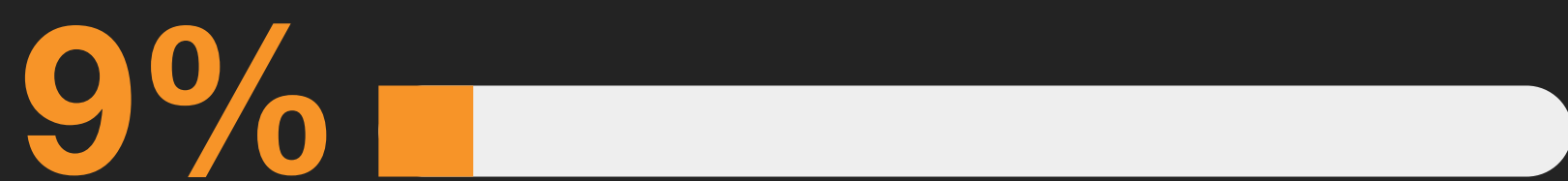


Afirma que le lleva a **recomendar con mayor frecuencia** a empresas con esta certificación.



Indica que **influye en su decisión laboral**, es decir, en la elección de dónde trabajar.





Indica que **influye en su decisión laboral**, es decir, en la elección de dónde trabajar.

Estos resultados demuestran que la **Certificación de Empresa B no solo genera reconocimiento, sino que impacta directamente en el comportamiento de consumo**. Dos de cada tres personas consumidoras que conocen la certificación afirman que influye en sus decisiones de compra, lo cual refuerza su valor como **herramienta de diferenciación y confianza en el mercado**.

Además, un tercio de los encuestados afirma que recomendaría Empresas B Certificadas, lo que evidencia un nivel de afinidad emocional o reputacional significativo.

Aunque la influencia sobre decisiones laborales aún es menor (15%), este dato ofrece una oportunidad clara para posicionar la Certificación de Empresa B como un atributo de marca empleadora, especialmente entre las nuevas generaciones que buscan propósito en el trabajo. El conocimiento sobre la Certificación de Empresa B no solo informa: transforma decisiones.





Una mirada global

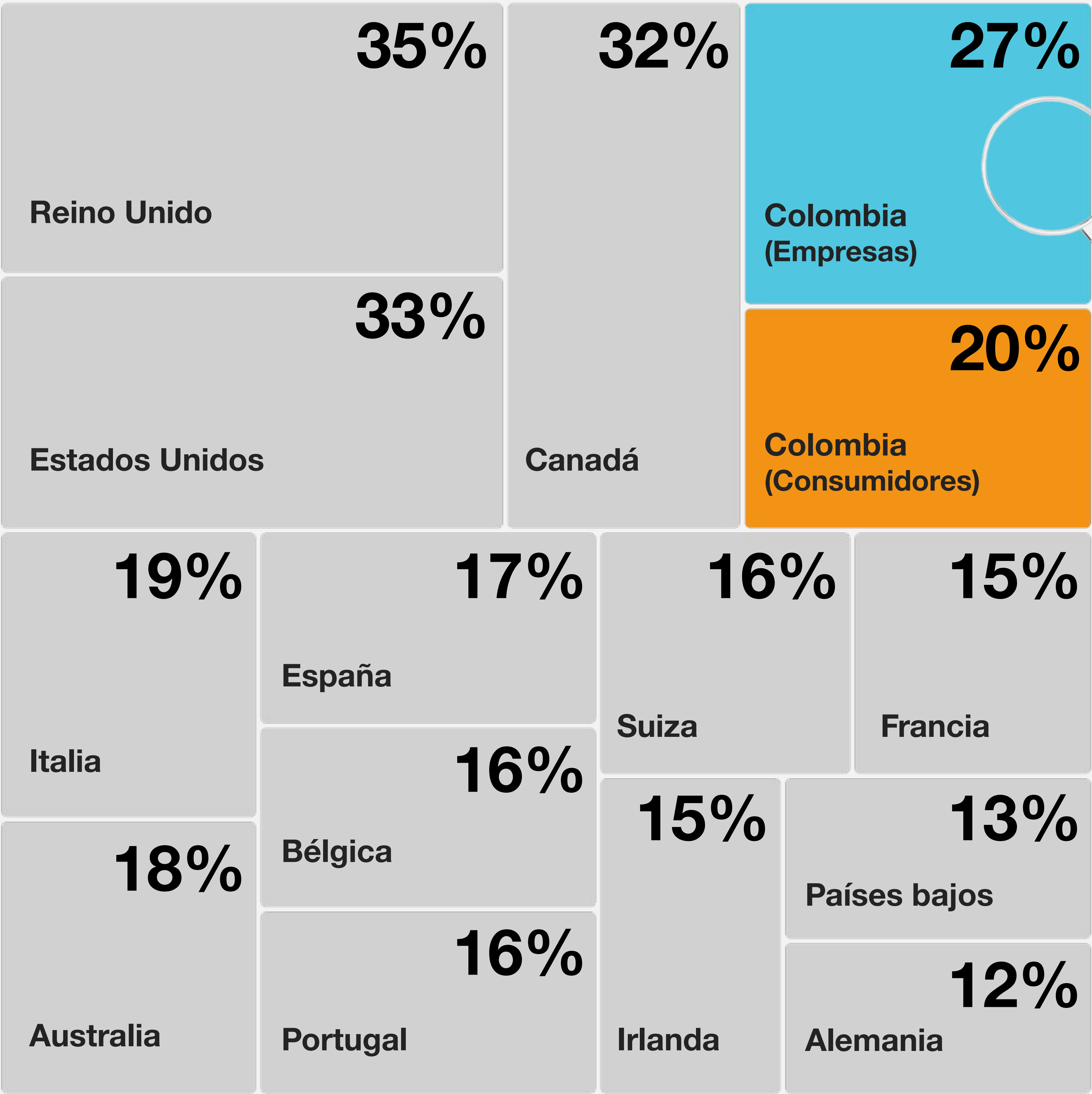
¿Cómo está el reconocimiento de marca de la Certificación como Empresa B en Colombia con respecto a otros países del mundo?

Los estudios realizados por la red B Lab en 2023 revelan que, en promedio, **1 de cada 4 consumidores (25 %)** a nivel global ha oído hablar de las Empresas B. Este indicador varía por región:

En los estudios realizados por las organizaciones del B Global Network, se encontró que **aproximadamente 1 de cada 4 consumidores en el mundo (25 %)** ha oído hablar de las **Empresas B o de la Certificación de Empresa B**. Este nivel de conocimiento varía según la región.

Con una línea base del **27% de reconocimiento entre empresas y 20 % de reconocimiento entre personas consumidoras en Colombia**, el país se encuentra:

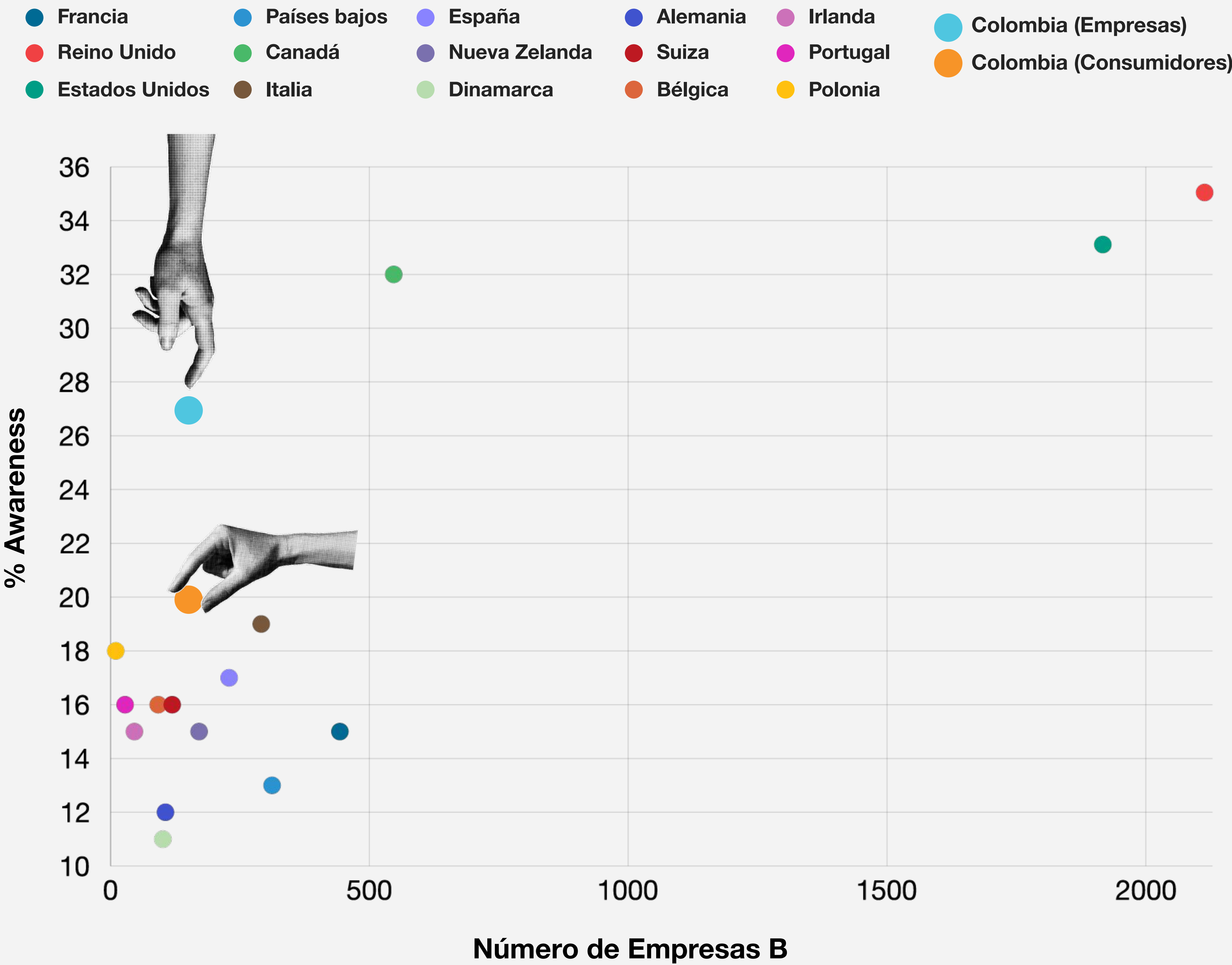
- Por encima del promedio europeo.
- A la par de mercados como Australia, Italia y España.
- Con una brecha alcanzable frente a los referentes globales como Reino Unido y EE. UU, cuya comunidad de Empresas B (B Corps) es mucho más grande que la de Colombia.



El análisis global muestra una tendencia general: **a mayor número de Empresas B en un país, mayor nivel de reconocimiento de marca** -tal como se revela en la gráfica, donde se pone en relación el % de Brand Awareness, con el número de Empresas B Certificadas en el país-.

Colombia presenta un matiz interesante:

Con una comunidad más pequeña en comparación con otros países, los niveles de conocimiento de marca que hemos alcanzado son comparables a los de mercados más desarrollados. Un indicio del potencial latente que existe si continuamos ampliando nuestra voz de manera colectiva.





## Conciencia de marca como motor de cambio sistémico.

Posicionar la Certificación de Empresa B en el imaginario colectivo no es solo una estrategia de visibilidad, sino una herramienta poderosa para transformar la forma en que entendemos el rol de las empresas en la sociedad.

A mayor conocimiento, mayor exigencia. Cuando las personas comprenden que existen empresas que gestionan su impacto con rigor, transparencia y propósito, también cambian los estándares de lo aceptable. Cambian las expectativas. Cambian las decisiones.

Y eso tiene un poder inmenso.  
Porque quienes compran también votan.  
Quienes eligen dónde trabajar también votan.  
Quienes deciden dónde invertir también votan.  
Y quienes lideran empresas, también construyen cultura.

Cada punto ganado en conocimiento de marca no es solo una métrica: es una grieta en el viejo sistema y una semilla en el nuevo.

Este informe no mide solo cuánto nos conocen.

Mide cuánto estamos transformando.

Mide el inicio de una conversación más amplia, donde la B deja de ser una letra para convertirse en una señal.



**Una señal de que es posible hacer empresa de otra manera —y que cada vez más personas están listas para elegir ese camino.**





¿Quieres ser parte del movimiento que está redefiniendo el sentido del éxito en los negocios?



Regístrate en la **Evaluación de Impacto B™**



[www.sistemabcolombia.org](http://www.sistemabcolombia.org)