

## **Creative Food Labs: una empresa tipo B con triple impacto**

### **Creative Food Labs: a type B company with triple impact**

Recibido. 02 -06- 2025

Aceptado. 20- 10- 2025

Publicado. 31-12- 2025

#### **Isidro Segovia Rodríguez**

División Académica de Ciencias Económico Administrativas  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, Tabasco, México

[isidrosegoviar@gmail.com](mailto:isidrosegoviar@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0004-4518-7267>

#### **Cecilia García Muñoz-Aparicio**

División Académica de Ciencias Económico Administrativas  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, Tabasco, México

[flamingos1999@hotmail.com](mailto:flamingos1999@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-5316-8630>

### **Resumen**

Las empresas tipo B son organizaciones que van más allá de iniciativas voluntarias de responsabilidad social debido a que la certificación B representa un compromiso formal y sistemático para medir y mejorar continuamente el impacto de una empresa. El objetivo de este trabajo es analizar el triple impacto de Creative Food Labs en la sociedad, como empresa tipo B. Se utilizó una metodología de caso con enfoque cualitativo a través de un análisis de material bibliohemerográfico como libros, artículos, páginas webs relacionados con el objeto de estudio. Como resultado se obtuvo que la empresa cumple con el triple impacto social, económico y ambiental, al implementar métodos fermentativos sostenibles para reciclar residuos agrícolas y convertirlos en ingredientes saludables, que no sólo ha

generado beneficios económicos si no que han demostrado que la innovación en procesos productivos proporciona beneficios en diferentes áreas.

**Palabras clave:** empresa tipo B, triple impacto, responsabilidad social.

## **Abstract**

B Corporations are organizations that go beyond voluntary social responsibility initiatives because B certification represents a formal and systematic commitment to continually measure and improve a company's impact. The objective of this paper is to analyze the triple impact of Creative Food Labs on society as a B corporation. A qualitative case-type methodology was used with the collection and exploration of bibliographical material such as books, articles and reliable web pages related to the object of study. As a result, the company complies with the triple social, economic and environmental impact by implementing sustainable fermentation methods to recycle agricultural waste and turn them into healthy ingredients, which has not only generated economic benefits but has also demonstrated that innovation in production processes generates benefits in different areas and goes hand in hand with sustainability.

**Key words:** B-class company, triple impact, social responsibility.

## **Introducción**

Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La RSE se ha convertido en un factor importante para el sector empresarial, los cuales destinan inversiones en aspectos económicos, ambientales, sociales y de ética, con la finalidad de generar dinero, pero con actitud y forma de trabajar socialmente responsable que sea rentable a largo plazo (Lara & Sánchez, 2021).

El objetivo de este artículo es analizar el triple impacto de la empresa tipo B Creative Foods Labs en la sociedad, ya que además de ser sostenible, investiga la forma de

finalizar el ciclo de la producción de alimentos para demostrar la hipótesis si Creative Food Labs al adoptar prácticas avanzadas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con su certificación como empresa tipo B, ha logrado un impacto positivo y sostenible en los entornos financiero, social y ambiental.

Desde hace muchos años la RSE ha experimentado un crecimiento notable a nivel mundial, convirtiéndose en una práctica de gestión empleada por las organizaciones, siendo promovida por organismos internacionales con el objetivo de concientizarse de los problemas éticos sociales y ecológicos (Vallaey, 2020).

La RSE es un tema clave para las empresas conscientes que sus actos y operaciones impactan significativamente en el medio ambiente y el entorno social, con medidas para fomentar la construcción de una sociedad sustentable evitando maximizar sus utilidades a costa de malas prácticas laborales (Cajiga, 2023). Como ejemplo está el caso de Nestlé y Starbucks, en el que se observa la relación abusiva con los pequeños productores y las presiones a que son sometidos con relación a los precios, y en el caso del café, fomentar el cultivo de café robusta, variedad más resistente y económica, que provoca daños al medio ambiente debido a la pérdida forestal que ocasiona su cultivo (Empower, 2025; Zerega, 2025).

Elkington (1997) propone el concepto de la triple bottom line donde introduce tres líneas que representan la economía, el medio ambiente y la sociedad en el que las empresas deben ir más allá de beneficios económicos y reflexionar sobre el impacto de sus actividades en el planeta. Freeman et al. (2020), coinciden con lo anterior al indicar que las empresas no deben enfocarse exclusivamente en metas económicas sin tomar en cuenta su impacto social y ambiental. El enfoque tradicional de maximizar el valor para los accionistas no es suficiente con decisiones empresariales que influyen a distintos grupos como: empleados, clientes, proveedores, comunidades y medio ambiente. McGrath y Jonker (2023) argumentan que el modelo de negocio y las prácticas de una empresa se fundamentan en metas económicas. Sin embargo, los programas de RSE incentivan a los líderes de organizaciones considerando la ciudadanía corporativa o el impacto

más significativo en las decisiones del negocio en la sociedad. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) contribuye a que las empresas se aseguren de que sus operaciones sean éticas, seguras y produzcan un efecto positivo en la medida posible.

El principal reto para las empresas es: “ser capaces de alinear su quehacer con los retos que surgen de un compromiso de responsabilidad social”, lo cual requiere un cambio de conducta que permita a las organizaciones ser más sociales y ambientales, lo cual incide en progreso económico (Barroso, 2008, p. 76).

La RSE es la contribución voluntaria de las empresas a mejorar la sociedad, la economía y el medio ambiente con relación a su competitividad, nivel de valoración y valor añadido (Secretaría de Economía, 2016). Para Monzó (2020), es una estrategia organizacional en la que las organizaciones que poseen esta estrategia influyen directa e inmediatamente en la vida de los ciudadanos y comunidades a través de programas que promueven el crecimiento económico, la educación, la preservación del medio ambiente y diversas causas sociales.

Para que la RSE impacte requiere ser percibida más allá de un compromiso voluntario y una estrategia de comunicación, ser vista como una práctica transformadora que motive a las empresas a la creación de valor tanto para sus accionistas y sociedad en general. La siguiente tabla 1 muestra ocho tipos de RSE.

**Tabla 1**

*Tipos de RSE*

<b>Nombre</b>	<b>Concepto</b>
Responsabilidad social medioambiental.	Acciones que realizan las empresas como el compromiso de cuidar y preservar el medio ambiente en los entornos donde operan.  Elkington (1997) enfatiza que éstas no sólo deben considerar beneficios financieros, si no también impacto social y ambiental.

Responsabilidad social ética	Es actuar a través del cumplimiento de normas, valores y principios que las organizaciones muestran en su cultura empresarial. A través de la teoría de los stakeholders. Freeman et al. (2007), sugieren que las compañías deben de actuar no sólo considerando a los accionistas, sino a todas las partes interesadas como empleados, clientes, comunidades, entre otros.
Responsabilidad filantrópica.	Son contribuciones de los negocios para apoyar una causa, como la creación de fundaciones o acciones individuales.  Porter & Kramer (2022), en su teoría de la creación de valor compartido, afirman que la responsabilidad filantrópica debe alinearse con la estrategia empresarial para crear valor en lo económico y social con beneficios tanto en la industria como en la comunidad.
Responsabilidad económica.	Compromiso empresarial que asegura el éxito financiero con el beneficio del medio ambiente, las personas y la sociedad.  Ford & Crowther (1922), enfatizan que, para originar una buena empresa, los trabajadores deben de poseer lo suficiente para comprar lo que se produce, demostrando cómo la responsabilidad económica puede ser benéfica.
Responsabilidad orientada a los colaboradores.	Es promover un entorno laboral seguro y saludable fomentando la igualdad de oportunidades, brindar capacitación y desarrollo profesional, así como también implementar políticas de conciliación laboral.  La Teoría X y Y de McGregor (1989), plantea dos enfoques, sugiriendo que las organizaciones deben motivar a sus empleados, brindándoles condiciones laborales adecuadas y oportunidades de desarrollo personal y profesional.
Responsabilidad social de los consumidores.	Compromiso que se traduce en beneficio directo a los negocios que ofrecen productos y servicios a sus clientes, satisfaciendo sus necesidades y expectativas.  Agyeman (2005), con enfoque de justicia y equidad en el consumo, argumenta que los consumidores deben de ser conscientes del impacto que tiene en la sociedad y el medio ambiente sus decisiones de compra.
Responsabilidad social en la	Es la integración de medidas que generan impacto positivo en la comunidad y el entorno a través de actividades de manejo de operaciones de gestión de productos y servicios.  Elkington (1997), afirma sobre la importancia de gestionar la cadena de suministro de manera sostenible, no solo para

cadena de suministro.	minimizar riesgos, también para tener un máximo alcance en las oportunidades sociales y ambientales.
Responsabilidad gubernamental	<p>Creación de leyes regulatorias de las actividades de individuos, organizaciones, empresas, gestionadas por el gobierno con la aplicación de políticas públicas en beneficio de la sociedad y del entorno.</p> <p>Frederick (1994), aborda la idea de que el gobierno puede actuar como un regulador y promotor de políticas públicas creando incentivos o marcos legales incitando a que las empresas adopten prácticas responsables para fortalecer el desarrollo de una RSE más integral.</p>

Fuente: elaboración propia con base en Cámara Valencia, (2023); Oxfam, (2015); Fainsod, (2018); Corver, (2023); Negocios Sostenibles (2023); Sustentarse, (2022); Fulfillment Hub USA, (2023) & Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2015).

La RSE ha tomado gran importancia como instrumento estratégico en la sociedad que exige más compromiso ético, cómo se observa en la tabla en los diferentes tipos de responsabilidad social, que, en conjunto, permiten a las empresas no sólo ser rentables sino también, generan impacto positivo tanto en el entorno laboral social y medio ambiente.

Para que una organización se mantenga sólida con la RSE, debe de estar dispuesta a adoptar una variedad de acciones, como son:

- Prácticas éticas en la gestión empresarial: actuar de acuerdo con valores como igualdad, libertad, diálogo, respeto, excelencia, integridad y solidaridad.
- Promoción de igualdad de oportunidades: garantizar que todos los empleados y candidatos posean las mismas oportunidades de empleo y desarrollo.
- Fomento de la inclusión y diversidad: crear un entorno laboral donde cada persona sea respetada y contribuya con igualdad en el éxito de la empresa.

- Respeto a los derechos humanos: brindar a los trabajadores un entorno laboral con condiciones laborales justas y equitativas respetando el derecho de cada persona.
- Compromiso con la transparencia y rendición de cuentas: dirigir sus actividades de acuerdo con estándares éticos, dispuestos a comunicar e informar a todos los grupos de interés.
- Implementación de prácticas sostenibles en el uso de recursos naturales y energéticos: reducir el impacto ambiental de las actividades humanas, con estrategias que utilicen los recursos de forma responsable. (DocuSign 2023; Banco de Comercio Exterior de Colombia, 2022; Núñez 2023; Mejía, 2024; Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2022; Andrade 2020; Ibero, 2024).

### **Triple impacto**

Las empresas con triple impacto demuestran que es posible desarrollar negocios resolviendo problemas sociales y ambientales con capacidad de generar un retorno de la inversión positivo en lo económico, social y ambiental (Barroso, 2021). Las empresas B Corp son organizaciones que poseen este enfoque y cumplen con estándares rigurosos de desempeño económico, social y ambiental (Cantera, Domenichetti & Spampinato, 2021).

El triple impacto actúa como un código genético que impulsa un cambio en el sistema económico tradicional hacia un sistema mejorado y sostenible, encabezado por un movimiento de empresas preocupadas en generar valor social y ambiental sin interrumpir sus actividades, donde se encuentran organizaciones que cuentan con certificación B Corps que profundizan en modelos de negocio y los impactos en las personas y el planeta (Barroso et al, 2023).

Empresas tipo B.

Creadas en Estados Unidos en el año 2006 gracias a la iniciativa de tres emprendedores Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan y Andrew Kassoy, quienes

fundaron la empresa B Lab, una organización sin fines de lucro. Este proyecto se lanzó oficialmente en el 2007 certificando a 82 empresas que cumplieron con los requisitos solicitados (Reason to B, 2021). En el 2012 se fundó en Latinoamérica el sistema B en alianza con B Lab, con la finalidad de difundir este movimiento con visión sistemática en todos países latinoamericanos para llegar a organizaciones que quisieran poseer la etiqueta de “Empresa B” (Idonella, 2020).

El movimiento B es aliado permanente de México desde el año 2016, donde más de 100 empresas están certificadas bajo el sistema B (Movimientobmexico 2022). Este tipo de compañías integran causas sociales en sus negocios, se comprometen a cumplir altos estándares de desempeño social y ambiental, con la finalidad de impactar de forma positiva el entorno, al mismo tiempo que se obtienen beneficios financieros (Concur 2024).

Gehman, et al., (2019) destacan que las empresas tipo B se caracterizan por su compromiso formal con altos estándares de desempeño social y ambiental, además de rendición de cuentas y transparencia. Señalan que la certificación B Corp actúa como una señal de confianza para consumidores y partes interesadas, confirmando la autenticidad de los compromisos éticos de la empresa. Estas empresas buscan generar un triple impacto: social, económico y ambiental, enfoque no sólo centrado en obtener una certificación, sino en formar parte de un movimiento que persigue un cambio sistémico. El impacto de las empresas B no es un simple retorno financiero, si no también impacta de forma social y ambiental (Alfaro, 2022).

Estas empresas son un modelo de negocio híbrido con fines de lucro, pero con una mirada más allá de un beneficio financiero, utilizando la fuerza del mercado para solucionar problemas sociales y ambientales. Además, constituyen ejemplo de innovación social que desafía la forma tradicional de hacer negocios y han fomentado un cambio en la cultura empresarial, redefiniendo el éxito en los negocios y transformando a la economía para que sea más inclusiva, sostenible y rentable (Corao & Corrales, 2021; Gambaro, & García, 2021).

Criterios para la certificación B

Para obtener la certificación Tipo B, las organizaciones deben considerar criterios que evalúan el impacto de las empresas en cinco áreas como son:

1. Gobierno Corporativo: análisis de la estructura de gobierno corporativo garantizando que las decisiones sean éticas y sostenibles.
2. Trabajadores: medición del compromiso con el bienestar de los empleados, así como también que sus salarios sean justos y condiciones laborales seguras.
3. Comunidad: evaluación del impacto positivo de la empresa a través de iniciativas de RS, hacia la comunidad en donde se encuentra ubicada.
4. Medio Ambiente: se examinan las prácticas que implementa la empresa con relación a la sostenibilidad ambiental y la reducción de su huella de carbono.
5. Clientes: forma en la que la empresa se compromete a ofrecer productos o servicios que proporcionen un valor positivo a éstos (Villalba, 2023).

#### Creative Food Labs

Empresa privada del sector alimenticio que opera en la Ciudad de México, fundada en el año 2006, y construyó la primera biorrefinería de endulzantes utilizando biotecnología donde se transforman residuos agrícolas en xilitol para sustituir el azúcar y otros compuestos, cuya marca principal es el Xilinat (Pitchbook, 2024; Bcorporation, 2025; Xilinat, 2024).

La empresa creative Food Labs obtuvo la certificación B en junio del 2023 con la evaluación realizada por B Lab a través de una herramienta digital con base en la evaluación del impacto (B Impact Assessment, BIA), el cual mide el impacto positivo de la empresa en cinco áreas claves (gobernanza, trabajadores, comunidad, ambiente y clientes). Para esta evaluación se debe de obtener una puntuación mínima de 80 sobre 200, para que, posterior al proceso de revisión, se comprueba la información con una conferencia telefónica. Esa revisión posee un costo de \$2,500-\$5,000 USD, y depende del tamaño y ubicación de las actividades. (Bcorporation, 2024, Bcorporation, 2025; Montiel, 2022).

Creative Food Labs obtuvo una puntuación del 82.4 en su evaluación superando el mínimo requerido de 80 puntos, pero aún posee la oportunidad de mejorar su impacto en varios aspectos y mejorar su puntuación. (Bcorporation 2025; Movimientomexico, 2022). La credencial que otorga B Labs es válida en un periodo de tres años, transcurrido ese tiempo hay que realizar de nuevo la evaluación, con una probabilidad del 20% de ser seleccionadas por B Labs para someterla a la revisión in situ de su evaluación de impacto B (B Labs Europe 2021; Montiel, 2022). Las empresas B al pertenecer a este sistema se someten voluntariamente a un estándar más alto de responsabilidad legal, esto requiere que se consideren los impactos en sus decisiones, y en los grupos de interés, trabajadores, comunidades, medio ambiente, proveedores, en caso de obtener una puntuación menor de 80 la certificación B será cancelada, pero con oportunidad de volver a realizar la evaluación (B Labs Europe 2021, Correa, 2019).

### **Metodología**

Se utilizó la metodología de caso con enfoque cualitativo a través de un análisis de material bibliohemerográfico como libros, artículos, páginas webs, blogs relacionados con el objeto de estudio. Para la selección de fuentes, se establecieron criterios pertinentes priorizando la información de publicaciones actuales, posteriormente se realizó con documentos oficiales de certificación B Corp con el objetivo de poseer una visión más integral del impacto económico, social y ambiental de Creative Food Labs como empresa B.

Los estudios con enfoque cualitativo son un conjunto de técnicas que se utilizan para comprender y explicar los comportamientos sobre un tema (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2022). La investigación documental se realiza partiendo de la información que se encuentra en documentos de cualquier tipo, así como fuentes bibliográficas, hemerográficas o archivísticas (Correa & Cruz 2018) y el análisis de caso según Yin (2018), es una investigación de un fenómeno en profundidad y dentro de su contexto real.

## Resultados

Creative Food Labs representa un modelo empresarial que se alinea con los principios de empresa B y combina la rentabilidad con la sostenibilidad enfocándose en la innovación alimentaria, en la economía circular y en el cumplimiento de objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

Su enfoque no sólo es generar dinero y beneficiarse a sí misma, si no también sienta un precedente para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente donde a través de sus acciones en concordancia con los principios de triple impacto se obtienen resultados positivos, como se muestra en la tabla 2.

**Tabla 2**

*Contribución al triple impacto*

Área	Iniciativa	Impacto
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aprovecha residuos agrícolas que son incinerados.</li> <li>▪ Economía circular.</li> <li>▪ Ingredientes sostenibles.</li> <li>▪ reforestación de árboles en áreas protegidas.</li> <li>▪ Reciclar por medio de una aplicación “Ecolana” ofreciendo beneficios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evita la quema de residuos agrícolas, reduciendo hasta 980 toneladas de emisiones de CO2.</li> <li>▪ Revalorización de desechos orgánicos para crear nuevos productos (Upcycling).</li> <li>▪ Uso de ingredientes locales y sostenibles (plant-based).</li> <li>▪ Combatir con el cambio climático.</li> <li>▪ Motivación al reciclaje</li> </ul>
Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enfoque en la salud pública.</li> <li>▪ Donación del 3% de las ventas a campañas sociales “como un México sin caries” y “Despensa Solidaria”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disminuye el riesgo a enfermedades como la obesidad y la diabetes, y son saludables para niños y mujeres embarazadas.</li> <li>▪ Contribuye con causas sociales para personas en situaciones vulnerables.</li> <li>▪ Promueve hábitos alimenticios y sostenible.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Educación y concientización</li> </ul>	
Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Paga a los agricultores por sus residuos agrícolas.</li> <li>▪ Trabaja con productores locales por medio de un modelo de negocio escalable de la economía circular.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Genera ingresos extra.</li> <li>▪ Favorece a la economía regional.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia con base en Bcorporation, (2025), Xilinat, (2025) & Creative Food Labs. (2024) & Xilinat (2024).

La tabla muestra las iniciativas que realiza la empresa y cómo contribuyen en las tres áreas claves (Económico, Social y Ambiental), se observa que fomenta la economía circular y el reciclaje, mitiga daños en el medio ambiente, con la promoción de hábitos alimenticios saludables y prevé las necesidades de personas vulnerables.

Estas iniciativas están relacionadas con los ODS como lo muestra la siguiente tabla 3.

**Tabla 3**

*ODS Creative Food Labs*

ODS	Descripción	Contribución
1	Fin de la pobreza	Proporciona fuentes de ingresos a agricultores rurales a través de la compra de sus desechos agrícolas.
2	Hambre cero	Fabrica alimentos saludable y sostenible mejorando la nutrición y dona despensas alimentarias en comunidades rurales.
3	Salud y bienestar	Produce ingredientes que ayudan a mitigar enfermedades como la diabetes y la obesidad.
8	Trabajo decente y crecimiento económico	Promueve la economía circular y genera empleo a agricultores.

12	Producción y consumo responsable	Recicla residuos agrícolas que reducen emisiones promoviendo una economía circular.
13	Acción por el clima	Disminuye la huella de carbono al aprovechar los desechos agrícolas.

Fuente: elaboración propia con base en Xilinat (2024); Creative Food Labs (2024); Sistema de Información de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2023).

En esta tabla se observa que la empresa contribuye con los ODS, cumpliendo con 6 de los 17 objetivos, enfocándose en la salud pública a través de su sistema económico busca evitar el desperdicio y la contaminación, manteniendo los recursos en uso que responden a desafíos actuales en el sistema alimentario, además que estas contribuciones impulsan a un futuro más justo, saludable y sostenible para todos.

Cabe mencionar que Creative Food Labs cuenta con certificaciones como Kosher, Halal y la aprobación de COFEPRIS que le permiten asegurar su calidad, garantizando la seguridad de consumir su producto al no ser dañinos para la salud., así mismo ha obtenido premios como Elemental Exclerator, Norrsken, Masschallenge y el reconocimiento de Xilinat como el producto con mayor impacto ambiental en el concurso The Venture por Chivas Regal 2019 (Xilinat, 2024). También, la organización ha recibido inversiones de aceleradoras reconocidas e incubadoras, como Plug and Play Tech Center, Norrsken Accelerator y Village Capital, respaldando así su reputación en el sector alimenticio (Pitchbook, 2025 & Quiminet, 2024).

El xilitol bajo la marca de Xilinat, es el primer sustituto de azúcar que se ofrece y comercializa tanto en el mercado B2B como en el B2C con un valor de más de mil millones de pesos, consolidando su base financiera, y posee el enfoque a la diversificación con otros sustitutos de azúcar como son la creación de fibras de azúcar, alulosa, eritritol y pretenden crear oleogeles que son materiales que sirven para sustituir las grasas sólidas en la producción de alimentos como el pan y los embutidos, en un plazo medio para proporcionar alternativas sostenibles y saludables a las grasas trans (Larena, 2022; Creative Food Labs, 2024).

## Conclusiones

Esta investigación comprueba la hipótesis, el cual señala que las empresas con la certificación B, llevan a cabo prácticas avanzadas de RSE logrando impactar positivamente y con un alcance sostenible en el ámbito financiero, además de crear impacto en la sociedad y el medio ambiente. A través de este estudio se comprueba que Creative Food Labs ha logrado posicionarse como un startup, constituyendo la primera biorrefinería endulzante que ha impactado en el ámbito social y ambiental al comercializar xilitol utilizando residuos agrícolas, un producto que sustituye el azúcar comercial. Es una empresa en crecimiento pero que implementa “prácticas avanzadas” de responsabilidad social al integrar en su modelo de negocio la sostenibilidad, colaborando en iniciativas de innovación social y participar en redes que promueven el cambio hacia un sistema alimentario más responsables y sostenibles.

Gracias a su modelo de negocio innovador ha logrado integrar de manera efectiva el triple impacto al ofrecer un producto saludable apostando por prácticas sostenibles como el uso de desechos agrícolas como su ingrediente principal, generando valor mediante su modelo de negocio que impulsa a la economía circular. Al obtener su certificación, B Corp refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social que le permite consolidarse como un actor clave en la industria de alimentos como una opción a crear productos sostenibles y más saludables ya que está diseñada para integrarse en diversas marcas alimenticias.

Considerando la importancia de esta investigación y en función de los resultados obtenidos se formularon algunas sugerencias sobre transparencia y comunicación y redición de cuentas como es la publicación de informes detallados sobre sus prácticas de RSE y sus resultados, así como Informar, explicar y justificar sus acciones para demostrar de forma clara y transparente sus decisiones, la utilización de sus recursos y qué impacto están generando, todo ello esencial para su crecimiento sostenible.

## Bibliografía

- Agyeman, J. (2005). *Comunidades sostenibles y el desafío de la justicia ambiental*. NYU Press. ISBN 0-8147-0710-6
- Alfaro Y. (2022). *¿Qué es una empresa B y cuáles son sus características? El líder del movimiento en México lo explica*. Wortex. <https://wortex.com/noticias/caracteristicas-empresas-b-javier-herrero/>
- Andrade G. (2020). *De la Transparencia a la Rendición de Cuentas*. Sustain luum. <https://sustainluum.com/de-la-transparencia-a-la-rendicion-de-cuentas/>
- BANCOLDEX. (2022). *Buenas prácticas de ética empresarial*. [https://www.bancoldex.com/sites/default/files/4.buenas\\_practicas\\_de\\_etica\\_empresarial.pdf](https://www.bancoldex.com/sites/default/files/4.buenas_practicas_de_etica_empresarial.pdf)
- Barroso, F. (2008). La Responsabilidad Social Empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Revista Contaduría Administración*. <https://www.redalyc.org/pdf/395/39522605.pdf>
- Barroso, M. B., Castillo Esparcia, A., & Ruiz-Mora, I. (2023). La dimensión medioambiental y los ODS en la comunicación estratégica de las empresas de triple impacto. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 29(1). <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/80708/4564456563363/4564456665451>
- Barroso, M, B. (2021). *Relaciones públicas en organizaciones sostenibles. El caso de las empresas de triple impacto*. [Tesis doctoral, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad de Málaga]. Academia. [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/22469/TD\\_BARROSO%20BARRERA\\_Maria\\_Belen.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/22469/TD_BARROSO%20BARRERA_Maria_Belen.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bcorporation. (2024). *Creative Food Labs - Corporación B certificada - B lab global*. <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/creative-food-labs-sapi-de-cv/#:-:text=Creative%20Food%20Labs%20es%20una,otros%20compuestos%20de%20valor%20agregado>
- Bcorporation. (2025). *Evaluación de impacto B*. <https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment/>

B Lab Europe. (2021). Impacto B Evaluación.

<https://bcorporation.eu/become-a-b-corp/b-impact-assessment/>

Cajiga, J. (2023). *La importancia de la Responsabilidad Social y su relación con la Sostenibilidad y el éxito empresarial*. [https://www.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-responsabilidad-social-y-su-con-el-j-felipe?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_android&utm\\_campaign=share\\_via](https://www.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-responsabilidad-social-y-su-con-el-j-felipe?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via)

Cámara Valencia. (2023). *La RSC: qué tipos existen y cómo implementarla en tu empresa*. *Negocio Sostenible*.

<https://negociosostenible.camaravalencia.com/economica/tendencias/rsc-tipos-y-como-implementarla-en-tu-empresa/>

Cantera, L., Domenichetti, N. y Spampinato, E. (2021). Empresa de Triple impacto. Caso IKIGAI [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín].

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1868/1/TFPP%20EEYN%202021%20CL-DN-SE.pdf>

Carao Esquivel, F., & Corrales Hernández, K. (2021). Planificación para el desarrollo sostenible y empresas B en Costa Rica.

<https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/0bbf509f-6896-47ed-ac8c-f0a9d0aae8d6/content>

Correa, M. E. (2019). Mejores prácticas de diversidad e inclusión en las empresas b de america latina.

<https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/server/api/core/bitstreams/2bd3b0cb-acf0-49dc-af8a-52016935da61/content>

Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (2022). *Derechos Laborales y Sociales*. *Org.mx*. <https://informe.cndh.org.mx/menu.aspx?id=96>

Concur. (2024). *¿Que son las empresas B?* <https://www.concur.pe/blog/article/que-son-las-empresas-b>

Correa, L. V., & Cruz, B. I. S. (2018). *La Investigación Documental: Características y Algunas Herramientas*. UNAM. <https://repositorio->

[uapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1516/mod\\_resource/content/3/contenido/index.html](http://uapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1516/mod_resource/content/3/contenido/index.html)

Corver, N. (2023). *Responsabilidad Social Corporativa Versus Filantropía Corporativa. ¿Por qué donar? Whydonate.* <https://whydonate.com/es/blog/responsabilidad-social-corporativa/>

Creative Food Labs. (2024). *Hoja de ruta de productos.* <https://creativefoodlabs.com.mx/>

Docusign. (2023). *¿Qué es RSE y cuáles son los tipos de Responsabilidad Social Empresarial?*

<https://www.docusign.com/es-mx/blog/responsabilidad-social-empresarial>

Elkington J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business.* Columbia Británica, Canada: Editores de la Nueva Sociedad. social-empresarial. Html. ISBN 0865713928-8-1.

Empower. (2025). *Explotación y opacidad: la realidad oculta del café mexicano en las cadenas de suministro de Nestlé y Starbucks.* <https://empowerllc.net/2025/02/14/explotacion-y-opacidad-la-realidad-oculta-del-cafe-mexicano-en-las-cadenas-de-suministro-de-nestle-y-starbucks/>

Fainsod J. (2018). *Ética y responsabilidad social empresarial.* CONSULTORES OC. <https://consultoresoc.com.mx/2018/09/17/etica-y-responsabilidad-social-empresarial/>

Ford, H., & Crowther, S. (1922). *My life and work.* Binker North. <http://public-library.uk/pdfs/6/830.pdf>

Frederick, WC (1994). De la RSE1 a la RSE2: La maduración del pensamiento empresarial y social. *Negocios y Sociedad*, 33 (2), 150-164. <https://www.williamcfrederick.com/articles/Part1Chapter3.pdf>

Freeman, R, E. Harrison, J, S. Wicks, A, C. (2007). *Gestión para las partes interesadas: Supervivencia, reputación y éxito.* Yale University Press.

Freeman, E. Bidhan, L. Parmar, Kirsten Martin (2020). *The Power of And: Responsible Business Without Trade-Offs* [https://books.google.com.mx/books?id=gfzDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=gfzDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

- Fulfillment Hub USA. (2023). *La responsabilidad social corporativa en la cadena de suministro: un enfoque hacia la sostenibilidad*. <https://fulfillmenthubusa.com/la-responsabilidad-social-corporativa-en-la-cadena-de-suministro-un-enfoque-hacia-la-sostenibilidad/>
- Gambaro, E., & García, L. N. (2021). Empresas B: Una gestión estratégica apoyada en el conocimiento. *Actualidad contable FACES*, 24(42). <https://biblat.unam.mx/hevila/ActualidadcontableFACES/2021/vol24/no42/5.pdf>
- Gehman, J., Grimes, M., & Cao, K. (2019). Why We Care About Certified B Corporations: From Valuing Growth to Certifying Values Practices. *Academy of Management Discoveries*, 5(2), 97-101. [https://www.researchgate.net/profile/Joel-Gehman/publication/325392929\\_Why\\_We\\_Care\\_About\\_Certified\\_B\\_Corporations\\_From\\_Valuing\\_Growth\\_to\\_Certifying\\_Values\\_Practices/links/5c9d718ea6fdccd46040fc4b/Why-We-Care-About-Certified-B-Corporations-From-Valuing-Growth-to-Certifying-Values-Practices.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Joel-Gehman/publication/325392929_Why_We_Care_About_Certified_B_Corporations_From_Valuing_Growth_to_Certifying_Values_Practices/links/5c9d718ea6fdccd46040fc4b/Why-We-Care-About-Certified-B-Corporations-From-Valuing-Growth-to-Certifying-Values-Practices.pdf)
- Ibero. (2024). *Estrategias para implementar prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente en la industria*. La Ibero. <https://www.iberro.edu.co/blog/articulos/estrategias-para-implementar-practicassostenibles-industria>
- Idonella B. (2020). *¿Qué son las empresas B y cómo surgieron?* <https://www.idonella.com/cambio-climatico/que-son-las-empresas-b-y-como-surgieron/>
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2022). *Tec*. <https://blog.maestriasydiplomados.tec.mx/tipos-de-investigaci%C3%B3n-cualitativa-2022>
- Lara Manjarrez, I. A., & Sánchez Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y negocios*, 22(43), 97-118. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632021000100097&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632021000100097&script=sci_arttext)

- Larena, J. (2022). *¿Qué son los oleogeles que pueden sustituir a las grasas en los alimentos?* <https://conideinteligente.com/inteligente/que-son-los-oleogeles-que-pueden-sustituir-a-las-grasas-en-los-alimentos/>
- Larragoiti J. (s.f). Creative Food Labs (a.k.a. Xilinat). Uplink <https://uplink.weforum.org/uplink/s/uplink-contribution/a012o00001pTtvCAAS/creative-food-labs-aka-xilinat>
- McGrath A. & Jonker A. (2023). *¿Qué es la responsabilidad social corporativa (RSC)?* <https://www.ibm.com/mx-es/topics/corporate-social-responsibility>
- McGregor, D. (1989). El lado humano de la empresa. *Lecturas en psicología gerencial*, 4 (2), 314-324. <https://es.scribd.com/document/701510252/El-Lado-Humano-de-Las-Empresas-Douglas-Mcgregor>
- Mejía V. (2024). *La clave del éxito: Diversidad e Inclusión en el ámbito laboral*. Stimulus. <https://stimulus-consultoria.com/diversidad-inclusion-ambito-laboral-clave-del-exito/>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2015). Los diferentes tipos de responsabilidad social: del ámbito individual a las acciones gubernamentales. <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/novedades/tipos-responsabilidad-social.html>
- Montiel A. (2022). Las Empresas B (B Corps) y la regulación de las sociedades con propósito (benefit corporations) en Derecho comparado. <https://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/82253>
- Movimientobmexico. (2022). *Empresas B en México*. <https://www.movimientobmexico.org/empresas-b-mexico#:~:text=La%20Certificaci%C3%B3n%20de%20Empresa%20B%20es%20para%20negocios%20completos%2C%20incluyendo,y%20no%20operen%20como%20empresas>
- Monzó, C. D. (2020). *En qué consiste la responsabilidad social empresarial*. Responsabilidad Social Corporativa. <https://responsabilidad-social-corporativa.com/en-que-consiste-la-responsabilidad-social-empresarial/>

- Negocios Sostenibles. (2023). *La RSC: qué tipos existen y cómo implementarla en tu empresa*.  
<https://negociosostenible.camaravalencia.com/economica/tendencias/rsc-tipos-y-como-implementarla-en-tu-empresa/#:~:text=Responsabilidad%20orientada%20a%20los%20colaboradores,establecer%20pol%C3%ADticas%20de%20conciliaci%C3%B3n%20laboral.>
- Nuñez J. (2023). *Igualdad de oportunidades en el trabajo*. LinkedIn.  
[https://www.linkedin.com/pulse/igualdad-de-oportunidades-en-el-trabajo-jose-a-nu%C3%B1ez-jim%C3%A9nez?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_android&utm\\_campaign=share\\_via](https://www.linkedin.com/pulse/igualdad-de-oportunidades-en-el-trabajo-jose-a-nu%C3%B1ez-jim%C3%A9nez?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via)
- Oxfam Intermón. (2015). *Responsabilidad social ambiental: la conciencia colectiva para mejorar el mundo. Ingredientes que Suman*.  
<https://blog.oxfamintermon.org/responsabilidad-social-ambiental-la-conciencia-colectiva-para-mejorar-el-mundo/#:~:text=Lo%20que%20se%20conoce%20como,entornos%20en%20los%20que%20operan.>
- Pitchbook. (2024). *Descripción general de Creative Food Labs*.  
<https://pitchbook.com/profiles/company/264638-71#overview>
- Pitchbook. (2025). *Creative Food Labs*  
<https://pitchbook.com/profiles/company/264638-71#overview>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard business review*, 80(12), 56-68.
- Quiminet. (2024). *Xilitol de Creative Food Labs: Edulcorante natural y sostenible para la industria alimentaria* <https://www.quiminet.com/noticias/xilitol-de-creative-food-labs-edulcorante-natural-y-sostenible-para-la-industria-alimentaria-5108703.htm>

- Reason to B. (2021). *Historia sobre el origen de las Empresas B*.  
<https://www.reasonsob.com/es/topic/historia-sobre-el-origen-de-las-empresas-b/>
- Secretaría de economía. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial*. Gob. Mx.  
<https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>
- Sistema de Información de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (2023). Informe de desarrollo sostenible México.  
<https://agenda2030.mx/#/home>
- Sustentarse. (2022). *Niveles de la Responsabilidad Social Empresarial*.  
<https://sustentarse.com.mx/niveles-de-la-responsabilidad-social-empresarial/#:~:text=RSE%20interna%3A%20Gobierno%20corporativo%2C%20empleados,derechos%20humanos%20y%20laborales%2C%20impact>
- Vallaes, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios Revista de Investigación Social*, 17 (42), 309–333.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-00632020000100309&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-00632020000100309&script=sci_arttext)
- Villalba E. (2023). *Empresas B: qué significa esta certificación y qué marcas de moda la tienen*. GQ. <https://www.gq.com.mx/articulo/empresas-b-que-son-y-que-marcas-de-moda-tienen-certificacion>
- Xilinat. (2025). *Xilinat Endulzante Natural* (100% de Xilitol).  
<https://xilinat.com/?srsId=AfmBOoqGiDhihgJB1LUsmgceXpsng3bJNP49nof2kLk14BKPnR0emM>
- Xilinat. (2024). *Impacto Social*. <https://xilinat.com/pages/impact>
- Yin, Robert K. (2018). *Case Study Research and Applications*. SAGE Publications
- Zerega, G. (2025). La opaca trastienda del café mexicano. ELPAÍS.  
<https://elpais.com/mexico/2025-02-14/la-opaca-trastienda-del-cafe-mexicano.html>