

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN  
DE EMPRESAS**

**CURSO ACADÉMICO 2024-2025**

**TRABAJO FIN DE GRADO EN ADMINISTRACIÓN  
Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL. ANALISIS DE  
LAS EMPRESAS B CORP EN ESPAÑA**

**MEASUREMENT OF SOCIAL IMPACT. ANALYSIS  
OF B CORP COMPANIES SPAIN**

**AUTOR/A: IZAN ARENAL RAMÓN**

**DIRECTOR/A: ELISA PILAR BARAIBAR DIEZ**

**CONVOCATORIA DE DEFENSA: FEBRERO, 2025**

*DECLARACIÓN RESPONSABLE*

*La persona que ha elaborado el TFG que se presenta es la única responsable de su contenido. La Universidad de Cantabria, así como quien ha ejercido su dirección, no son responsables del contenido último de este Trabajo.*

*En tal sentido, Don/Doña ...Izan Arenal Ramón..... se hace responsable:*

- 1. De la AUTORÍA Y ORIGINALIDAD del trabajo que se presenta.*
- 2. De que los DATOS y PUBLICACIONES en los que se basa la información contenida en el trabajo, o que han tenido una influencia relevante en el mismo, han sido citados en el texto y en la lista de referencias bibliográficas.*

*Asimismo, declara que el Trabajo Fin de Grado tiene una extensión de máximo 10.000 palabras, excluidas tablas, cuadros, gráficos, bibliografía y anexos.*

*Fdo.: .....Izan Arenal.....*

<b>RESUMEN .....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>4</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>2. MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 DEFINICIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 MEDICIONES DEL IMPACTO SOCIAL.....</b>	<b>8</b>
<b>3. EMPRESAS CON PROPÓSITO.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1 B CORP EN ESPAÑA.....</b>	<b>13</b>
<b>4. METODOLOGÍA.....</b>	<b>15</b>
<b>5. RESULTADOS.....</b>	<b>19</b>
<b>5.1 RESULTADOS DESCRIPTIVOS .....</b>	<b>19</b>
5.1.1 ¿Qué empresas hablan de medición y cómo lo divulgan? .....	19
5.1.2 Tipos de metodología de medición .....	22
5.1.3 ¿Qué impacto tienen y cómo lo comunican?.....	23
<b>6. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>26</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>28</b>

## **RESUMEN**

Las empresas B Corp se perfilan como una fuerza transformadora en el panorama empresarial español, comprometidas con un propósito que va más allá de la maximización del beneficio.

En primer lugar, estas empresas en España están marcando el camino hacia un modelo de negocio más sostenible y ético. Al adherirse a los criterios de certificación B Corp, estas empresas demuestran su compromiso con la responsabilidad social y ambiental, impulsando un cambio hacia prácticas comerciales más conscientes que no solo benefician a sus empleados, sino que también establecen un estándar para otras empresas en el mercado español. Esto también genera efectos en la sociedad que llamaremos "Impacto Social", los cuales serán estudiados en este trabajo. El concepto de impacto social es clave en este análisis, definido como los efectos positivos y negativos que las actividades empresariales generan en la sociedad y el medio ambiente.

Este impacto social es el objetivo final de investigación de este trabajo, que es un proceso orientado al análisis y valoración objetiva de los efectos que provocan en la sociedad las empresas. También estudiaremos qué son las Empresas B Corp y su impacto en la sociedad.

Los resultados revelan que las empresas en sectores como alimentación, bebidas, moda y accesorios destacan más por implementar prácticas sostenibles como el uso de materiales reciclados y la reducción de huella ambiental. Sin embargo, sectores de servicios intangibles, como consultoras y servicios financieros, centran su impacto en aspectos sociales y económicos más que ambientales.

**Palabras Clave:** Impacto Social, responsabilidad social y ambiental, B Corp.

## **ABSTRACT**

B Corp companies are emerging as a transformative force in the Spanish business landscape, committed to a purpose that goes beyond profit maximization.

Firstly, these companies in Spain are paving the way toward a more sustainable and ethical business model. By adhering to B Corp certification criteria, they demonstrate their commitment to social and environmental responsibility, driving a shift toward more conscientious business practices that not only benefit their employees but also set a benchmark for other companies in the Spanish business market. This also generates effects on society, referred to as "Social Impact," which will be analyzed in this work. The concept of social impact is central to this analysis and is defined as the positive and negative effects that business activities have on society and the environment.

This social impact constitutes the primary research objective of this study, which is oriented toward the analysis and objective assessment of the effects that companies produce in society. Additionally, we will explore what B Corp companies are and conduct an analysis of their impact in Spain.

The results reveal a strong presence of companies in sectors such as food, beverages, fashion, and accessories. These stand out for implementing sustainable practices such as using recycled materials and reducing their environmental footprint. However, intangible service sectors, such as consulting and financial services, focus their impact more on social and economic aspects rather than environmental ones.

**Key Words:** Social Impact, social and environmental responsibility, B Corp.

## 1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la sociedad ha experimentado una creciente conciencia sobre la importancia de que las empresas no solo persigan beneficios económicos, sino que también genere un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, lo que se refleja, por ejemplo, en este artículo del Gobierno de España (2024) “El Gobierno crea el Fondo de Impacto Social para impulsar inversiones que tengan fines sociales y medioambientales”. En este contexto, las empresas B Corp han surgido como un modelo empresarial innovador y transformador, comprometido con la búsqueda del bienestar social y ambiental en conjunto con la rentabilidad económica, de hecho, “hay una creciente evidencia empírica de que este compromiso ayuda a crear más valor (incluida más rentabilidad financiera)” (Harrison et al., 2020)

Este cambio de mentalidad viene dado por la integración de la responsabilidad social corporativa (RSC), que aparece en los años 90 con el objetivo de gestionar mejor los impactos negativos generados.

Estas políticas han ido evolucionando con el tiempo, y todas ellas han ido generando una serie de efectos o cambios en la sociedad, también denominado impacto social. Esimpact (2021) lo define como “los cambios que experimentan las personas, grupos o comunidades como consecuencia del desarrollo de una actividad, proyecto, programa o política concreta”. Estos cambios o impactos se encontrarán recogidos en las memorias de las empresas, denominadas memorias de sostenibilidad.

Además, debido al interés generado por el impacto que generan las empresas, se obliga a las empresas a tratar de medir cuantitativamente dicho impacto.

Aparte, este cambio de mentalidades ha traído consigo el emprendimiento social y con ello las empresas sociales. Esto se materializa en proyectos de negocios que buscan causar un impacto positivo en la sociedad, más que generar un beneficio monetario. Un ejemplo de ello son las empresas B Corp que son la base de este trabajo y a través de las cuales vamos a responder a las diferentes cuestiones propuestas.

El principal propósito de esta investigación es el de explorar y analizar el tratamiento del impacto social que puedan tener las empresas B Corp en España. Este análisis abarcará las siguientes preguntas de investigación:

- Pregunta de investigación 1: ¿Qué compromisos tienen las empresas con propósito en relación con el impacto social?
- Pregunta de investigación 2: ¿Qué metodologías de medición de impacto social utilizan las empresas con propósito y cómo lo divulgan?

En este sentido, esta investigación aspira a proporcionar una visión integral del papel que tienen las empresas B Corp en la transformación del panorama español hacia uno más ético, responsable y socialmente consciente.

En cuanto al trabajo, este se dividirá en cinco partes distintas:

- Una primera en la que definiremos qué es el impacto social, comentando las diferentes maneras que existen para su medición.
- En el segundo punto se hablará sobre las empresas con propósito, las B Corp en España, y su relación con el impacto social, para con ello responder a la primera pregunta de investigación.
- El tercer punto va relacionado con metodología empleada para el análisis de las empresas B Corp.
- En la cuarta parte se analizarán los resultados del anterior punto y con ello responder a la segunda pregunta de investigación.

- Por último, se llevará a cabo una serie de conclusiones basadas en el conjunto de la investigación.

## 2. MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

### 2.1 DEFINICIÓN

El término “impacto social” ha dado lugar a diversas definiciones y se ha utilizado en diferentes áreas. Se empezó a emplear en un primer lugar a finales del siglo XX relacionándolo con el medio ambiente, debido a los efectos que causaban ciertas empresas al emplear unas políticas más beneficiosas para el medio, en parte por la presión que ejercían algunos grupos ecologistas y cierta parte de la población. A lo largo del tiempo, el término se generalizó dando lugar a distintas definiciones.

Según Cohen (2007), “el origen del impacto social nace en los jóvenes y para los jóvenes. Hoy en día un cambio social sin precedentes aspira a un propósito diferente al de las generaciones anteriores”.

El término impacto social es un movimiento que intenta combinar el crecimiento social y medioambiental con la ganancia de dinero asociada, tradicionalmente, a las empresas (Cohen, 2007).

El Ministerio de Asuntos Exteriores de España posee su propia definición: “Determinación de cuáles son los efectos buscados y no buscados, positivos y negativos, a corto plazo y a largo plazo, no solo sobre la población objetivo, sino sobre la sociedad o comunidad en su conjunto” (Ministerio de asuntos exteriores, 2001).

Clifford (2014) lo define en referencia a cuatro elementos clave, el valor creado como consecuencia de la actividad de alguien, el valor experimentado por los beneficiarios y todos los demás afectados, un impacto que incluye efectos tanto positivos como negativos, un impacto que se mide frente a un marco de referencia comparando lo que la situación habría sido sin la actividad propuesta.

Los impactos sociales son las más amplias preocupaciones sociales que reflejan y respetan la compleja interdependencia entre la práctica empresarial y la sociedad. (Gentile, 2000)

Aunque el concepto que más se asimila a nuestra investigación, define al impacto social como aquel efecto de superación y de capacitación, que se materializa a través de una relación de causa y efecto entre la efectiva superación y las acciones desarrolladas por dichos agentes (Valiente, Reyes, 2004).

Como podemos observar, todas las definiciones comparten varios elementos en común. Entre ellos, destaca la necesidad de establecer una relación de causa y efecto entre la implementación de un proyecto o la aplicación de una medida y el impacto que estos generan. Además, es importante analizar los resultados obtenidos tanto a corto como a largo plazo. Aparte, todas las definiciones incluyen otros elementos como la determinación del ámbito de acción, es decir, la selección de ciertos entornos, grupos o individuos que se estudian para evaluar los efectos producidos sobre ellos.

Si tuviéramos que realizar una definición del impacto social en el contexto empresarial, podríamos decir que son todos los efectos que vienen causados por las diferentes políticas llevadas a cabo por la empresa, en relación con el medioambiente, causas sociales o políticas, y que afectan directamente a la sociedad o a los propios trabajadores de dicha empresa que realiza este tipo de políticas.

Tabla 2.1 Definiciones Impacto Social. Fuente: Elaboración propia basada en diversas fuentes

Autor/Organización, año	Definición Impacto Social
Cohen, 2007	El término impacto social, es un movimiento que intenta combinar el crecimiento social y medioambiental con la ganancia de dinero asociada, tradicionalmente, a las empresas.
Ministerio de asuntos exteriores, 2001	Determinación de cuáles son los efectos buscados y no buscados, positivos y negativos, a corto plazo y a largo plazo, no solo sobre la población objetivo, sino sobre la sociedad o comunidad en su conjunto.
Clifford, 2014	El impacto social se define en referencia a cuatro elementos clave, el valor creado como consecuencia de la actividad de alguien, el valor experimentado por los beneficiarios y todos los demás afectados, un impacto que incluye efectos tanto positivos como negativos, un impacto que se mide frente a un marco de referencia comparando lo que la situación habría sido sin la actividad propuesta.
Gentile, 2000	Los impactos sociales son las más amplias preocupaciones sociales que reflejan y respetan la compleja interdependencia entre la práctica empresarial y la sociedad.
Valiente, Reyes, 2004	Aquel efecto de superación y de capacitación, que se materializa a través de una relación de causa y efecto entre la efectiva superación y las acciones desarrolladas por dichos agentes

## 2.2 MEDICIONES DEL IMPACTO SOCIAL

Medir el impacto significa utilizar métricas para poner un valor a lo que un emprendimiento social está alcanzando en función de los objetivos que se ha planteado. Para poder medir el impacto, es esencial identificar con exactitud sus objetivos y establecer indicadores que permitan a los colaboradores y ejecutivos del emprendimiento establecer el grado de avance conseguido en la consecución de este objetivo (S. Robin, 2012).

Para ello las empresas utilizan diferentes tipos de herramientas, con las que medir dicho impacto.

En primer lugar, se encuentran las metodologías. Según S. Robin (2012), "utilizamos el concepto de método para describir las estrategias de trabajo diseñadas para facilitar la creación de un sistema de evaluación del desempeño". Estas metodologías son herramientas que detallan, paso a paso, el proceso de medición del impacto social.

La organización B Corp también posee su propia metodología denominada *B Impact Assessment*, es una herramienta digital que puede ayudar a medir, gestionar y mejorar el desempeño del impacto positivo para el medio ambiente, las comunidades, los clientes, los proveedores, los empleados y los accionistas (B Corp, 2024).

Una de las más comunes es la Teoría del Cambio, que vincula las actividades de un proyecto con los resultados esperados, detallando los pasos necesarios para lograr el impacto deseado. De forma similar, el Marco Lógico estructura los proyectos en una

matriz que relaciona objetivos, indicadores y supuestos, siendo útil en proyectos de desarrollo y cooperación internacional (Retolaza, 2010).

En cuanto a metodologías con enfoque financiero, el SROI (Retorno Social de la Inversión) expresa el impacto social en términos monetarios, mostrando el valor social generado por cada unidad de inversión. Esto es útil para aquellos interesados en medir el impacto económico del valor social creado, como los inversionistas sociales (ECOEDDES, 2020).

Mencionar el *Global Impact Model*, es un marco desarrollado para ayudar a organizaciones, gobiernos y otros interesados a evaluar y comprender el impacto amplio de sus acciones e iniciativa en sistemas globales. Analiza las influencias interconectadas de las operaciones empresariales, iniciativas de sostenibilidad, avances tecnológicos y otras acciones estratégicas en un contexto global (Deloitte, 2020).

LBG es una metodología sencilla, pero rigurosa que aporta datos fiables sobre las contribuciones, logros e impactos de la Acción Social Empresarial (LBG España, 2022).

El *Impact Management Project* (IMP) proporciona un marco más amplio que organiza el impacto en cinco dimensiones clave: qué, quién, cuánto, contribución y riesgo. Por su parte, los Índices de Bienestar, como el Índice de Desarrollo Humano, miden el bienestar de las personas mediante indicadores de salud, educación y nivel de vida, ofreciendo una visión integral del impacto (Impact Frontiers, 2022).

El *Business Impact Analysis* (BIA) analiza los procesos de negocio de la organización para conocer qué impacto se produce en caso de que ocurra un incidente que cause la interrupción de estos procesos. Una definición más concisa “Proceso de análisis del impacto en el tiempo de una interrupción en la organización” (ISO 22301:2019, 3 Terms and definitions, 3.5).

Por otro lado, tenemos los indicadores de desempeño estandarizados, que no determinan el impacto social directamente, pero influyen de manera decisiva, ya que sobre ellos se basa la medición y están vinculados a los objetivos.

Para empresas e inversionistas que buscan evaluar su sostenibilidad, el GIIRS (*Global Impact Investing Rating System*) ofrece un sistema de calificación que mide el impacto social y ambiental. Junto con métricas estandarizadas como IRIS+, las organizaciones pueden informar de manera coherente y comparar su desempeño en términos de impacto.

También mencionar la norma ISO 26000, es una norma internacional que determina las directrices que deben de seguir las empresas para implementar la responsabilidad social (ISO 26000:2010, Prologo).

Finalmente, los indicadores cualitativos son esenciales para captar los aspectos subjetivos y personales del impacto, como las experiencias de los beneficiarios, mediante entrevistas o estudios de caso.

Estas herramientas, que van desde enfoques cuantitativos hasta narrativos, permiten una comprensión más precisa del impacto social, adaptándose a diferentes contextos y necesidades.

*Tabla 2.2 Herramientas para la medición del impacto social. Elaboración propia diversas fuentes*

Herramientas para la medición del Impacto Social	
Estándares	Metodologías
IRIS+ GIIRS ISO 26000	LBG B impact Assessment ESG Impact Management Project (IMP) SROI Teoría del Cambio Global Impact Model BIA

### 3. EMPRESAS CON PROPÓSITO

Cuando hablamos de empresas con propósito nos estamos refiriendo a organizaciones cuyos objetivos van más allá de los beneficios. Por propósito entendemos que las compañías, además de los resultados económicos, tienen que perseguir objetivos de carácter social y también medioambiental (Amat, 2020).

Los objetivos de tipo social se refieren a hacer el bien, por ejemplo, con inversiones responsables e iniciativas para promover los derechos humanos o el comercio justo, combatir la pobreza o mejorar la salud de la población. En cambio, los objetivos de tipo medioambiental se refieren a actuaciones que contribuyen a mejorar el medio ambiente o las inversiones en empresas que trabajan para mejorar la sostenibilidad (Amat, 2020)

Además, este tipo de empresas mejoran su imagen ante el público, tienen empleados, accionistas, proveedores más comprometidos con la empresa, aumentan sus ventas y a su vez los beneficios. Por lo tanto, las empresas con propósito consiguen más satisfacción, compromiso y rendimiento (Amat, 2020).

Algunos ejemplos de este tipo de empresas y sus propósitos son:

- La empresa textil Patagonia tiene como propósito defender el medio ambiente y promover practicas sostenibles. Para conseguir esto donan el 1% de sus ventas anuales a causas ambientales y, además, utilizan materiales orgánicos y reciclados, y fomentan la reparación y el reciclaje de productos.
- Otro ejemplo podría ser la marca de helados Ben & Jerry's. Para lograr su propósito se involucran en campañas de justicia social, utilizan ingredientes de comercio justo y apoyan prácticas agrícolas sostenibles.
- Como último ejemplo, la empresa Warby Parker, que es una empresa minorista de gafas, tiene como propósito proveer gafas asequibles y accesibles para todo el mundo, además por cada par de gafas vendido, donan uno a personas necesitadas a través de asociaciones no gubernamentales.

Estas empresas muestran que se puede unir la rentabilidad con un impacto social y ambiental positivo. Al hacerlo, no solo captan la atención de consumidores conscientes, sino que también motivan a otras empresas a implementar prácticas más responsables y sostenibles.

Un ejemplo de empresas con propósito seria todas aquellas que forman parte del movimiento B Corp. Las empresas B Corp son un tipo de empresas que se distinguen por su compromiso social, ambiental y económico. Estas compañías buscan generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, además de ser rentables (B Corp, 2020).

El término "B Corp" se refiere a empresas que han sido certificadas por B Lab, una organización sin ánimo de lucro que evalúa y certifica el desempeño social y ambiental de las empresas.

Algunas de las características de este tipo de empresas son (B Corp, 2020):

- Propósito social y ambiental, tienen como objetivo no solo generar beneficios económicos, sino también a contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente. Su misión va más allá de maximizar las ganancias para el accionista.
- Altos estándares de transparencia y responsabilidad, para poder ser certificadas, las empresas B Corps deben cumplir con unos exigentes estándares de desempeño social y ambiental, además de dar una imagen con total

transparencia de responsabilidad social. A esto le sumamos que las empresas se enfrentan a evaluaciones exhaustivas de estos puntos.

- Equilibrio entre propósito y beneficio, por lo general este tipo de empresas modifican sus estatutos legales para que se refleje su compromiso, asegurando con esto que los intereses de todos los stakeholders sean considerados en la toma de decisiones.
- Red global, todas estas empresas forman parte de una comunidad global que comparten valores similares, se promueve la colaboración y el intercambio de mejores prácticas para aumentar el impacto positivo colectivo.

Además de estas características, ser considerado como empresa B Corp genera también unos beneficios para la empresa.

Estas ventajas son, por ejemplo, crear una diferenciación en el mercado con este tipo de empresas, ya que a menudo los consumidores o los diferentes stakeholders prefieren apoyar a empresas que demuestren un compromiso con el bienestar social y ambiental.

El gráfico presentado a continuación ilustra cómo se distinguen las empresas B Corp y empresas sin la certificación, y como han ido variando las ventas de unas y otras desde el año 2012 hasta el año 2017. Se puede observar como con el transcurso del tiempo y la concienciación de la población las ventas de las empresas B Corp se han visto aumentadas en gran diferencia respecto del resto.

*Ilustración 3.1 Cambio porcentual en ventas de empresas B Corp. Fuente: Extraído web B Corp*



A la hora de atraer o retener talento, debido a que mucha gente busca trabajar para empresas que coincidan con sus propios valores, suelen ser muy atractivas para trabajadores que buscan el impacto y el propósito más allá del beneficio.

También da la oportunidad de formar parte de una comunidad en la que se comparten valores similares, además ofrece oportunidades para colaborar con otras empresas, o el acceso a recursos y herramientas que pueden ayudar a mejorar el desempeño social y ambiental.

Por último, una resiliencia y sostenibilidad a largo plazo, ya que estas empresas suelen posicionarse para enfrentar desafíos a largo plazo y ajustarse a un entorno empresarial que evoluciona continuamente.

Como resumen, podemos decir que las B Corp representan un cambio en la forma que se concibe el éxito empresarial, poniendo en el centro del negocio el bienestar de las personas y el planeta.

### 3.1 B CORP EN ESPAÑA

En España, el movimiento B Corp ha cobrado relevancia en los últimos años. Este movimiento global, que comenzó en Estados Unidos, y desde el año 2014 ha encontrado un terreno fértil en España, donde las empresas están cada vez más comprometidas con la sostenibilidad y el impacto social positivo.

En los últimos años, el número de empresas certificadas como B Corp en España ha crecido de manera significativa. España es uno de los países europeos con más empresas certificadas B Corp, y el movimiento está representado por una comunidad diversa que incluye desde startups tecnológicas hasta empresas más consolidadas en sectores como la moda, la alimentación y los servicios financieros.

Actualmente existen alrededor de 250 empresas en España con el sello de calidad B Corp.

Algunas de las empresas B Corp más destacadas en España, debido a la obtención de una puntuación superior al resto de empresas con esta certificación a nivel global en la evaluación de impacto B (EIB), son: Alma Natura , 21 gramos, Visualfy, Veritas, entre otras (B Corp, 2019)

Ilustración 3.2 Empresas B Corp España. Fuente: Extraído de la web B Corp



El crecimiento de las empresas B Corp en España refleja una mayor conciencia y demanda por parte de los consumidores y la sociedad en general hacia modelos de negocio más responsable. Estas empresas no solo están generando cambios en sus propias operaciones, sino que también están inspirando a otras empresas a seguir este camino. Además, el movimiento B Corp en España cuenta con el apoyo de redes y organizaciones que promueven la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa, lo que contribuye a su expansión y reconocimiento.

A pesar del crecimiento y la aceptación del movimiento B Corp en España, aún existen desafíos, como aumentar la visibilidad del sello entre los consumidores y convencer a más empresas de unirse a esta iniciativa. Sin embargo, la tendencia hacia una mayor sostenibilidad y mayor responsabilidad social sugiere que las B Corp seguirán ganando terreno en los próximos años.

En resumen, las empresas B Corp en España están liderando un cambio hacia un modelo económico más inclusivo y sostenible, alineado con las demandas de la sociedad actual por un desarrollo más equitativo y responsable.

## 4. METODOLOGÍA

Para responder a las preguntas de investigación se ha utilizado el método de *Análisis De Contenidos*, que es “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes” (Bardin, 1996).

Este tipo de análisis se aplica en diversas disciplinas, como es el caso de las ciencias sociales, se estudia fenómenos culturales, medios de comunicación, discursos, etc. También en la rama de marketing y publicidad, se analiza la percepción de la marca, la respuesta del consumidor, y el impacto que tengan las campañas publicitarias.

En este caso, se ha realizado el análisis sobre la totalidad de las empresas B Corp que operan en España. En la siguiente tabla se han incluido todas estas empresas, en total la muestra incluye 249 empresas. Obteniendo la información necesaria a través de la página web (B Corp, 2024)

Tabla 4.1 Empresas B Corp España. Fuente: Elaboración propia

Sector	Empresa		
Alimentación y Bebida	Es im-perfect Agua KM0 Agua KMZero Agua NEA Amma chocolate Baia foods Biogran Capsa food Debuencafe El pastoret de la Segarra Ben and Jerry's Conca organics Crowfarming Danone España Aguas danone	Delafruit Delicious & sons Eurofrits Chocolates Paccari Bûmerang Illy Flax&kale Goodnews Harbest market Heura foods Incapto ¡La colmena dice que si! Liquats vegetals Natra Newyorkina	Nomen foods Ocean52 Pandomar Platos tradicionales G'omer Robingood Grupo consorcio Innocent drinks Nespresso Scoolinary Veritas Vegadénia Smileat Teterum Valrhona España
Alojamiento y Hostelería	Ecostars Artiem hotels	Cashkeeper B&B hotels	Sleep'n atocha
Arquitectura	Bloomint design	Km0 Energy	Satt arquitectura
Artículos para el hogar	Vaca valiente Hannun	ACdO Andreu world	
Atención sanitaria a domicilio	Qida		
Consultoría de sostenibilidad	Grupo axis Aiguasol Angela impact economy	Felidarity Galaica consultoría integral Hands on impact	Transcendent Anthesis lavola

MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS B CORP ESPAÑA

	Impact Hub Barcelona BIKConsulting Espai energy	Impact Hub Madrid Roots for sustainability Somos Quiero	Canvas estrategias sostenibles MAS Business SouthPole
Consultoría financiera	Almanatura Business fights Poverty Daleph Habitus Incorporated	Innate motion Kaya impacto Micappital The cube	Grupo integral St consultores inmobiliarios Init services for social innovation
Captación de talento	Ethikos 3.0 Opinno Adeas hr	Ars outplacement Matteria	
Recaudación de fondos sin ánimo de lucro	Wasafiri	Stone soup consulting	Worldcoo
Reclutamiento de personas	Grupo binternacional		
Cuidado personal y del hogar	L'occitane Myalma Isdin	Quadpack Rituals The Body Shop	Weleda
Desarrollo inmobiliario	Omplin Sogeviso	St consultores inmobiliarios	Withfor
E-Commerce	Metyis	Wivai	
Educación y Formación	Grupo eduqa Conscious management institute	Emzingo Oriens	Scolinary Sek education group
Energías renovables	Canaria electrica eave Km0 energy	Cubierta solar Holaluz	
Inversores de capital	Ship2b ventures Creas	Q- impact Abac capital	Cobas asset management
Investigación y diseño	Appinio Affor health	Innuba Invepat	
Legal	Gabeiras y asociados	Gestión inteligente de conflicto	Ius+Aequitas abogados
Libros y medios de comunicación	Bookshop Noticias positivas	Anoche tuve un sueño Corresponsables	Cuento de luz Laie
Materiales de construcción	HDFaber		
Movilidad	Meep		
Otros	Manremyc Change.org	Visualfy Zero CO2	
Otro servicios financieros	Ulule Pensium	Fundeen Imaginebank	Lombard Odier Oquendo
Otros servicios	Bcome	Volies	
Productos de papel	Alier	Lc paper	
Produc. De cine	Altafonte	Santa Ibiza	

Productos de oficina e impresión	i3D - Eco packaging ideas	Sheedo	Lc paper
Productos de origen animal	Tebrio		
Productos Farmacéuticos	Bioksan Ferrer Airbox	BTSA Chiesi Lab. Expanscience	Medinsa NIMgenetics
Proveedores de Crédito	Microwd	Triodos Bank	
RR.HH	Mind Facilities Management		
Ropa, calzado y accesorios	BarnerBrand Brava Fabrics Circoolar Dopper ECOALF Patagonia Hemper Luna Brands Motocard	Parafina Buff Burton Camper Canussa Ekomodo Indi&Cold Miller&Marc	Nuoc Organic Cotton Colours Pyratex Sepiia Trendsplant Twothirds Urbanauta Sea2see
Seguros	Luko	Tuio	
Servicios Agrícolas	Grupo Aboca Agrosingularity	AlgaEnergy CrowdFarming	
Marketing y comunicación	Batlegroup 21gramos Appletree Canela PR Envato Jungle 21 La escalera de Fumio Logopost	Metyis Nomon Design Normmal Rosaparks Atrevia Bakery Group Bi-media Bridepalla	La casa de Carlota Mut Agency Nasas Firma Roman Tectonica Tinkle
Servicios de alquiler	Impact Hub Barcelona	Impact Hub Zaragoza	Impact Hub Madrid
Paisajismo	Bosquia		
Servicios de sostenibilidad	Bluephage Fazla	Phenix	
Software	Inbonis NooS Global Aranda agency Findasense ¡La colmena que dice Sí!	Persei Vivarium Specialisterne Too Good To Go Deepki Explorins	Qoala Paradigma Digital Red Points Scrap AD
Telecomunicaciones	Grupo MasMovil		
Viajes y Ocio	Authenticitys Experiences	Evaneos Motocard	Portaventura World

Por último, también hemos analizado si las empresas hablan sobre la metodología que utilizan para medir su impacto en la sociedad, al igual que antes lo hemos comprobado tanto en la página web, como en el informe RSC si dispone de uno la empresa analizada.

Los pasos que seguir en este análisis han sido:

MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS B CORP ESPAÑA

Pregunta de investigación 1	La empresa incluye el término impacto social en su página web	(Si/No)
	La empresa posee una memoria de RSC/ Sostenibilidad	(Si/No)
	La empresa incluye el término impacto social en su memoria de RSC/ Sostenibilidad	(Si/No)
Pregunta de investigación 2	La empresa incluye una medición del impacto en su página web	(Si/No)
	La empresa incluye una medición del impacto en su memoria de RSC/ Sostenibilidad	(Si/No)
	Que metodología de impacto utiliza la empresa	Metodología utilizada

## **5. RESULTADOS**

### **5.1 RESULTADOS DESCRIPTIVOS**

#### *5.1.1 ¿Qué empresas hablan de medición y cómo lo divulgan?*

Los resultados que vamos a comentar a continuación vienen dispuestos de una tabla que se ha realizado por cuenta propia, siguiendo los pasos del anterior punto comentado. En ella se han incluido todas las empresas B Corp que operan en España en total la muestra incluye 249 empresas.

El primer punto por comentar sería qué empresas nos hablan sobre su impacto en su web, ya sea a través de comentarios sobre resultados de su impacto u objetivos que se proponen para cumplir con sus políticas de RSC.

## MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS B CORP ESPAÑA

*Tabla 5.1 Porcentaje por sectores de empresas que mencionan y miden el impacto social. Fuente: Elaboración propia.*

Sector	Mención web	Informe RSC	Mención informe	Medición Web	Medición Informe
Alimentación y Bebida	93,33%	42,22%	42,22%	44,44%	33,33%
Alojamiento y Hostelería	80,00%	60,00%	60,00%	40,00%	60,00%
Arquitectura	100,00%	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%
Artículos para el hogar	50,00%	0,00%	0,00%	25,00%	0,00%
Atención sanitaria a domicilio	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Consultoría de sostenibilidad	94,12%	41,18%	41,18%	35,29%	29,41%
Consultoría financiera	90,91%	18,18%	18,18%	9,09%	9,09%
Captación de talento	80,00%	0,00%	0,00%	40,00%	0,00%
Recaudación sin ánimo de lucro	66,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Reclutamiento de personas	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Cuidado personal y del hogar	85,71%	28,57%	28,57%	28,57%	28,57%
Desarrollo inmobiliario	100,00%	50,00%	50,00%	50,00%	25,00%
E-Commerce	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Educación y Formación	83,33%	16,67%	16,67%	0,00%	16,67%
Energías renovables	75,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Inversores de capital	100,00%	80,00%	80,00%	60,00%	80,00%
Investigación y diseño	75,00%	25,00%	25,00%	50,00%	25,00%
Legal	100,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Medios de comunicación	66,67%	0,00%	0,00%	16,67%	0,00%
Materiales de construcción	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Movilidad	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Otros	75,00%	50,00%	50,00%	25,00%	25,00%
Otro servicios financieros	100,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Otros servicios	100,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Productos de papel	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Producc. De cine	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Productos oficina e impresión	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Productos de origen animal	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Productos Farmacéuticos	75,00%	12,50%	12,50%	37,50%	12,50%
Proveedores de Crédito	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
RR.HH	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Ropa, calzado y accesorios	88,00%	24,00%	24,00%	44,00%	24,00%
Seguros	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Servicios Agrícolas	100,00%	50,00%	50,00%	0,00%	50,00%
Marketing y comunicación	82,61%	21,74%	21,74%	8,70%	13,04%
Servicios de alquiler	100,00%	33,33%	33,33%	100,00%	33,33%
Paisajismo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Servicios de sostenibilidad	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Software	64,29%	7,14%	7,14%	28,57%	7,14%
Telecomunicaciones	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%
Viajes y Ocio	100,00%	50,00%	50,00%	25,00%	50,00%
Total	86,35%	28,51%	28,51%	31,33%	24,10%

Como podemos observar en la tabla 5.1, el 86% de las empresas incluyen en algún momento el término impacto social en su web siendo los sectores que más incluyen el concepto por su representatividad el sector de alimentación y bebida y el de ropa, calzado y accesorios, ya que son los sectores con mayor número de empresas. En cambio, los sectores que menos incluyen el concepto serían el sector de producción de cine, el E-commerce o el sector de artículos para el hogar. Algo a destacar de estos sectores es que por lo general las empresas que no hablan de ello, suelen tener una página web muy básica, únicamente enfocada al cliente y a su servicio.

Un ejemplo de empresa que incluye este término sería Baïa Food: “En Baïa Food estamos comprometidos con el planeta, y crear un impacto positivo. Tanto en la salud de las personas, como en la salud del planeta”.

Otras empresas optan también por mencionarlo a través de un informe, memoria o manifiesto de sostenibilidad. Esto supone el 28,5% del total de empresas. Luego encontramos que únicamente una empresa opta por solo mencionarlo en su informe, la empresa Nasas. Algo destacable es que, observando la información presentada en la tabla, se ve que el 100% de las empresas que poseen un informe de RSC incluyen en el de una manera u otra el termino impacto social.

Cabe destacar que las empresas que optan también por la manera de informar a través de memorias o informes RSC, nos dan la información mucho más clara y concisa, con datos, indicadores y todos sus objetivos razonados, ya que por lo general en las páginas web viene explicado de una manera más escueta.

Un ejemplo de lo que se acaba de comentar de la empresa Change.org (Change.org, 2020, p.7): “Las más de 41.000 campañas iniciadas mensualmente, los más de 329 millones de usuarios de nuestra red mundial y las miles de respuestas de los destinatarios de todo el mundo hacen que cada vez sea más evidente el potencial de nuestra plataforma para tener un impacto transformador”.

Si nos dirigimos nuevamente a la tabla 5.1, veremos que existen patrones en algunos de los sectores estudiados. Ya que, como mencionamos en el primero de los puntos de este apartado, solamente poseen un informe de RSC alrededor de un 30% de la muestra, siendo esta en total de 249 empresas, además la gran mayoría de empresas con un informe se encuentran siempre en los sectores con mayor número de empresas de la muestra.

En cuanto a patrones, el sector más a destacar sería el de alimentación y bebida, debido a que es el que cuenta con mayor número de empresas con el sello B Corp. Algo a destacar es que perteneciendo a este sector 45 empresas, únicamente 3 de ellas no mencionan nada sobre el impacto social en sus webs y tampoco poseen un informe que hable de ello. En cambio, de las 42 empresas que, si mencionan en algún punto este tema, únicamente 20 de ellas hablan sobre la medición de su impacto, y es algo extraño dado que son empresas que la gran mayoría se dedican a producir un bien perecedero con las consecuencias que pueda tener, ya sea el embalaje o mismamente la producción del bien. La gran mayoría de empresas de este sector hablan sobre la disminución del Co2, reciclaje del plástico, o el cuidado del océano.

Después, algo que comentar sería que la gran mayoría de empresas que no poseen un informe RSC, son por lo general empresas de servicios. Es decir, ofrecen en su gran medida algo intangible al comprador, por lo que en este aspecto no tienen un impacto directamente a través de su actividad económica. Por lo general, este tipo de empresas según lo investigado tienen un impacto social indirecto, ya que suelen basar sus políticas sociales o medioambientales, en donaciones a otras organizaciones.

Dentro de esas empresas que dan un servicio, encontramos aquellas que son consultoras de sostenibilidad, aquí tenemos un par de empresas que, en vez de medir su impacto, son ellas las encargadas a través de metodologías propias o no, de medir y realizar los consiguientes informes a empresas que se lo soliciten.

Otros sectores de consultorías o de servicios financieros, tienen algo en común y es que por lo general basan toda su medición del impacto, a través de los ODS, prácticamente todas se basan en los mismos objetivos, en este caso el objetivo 5 (Igualdad de Género) y el objetivo 8 (Trabajo decente y crecimiento económico). Por lo general, basan su

política a través de un código ético, por lo que suele ser más social y económico, que medioambiental su impacto.

El sector de ropa, calzado y accesorios, también encontramos un patrón y es que todas las empresas nos colocan indicadores de impacto tanto en sus páginas web como en los informes RSC, al igual que en el caso del sector de alimentación y bebidas, todos esos indicadores van en relación con su producción y sus esfuerzos por reducir su huella de contaminación durante el proceso de fabricación o hasta en el envío de sus productos. Algún ejemplo es que estas empresas están enfocadas en realizar su producto o líneas de producto con materiales 100% reciclados (Urbanauta, 2023) “Trabajamos en la búsqueda de nuevos materiales, nuevos procesos de producción y transporte para ser cada vez más sostenibles” o (Sea2see, 2024) “From our supply chain to products manufactured with 100% Upsea™ up-cycled marine plastic”. Si que en este sector también encontramos que muchas empresas prefieren tener un impacto a través de una inversión en forma de donación hacia una organización sin ánimo de lucro o en este caso algunas poseen hasta sus propios proyectos. Por ejemplo, aquí por cada producto comprado la empresa posee la política de plantar un árbol (Canussa, 2024) “Estamos orgullosos de anunciar que, gracias a nuestros clientes, ya hemos plantado más de 4,300 árboles”.

Otro sector que destacar sería el de servicios de sostenibilidad, reciclaje y gestión de residuos, ya que las tres empresas que lo forman sí que mencionan el impacto en sus webs, pero ninguna de ellas posee un informe y tampoco ninguna habla sobre la medición que tienen sus acciones, y es algo curioso tratándose del sector que es.

Por último, hay que mencionar que el patrón más claro que existe entre las empresas es que ni importa en que sector se encuentre la empresa, ya que por lo general las que más información nos aportan sobre su impacto suelen ser las más grandes. Esto puede ser debido a que en gran parte el realizar un informe suele ser algo costoso que las empresas suelen omitir debido a que no es algo que estén obligadas a hacerlo, además de que esa omisión la realizan a cambio de mencionarlo de manera más escueta en su web. Aunque tratándose de empresas que buscan el reconocimiento a través de un sello de reconocimiento por su impacto, sería importante que fuera una parte obligatoria el tener un informe actualizado a cada año, para poder optar a esta certificación.

### *5.1.2 Tipos de metodología de medición*

En cuanto a las metodologías de medición que utilizan las empresas analizadas, cabe destacar que no hay demasiadas empresas que mencionen la metodología que utilizan, y por lo general suele venir descrito en el informe.

Atendiendo a la muestra, podemos observar que la gran mayoría de empresas no nos menciona una metodología en concreto, ya que muchas de ellas utilizan su propio método y no siguen ninguna metodología, pero por lo general, una gran parte de las empresas sí que nos ofrecen indicadores de impacto (Impact Hub Madrid, 2023): “Los indicadores de impacto social de las empresas miden los efectos positivos o negativos de la actividad de estas sobre la sociedad y el medio ambiente”. Estos indicadores recogen de manera cuantitativa el impacto que se ha tenido sobre una causa o iniciativa que lleve a cabo la empresa. Un ejemplo de esto nos lo da la empresa Organic cotton colours en su informe de RSC (Organic cotton colours, 2020, p.5): “El total de Kg de CO2 emitidos durante el periodo 2019 por la actividad productiva de Organic Cotton Colours representa un ahorro del 45,57% si lo comparamos con la producción anual de una empresa con la misma actividad que opera con algodón convencional de la India”.

En cambio, otros reflejan su impacto a través de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible). Estos son unos objetivos marcados por Naciones Unidas, son en total 17 y están diseñados para lograr un futuro mejor y más sostenible para todos, a través de la cooperación de gobiernos y empresas. En este caso, ya sea a través de la web o del informe, cada empresa que emplea esto para medir el impacto, a través de la consecución de esos objetivos propuestos la empresa puede hacer una medición. Aquí un ejemplo de una empresa cántabra Grupo Consorcio, que establece que (Grupo Consorcio, 2021): “Desde 2016 nuestro camino de transformación hacia la sostenibilidad se centra en cada uno de los objetivos de la Agenda 2030, haciendo hincapié en aquellos propósitos relevantes para nuestro sector”.

Otro sistema de rendición de cuentas utilizado sería a través del *Global Reporting Initiative* (GRI). Este es un marco que establece guías y normas para que las empresas, gobiernos y organizaciones no gubernamentales (ONGs) puedan reportar su desempeño en términos de sostenibilidad. En cuanto a la muestra, resalta ya que son bastantes las empresas que utilizan de guía este tipo de estándares, ejemplo de ello es Bakery Group; Camper; Grupo consorcio, entre otras.

También en la muestra nos aparece otro tipo de sistema de medición que es el *Business Impact Analysis* (BIA), es el caso de la empresa Grupo Aboca. Nos lo define como (Grupo Aboca, 2023, p.31): “Una herramienta desarrollada por la organización sin ánimo de lucro B Lab, que permite evaluar, de forma cuantitativa y rigurosa, el impacto social y medioambiental generado por una empresa”.

### 5.1.3 ¿Qué impacto tienen y cómo lo comunican?

Las empresas B Corp en España buscan generar un impacto positivo en el ámbito social, medioambiental y económico, y destacan por su compromiso en transformar los modelos de negocio tradicionales hacia prácticas sostenibles y éticas.

En primer lugar, en función de los datos que nos aportan en sus webs o en los informes RSC a través de la cuantificación de su impacto se puede afirmar el párrafo anterior, a continuación, expondremos ejemplos de alguna de las empresas, en distintos ámbitos de impacto social:

- Enfoque en la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente.
- Bienestar de los trabajadores
- Compromiso social y comunitario
- Educación y sensibilización

Dentro del Enfoque en la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente encontramos la reducción del impacto ambiental, empresas como Pastoret buscan disminuir por ejemplo su huella de carbono (“Pastoret somos una empresa que compensa más CO2 del que emite”), también reducir el uso de recursos naturales como es el agua, la energía y así fomentar una economía circular. Bûmerang recicla el 95% del material para volver a utilizarlo, también el uso de energías renovables, y también, hay empresas que fomentan el reciclaje en la empresa. Por último, mencionar a las empresas de alimentación que promueven alternativas más sostenibles, como productos basados en plantas o la reducción de alimentos, un ejemplo de esto sería Danone (“Creemos que los alimentos producidos de manera sostenible pueden ayudar a proteger y restaurar la salud de nuestro planeta”).

Las empresas B Corp no solo buscan la sostenibilidad ambiental, sino también el bienestar y desarrollo de sus empleados, promoviendo entornos de trabajo justos y equitativos. Es el caso de Triodos Bank, que, en el ámbito laboral, fomenta el bienestar

de sus empleados mediante políticas de inclusión, salarios justos y beneficios que promueven el desarrollo profesional. Estas políticas se reflejan en sus informes de sostenibilidad, en los que Triodos Bank muestra su compromiso con la mejora continua del ambiente de trabajo, y se comunican en su sitio web y plataformas de redes sociales (Triodos Bank, 2023).

Estas también buscan generar un impacto social positivo en sus comunidades, ya sea mediante el apoyo a proyectos sociales, el fomento de la educación o el acceso a recursos básicos en zonas vulnerables, empresas como Veritas que posee proyectos de este ámbito, como la colaboración con bancos de alimentos y organizaciones benéficas para reducir el desperdicio de alimentos y apoyar a comunidades necesitadas (Veritas, 2022). También existen otros proyectos como el de Bioksan, que dona terrenos de cultivos en países subdesarrollados para garantizar la alimentación de familias (Bioksan, 2023).

Por último, las empresas B Corp españolas también desempeñan un papel activo en la sensibilización sobre temas de sostenibilidad y en la educación de consumidores y otras empresas, promoviendo un cambio positivo en la sociedad. Too Good To Go es una plataforma que combate el desperdicio alimentario conectando a consumidores con negocios que venden alimentos a punto de caducar a precios reducidos. Además de su función comercial, Too Good To Go realiza campañas educativas sobre el desperdicio de alimentos (Too Good To GO, 2023).

En segundo lugar, tenemos la forma en que estas empresas comunican su impacto. En el primer punto ya lo mencionamos y son a través de informes de sostenibilidad, en los que detallan su impacto ambiental, social y económico de manera anual. Estos a su vez suelen incluir métricas y datos concretos sobre los diferentes impactos que la empresa haya podido tener.

Otro canal por el que se comunica su impacto es a través de las memorias anuales que realiza B Lab Spain en su página web. Estas tienen como objetivo ofrecer una visión completa sobre las actividades, logros, impacto y desafíos del año en cuestión, relacionados con las empresas con el sello B Corp.

Ilustración 5.1 Cifras de las empresas B Corp en 2023. Fuente: Extraído de la memoria anual 2023 de B Corp Spain



Por último, debemos mencionar las colaboraciones, es decir empresas que se asocian con ONGs, para comunicar y garantizar así su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, un ejemplo de ello sería la empresa de seguros Luko (“buscamos generar un impacto positivo ambiental y social, y por eso todos los años donamos una parte de nuestros ingresos a ONGs). Esto además añade credibilidad y transparencia a sus iniciativas.

## 6. CONCLUSIÓN

El presente trabajo ha permitido realizar un análisis exhaustivo sobre el impacto social que generan las empresas B Corp en España, evaluando tanto su compromiso con la sostenibilidad como las herramientas que utilizan para medir y comunicar dicho impacto. Estas empresas representan una transformación significativa en el panorama empresarial, al combinar la búsqueda de rentabilidad económica con objetivos sociales y ambientales, estableciendo un modelo de negocio innovador y ético que responde a las demandas actuales de la sociedad.

A lo largo de la investigación se ha evidenciado que las empresas B Corp, al unirse a exigentes estándares de desempeño, buscan generar un impacto positivo no solo en sus operaciones internas, sino también en el entorno en el que operan. Sin embargo, este compromiso no es el mismo entre sectores. Por ejemplo, se observa que industrias como la alimentación y bebidas, así como la moda y los accesorios, destacan en la integración de estrategias sostenibles, el uso de materiales reciclados y la comunicación clara de sus esfuerzos. En cambio, sectores más orientados a servicios intangibles, como las consultoras o servicios financieros, tienden a centrar su impacto en aspectos más sociales y económicos.

A pesar de los avances, uno de los grandes desafíos detectados es la falta de sistematización en la evaluación del impacto social. Muchas empresas carecen de metodologías claras o de indicadores estandarizados que permitan cuantificar de forma precisa sus contribuciones. Aunque algunas adoptan herramientas como el Global Reporting Initiative (GRI) o el Social Return on Investment (SROI), un porcentaje significativo no utiliza métricas reconocidas, optando por enfoques propios o limitándose a descripciones cualitativas en sus informes. Esto refleja una necesidad urgente de avanzar hacia una mayor uniformidad en los estándares de medición para garantizar transparencia y credibilidad.

Por otro lado, la comunicación del impacto generado también varía significativamente entre las empresas. Mientras que las grandes empresas suelen publicar informes detallados y completos, las más pequeñas tienden a limitarse a menciones generales en sus sitios web. Esta diferencia puede deberse a factores como el coste de producción de informes o la falta de recursos especializados. Sin embargo, tratándose de empresas que aspiran a destacarse por su impacto positivo, resulta fundamental que todas, independientemente de su tamaño, adopten prácticas de comunicación más rigurosas y accesibles, un ejemplo de esto sería la de emplear las redes sociales, debido a la facilidad y rapidez para comunicar en ellas, y su bajo coste que en algunos casos puede llegar a ser nulo.

En última instancia, el trabajo pone de manifiesto la importancia del movimiento B Corp en la transformación del entorno empresarial hacia modelos más inclusivos y sostenibles. No obstante, para consolidar este impacto, será crucial fomentar políticas que impulsen la accesibilidad a herramientas de medición, la obligatoriedad de informes regulares y la estandarización de las metodologías. Esto no solo fortalecerá el reconocimiento de las empresas B Corp, sino que también inspirará a otras empresas a seguir este camino.

Como conclusión, podemos afirmar que las empresas B Corp en España están liderando un cambio en el entorno empresarial, alineándose con las demandas sociales y ambientales del siglo XXI. Su éxito y crecimiento dependerán de su capacidad para medir y comunicar de forma transparente su impacto, lo que permitirá consolidar su papel como agentes de cambio en una economía que busca ser cada vez más equitativa, sostenible y responsable. Este trabajo contribuye a visibilizar los logros y

desafíos del movimiento, sirviendo como base para futuras investigaciones y propuestas de mejora en el ámbito de la sostenibilidad empresarial.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

*Impacto social - ES|IMPACT*. ES|IMPACT. (2024). [en línea] Disponible en: <https://www.esimpact.org/impacto-social/>. (Consultado el 22/05/2024).

*La revolución del impacto social, según Sir Ronald Cohen*. Libertad Digital. (2023). [en línea] Disponible en: <https://www.libertaddigital.com/ciencia-tecnologia/internet/2023-09-21/la-revolucion-del-impacto-social-segun-sir-ronald-cohen-7049945/> (Consultado el 24/05/2024).

EQUIPOS & TALENTO, El Portal de los Recursos Humanos. (2012). [en línea] Disponible en: [https://www.equiposytalento.com/contenido/download/estudios/ImpactoRSE.pdf#:~:text=El%20impacto%20puede%20definirse%20como,o%20actividad%20\(programa\)](https://www.equiposytalento.com/contenido/download/estudios/ImpactoRSE.pdf#:~:text=El%20impacto%20puede%20definirse%20como,o%20actividad%20(programa)). (consultado el 25/05/2024).

B Corps Spain (2024) El Movimiento B Corp. [en línea] Disponible en: <https://www.bcorpSpain.es/movimiento-b>

San Pedro, P. et al. (2021) PROPUESTAS PARA LA MEDICIÓN Y GESTIÓN DEL IMPACTO SOCIAL. Universidad Pontificia Comillas. [en línea] Disponible en: <https://files.griddo.comillas.edu/propuestas-para-la-medicion-y-gestion-del-impacto-social.pdf>

MOVIMIENTO IBEROAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. Construye tu empresa con propósito: 10 pasos para alcanzar el éxito sostenible. LinkedIn (2023). [en línea] Disponible en: <https://es.linkedin.com/pulse/construye-tu-empresa-con-propósito-10-pasos-para-alcanzar-#:~:text=Una%20empresa%20con%20propósito%20busca%20generar%20un%20impacto%20positivo%20en,que%20solo%20busca%20obtener%20utilidades>

Flavia (2024) 'Indicadores de impacto social que toda empresa debe conocer', *Impact Hub Madrid*, (2024). [en línea] Disponible en: <https://madrid.impacthub.net/2023/05/23/indicadores-de-impacto-social/>

Robin, S. y Fundación para la Universitat Oberta de Catalunya (2019) Herramientas de medición del impacto social, Fundación Para la Universitat Oberta de Catalunya. [en línea] Disponible en: [https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/56948/2/Herramientas%20de%20medici%C3%B3n%20del%20impacto%20social\\_M%C3%B3dulo1.pdf](https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/56948/2/Herramientas%20de%20medici%C3%B3n%20del%20impacto%20social_M%C3%B3dulo1.pdf)

Narrillos, H. (2010). El SROI (social return on investment): Un método para medir el impacto social de las inversiones. *Análisis Financiero*, (113).

B Lab (2023) Memoria Anual 2023. [en línea] Disponible en: <https://static1.squarespace.com/static/62d660998c3985731c8e3b71/t/65cdcca48fb54c65825ed911/1707986106139/Memoria+Anual+2023+B+Lab+Spain.pdf>

Naciones Unidas (2024) Objetivos de desarrollo sostenible. [en línea] Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

*Qué es un KPI, para qué sirve y cómo utilizarlo en tu proyecto*, Asana (2024). [en línea] Disponible en: <https://asana.com/es/resources/key-performance-indicator-kpi>

SALES, Gonzalo. MEDIR PARA EVALUAR. Fundación SERES. Fundación sociedad y empresa responsable. (2016). [en línea] Disponible en:

[https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDe=142#:~:t=EI%20Modelo%20LBG%20\(London%20Benchmarking,las%20empresas%20en%20la%20comunidad](https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDe=142#:~:t=EI%20Modelo%20LBG%20(London%20Benchmarking,las%20empresas%20en%20la%20comunidad)

ALONSO, Cesar. *¿Qué es el BIA? Su importancia en la continuidad de negocio.*

GlobalSuite Solutions. [en línea] (2020). Disponible

en: <https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-es-business-impact-analysis/>

Trujillo, R., Gómez, A. y Canales, R. (2018). *Midiendo el valor del impacto social empresarial: Herramientas de medición y valoración del impacto social empresarial.* Clúster-Forética.

*El Gobierno crea el Fondo de Impacto Social para impulsar inversiones que tengan fines sociales y medioambientales.* Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. (2024). [en línea] Disponible en:

<https://www.inclusion.gob.es/w/el-gobierno-crea-el-fondo-de-impacto-social-para-impulsar-inversiones-que-tengan-fines-sociales-y-medioambientales>. (Consultado el 25/09/2024).

AMAT, Oriol. *Triuna: Las empresas con propósito más allá de los beneficios van mejor.*

Harvard Deusto las revistas. 08/05/2020. [en línea] Disponible en:

<https://www.harvard-deusto.com/triuna-las-empresas-con-proposito-mas-alla-de-los-beneficios-van-mejor>.

Retolaza Eguren, I. et al. (2010) TEORÍA DE CAMBIO. [en línea] Disponible en:

[https://dhis.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/5020/resource\\_files/Guia Teoria de Cambio Retolaza 2009 .pdf](https://dhis.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/5020/resource_files/Guia%20Teoria%20de%20Cambio%20Retolaza%202009.pdf).

Medición del impacto social, ambiental y socioeconómico a través de la metodología SROI. ECODES - Tiempo de actuar. 23/05/2019. [en línea] Disponible en:

<https://ecodes.org/hacemos/cultura-para-la-sostenibilidad/medicion-y-evaluacion-de-impacto/medicion-del-impacto-social-ambiental-y-socioeconomico-a-traves-de-la-metodologia-sroi>.

Impact frontiers (2022) Perspectiva general del Impact Management Project (el Proyecto de Gestión de Impacto). [en línea] Disponible en:

[https://impactfrontiers.org/wp-content/uploads/2022/05/Perspectiva-del-inversor\\_sp.pdf](https://impactfrontiers.org/wp-content/uploads/2022/05/Perspectiva-del-inversor_sp.pdf).

ISO 22301:2019(en) (2019) Security and resilience — Business continuity management systems — Requirements. [en línea] Disponible en:

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:22301:ed-2:v1:en>

ISO 26000:2010(es) (2010) Guía de responsabilidad social. [en línea] Disponible en:

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Deloitte. (s.f.). Global Impact Model. [en línea] Disponible en:

<https://www.deloitte.com/es/es/services/consulting/services/Global-Impact-Model.html> [Acceso: 9 noviembre 2024].

UNIR. (2024). *Emprendimiento social: claves, beneficios e impacto en la sociedad.* [en línea] Disponible en:

<https://www.unir.net/revista/ciencias-sociales/emprendimiento-social/> [Acceso: 9 noviembre 2024].

Fundación LBG España. (s.f.). ¿Qué es el modelo LBG? [en línea] Disponible en: [https://www.lbg.es/es/que\\_es/modelo](https://www.lbg.es/es/que_es/modelo) [Acceso: 12 noviembre 2024].

Organic Cotton Colours. (2020). *Informe de sostenibilidad 2020*. [en línea] Disponible en: <https://www.organiccottoncolours.eco/blog/blog-1/informe-de-sostenibilidad-2020-14> [Acceso: 10 noviembre 2024].

Grupo Consorcio. (2021). *Memoria de sostenibilidad 2021*. [en línea] Disponible en: [https://www.grupoconsorcio.com/default/documentos/35\\_es-memoria\\_de\\_sostenibilidad\\_2021.pdf](https://www.grupoconsorcio.com/default/documentos/35_es-memoria_de_sostenibilidad_2021.pdf) [Acceso: 10 noviembre 2024].

Change.org. (2020). *Informe de Impacto 2020*. [en línea] Disponible en: [https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2020/2020\\_Impact+Report\\_Change\\_ES\\_v02.pdf](https://static.change.org/brand-pages/impact/reports/2020/2020_Impact+Report_Change_ES_v02.pdf) [Acceso: 10 noviembre 2024].

Aboca. (2023). *Informe de impacto 2023*. [en línea] Disponible en: <https://doc.gruppoaboca.com/relimp23es/> [Acceso: 13 noviembre 2024].

Triodos Bank. (s.f.). *Visión e impacto de Triodos Bank*. [en línea] Disponible en: <https://www.triodos.es/es/vision-impacto> [Acceso: 14 noviembre 2024].

Veritas. (s.f.). *Responsabilidad corporativa de Veritas Technologies*. [en línea] Disponible en: <https://www.veritas.com/es/es/company/corporate-responsibility> [Acceso: 14 noviembre 2024].

Bioksan. (s.f.). *Progreso social*. [en línea] Disponible en: <https://bioksan.com/pages/progreso-social> [Acceso: 14 noviembre 2024].

Too Good To Go. (s.f.). *B Corp de Too Good To Go*. [en línea] Disponible en: <https://www.toogoodtogo.com/es/about-us/b-corp> [Acceso: 14 noviembre 2024].

Baia Food. (s.f.). *Sostenibilidad*. [en línea] Disponible en: <https://baiafood.com/pages/sostenibilidad?srsId=AfmBOooW4IDC7LHU9HIWqQJtxIW F4sG1EFYYFhYWdMirOyjGJHm5yCG3> [Acceso: 14 noviembre 2024].