

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

CURSO ACADÉMICO 2024-2025

TRABAJO FIN DE GRADO

**ANÁLISIS SECTORIAL DE LAS DIMENSIONES CLAVE
EN EL MODELO B CORP**

**SECTOR ANALYSIS OF THE KEY DIMENSIONS IN THE
B CORP MODEL**

AUTOR/A: BEATRIZ VILLANUEVA NÚÑEZ

DIRECTORAS:

LIDIA SÁNCHEZ RUIZ

BEATRIZ BLANCO ROJO

CONVOCATORIA DE DEFENSA: JULIO, 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/DoñaBeatriz Villanueva Núñez..... 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.:Beatriz Villanueva Núñez.....

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	4
1. INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO CONCEPTUAL	6
2.1. DEFINICIÓN DE IMPACTO SOCIAL.....	6
2.2. MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL.....	6
2.3. MOVIMIENTO B CORP	9
2.3.1. Proceso de obtención de la certificación	9
3. CONTEXTUALIZACIÓN	13
3.1. EL MOVIMIENTO B CORP EN EL MUNDO	13
3.2. EL MOVIMIENTO B CORP EN ESPAÑA	14
4. METODOLOGÍA.....	18
5. RESULTADOS	19
5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA MUESTRA.....	19
5.2. ANÁLISIS SECTORIAL.....	21
5.3. ANÁLISIS DE DIFERENCIA DE MEDIAS.....	22
6. CONCLUSIÓN	25
7. BIBLIOGRAFÍA	27

RESUMEN

La concienciación global que se ha creado respecto a la sostenibilidad ha llevado a que las empresas sean vistas no solo como entidades creadas para generar beneficio económico, sino también como organizaciones clave para crear una huella ambiental y social positiva. Por lo que se ha vuelto crucial que las empresas adopten modelos de negocio más sostenibles.

El movimiento B Corp es considerado un movimiento que lidera la transformación del panorama empresarial con un propósito que promueve la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Su crecimiento se ha vuelto imparable aumentando el número de empresas certificadas como empresas B a lo largo de los años.

En concreto, el objetivo de este trabajo es detectar si existen diferencias significativas entre las puntuaciones medias de cada sector en las cinco áreas clave del modelo B Corp. Para el estudio se utilizará una base de datos en la que se recopila información sobre empresas B certificadas. Se llevará a cabo un análisis descriptivo y una prueba de diferencia de medias para conocer si las diferencias son significativas.

Los resultados finales evidencian que en dos de las dimensiones clave del modelo, clientes y medioambiente, la diferencia de medias es significativa.

ABSTRACT

The global awareness surrounding sustainability has led to companies being viewed not only as entities created to generate economic profit, but also as key organizations for creating a positive environmental and social footprint. Therefore, it has become crucial to adopt more sustainable business models.

The B Corp movement is considered a movement leading the transformation of the business landscape with a purpose that promotes sustainability and corporate social responsibility. Its growth has become unstoppable, increasing the number of companies certified as B Corp over the years.

Specifically, the objective of this paper is to detect whether there are significant differences between the average score of each sector in the five key areas of the B Corp model. The study will use a database that compiles information on certified B Corp companies. A difference of means test will be conducted to determine whether the differences are significant.

The final results show that the difference in means is significant in two of the model's key dimensions: the customer dimension and the environmental dimension.

1. INTRODUCCIÓN

El mundo se enfrenta a una serie de desafíos importantes a nivel global como la pérdida de biodiversidad, una crisis climática, la contaminación, la deforestación y la desigualdad social y económica entre otros. A raíz de estos problemas se ha puesto en cuestión el papel que juegan las empresas de manera tradicional, que es el de únicamente obtener un beneficio económico. Ante esta situación, está surgiendo una nueva manera de percibir la actividad empresarial, donde “*la prioridad para las empresas sociales no es únicamente el beneficio económico, sino que también quieren alcanzar el objetivo de intentar generar impacto social*” (Impact Hub, 2015).

Como consecuencia de estos problemas ha habido una concienciación global sobre la necesidad de aplicar acciones sostenibles. Debido a ello surgió la necesidad de comenzar a medir el desempeño sostenible de las empresas, ya que estas se ven presionadas tanto por consumidores, como por inversores, como por importantes instituciones que lo fomentan, a añadir prácticas que generen una huella medioambiental positiva como parte esencial de su estrategia empresarial.

Debido a la aparición de esta nueva necesidad de las empresas, han surgido nuevos modelos de negocio y nuevas herramientas que fomentan y promueven la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. De esta manera buscan mantener un equilibrio entre la rentabilidad financiera y los objetivos sociales.

Uno de los movimientos más significativos y representativos de este cambio es el de las empresas B Corp, “*representan el modelo de empresa sostenible y regenerativa más avanzado del mundo*” (B Corp Spain, 2023c) cumpliendo con altos estándares de desempeño verificado donaciones benéficas, transparencia en áreas.

El principal objetivo del trabajo es detectar y analizar si existen diferencias significativas en cada una de las cinco áreas evaluables del modelo B Corp por sectores. En este sentido, se pretende analizar las puntuaciones de cada sector en las cinco dimensiones clave de la Evaluación de Impacto B para poder identificar patrones comunes y extraer diferencias que permitan comprender cómo varía el desempeño según el sector al que pertenecen las empresas.

En lo que respecta al trabajo, este se dividirá en las siguientes partes:

- Una primera parte en la que se definirá qué es el impacto social y se comentan diferentes maneras de medirlo, destacando el movimiento B Corp.
- Una segunda parte en la que se crea un contexto de la situación del modelo tanto nacionalmente como internacionalmente.
- En la tercera parte se menciona la metodología utilizada para llevar a cabo el análisis y se lleva a cabo este.
- En el último punto se llevará a cabo una conclusión respecto al análisis.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. DEFINICIÓN DE IMPACTO SOCIAL

El término de impacto social se define como “*el resultado que una actividad o acción tiene en la sociedad y el planeta*” (Transcendent, 2014). Es importante para una empresa generar un impacto positivo, pero también resulta esencial no generar un impacto negativo, por lo que medir el impacto que generan las empresas es necesario para llevar a cabo la toma de decisiones dentro de la compañía. Este concepto ha adquirido más importancia con el paso de los años ya que a las empresas se les exige un papel más activo en conseguir un futuro más igualitario y sostenible.

En este marco es importante el concepto de la responsabilidad social corporativa (RSC) que es definida como “*el compromiso de carácter voluntario que adquiere una empresa*” (Transcendent, 2014) y genera un impacto positivo en la sociedad, que es una herramienta clave que utilizan las empresas para gestionar su impacto en la sociedad.

Antes se podía percibir esta responsabilidad social corporativa como algo superficial y como una estrategia de marketing que se limitaba a llevar a cabo ciertas iniciativas o actividades que no suponían ningún compromiso real de la empresa con el cambio social, “*por lo tanto el modelo económico y empresarial tradicional ya no es suficiente*” (B Lab Spain, 2024).

Es importante hacer una distinción entre estos dos términos ya que comparten similitudes, pero no hacen referencia a lo mismo, ya que por un lado la Responsabilidad Social corporativa se trata de un enfoque de estrategia empresarial, mientras que por otro lado el impacto social hace referencia a los efectos y consecuencias, tanto negativos como positivos, que la actividad de una empresa tiene en la sociedad.

La medición del impacto es muy útil en varios aspectos ya que permite hacer un seguimiento del desarrollo de un proyecto y asegurar sus resultados (Impact Hub 2015). Ayuda a identificar mejoras, comprobar la eficiencia y eficacia de un posible proyecto y favorecer objetivos coherentes, también a los grupos de interés de una empresa les interesa que esta lleve a cabo la medición del impacto, ya que les brinda información de posibles proyectos y asegurar los resultados a los inversores y accionistas, y satisface las expectativas de consumidores.

Por lo que dada la importancia que tiene el impacto social en las entidades, cada vez hay más estudios, trabajos e investigaciones centrados en la medición del mismo.

2.2. MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

Una pregunta que puede surgir es, ¿Por qué es importante medir el impacto social en las empresas? Pues bien, medir el impacto social en las empresas es fundamental por varias razones (Transcendent, 2014):

- Permite a la empresa demostrar el valor que ha generado más allá del beneficio económico
- Orienta a los inversores y financiadores a tomar decisiones para evaluar sus inversiones
- Permite a las empresas optimizar y ajustar sus estrategias en función de qué actividades generan un mayor impacto
- Transparencia
- Impulsa la mejora continua
- Favorece el acceso a incentivos y financiación pública

Con todas estas razones se refleja que la medición del impacto en las empresas es clave para las empresas ya que afecta a la mayoría de sus grupos de interés.

Actualmente existen una amplia variedad de metodologías y herramientas para medir y gestionar el impacto social de enfoques distintos a disposición de las empresas, lo cual ayuda a adaptar la medición a las características de cada empresa. Todas ellas posibilitan cuantificar el impacto que generan las empresas y llevar a cabo su posterior seguimiento y monitorización (Transcendent, 2014).

Un ejemplo de estas metodologías es el marco normativo desarrollado por el GECES y la EVPA (European Venture Philanthropy Association) por el cual establece unos pasos que se recomiendan seguir para todas las herramientas de medición que se propongan (Comisión Europea, 2014).

Es importante contar con una manera sistemática de medir el impacto social, tanto que en 2012 “el GECES estableció un subgrupo de expertos en medición del impacto social para asesorar sobre una metodología que se pudiese aplicar en todo el sector del empresariado social europeo” (Comisión Europea, 2014).

El proceso para llevar a cabo la medición del impacto con esta metodología común consta de cinco pasos a seguir (Ilustración 2.1.). En primer lugar, hay que establecer los objetivos. En segundo lugar, hay que realizar un análisis de las partes interesadas para entender su función en el proyecto. En tercer lugar, se lleva a cabo una medición de los resultados, seguidamente se lleva a cabo una verificación y evaluación del impacto para comprobar que el impacto buscado se ha conseguido y tiene sentido (Impact Hub, 2015). Por último, hay que realizar un seguimiento sistemático y tras ello realizar un reporte de manera interna o externa a las partes interesadas.

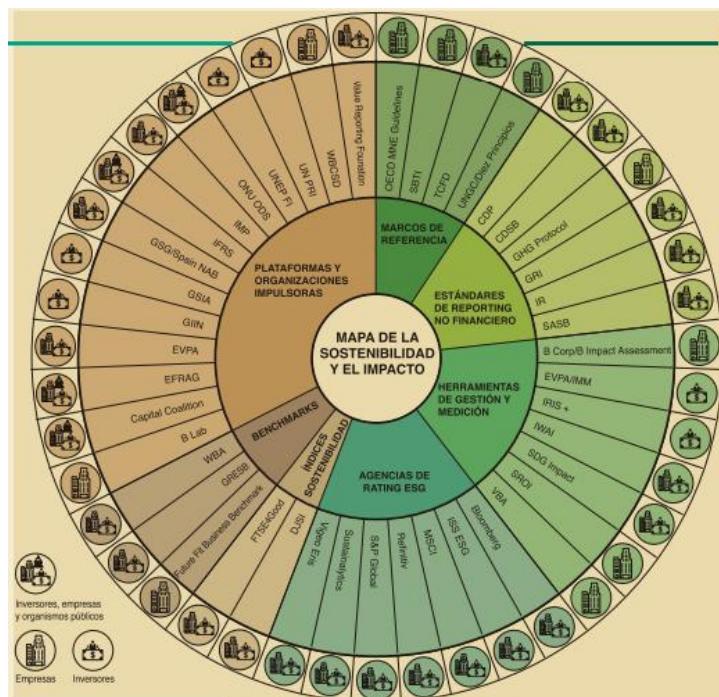
Ilustración 2.1. Proceso de medición EPVA 2012



Fuente: Comisión Europea, 2014

Tras ver los pasos que se recomienda que contengan todas las metodologías diseñadas, en la ilustración 2.2 se refleja un mapa de sostenibilidad e impacto que clasifica la amplia variedad de herramientas, marcos y metodologías existentes para poder medir el impacto de las empresas. Se divide en cinco áreas de aplicación, y cada una de ellas contiene ejemplos de diferentes metodologías que pueden ser utilizadas en cada uno de los ámbitos, lo cual ofrece una visión global que resulta muy útil para conocer a dónde se orientan los diferentes modelos como el de B Lab que se encuentra en el área de plataformas y organizaciones impulsoras.

Ilustración 2.2. Clasificación de herramientas, marcos y metodologías para medición de impacto



Fuente: *Transcendent*, 2014

2.3. MOVIMIENTO B CORP

Una de las herramientas de gestión y medición recogida en la ilustración 2.2 es precisamente el movimiento B Corp, del que surgen las llamadas “Empresas B”. Estas empresas mediante el cumplimiento de unos estándares fijados buscan tener un impacto ambiental y social positivo sin arriesgar su rentabilidad económica. La filosofía de este movimiento trata de utilizar la fuerza de las empresas para conseguir crear un impacto positivo en el mundo.

B Lab es una de una organización sin ánimo de lucro que tiene como objetivo transformar la economía actual, de manera que pueda beneficiar a todas las personas, las comunidades y al planeta (B Corp Spain, 2023d). Tiene como misión principal crear un sistema económico inclusivo, equitativo y regenerativo a través de la certificación de las empresas que cumplan con los estándares fijados acerca de desempeño social, ambiental, transparencia y responsabilidad. Este movimiento tiene su origen en Estados Unidos en el año 2006. Fue creado por Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan y Andrew Kassoy con el objetivo de generar un cambio en el marco empresarial hacia prácticas más responsables y sostenibles a través de la certificación B Corp, la cual se definirá más adelante (B Corp Spain, 2023d).

Además, este movimiento en concreto llega a España en el año 2015 por parte de la empresa Roots for Sustainability (R4S), año en el que esta agencia de impacto positivo es elegida como Country Partner de B Lab para representar e iniciar el movimiento B Corp en España (B Corp Spain, 2023a). Cuatro años después de su inicio en España, en el año 2019, R4S optó por avanzar y decidió constituir B Lab Spain para poder establecerlo como una entidad propia para poder impulsar el movimiento B Corp en España.

Llegados a este punto, es fundamental distinguir entre estos dos conceptos de B Lab y B Corp, ya que pueden resultar similares debido al parecido de su nombre, pero el concepto es diferente. B Lab es el organismo que respalda al movimiento, mientras que B Corp se trata de la certificación que pueden obtener las empresas tras cumplir unos requisitos establecidos por B Lab. En el siguiente punto se explicará detalladamente el proceso de obtención de la citada certificación.

2.3.1. Proceso de obtención de la certificación

El proceso de obtención de la certificación es el mecanismo que permite a las empresas certificarse como B Corp. En este proceso se evalúa el desempeño de la organización en cinco áreas clave que son la gobernanza, los trabajadores, el medio ambiente, la comunidad y los clientes.

Hasta finales de este año 2025, el sistema vigente para que una empresa pueda obtener la certificación B Corp requiere que cumpla los siguientes pasos.

El primero de ellos trata de que la empresa que busca obtener la certificación tiene que someterse a una rigurosa evaluación, llamada Evaluación de Impacto B, comúnmente conocida como “BIA”, la cual se trata de una herramienta de gestión en

Línea que pueden utilizar las empresas para medir su impacto en varias áreas de la empresa como son gobernanza, trabajadores, comunidad, medio ambiente y clientes de la empresa.

Es necesario llegar a los 80 puntos de un máximo de 200 en el BIA para poder obtener la certificación B Corp, aunque la propia empresa creadora siempre recomienda aspirar a alcanzar un mínimo de 85 puntos antes de enviar la solicitud de la auditoria para la obtención de la certificación, ya que es importante tener en cuenta que durante el proceso de evaluación podrían perderse algunos puntos debido a los altos estándares y la exigencia que tiene B Lab.

Igual de importante es estar en el track (tamaño, sector y ubicación) adecuado y correspondiente para cada empresa ya que la BIA se adapta y determina el tipo de preguntas que se realicen en la evaluación dependen de ello (The Curius Beetle,2023).

Una vez la empresa alcance la puntuación objetivo, el siguiente paso es que puede solicitar una auditoria a B Lab, tras ello B Lab someterá a la empresa a una evaluación en la que confirmará la estructura de esta, se asegurará de que la empresa sea elegible y que se encuentre en el track correcto. También en este paso revisará el modelo de negocio de impacto de la empresa y muy posiblemente solicitará a la empresa que proporcione la documentación necesaria.

Llegados a este punto un analista de B Lab evaluará el impacto de la empresa de manera más detallada, si tras ello la puntuación de esta baja, la darán un tiempo para mejorarlo antes de una posterior reevaluación.

Si la puntuación de la empresa continúa por encima de los 80 puntos exigidos después de la revaluación, esta obtendrá oficialmente la certificación B Corp y de esta manera pasará a ser considerada una empresa B Corp.

A las empresas multinacionales se las añade requisitos básicos adicionales (definidas como una empresa matriz que genera más de 5.000 millones de dólares en ingresos anuales), esto se debe a que B Lab reconoce que la influencia de grandes empresas requiere obligaciones sociales que van más allá del desempeño general de la Evaluación de Impacto B.

Un aspecto clave sobre la certificación como empresa B es que “la certificación aplica al negocio completo” (The Curius Beetle, 2023), es decir, no se aplica únicamente a un área en concreto, sino que afecta a todas las áreas de gestión de la empresa, implica un compromiso estructural.

Algo muy importante a tener en cuenta sobre esta certificación es que no todo termina cuando se obtiene la certificación ya que es necesario que las empresas se recertifiquen cada 3 años cumpliendo y verificando el mínimo de 80 puntos, de un total de 200, en la última versión correspondiente de la BIA.

Recientemente ha habido una redefinición de los estándares requeridos para la obtención de la certificación que será implementada de forma gradual y por etapas durante este año 2025 hasta su total implantación a comienzos del 2026. “*B Lab ha reforzado sus estándares de impacto empresarial equipando a las empresas para*

impulsar un cambio significativo y sostenible” (B Lab, 2025), las últimas actualizaciones aportan mayor coherencia y una estructura más comprensible lo que mejorará la transparencia y solidez del movimiento.

Los nuevos estándares establecen como condición que las organizaciones adopten decisiones significativas en áreas clave de impacto social, ambiental y gobernanza. (B Corporation, 2025b), los mayores cambios que plantea esta redefinición son los siguientes:

- En el modelo anterior había un sistema de puntuación acumulativa en el que las empresas debían lograr alcanzar una mínima puntuación de 80 puntos sobre un total de 200 en cinco áreas de impacto (trabajadores, clientes, comunidad, medio ambiente y gobernanza) en la Evaluación de Impacto B. La modificación en los nuevos estándares se basa en que ya no se mide con puntos, sino que las empresas deberán cumplir unos requisitos mínimos establecidos en temas sociales, ambientales y de gobernanza (B Corp Spain, 2025b) llamados Temas de Impacto, lo que se busca con este nuevo enfoque es evitar compensaciones entre las puntuaciones de las áreas.
Estos Temas de Impacto están compuestos por: propósito y gobernanza de las partes interesadas, trabajo justo, justicia, equidad, diversidad e inclusión, derechos humanos, acción climática, gestión ambiental y circularidad y por último asuntos gubernamentales y acción colectiva. (B Corporation, 2025a).
- Otro punto que se ha modificado es que las empresas en el momento de la rectificación deberán manifestar una mejora continua para demostrar y asegurar su compromiso con las empresas B y el impacto positivo.

Todos los nuevos criterios, a pesar de que son requisitos globales que todas las empresas que quieran pertenecer a la comunidad B Corp tendrán que cumplir, serán adaptados a cada empresa con subrequisitos según el tamaño y el sector al que pertenezca la empresa y mediante mecanismos de equidad para los países (B Corporation, 2025b).

Una razón evidente por la que las empresas se lanzan a obtener la certificación son las numerosas ventajas que esta conlleva, algunos ejemplos de ellas son nuevas oportunidades de negocio que surgen, la mejora en la forma en como es percibida la marca o empresa ya que genera una confianza que refuerza las relaciones con los grupos de interés de la empresa, resaltando la transparencia, el compromiso y la responsabilidad de la empresa (Comisión Europea, 2014). Además, la obtención de la certificación ayuda a las empresas a diferenciarse de los negocios tradicionales que se orientan únicamente a la obtención de beneficio económico y refleja con transparencia el compromiso que tiene la empresa en aspectos sociales y ambientales facilitando que el consumidor la identifique como una empresa con compromiso (Diez-Busto et al., 2022). Además, la certificación de Empresa B Corp es considerada como mucho más que un sello, es considerada como una identidad empresarial que permite relacionarse y colaborar con una comunidad de empresas (B Corp Spain, 2023a). La certificación B Corp no se limita a certificar un ámbito específico de una única dimensión de la empresa, sino que tiene una visión general que abarca todas las

áreas de la empresa como son gobernanza, trabajadores, comunidad, medio ambiente y clientes.

3. CONTEXTUALIZACIÓN

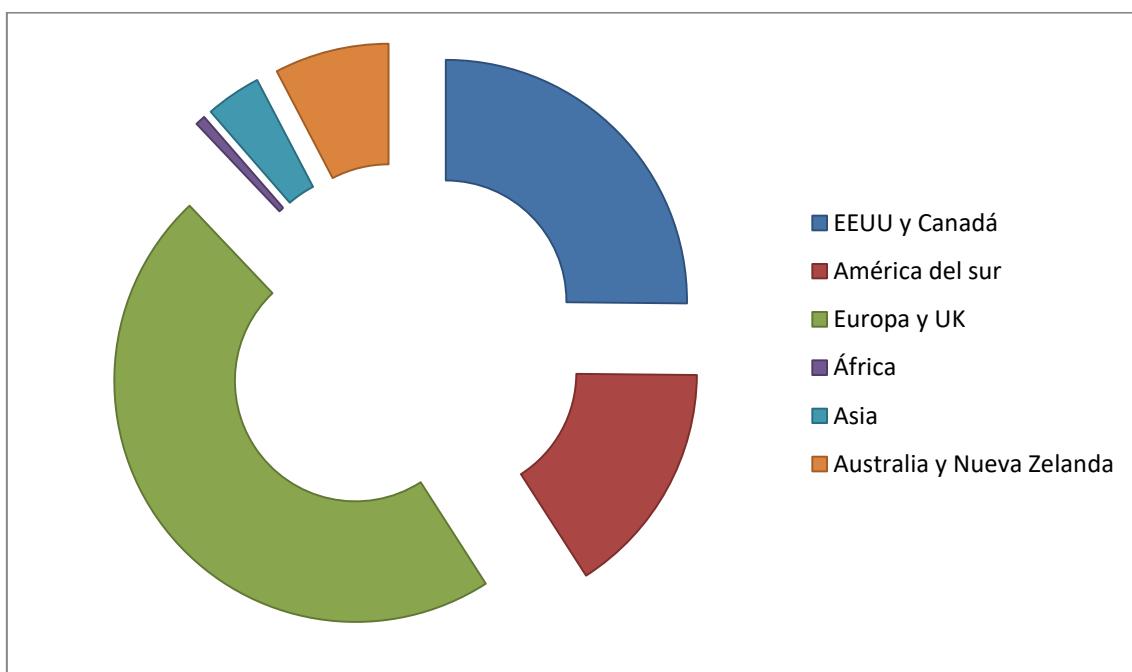
A lo largo de este capítulo se presentan datos a nivel mundial y nacional que ayudan a entender y contextualizar el movimiento B Corp. Se podrá conocer datos de las B Corp sobre su sector, su país de origen, el tamaño de la empresa, entre otros datos relevantes.

3.1. EL MOVIMIENTO B CORP EN EL MUNDO

En la actualidad el movimiento B Corp tiene un gran alcance a nivel mundial, alrededor de 395.000 empresas hacen uso de la Evaluación de Impacto B en todo el mundo (B Lab Spain, 2025) para identificar sus puntos fuertes y sus debilidades al medir su impacto social y medioambiental. Aproximadamente 9.400 empresas están certificadas como empresa B y forman parte del movimiento B Corp operando en 162 industrias.

A continuación, se representa en el gráfico 3.1 la dimensión internacional que tiene el movimiento B Corp distribuida por continentes.

Gráfico 3.1 Distribución porcentual por continentes del número de empresas B Corp



Fuente: Elaboración propia a partir de Memoria Anual (B Lab Spain, 2025).

Recogiendo la información representada en el gráfico, se observa que la mayor presencia de las empresas que forman parte del movimiento B Corp se encuentra en Europa que a pesar de no ser el continente con el territorio más extenso, “*Europa ha establecido normas medioambientales que figuran entre las más estrictas del mundo*” (Comisión Europea, 2019), lo cual refleja el alto nivel de orientación a la sostenibilidad que tienen como cultura empresarial. El siguiente continente en el que mayor presencia de empresas B hay es EE. UU. y Canadá, seguido de América del Sur, Australia y Nueva Zelanda, el continente asiático y por último África.

Los indicadores de desempeño respecto a los trabajadores representan que el 57% de las B Corps tienen en los puestos directivos una representación paritaria entre hombres y mujeres y que el 79% de ellas proporcionan ventajas complementarias a sus empleados (B Lab Spain, 2025).

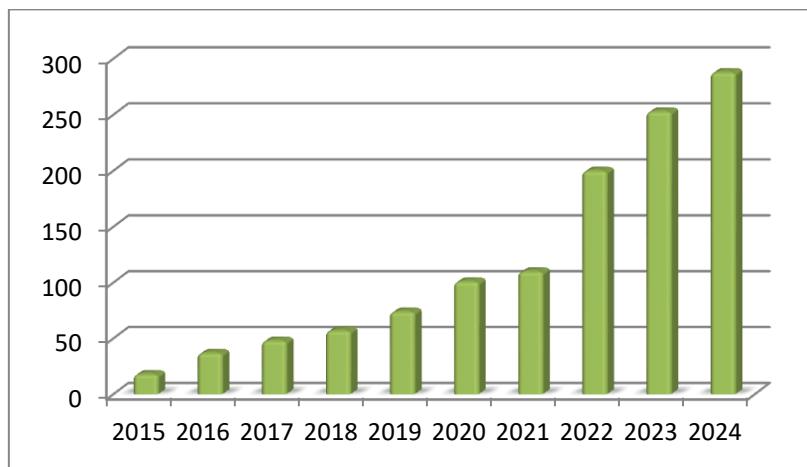
Otro indicador del desempeño medible es el respectivo al medio ambiente, el 55% de las B Corps en todo el mundo llevan a cabo iniciativas de conservación de agua y de ahorro, lo cual contribuye a generar un impacto positivo (B Lab Spain, 2025).

3.2. EL MOVIMIENTO B CORP EN ESPAÑA

Entre todas las empresas que forman parte de la comunidad B, alrededor de 260 empresas B Corp operan en España. Además, alrededor de 10.900 compañías del país utilizan la Evaluación de Impacto B (BIA) (B Lab Spain, 2025) para conocer sus áreas de mejora. Con esta herramienta las empresas buscan obtener información de cómo están actuando frente a la sostenibilidad además de poder mejorar sus operaciones y estructura de forma que puedan generar un impacto positivo, también a muchas de ellas las sirve para iniciar la preparación hacia la obtención de la certificación B.

Como se ha comentado, B Corp ha tenido un gran auge internacional a lo largo de los años, por lo que este notable incremento en las empresas que se unen a la causa de B Lab también se ha reflejado en España. Ha habido un crecimiento exponencial del 32% en empresas que se han incorporado a la comunidad B Corp en España desde el año 2015 (Gráfico 3.2), pasando de 18 empresas en 2015 hasta 288 en 2024.

Gráfico 3.2: Evolución del número de B Corp en España



Fuente: *Elaboración propia a partir de (Memoria Anual B Corp Spain, 2024)*

Una característica estructural clave para conocer más sobre el tipo de empresas que se unen al movimiento es el tamaño, definido a partir del número de empleados de estas organizaciones. Los datos muestran que la mayoría de ellas son pequeñas y medianas empresas (Pymes), donde más del 65% de las empresas B Corp en España

son de tamaño pequeño (entre 0-49 empleados) y cerca del 20% son de tamaño mediano (entre 50-249 empleados).

Otra variable clave que permite conocer con más profundidad las características generales de las empresas que pertenecen a la comunidad B es el sector al que pertenecen. En el gráfico 3.3 se encuentran los porcentajes de cómo se distribuyen sectorialmente.

Gráfico 3.3: Distribución sectorial de las empresas B Corp en España

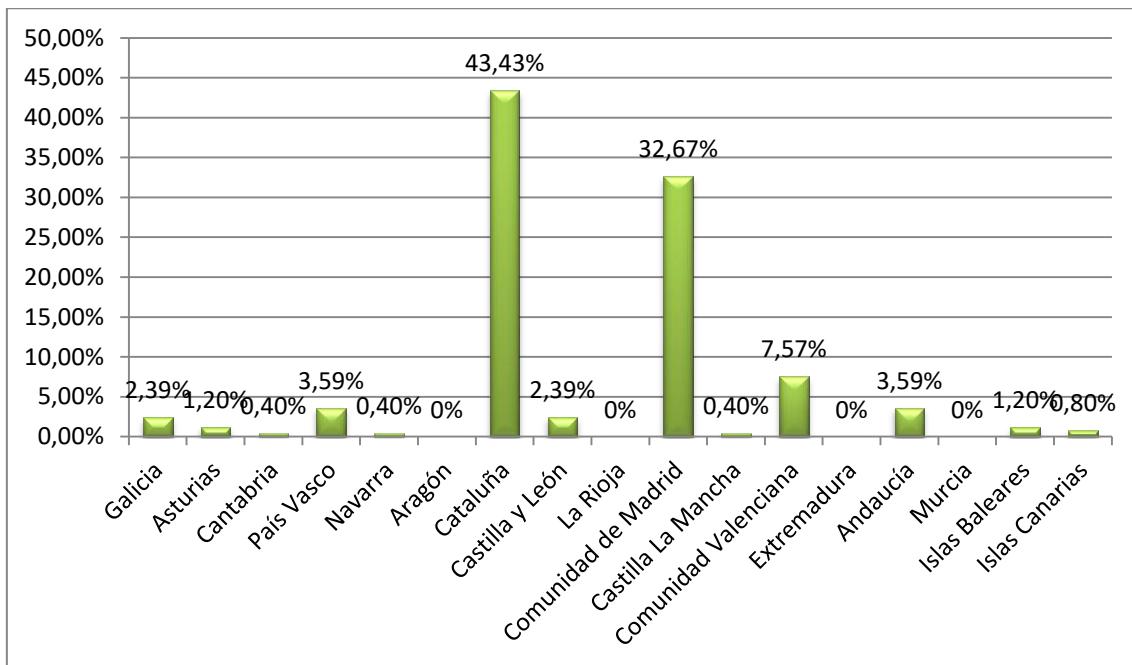


Fuente: *Elaboración propia a partir de (Memoria Anual B Corp Spain, 2024)*

Se observa que la mayoría de las empresas pertenecen al sector de servicios técnicos y profesionales, como pueden ser bufetes de abogados, consultorías y servicios de asesoramiento financiero entre otros, y que el menor número de ellas se encuentra en el sector de agricultura y pesca.

Asimismo, otra variable que merece especial atención es la distribución de las empresas B por Comunidades Autónomas, esto se puede ver en el gráfico 3.4.

Gráfico 3.4: Distribución por Comunidad Autónoma de las empresas B Corp en España



Fuente: Elaboración propia a partir de B Lab Spain (2025)

Observando el gráfico 3.4, la información más relevante que se extrae es que las empresas certificadas como empresas B Corp no se distribuyen de manera homogénea en el mapa del país. El mayor número de ellas se encuentra en la Comunidad Autónoma de Cataluña, seguido, con aproximadamente 10 puntos porcentuales menos, se encuentra la Comunidad de Madrid. Muy posiblemente una de las razones por la que el mayor número de ellas se encuentran en estas comunidades es el amplio tejido empresarial que existe en las zonas.

En comunidades como Aragón, La Rioja, Extremadura y Murcia ninguna empresa se ha unido, por el momento, a la comunidad de B Corp. Esta ausencia puede verse como posibles áreas de oportunidad para promover la obtención de la certificación como una vía para diferenciarse del resto de organizaciones.

De hecho, desde B Lab declaran “*estar evolucionando hacia el siguiente nivel, con el objetivo de expandir el movimiento hacia nuevos espacios y territorios económicos, empresariales, públicos y sociales*” (B Lab Spain, 2025).

En lo que respecta a los indicadores de desempeño, en España alrededor del 50% de las empresas que han obtenido la certificación utilizan energía renovable para llevar a cabo su actividad, el 56% de ellas obtienen la mayoría de sus materias primas de proveedores locales, además se ha registrado un 33% de crecimiento medio en las plantillas de estas empresas (B Lab Spain, 2024).

Más allá de cumplir con los tradicionales indicadores de desempeño establecidos, las empresas certificadas tratan de involucrarse y aportar su grano de arena en todos los problemas sociales y ambientales posibles que afecten al país. Lo lleva a cabo a través de iniciativas solidarias y alianzas con otras empresas.

Un ejemplo de ello es su implicación para apoyar la recuperación de las regiones que fueron afectadas por la DANA en la Comunidad Valenciana el pasado mes de octubre de 2024. Concretamente lleva a cabo una alianza entre las B Corps del sector textil y la Fundación Triodos. Esta última es una entidad sin ánimo de lucro, vinculada al banco Triodos Bank, que define su actividad como *"fomentar el uso responsable del dinero de donación para hacer realidad proyectos orientados a conseguir que nuestra sociedad sea más sostenible y solidaria"* (Fundación Triodos, 2020).

Son tres las empresas B de moda que participan en esta iniciativa, llamadas Trendsplant, Ternua y Twothirds, que junto a B Lab y Triodos Bank han lanzado una colección solidaria de la que todos los fondos recaudados irán destinados a reconstruir el ecosistema empresarial y la economía local de los territorios que fueron afectados por la DANA (B Corp Spain, 2024b). Adicionalmente han lanzado una convocatoria de financiación colectiva, o más conocido como crowdfunding, para de esta manera poder reunir fondos de manera descentralizada.

La colección solidaria que ha sido creada bajo unos estándares de sostenibilidad y utilizando unos procesos responsables, son productos que han sido seleccionados personalmente por las B Corps, algunos de ellos son producidos bajo demanda mientras que a otros son parte del stock ya existente. Lo que todos ellos comparten es que generan un impacto económico, medioambiental y social positivo.

Se puede colaborar en esta iniciativa tanto si eres una empresa con la certificación B contactando con los organizadores para ofrecer tus propios productos, como si eres una persona física adquiriendo los artículos solidarios que ofrecen.

4. METODOLOGÍA

Con el objetivo de obtener información y profundizar en el movimiento promovido por la organización B Lab, se llevará a cabo un análisis sectorial de las cinco dimensiones clave en el modelo B Corp, haciendo uso de fuentes de información secundaria. En concreto, se ha utilizado una base de datos que recoge información de empresas de todo el mundo que han obtenido la certificación B en algún momento descargada a fecha 22 de noviembre del 2024 (Data World, 2024).

La base de datos de la que se va a hacer uso extrae información de un total de 8.940 empresas que han obtenido la certificación B en algún momento, de 105 países diferentes. Recoge datos sobre varias variables como el sector de actividad e industria de las empresas, su país y ciudad de origen, el tamaño de dichas empresas, su fecha de certificación y las puntuaciones alcanzadas en cada una de las áreas que se evalúa en la BIA.

Para el tratamiento de los datos, se hará un análisis descriptivo para tener una visión general de todas las variables que afectan a los datos. Más adelante se aplicará una diferencia de medias para llegar al objetivo del trabajo que es detectar si existen diferencias significativas entre los sectores en alguna de las cinco dimensiones clave evaluadas por la BIA.

5. RESULTADOS

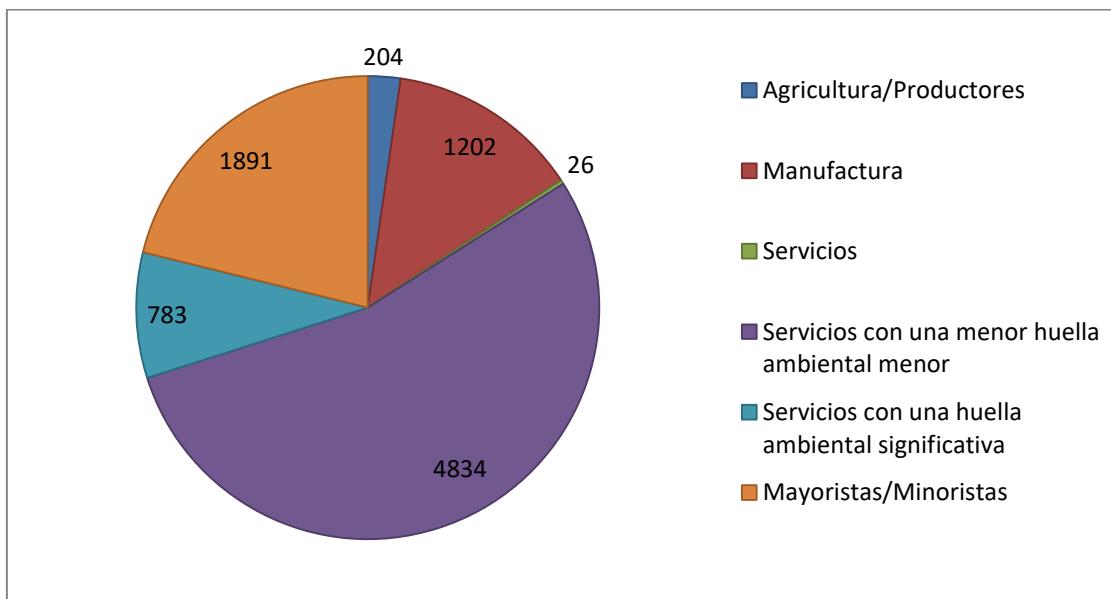
5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA MUESTRA

Comenzaré con un contexto general definiendo en qué sector económico tienen mayor presencia la mayoría de las empresas certificadas, de esta manera se podrá detectar y comparar en que sectores son más propensos a agregar a su estrategia empresarial aspectos de responsabilidad social y medioambiental. Esto ayudará a conocer cuáles son los sectores que lideran el cambio hacia una economía de impacto positivo en el contexto mundial, y cuáles son los sectores en los que hay una menor presencia de empresas certificadas, lo cual permite identificar áreas de oportunidad.

Se han clasificado las empresas de la base de datos según su sector de la actividad principal que desarrollan, como son los sectores de agricultura y productores, manufactura, servicios, servicios con una menor huella ambiental, servicios con una huella ambiental significativa, y por último mayoristas o minoristas.

A su vez cada una de las empresas pertenece a unas industrias agrupadas en 22 diferentes industrias como construcción, educación; arte, entretenimiento y recreación, servicios de comida, servicios administrativos y soporte; información, comunicación y tecnología; agricultura, silvicultura y pesca; energía calefacción y refrigeración, energía, actividades financieras y de seguros, salud y asistencia social, productos manufacturados, servicios profesionales y técnicos, venta minorista, alquiler y reparación, editorial e impresión, transporte y almacenamiento, gestión de residuos y reciclaje, venta al por mayor, otros servicios, y agua y alcantarillado.

Gráfico 5.1: Distribución sectorial de las empresas B Corp globalmente



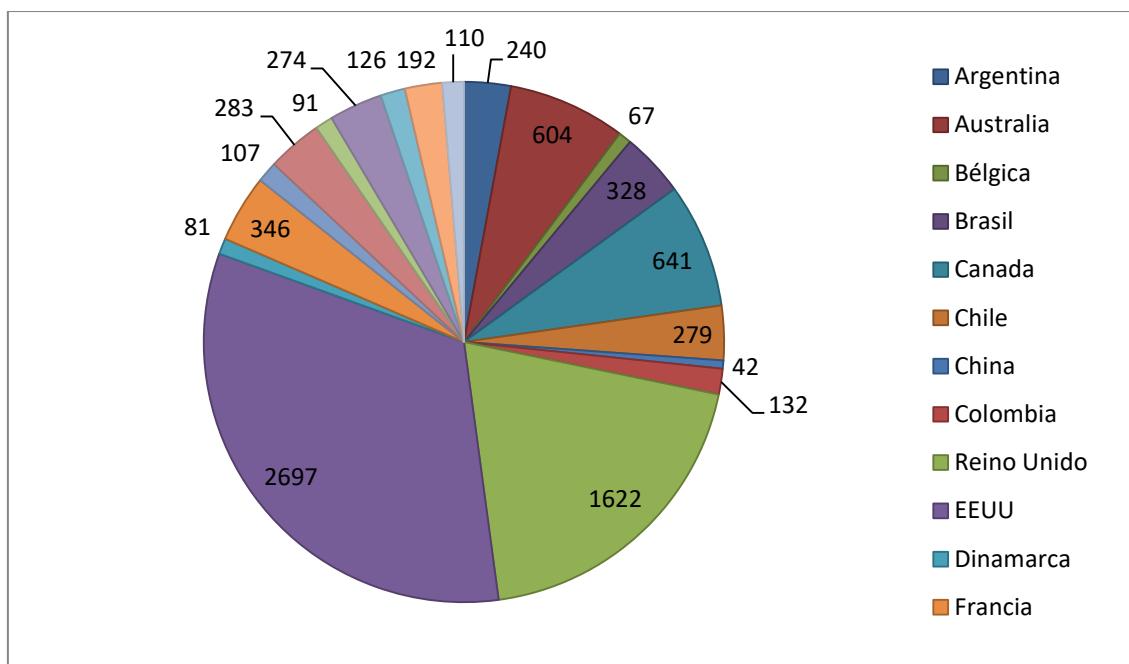
Fuente: *Elaboración propia a partir de Data world (2024)*

Una vez agrupados los datos en el gráfico 5.1 se observa la alta presencia de empresas B certificadas en el sector de servicios con una menor huella ambiental, 4.834 empresas, no es de extrañar ya que este sector agrupa una enorme diversidad de actividades por lo que servicios de todo tipo implementan estas prácticas sostenibles.

Además, el sector de manufacturas tiene también un amplio número de empresas B Corp, 1.202 empresas concretamente, seguido por el sector de servicios con una huella ambiental significativa, contando con 783 empresas.

A continuación, se analizará el número de empresas B certificadas en función del país al que pertenezcan, reflejados en el gráfico 5.2.

Gráfico 5.2: Distribución geográfica por países de las empresas B Corp



Fuente: *Elaboración propia a partir de Data world (2024)*

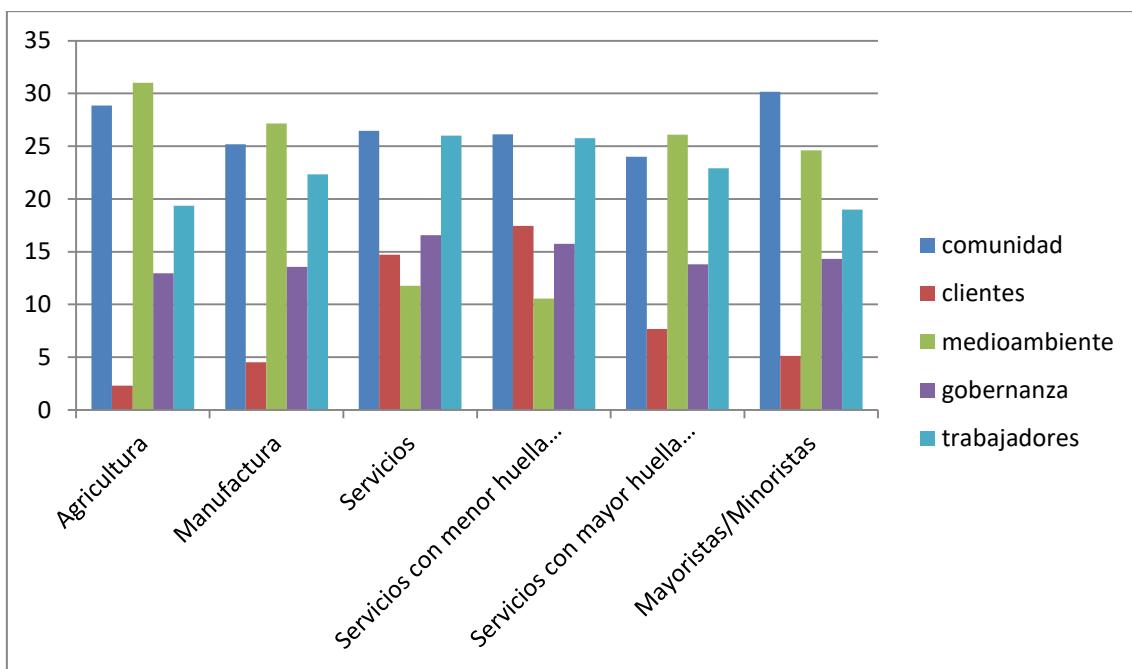
Con una gran diferencia en el número de empresas B certificadas respecto al resto de países se encuentra Estados Unidos, con 2.697 empresas B. Una posible explicación al mayor número de empresas certificadas es resultado de varios factores, uno de ellos es que EEUU es el país en el que tuvo origen este movimiento. Además, la magnitud del tejido empresarial en el país es muy amplia, el país tiene una fuerte cultura de emprendimiento e innovación y es la cuna de muchas de las grandes empresas actuales que a su vez se ven favorecidos en el ámbito jurídico respecto a la implementación de la misión social de las empresas en sus estatutos. Le sigue con el siguiente mayor número de empresas B Reino Unido, con 1.622 empresas concretamente, seguido de Canadá con 641 empresas B.

5.2. ANÁLISIS SECTORIAL

Como ya se ha mencionado anteriormente, el modelo B Corp tiene cinco dimensiones clave (comunidad, clientes, medioambiente, gobernanza y trabajadores) que se puntúan en la Evaluación de Impacto B. Cada una de estas áreas obtiene una puntuación según los criterios que siguen para ello, esta puntuación computa para la suma de las puntuaciones de todas las dimensiones, y con esta suma total se obtiene la calificación del impacto de las empresas, siendo mejor cuanta mayor puntuación obtengas.

A continuación, se representa en el gráfico 5.3 la puntuación media obtenida en cada una de las dimensiones clave por las empresas de cada uno de los diferentes sectores. Esta puntuación se ha obtenido haciendo el promedio de todas las puntuaciones de las empresas de cada uno de los sectores, en cada una de las áreas claves evaluadas.

Gráfico 5.3: Puntuación sectorial en las dimensiones clave del modelo



Fuente: *Elaboración propia a partir de Data world (2024)*

Analizando el gráfico 5.3 se puede observar que la puntuación más alta en la dimensión de comunidad es la del sector mayoristas/minoristas, obteniendo una puntuación de 30,15 puntos, seguidamente, con una puntuación de 28,85 puntos, está el sector de agricultura y productores. El sector que obtiene la puntuación más baja es el sector de servicios con una huella ambiental significativa, con 24 puntos.

En cuanto a la dimensión de cliente, la mayor puntuación es del sector de servicios con una menor huella ambiental, con 17,44 puntos, y siendo la menor puntuación del sector de agricultura y productores, con 2,32 puntos. Esta gran diferencia entre las puntuaciones podría deberse a que en el sector de los servicios se tiene un trato mucho más cercano y directo con los clientes que en el sector de la agricultura.

Otra de las dimensiones clave es la del medioambiente, de nuevo vuelven a incrementarse la puntuación obtenida por cada uno de los sectores, en primer lugar, la puntuación más alta la tiene el sector de la agricultura, con 31,01 puntos. Mientras que el menor número de puntos lo tiene el sector de servicios con una menor huella ambiental, con 10,56 puntos.

En la dimensión de gobernanza la mayor puntuación es de 16,58 puntos del sector servicios, y la menor puntuación es del sector de agricultura y productores con 12,95 puntos.

Por último, se analizan los datos del área de los trabajadores, la mayor puntuación es de 26 puntos del sector servicios, mientras que la menor es de 18,99 puntos del sector de mayoristas/minoristas.

5.3. ANÁLISIS DE DIFERENCIA DE MEDIAS

Se va a llevar a cabo un análisis de las posibles diferencias existentes entre los sectores económicos en relación con las puntuaciones obtenidas en cada una de las áreas clave del modelo B Corp. Se pretende comprobar si son significativas las diferencias existentes. Como punto de partida, en la tabla 5.1. pueden verse las medias de cada sector en cada área (Gráfico 5.4).

Tabla 5.1: Puntuaciones medias de cada sector en cada una de áreas clave

	COMUNIDAD	CLIENTES	MEDIOAMBIENTE	GOBERNANZA	TRABAJADORES
Agricultura/Productores	28,85	2,32	31,01	12,95	19,35
Manufacturas	25,20	4,51	27,15	13,55	22,33
Servicios	26,45	14,71	11,77	16,58	26
Servicios con menor huella ambiental	26,12	17,44	10,56	15,76	25,77
Servicios con significativa huella ambiental	24	7,69	26,10	13,82	22,9
Mayoristas/Minoristas	30,15	5,12	24,60	14,31	18,99

Fuente: *Elaboración propia a partir de Data world (2024)*

Este análisis se va a llevar a cabo en el programa Excel a través de un análisis de diferencia de medias utilizando la prueba t de Student. Esta prueba ayudará a conocer si las diferencias existentes entre las puntuaciones medias son estadísticamente significativas o no.

Se calcula el p-valor mediante la prueba t de Student, tras ello se aplica la regla de decisión de que si el p-valor obtenido es menor que 0.05 la diferencia es estadísticamente significativa.

Gráfico 5.4: Puntuación de las áreas clave del modelo por sectores

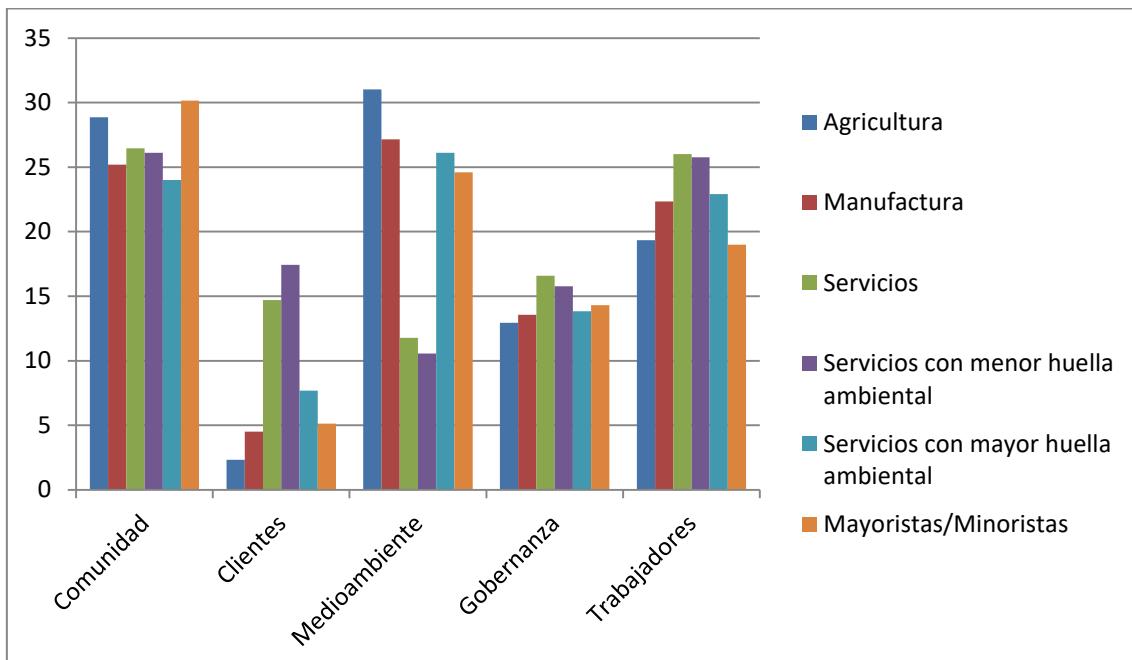
Fuente: *Elaboración propia a partir de Data world (2024)*

Tabla 5.2: Análisis de las diferencias de las puntuaciones medias

ÁREA	P-VALOR	α	SIGNIFICATIVIDAD
COMUNIDAD	0,525453	0,05	No
CLIENTES	7,19E-24	0,05	Si
MEDIOAMBIENTE	1,5E-27	0,05	Si
GOBERANZA	0,844823	0,05	No
TRABAJADORES	0,500412	0,05	No

Fuente: *Elaboración propia*

En la tabla 5.2. se muestran los resultados derivados del análisis. Respecto al área de comunidad, como se ha detallado anteriormente, la puntuación más alta la obtenía el sector de mayoristas y minoristas, mientras que la puntuación más baja era del sector de servicios con una huella ambiental significativa. Llevando a cabo la prueba t de Student, obtenemos un dato que representa el p-valor de 0,525453 (tabla 5.2). Según la regla de decisión en esta área la diferencia de las puntuaciones medias entre sector con mayor puntuación y del sector con menor puntuación no es estadísticamente significativa, ya que no se cumple que $0,525453 < 0,05$.

En cuanto a la dimensión de clientes, la puntuación más elevada la tenía el sector de servicios con menor huella ambiental, mientras que la puntuación más baja era del

sector de agricultura y productores. Según los cálculos realizados a través de la prueba t de Student, el p-valor (7,19E-24) parece señalar que la diferencia de las medias de los dos sectores si es estadísticamente significativa.

En el área de medioambiente la mayor puntuación la tiene el sector de agricultura y productores, mientras que la menor puntuación la tiene el sector de servicios con una huella ambiental menor. Como se refleja en la tabla 5.2, el p-valor es un número muy pequeño (1,5E-27), lo que lleva al resultado de la regla de decisión de que la diferencia entre las medias de los sectores si es estadísticamente significativa.

En el área de la gobernanza el sector servicios es el que tiene la puntuación más alta, mientras que el sector de agricultura y productores es el que tiene la menor puntuación. Como se refleja en la tabla 5.2 el p-valor es mayor que el número α por lo que la diferencia de las medias de los sectores no es estadísticamente significativa.

La última área para analizar es la de trabajadores, donde la mayor puntuación la tiene el sector de servicios y la menor puntuación la tiene el sector de mayoristas/minoristas. Como se puede ver en la tabla 5.2 el p-valor es mayor que el número α por lo que la diferencia de medias de los sectores no es estadísticamente significativa.

6. CONCLUSIÓN

El objetivo de este trabajo es identificar si existen diferencias en las puntuaciones medias de cada uno de los sectores en las cinco áreas clave del modelo B Corp, e identificar si estas diferencias son significativas o no.

En primer lugar, se ha llevado a cabo una revisión de conceptos como el impacto social y su medición. Además, se ha conocido el amplio abanico de metodologías y estrategias que existe en la actualidad para ayudar a las empresas a aplicar prácticas que creen una huella ambiental positiva, siendo el modelo B Corp uno de estos métodos. También se ha realizado un detallado análisis sobre las empresas B Corp, definiéndose cómo logran unirse al movimiento promovido por B Lab, y contextualizando el movimiento B en el mundo, tanto geográficamente como por sectores e industrias. Se ha constatado que este modelo busca integrar el propósito ambiental y social en la estrategia organizativa de las empresas de todo el mundo y se puede afirmar que las empresas B Corp son líderes en el cambio que hay en el ámbito empresarial.

Para alcanzar el objetivo planteado, se ha utilizado una base de datos que recoge datos de empresas que han obtenido en algún momento la certificación B en todo el mundo. Posteriormente se ha llevado a cabo un análisis descriptivo y una prueba estadística de significatividad de las diferencias de medias para extraer conclusiones.

Se han extraído conclusiones como que la mayor presencia de empresas B Corp está en el sector de servicios con una huella ambiental menor, al que pertenecen las industrias de la energía, la editorial e impresión y el transporte y almacenamiento entre otras. No obstante, también se han podido identificar aquellos sectores en los que hay una menor presencia de estas empresas. Estos sectores son servicios, al que pertenecen industrias como el depósito bancario, el diseño y construcción y la asesoría de inversión entre otros; y el sector de la agricultura y productores, lo que nos lleva a identificar estos sectores como áreas de oportunidad para el auge del modelo B Corp y una sugerencia para una futura investigación sobre las dificultades o barreras que pueden encontrar a la hora de adoptar el modelo en estos sectores.

Otra conclusión clave de este trabajo es que sí existen diferencias en las puntuaciones de cada uno de los sectores en dos de las áreas clave del modelo, tanto en la dimensión de medioambiente como en la de clientes. En estos casos la diferencia de las puntuaciones medias entre los sectores con la mayor puntuación y la menor es significativa.

En el caso del área de clientes puede deberse a que, en el sector de la agricultura, que es el que menos puntuación tiene, hay muy poco o ningún contacto con los clientes, mientras que, en el sector de servicios con una menor huella ambiental, que el sector con la mayor puntuación, hay una relación directa con los clientes, lo que hace que la diferencia entre ambas puntuaciones sea grande y también significativa.

En cuanto al área de medioambiente puede deberse a que el sector agrícola, que tiene la mayor puntuación, tiene un impacto en el medioambiente tangible y directo. En cambio, el sector de servicios con una menor huella ambiental, que tiene la menor puntuación en esta área, no opera directamente con recursos naturales por lo que no

llegan a tener tanta puntuación en esa área provocando que la diferencia sea significativa.

Una propuesta para reducir estas diferencias es adaptar las herramientas de la BIA a las características de cada sector, de esta manera se tendría más en cuenta las áreas en las que puede llegar a destacar más un sector que otros y se podrían adaptar las puntuaciones en función de las particularidades de cada uno de ellos.

En última instancia en base a lo averiguado, considero que realizar un estudio de cómo ayudar a los sectores con menor puntuación en las dimensiones clave del modelo a poder incrementar su rendimiento en las mismas sería una buena línea de investigación futura.

7. BIBLIOGRAFÍA

- B Corp Spain. (2022) *Las B Corps españolas entre las mejores del mundo en los “Best For The World”* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/blog/nueva-economia/best-for-the-world-2022> (Consulta: 15/04/2025)
- B Corp Spain. (2023a) *Preguntas frecuentes* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/faqs> (Consulta: 04/05/2025)
- B Corp Spain. (2023b) *Redefiniendo los estándares B Corp* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/blog/redefiniendo-los-estandares-b-corp-principales-cambios> (Consulta: 13/05/2025)
- B Corp Spain. (2023c) *Ser B es utilizar la fuerza de la empresa para cambiar el mundo* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/#:~:text=Las%20empresas%20B%20Corp%20representan,transparencia%20p%C3%A1Ablica%20y%20responsabilidad%20legal>. (Consulta: 17/06/2025)
- B Corp Spain. (2023d) *Un movimiento global* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/movimiento-b> (Consulta: 14/05/2025)
- B Corp Spain. (2023) *B Corp supera las 250 compañías en España y se consolida en la transformación empresarial* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/blog/b-corp-mas-250-empresas-consolidacion-lider-transformacion-empresarial> (Consulta: el 12/04/2025)
- B Corp Spain. (2024a) *Movimiento B* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/movimiento-b> (Consulta: 10/04/2025).
- B Corp Spain. (2024b) *Apoyo B Corp a la Comunidad Valenciana* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorpspain.es/accionesolidariadana> (Consultado: 14/03/2025)
- B Corporation. (2025a) *About Our Standards* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorporation.net/en-us/standards/performance-requirements/> (Consulta: 04/05/2025)
- B Corporation. (2025b) *Explore B Lab’s New Standards* [En línea]. Disponible en: <https://www.bcorporation.net/en-us/standards/performance-requirements/> (Consulta: 02/05/2025)
- B Lab Spain. (2024) *Memoria Anual 2023 B Corp Spain* [En línea]. Disponible en: <https://static1.squarespace.com/static/62d660998c3985731c8e3b71/t/65cdcca48fb54c65825ed911/1707986106139/Memoria+Anual+2023+B+Lab+Spain.pdf> (Consulta: 01/05/2025)
- B Lab Spain. (2025) *Memoria Anual 2024 B Corp Spain* [En línea]. Disponible en: <https://infogram.com/memoria-anual-2024-b-corp-spain-1hnp27ez51w3y4g?live> (Consulta: 03/05/2025)

Comisión Europea. (2014) *Métodos propuestos para la medición del impacto social en la legislación de la Comisión Europea y en la práctica relativa a: FESE y EaSI* [En línea]. Disponible en: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/0c0b5d38-4ac8-43d1-a7af-32f7b6fcf1cc> (Consulta: 12/06/2025)

Comisión Europea. (2019) *Una Europa sostenible de aquí a 2030* [En línea]. Disponible en: https://commission.europa.eu/publications/sustainable-europe-2030_es#:~:text=enero%20de%202019-,Descripci%C3%B3n,los%20Objetivos%20de%20Desarrollo%20Sostenible (Consulta: 14/05/2025)

Data world. (2024) *B Corp Impact Data* [En línea] . Disponible en: <https://data.world/blab/b-corp-impact-data> (Consultado: 10/03/2025)

Diez-Busto, E.; Sanchez-Ruiz, L.; Fernández-Laviada, A. B Corp certification; Why? How? and What for? A questionnaire proposal. *Journal of Cleaner Production*, 2022, vol 372, p. 133801

Fundación Triodos/Triodos Bank. (2020) *Fundación Triodos* [En línea]. Disponible en: <https://www.fundaciontriodos.es/> (Consultado 30/04/2025)

Impact Hub. (2015) *Manual de medición de impacto social* [En línea]. Disponible en: https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n%20/bib/17243_3.do Consultado (18/06/2025)

The Curious Beetle. (2023) *Guía certificación empresa B Corp* [En línea]. Disponible en: <https://empresabcorp.com/wp-content/uploads/2024/08/GUIA-CERTIFICACION-B-CORP-The-Curious-Beetle.pdf> (Consulta: 15/04/2025)

Transcendent. (2014) *El ABC de la Sostenibilidad y el Impacto* [En línea]. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/635246447/TRANSCENDENT-ACTUALIDAD-ECONO-MICA-ABC-del-Impacto> (Consulta: 18/06/2025)