

## **Los trabajadores: factor clave para la obtención del sello “B Corp”**

Irene Huertas Valdivia, *Universidad Rey Juan Carlos*

Carmen Pavón Doral, *Universidad Rey Juan Carlos*

Eva Pelechano Barahona, *Universidad Rey Juan Carlos*

El crecimiento de la responsabilidad social y la sostenibilidad ha generado una renovación del modelo de negocio de muchas empresas y una mayor concienciación por parte de la sociedad. El propósito empresarial vinculado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) une el compromiso corporativo con *lo que la sociedad espera*, lo que conlleva al fortalecimiento de la reputación de la empresa (Mañas-Viniegra, Santos-Silva, & González-Villa, 2020). Hoy en día, las organizaciones reciben una fuerte presión por parte de distintos grupos de interés para satisfacer unas expectativas que cada vez son más exigentes en materia ambiental y social, por lo que muchas organizaciones se han embarcado en un cambio de su modelo empresarial para responder de una forma más responsable a estas nuevas necesidades de desarrollo sostenible (Stubbs, 2017).

El movimiento *B Corp* surge así, como una respuesta a problemas emergentes en un esfuerzo global que busca integrar el valor social y ambiental con el valor económico en las empresas. Surgido en 2006 en Estados Unidos y gestionado por *B Lab*, este movimiento ha crecido hasta incluir casi 5,000 empresas certificadas en 79 países y de 154 industrias distintas en la actualidad (B Corp, 2024). Como resultado, la certificación *B Corporation* (“B Corp”) se crea con el surgimiento en 2006 de *B Lab*, una organización sin fines de lucro. Se trata de un reconocimiento a las organizaciones que cumplen con altos estándares de sostenibilidad ambiental, social y transparencia (B Corp, 2024), y que son evaluadas a través de una Evaluación de Impacto (*BIA*, por sus siglas en inglés). Con esta herramienta la empresa mide su nivel de sostenibilidad a través de su desempeño en distintas dimensiones: comunidad, trabajadores, clientes, medio ambiente y gobernanza. En el área de trabajadores, se evalúan aspectos como la seguridad financiera, la salud y bienestar, el desarrollo profesional y la satisfacción y compromiso de los empleados.

La certificación *B Corp*, por tanto, destaca no solo por su compromiso con el medio ambiente, sino también por su enfoque integral que incluye el bienestar de los empleados y el impacto positivo en la comunidad.

Figura 1. Dimensiones evaluadas para la certificación como *B Corp*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos B Lab (2024)

Las *B Corp* son empresas que buscan generar, a la vez que valor económico, valor social y medioambiental a través de sus modelos híbridos de negocio (Zebryte & Jorquera, 2017). Grandes empresas ya han abrazado esta iniciativa, como es el caso de Isdin, Aguas Danone, Ben & Jerrys, B&B Hotels, Camper, Imaginbank, Patagonia, Rituals o Nespresso, entre otras. El sello con el que se identifican las empresas que cuentan con esta certificación es el siguiente:

Figura 2: Logotipo Certificación *B Corp*



Fuente: bcorpSpain.es (2024)

Como señalan Paelman, Van Cauwenberge y Vander Bauwhede (2023), esta certificación desempeña un papel fundamental en la atracción de empleados que comparten ideas afines a la empresa y, además, facilita la transferencia de valor y el compromiso de los empleados con la misión social o sostenible de la organización. De este modo, la certificación *B Corp* no solo fortalece la cohesión interna y la cultura organizacional, sino que también refuerza el propósito y los objetivos sostenibles a largo plazo en la organización, tal y como demuestran numerosos casos de éxito (Huertas-Valdivia y Talón-Ballesterero, 2024).

### **Fuentes de información utilizadas**

- B Corp (2024). Página web oficial: <https://www.bcorporation.net/en-us/>
- Huertas-Valdivia, I. y Talón-Ballesterero, P. (2024). Artiem Hoteles. Inspirando a las personas a ser felices. En: Ser empresa BCorp en España: 11 casos pedagógicos (pp. 27-36). Mc.Graw Hill. Disponible en: <https://shorturl.at/Cnilv>
- Mañas-Viniegra, L., Santos-Silva, D., & González-Villa, I. A. (2020). El propósito corporativo en las memorias de las empresas cotizadas españolas y portuguesas. *Revista Prisma Social*, (29), 1-24.
- Stubbs, W. (2017). Characterising B Corps as a sustainable business model: An exploratory study of B Corps in Australia. *Journal of Cleaner Production*, 144, 299-312.
- Zebryte, I; Jorquera, H. (2017). Chilean tourism sector “B Corporations”: evidence of social entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(6), 866–879.

**Fecha de la aplicación:** julio de 2024.

### **Reflexione sobre:**

Después de leer el texto, responda a las siguientes cuestiones: ¿Cómo cree que la certificación *B Corp* influye en el *employer branding* de la compañía certificada? ¿Cree que dicha certificación tiene algún impacto en los procesos de recursos humanos que lleva a cabo la empresa?

**Agradecimientos:** Esta aplicación ha sido elaborada en el marco del Grupo de Innovación Docente 2020: *FRH-GID-14. Grupo de Innovación Docente Fundamentos de Recursos Humanos* de la Universidad Rey Juan Carlos.