

# Reunión B-Corp, EBC, SANNAS y Oxfam Intermón

5 de marzo de 2025

Participantes:

- **B-Corps/B-Labs:** Laura Pedrero
- **Economía del Bien Común:** Paco Alvarez, José Carlos Ramos, José Carlos Hernández, Elena Rodríguez
- **SANNAS Triple Balance:** Almudena Mestre, Luis Madrid
- **Oxfam Intermón:** Miguel Alba
- **REAS Red de Redes** Susana Ortega

## Orden del día

1. Ronda de comentarios sobre devolución del proyecto a base social
2. Avanzando en definir la colaboración
3. ¿Cómo nos denominamos?
4. Posible evento presencial
5. Próximos pasos

---

### 1. Ronda de comentarios

- **B-Corp** están en un año de transición, ya que están llevando a cabo una revisión profunda de sus estándares de valoración y de su herramienta, que es lo que en gran medida vertebra su propuesta. Por ello, tienen que acabar de valorar cómo involucrarse en el proyecto. En cualquier caso, ya han cerrado presupuesto del ejercicio, con lo que no pueden comprometer nada a nivel económico.

Expresan la necesidad de que se explicita adecuadamente el nexo de unión y los puntos en común de las diferentes iniciativas que participan para tener claro la razón de juntarse en este proyecto y poder manejarlo como planteamiento inicial de base para el desarrollo de la colaboración.

- **EBC** muestran un interés nítido en la colaboración. Muestra de ello es que ya han remitido documentos e información que sirve como material para nutrir el producto de divulgación. Enfatizan asimismo la necesidad de enlazar los contenidos que se manejen con los desarrollos legislativos a nivel europeo sobre normativa de reportes de sostenibilidad de empresas, DDHH, etc.

- **SANNAS** también tiene un interés claro en la colaboración desde la capacidad con la que cuentan.
- **REAS** confirman su implicación y, al igual que otras iniciativas, tienen que abordar internamente cómo se organizan para abordar el trabajo que implica.

## 2. Avanzando en definir la colaboración

La propuesta para avanzar en la colaboración era trabajar en el documento de Términos de Referencia en base a que constituye un formato que permite estructurar y definir los diferentes aspectos de un producto. Sin embargo, en la conversación quedó patente la necesidad de trabajar en primer lugar en una narrativa compartida en base a **definir adecuadamente los puntos de convergencia y que tienen en común las diferentes iniciativas involucradas**. Esta definición es la que servirá de base sobre la que construir el producto de divulgación hacia el que se dirige la colaboración.

En ese sentido y como punto de arranque, uno de los puntos en común de las cuatro iniciativas es que las organizaciones que las dinamizan son sin ánimo de lucro. Sin embargo, desde EBC se señaló la conveniencia de no utilizar el apelativo de “alternativo” o de otros términos que pueden disminuir la validez de las propuestas, al menos a ojos de algunos actores externos a los que pretendemos llegar.

Sobre el contenido del producto de divulgación, aunque se mencionó la pertinencia de hablar de las diferentes herramientas de medición de cada iniciativa como elemento ilustrativo de cada una de ellas, el foco será eminentemente divulgativo y muy práctico. Por ello, no se profundizará en las diferentes herramientas sino que se hará un mero esbozo de cada una de ellas. El contenido se enfocará en explicar cada propuesta y en presentar ejemplos y evidencias de prácticas de empresas de cada uno de los ecosistemas con un impacto social o ambiental positivo diferencial respecto al desempeño de una empresa que opera según el modelo empresarial predominante.

Dado que el público objetivo se pretende que sean empresas, los diferentes ejemplos han de ser de diferentes tipos y tamaños de empresa, de modo que interpele a la variedad de audiencias empresariales.

Por otro lado, aunque hay consenso en que el objetivo es conseguir que un mayor público empresarial conozca las diferentes propuestas, resulta necesario acotar mejor este público y definir más a quienes nos dirigimos, a qué audiencia específica de empresas queremos llegar.

En este sentido, se propone que cada una de las iniciativas señale a qué actores les gustaría llegar, no lo consiguen de forma individual, pero creen que sí podríamos actuando de forma conjunta.

Al fin y al cabo, dos de los elementos diferenciales de esta colaboración es, por un lado, que aglutina a las cuatro iniciativas involucradas, -cinco con Oxfam-, y que se cuenta con la capacidad de llegada de Oxfam a diferentes públicos, entre ellos medios y decisores políticos, y que puede ejercer un rol de prescriptor que supone una validación adicional a las iniciativas con las que colabora.

Aunque el foco serán las empresas, también se van a incluir recomendaciones políticas sobre medidas a poner en marcha por la Administración que contribuyan a reconocer el carácter diferencial de las empresas que operan bajo la perspectiva del triple balance. Este reconocimiento se puede articular a través de ventajas en la fiscalidad o en el acceso a la contratación pública, aunque se detallarán de forma más amplia durante el proceso.

Otro tema importante es el de la financiación el proyecto. Las diferentes iniciativas cuentan con presupuestos muy restringidos y Oxfam podría aportar hasta un máximo de 15.000 euros, aunque se trata de un compromiso no cerrado y pendiente de validar en la planificación que tendrá lugar antes de final de mes. Por ello, se plantea la conveniencia de tratar de encontrar una fuente de financiación externa. En ese sentido, se pueden tantear convocatorias de fundaciones y entidades privadas, y convocatorias públicas en los diferentes ámbitos de la Administración: local, autonómica, estatal o europea.

### **3. ¿Cómo nos denominamos?**

Este punto finalmente no se abordó, al entender que quedaba subsumido en el ejercicio de definición de los elementos aglutinadores de las iniciativas

### **4. Posible evento presencial**

Entre las actividades de un proyecto aprobado y financiado (*“Empresas del Futuro”*), Oxfam tiene que organizar un evento que sirva como punto de encuentro entre empresas que actúan bajo un modelo que integra lo social y lo ambiental y un público a determinar. Dado que este evento es susceptible de alinearlos con los objetivos de la colaboración con las iniciativas de triple balance, Oxfam propone que sean éstas o empresas de sus ecosistemas las que participen en él, y se trate de identificar a un público de empresas, de emprendedores, etc. para que sean la contraparte. El evento se celebrará posiblemente en junio, aún a determinar dónde, pero lo incorporamos en la

colaboración, ya que puede servir como aglutinante para seguir avanzando en el proceso y como primera experiencia.

## 5. Próximos pasos

- **Oxfam** trabaja en una propuesta de narrativa conjunta y de definición de elementos comunes de las iniciativas como cimiento sobre el que ir construyendo la colaboración. **Todas** comentan / validan / modifican / mejoran la propuesta de Oxfam
- **Oxfam** esboza un documento con la pregunta: “¿A qué audiencias nos gustaría llegar, no lo conseguimos a título individual pero sí lo podemos hacer de forma conjunta?”. **Todas** aportan sus respuestas en el documento ([enlace](#)).
- **Oxfam** hace una búsqueda de posibles convocatorias públicas y privadas de financiación que puedan sufragar este proyecto
- **Oxfam** avanza en la definición del evento “Empresas del Futuro” para poder incorporarlo en la colaboración

**Próxima reunión:** semana del 24 de marzo: **Oxfam** lanza un Doodle para fijar fecha y hora

# Reunión REAS, EBC, SANNAS y Oxfam Intermón

2 de abril de 2025

Participantes:

- **REAS Red de Redes:** Susana Ortega
- **Economía del Bien Común:** José Carlos Ramos, Elena Rodríguez
- **SANNAS Triple Balance:** Almudena Mestre, Jaime Fernández
- **Oxfam Intermón:** Miguel Alba

Laura Pedrero y Eva Garell de B-Corp/B-Lab excusan su asistencia

## Orden del día

6. Validación y comentarios sobre propuesta de narrativa conjunta
7. Avanzando en la colaboración y en la definición del producto de divulgación
8. Próximos pasos

-----

### 1. Validación y comentarios sobre propuesta de narrativa conjunta

Repasamos el documento elaborado para recoger una narrativa compartida, en la que todas las iniciativas se vean reflejadas y que suponga un mínimo común denominador. El documento está en este enlace ([aquí](#)) y es muy sintético para que sirva para remarcar los puntos en común de las cuatro iniciativas. Se trata de un documento interno, que sirva como punto de arranque aglutinante del proyecto, y no está dirigido a público externo. Asimismo, deja fuera muchos elementos específicos característicos de cada iniciativa, que se reflejarán debidamente en el producto de divulgación en los capítulos dedicados a cada una de ellas.

En la ronda de comentarios se señaló la conveniencia de incidir, por un lado, en que cuando se habla de la transformación del sistema económico, se tendría que explicitar que esa transformación pasa por **sustituir la competencia por la colaboración** como fundamento del sistema, ya que es un elemento relevante común a todas las iniciativas, y también incluir **el reparto justo de la riqueza** como elemento clave de esa transformación.

Otro aspecto que se señaló es que la triple óptica de medición ha de reconocer la rentabilidad económica de forma más explícita, ya que se mencionaba la óptica económica, cuando así expuesto, se puede considerar la social y ambiental quedaban subsumida en ella. Dado que el concepto de rentabilidad puede ser un tanto problemático para algunas organizaciones integrantes de algunas de las iniciativas, se opta por el término **sostenibilidad económica**, y se hace extensible también a la **social y la ambiental** como esfuerzo por resignificar un término algo desvirtuado y manido en la actualidad.

El documento enlazado al inicio de esta sección ya incluye estos cambios y cada una de las iniciativas ha de validar su conformidad con redactado y el contenido final, o si estiman que aún se ha de mejorar y de qué manera para que los elementos clave aglutinadores de las cuatro iniciativas estén debidamente reflejados.

## **2. Avanzando en el producto de divulgación**

Abordamos los puntos recogidos en un modelo de documento de Términos de Referencia ([aquí](#)) para ir progresar en la definición del producto que queremos lanzar de forma conjunta. Los apartados abordados en la reunión han sido los siguientes:

Propósito

### **1. Objetivo general**

De forma general, el producto pretende dar mayor visibilidad y proyección pública a las formas de hacer empresa con vocación de impacto.

### **2. Objetivos específicos**

Las diferentes propuestas que se manejaron para concretar el objetivo general fueron las siguientes:

- Hacer un reconocimiento de las trayectorias de las diferentes iniciativas
- Poner en valor ejemplos de buenas prácticas empresariales alineadas de forma ambiciosa con el impacto social y ambiental como contraste con enfoques de impact-washing
- Mostrar con evidencias que existen diferentes formas de hacer empresa que ponen el impacto por delante y que a la vez son prósperas y exitosas
- Plantear que la consideración de éxito empresarial del siglo XXI ha de conjugar la sostenibilidad económica, social y ambiental
- Lograr la adhesión de empresas y organizaciones para que se unan a las diferentes iniciativas reflejadas
- Herramienta de incidencia para hacer llegar a decisores políticos recomendaciones para articular el reconocimiento legal de las empresas con impacto social y ambiental positivo

Audiencia:

Aunque inicialmente se acordó que el público al que va a ir dirigido el producto de divulgación va a ser empresas, durante la conversación se destacó la conveniencia de que el producto sirva asimismo para la incidencia política, por lo que ha de dirigirse también a decisores políticos. Por ello, se decidió que el producto sirva a una doble función de divulgación y de incidencia, segmentando las audiencias en una primaria, que son las empresas, principalmente aquellas más comprometidas con la sostenibilidad y el impacto, y organizaciones del entorno empresarial (asociaciones, agrupaciones y clústeres empresariales, escuelas de negocios y sindicatos) y, como audiencia secundaria, decisores políticos y cargos de la administración, inicialmente a nivel nacional.

Estilo y tono:

Se manejará un estilo muy claro y divulgativo, al tiempo que rigurosos y de carácter eminentemente práctico. Se aportarán evidencias y datos que sirvan para ilustrar los argumentos, de modo que entronquen con las realidades empresariales a las que se pretende llegar.

Todos estos contenidos se vuelcan en el documento de Términos de Referencia para que queden allí recogidos y avancemos en la definición del proyecto.

Sin embargo, se planteó la necesidad de definir ya el tipo de producto que vamos a trabajar, dado que los contenidos y los avances en el proyecto empiezan a estar muy condicionados por el formato de producto. El formato puede ser de libro, de informe en pdf, u otro, pero evidentemente queda a expensas de los recursos materiales y de dedicación que podamos destinar a ello. Por eso, se acordó que en la próxima reunión uno de los puntos centrales será decidir qué tipo de producto es el que vamos a trabajar.

Otro aspecto sobre el que también hay que tomar decisiones, es quién se encarga de elaborar los contenidos del producto. La perspectiva general se entiende que la aporta Oxfam, pero la duda es si cada iniciativa se encarga de elaborar la parte que trata su propuesta, o es mejor que lo haga también Oxfam, de manera que sirva como prescriptor que avale la validez de cada una de ellas, en lugar de cada una hablando de las bondades de lo suyo. Se quedó en tratarlo en la siguiente reunión, como primer acercamiento a una primera conversación más amplia sobre formas de trabajo y reparto de tareas que iremos abordando en paralelo a los contenidos específicos.

### 3. Próximos pasos

Se habló sobre la posibilidad de que esta colaboración vaya más allá del lanzamiento del producto de divulgación y desde Oxfam se indicó su disposición a que así sea, y que se articule según las necesidades e intereses de las iniciativas que también estén interesadas. Según avance el proyecto, se irá abordando esta posibilidad.

Se habló también del evento que comentó Oxfam en la reunión anterior y de la conveniencia de que se hiciera en el lanzamiento del producto. Oxfam indicó que, dado que es una actividad dentro de un proyecto europeo, tiene unos condicionantes que pueden no permitir que se haga así, pero que cuando haya avances, y no los hubo entre la anterior reunión y ésta, se compartirán con todo el grupo.

## Tareas

- **TODAS** revisan y validan el contenido del documento de narrativa conjunta ([aquí](#)) e incluyen directamente mejoras para alcanzar una versión definitiva.
- **TODAS** revisan y validan los contenidos incluidos en el documento de Términos de Referencia ([aquí](#)) e incluyen directamente mejoras para alcanzar una versión definitiva.
- **TODAS** realizan una reflexión de cara a la próxima reunión para definir el tipo de producto, teniendo en cuenta idoneidad y recursos disponibles para llevarlo a cabo.
- **Oxfam** trabaja en esbozar contenidos específicos del producto para proponer y trabajar sobre ellos en la siguiente reunión.
- **Oxfam** avanza en la definición de un primer evento e informa al respecto.

**Próxima reunión:** el lunes 28 o el miércoles 30 de abril entre 11.30 y 13.00, según conveniencia de las representantes de B-Corps, que no pudieron estar presentes en ésta. Los temas que abordaremos serán decidir el tipo de producto, esbozar un primer reparto de tareas y avanzar en los contenidos específicos del producto.

# Reunión B-Corp, EBC, REAS, SANNAS y Oxfam Intermón

**28 de abril de 2025**

## Participantes:

- **B-Corps/B-Labs:** Eva Garrell y Laura Pedrero
- **Economía del Bien Común:** José Carlos Ramos
- **REAS:** Susana Ortega
- **SANNAS Triple Balance:** Jaime Fernández
- **Oxfam Intermón:** Nerea Basterra y Miguel Alba

## Puntos clave

- Consenso en crear un producto escrito que sea práctico, accesible e impactante para las empresas
- Enfoque en mostrar los beneficios de la sostenibilidad y redefinir el éxito empresarial para el siglo XXI
- Necesidad de equilibrar el impacto agregado de cada ecosistema con ejemplos específicos de empresas
- Importancia de desarrollar un lenguaje común y una narrativa compartida entre las iniciativas

## Formato y enfoque del producto

- Producto escrito (por ejemplo, libro blanco, guía) como base
- Contenido práctico y accesible con ejemplos concretos y beneficios
- Evitar centrarse en metodologías individuales; enfatizar objetivos comunes
- Potencial para futuras adaptaciones (eventos, piezas audiovisuales) basadas en el producto inicial

## Estrategia de contenido

- Redefinir el éxito empresarial para el siglo XXI
- Destacar los beneficios tangibles de la sostenibilidad (financieros, ventaja competitiva)

- Utilizar datos/ejemplos de empresas de cada ecosistema para ilustrar el impacto
- Desarrollar un lenguaje común en torno a conceptos clave (por ejemplo, partes interesadas, economía real)
- Abordar la resistencia actual contra las iniciativas de ESG/sostenibilidad

### **Público objetivo y mensajes**

- Enfoque principal en empresas, especialmente PYMES que consideran la transición hacia la sostenibilidad
- Públicos secundarios: público general, responsables políticos
- Enmarcar la sostenibilidad como esencial para la competitividad, no solo para el cumplimiento normativo
- Proporcionar argumentos/beneficios claros para los tomadores de decisiones escépticos

### **Proceso de colaboración**

- Aprovechar la experiencia colectiva para crear una voz unificada
- Cada iniciativa aportará ejemplos de empresas y fortalezas únicas
- Aspirar a un contenido que todos los socios se sientan cómodos respaldando
- Ver el desarrollo del producto como un proceso de construcción de relaciones/alineación

### **Próximos pasos**

- **Oxfam** sintetizará la discusión y propondrá un concepto de producto más específico
- Definir temas/secciones clave para el desarrollo de contenido
- Cada iniciativa considerará ángulos únicos o ejemplos de empresas para contribuir
- Explorar cómo extender el impacto más allá del producto inicial (eventos, participación en políticas, etc.)

### **Reflexión sobre el formato de producto**

En función de los públicos destinatarios y el objetivo que prioricemos podríamos tener 3 tipos de producto:

1. Incidencia y foco en las administraciones públicas: Libro blanco que recoja los mimbres de lo que queremos construir y cambiar, documento de análisis en profundidad sobre el tema con propuestas de cambios políticos y regulatorios

2. Algún tipo de guía práctica y motivadora para empresas que quieran avanzar en este camino, cómo empezar para alguien que quiera transicionar hacia ser una empresa más sostenible
3. Divulgación hacia el público en general, posicionando una narrativa de cambio de modelo empresarial

Parece que nos centramos en el 2º, aunque con un lenguaje y planteamiento inclusivo que nos permita también colocar esta narrativa hacia Administraciones Públicas y ciudadanía. Algo así como un diccionario con ejemplos y guía sobre cómo empezar. A partir de esta idea de producto, algunos comentarios y planteamientos que surgen más o menos consensuada:

- Foco en el impacto empresarial en positivo (la diferencia que puedes marcar) y no en el compliance (lo obligatorio, que no denota un compromiso genuino)
- Búsqueda de lenguaje común, hay algunas cosas como el glosario, grupos de interés (proveedores, clientela, financiadoras, socios/as, ...) con esa meta de los beneficios de ser sostenibles, redefiniendo el éxito de una empresa en nuestro contexto actual (de la maximización del beneficio económico a maximizar el impacto positivo para los diferentes grupos de interés afectados por la actividad de la empresa).
- Ir avanzando desde los datos agregados de las empresas de nuestras comunidades en las dimensiones que elijamos para presentar esto a los ejemplos concretos / motivadores... ejemplo de presentación de datos del Pacto Mundial
- Incorporar un “cómo empezar” que sea muy práctico, construyendo desde los ejemplos
- Nuestro mensaje debería dar argumentos a alguien que está dudando en el momento actual de cuestionamiento de la agenda de sostenibilidad para que tire adelante, con beneficios claros para las empresas que persigan este camino
- Y también llegar a la ciudadanía como clientes, interpelando a las personas para que, con sus decisiones de compra, apoyen a este tipo de iniciativas

# Reunión B-Corp, EBC, REAS, SANNAS y Oxfam Intermón

17 de octubre de 2025

## Participantes:

- **B-Corps/B-Labs:** Laura Pedrero
- **Economía del Bien Común:** Paco Álvarez
- **REAS:** Susana Ortega
- **SANNAS Triple Balance:** Jaime Fernández
- **Oxfam Intermón:** Miguel Alba

## Puntos y tareas acordadas

- Definimos 5 – 7 elementos esenciales de sostenibilidad comunes a las cuatro iniciativas para tener un suelo común al que referirnos al definir buenas prácticas. **TODOS aportan en documento ([enlace](#)), pestaña ‘Dimensiones en Común’ y Miguel sintetiza.**
- Avanzar en la recopilación de información a plasmar en el libro blanco sobre cada iniciativa en base a las pautas expresadas en las preguntas-guía de los Términos de Referencia y que se incluyen en la siguiente presentación: [enlace](#) **TODOS avanzan en la extracción de la información y pueden utilizar las carpetas de cada iniciativa ([enlace](#)) incluidas en el espacio de trabajo como repositorio**
- Avanzar en la identificación de ejemplos de buenas prácticas, en base a esas dimensiones en común para comprobar idoneidad y posibles cruces y solapes entre ecosistemas. **TODOS aportan en documento ([enlace](#)), pestaña ‘Buenas prácticas’ y Miguel sintetiza**
- Incluimos en los [Términos de Referencia](#) del libro blanco un apartado de resignificación de términos desvirtuados como ‘sostenibilidad’ y ‘empresa’ para abordar la batalla cultural. **Incluido**