



Las B Corps impulsan un nuevo modelo turístico ante el récord de visitantes en España



España atraviesa un momento de fuerte crecimiento turístico tras alcanzar en 2025 un récord histórico de 96,8 millones de visitantes internacionales, según el Instituto Nacional de Estadística, con estimaciones de superar los 100 millones de llegadas en 2026. La actividad turística se consolida así como un pilar fundamental de la economía nacional: representa casi el 13% del PIB y genera cerca de 3 millones de puestos de trabajo. Sin embargo, este crecimiento también plantea retos. La alta concentración de visitantes intensifica la presión sobre los recursos naturales, los ecosistemas y las infraestructuras locales, al tiempo que plantea retos sociales relevantes en materia de vivienda y reducción del comercio de proximidad. Ante este contexto, el reto del sector es avanzar hacia un turismo regenerativo, que no solo reduzca sus impactos negativos, sino que contribuya a mejorar los destinos, su entorno natural y la calidad de vida de las comunidades locales.

Cómo hacer del turismo una fuerza regenerativa

El movimiento B Corp ofrece a las empresas del sector turístico un marco de gestión que permite medir y mejorar su impacto, responder a las nuevas normativas y verificar sus avances de forma independiente. Mediante estándares internacionales que incorporan requisitos obligatorios en siete áreas de impacto, las empresas B Corp convierten el propósito social y ambiental en un sistema de gestión que refuerza la competitividad, la innovación y la resiliencia a largo plazo.

Hoy, el movimiento B Corp cuenta ya con 301 empresas del sector turístico a nivel mundial, que en conjunto facturan más de 9.600 millones de euros y emplean cerca de 50.000 personas. En Europa, 73 empresas del sector forman parte de la comunidad B Corp, con una facturación agregada que supera los 1.700 millones de euros y los 11.800 trabajadores. A su vez, en España, el movimiento cuenta con una decena de empresas del sector hotelero y de los viajes que ya están demostrando que la excelencia y el impacto positivo se retroalimentan. El sector turístico español ofrece ejemplos concretos de que este nuevo modelo es posible:



Abadía Retuerta. Este destino hotelero y vinícola de Castilla y León reutiliza el 100% del agua depurada para el riego, cuenta con la certificación ecológica de todo su viñedo y opera con plantas fotovoltaicas propias. En 2025 generó 17,8 millones de euros de valor económico directo, empleando a más del 90% de su personal del entorno local y colaborando con cerca de un 38% de proveedores de Castilla y León.

ILUNION Hotels. La cadena cuenta con una plantilla de más de 1.900 profesionales, de los cuales el 55% son personas con discapacidad o en situación de vulnerabilidad social. Doce de sus 32 establecimientos operan como Centros Especiales de Empleo, donde más del 70% del equipo tiene discapacidad. Además, todos sus hoteles cuentan con la certificación en Accesibilidad Universal (UNE 170001) y el sello de sostenibilidad BREEAM.

Artiem Hotels . Esta cadena hotelera familiar integra la gestión de impacto en sus decisiones operativas diarias, midiendo el bienestar de sus equipos y priorizando la colaboración local para lograr que los destinos prosperen gracias al turismo y no a pesar de él. En 2025, el índice de felicidad de su equipo alcanzó 73/100 puntos y se realizaron cerca de 6.300 horas de formación.

Según Lucas Hunter, director ejecutivo interino de B Lab Spain : "España afronta una nueva etapa para el turismo: el reto ya no es solo atraer más visitantes, sino conseguir que el crecimiento contribuya a la prosperidad de los destinos. Las empresas B Corp están demostrando que es posible integrar el impacto positivo en la gestión del negocio, generando valor económico al tiempo que se protege el entorno y se mejora el bienestar de las personas . El siguiente paso es que este enfoque deje de ser diferencial para convertirse en un nuevo estándar para el sector".

Valor a largo plazo para los destinos

Esta nueva forma de entender y gestionar el negocio también se refleja en las cifras de desempeño de las compañías. Según los datos de B Impact, la plataforma de B Lab utilizada por más de 14.000 empresas en España, de las cuales cerca de 450 pertenecen al sector turístico, el 93% de las B Corps españolas del sector impulsa el empoderamiento de sus trabajadores a través de iniciativas como formación y canales de escucha , frente al 20% de las empresas turísticas convencionales. Asimismo, el 76% cuenta con políticas de donaciones benéficas e inversión en la comunidad, frente al 17%.

La gestión ambiental también ocupa un lugar central: el 53% de las B Corps españolas del sector monitoriza sus emisiones de gases de efecto invernadero , frente al 20% de las empresas turísticas convencionales, mientras que el 66% incorpora criterios sociales y ambientales en la toma de decisiones , frente al 18%.

Estos datos muestran cómo las empresas B Corp trabajan para trasladar el propósito a decisiones concretas orientadas a generar valor para todos los grupos de interés.