

El impacto gana peso en la estrategia empresarial: la demanda de proyectos crece un 170% en 18 meses.

Un análisis de Transcendent revela **cinco fuerzas que aceleran el uso del impacto como ventaja competitiva** y abrirán las puertas a nuevas estructuras de financiación.

Madrid, 23 de junio de 2026. La integración del impacto social y medioambiental en la estrategia empresarial está ganando peso en las agendas de los equipos directivos. Así lo refleja la evolución observada por **Transcendent**, consultora estratégica especializada en sostenibilidad e impacto, que ha **desarrollado más de 30 proyectos de medición y gestión del impacto** para grandes corporaciones españolas y latinoamericanas durante los últimos 18 meses, un volumen que supone un **incremento del 170% respecto al periodo anterior**.

La tendencia apunta a una transformación en la forma en que las empresas abordan el impacto. Según Transcendent, **las organizaciones más avanzadas** ya no se preguntan únicamente qué impacto generan, sino **cómo ese impacto influye en su competitividad, su posición en la cadena de valor y sus oportunidades de crecimiento**.

Estas conclusiones se recogen en el **informe "Impacto como ventaja competitiva: Cinco fuerzas clave que transforman la estrategia empresarial en 2026"**, elaborado a partir de la experiencia acumulada por la firma en proyectos de medición y gestión del impacto desarrollados para grandes compañías de distintos sectores.

"El impacto está empezando a formar parte de conversaciones que hasta hace poco se reservaban a la estrategia, la innovación o la inversión. Las empresas buscan entender qué valor generan, cómo medirlo con rigor y de qué manera puede contribuir a reforzar su posición competitiva", señala Ángel Pérez Agenjo, socio director de Transcendent.

Cinco fuerzas que entran en la agenda empresarial

El análisis aborda cinco ámbitos que están adquiriendo una relevancia creciente en la toma de decisiones empresariales.

El informe identifica una **evolución desde la medición hacia la gestión integrada del impacto**, con organizaciones que están incorporando indicadores de impacto a sus sistemas de gestión y toma de decisiones, apoyándose en estándares consolidados y herramientas tecnológicas que permiten una comprensión más precisa de los efectos generados por su actividad. Al mismo tiempo, Transcendent también observa cómo la atención a retos sociales y medioambientales está ayudando a **identificar oportunidades de innovación, nuevos mercados y modelos de negocio** en sectores como el financiero o el textil.

El análisis también apunta al **crecimiento de los ecosistemas colaborativos** para abordar desafíos sociales y ambientales complejos, así como al **desarrollo de nuevas estructuras de financiación capaces de movilizar capital hacia soluciones de impacto**. En España, el Fondo de Impacto Social, gestionado por COFIDES y dotado con 400 millones de euros, es uno de los principales ejemplos de esta evolución. Paralelamente, las empresas están viendo **una mayor vinculación entre generación de impacto y el refuerzo de posicionamiento de marca**, apoyando sus compromisos en datos verificables y decisiones de negocio coherentes.

Del impacto reputacional al impacto estratégico

Según Transcendent, el principal cambio que se está produciendo es la incorporación progresiva del impacto a ámbitos tradicionalmente asociados a la gestión empresarial.

"El reto para muchas organizaciones consiste en traducir su impacto en decisiones concretas de negocio: entender dónde se genera, qué implicaciones tiene para la estrategia y cómo puede integrarse en la gestión, la innovación o el posicionamiento de la empresa", concluye Pérez Agenjo.

Descargar informe: [Informes Transcendent – El impacto como ventaja competitiva en 2026](#)

Sobre Transcendent

Transcendent es una consultora estratégica especializada en sostenibilidad e impacto. Trabaja con compañías de distintos sectores para identificar oportunidades, diseñar soluciones e implementar iniciativas que generan valor económico, social y medioambiental. Combina un enfoque metodológico riguroso con un modelo de consultoría cercano, flexible y orientado a resultados.

Desde su fundación en 2018, ha trabajado con más de 120 organizaciones en 15 sectores. Es empresa B Corp, fundadora del Observatorio de Impacto y miembro de la junta directiva del Consejo Asesor para la Inversión de Impacto en España (SpainNAB).

www.transcendent.es

Contacto de Prensa:

Alejandra Orti Pérez-Pire

Responsable de Comunicación y Marketing en Transcendent

alejandra.orti@transcendent.es

656 865 139