

IV MARCO PARA LA COMPETITIVIDAD E INNOVACION EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEON



Informe resultados
de la encuesta
**SOSTENIBILIDAD EN
DE LAS EMPRESAS DE LEÓN**

Contenido

1. PRESENTACIÓN DE LA ENCUESTA	1
2. ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS CLASIFICADAS POR ASPECTOS.....	2
2.1 ASPECTOS GLOBALES.....	2
2.1.1. Política y presupuesto de sostenibilidad	2
2.1.2. Importancia estratégica.....	7
2.1.3. Responsabilidad y buen gobierno	10
2.1.4. Conclusiones y propuestas de mejora.....	13
2.2 ASPECTOS SOCIALES.....	13
2.2.1. Gestión de condiciones laborales y diversidad	14
2.2.2. Colaboración y apoyo social	16
2.2.3. Conclusiones y propuestas de mejora.....	19
2.3 ASPECTO AMBIENTAL.....	20
2.3.1. Impacto ambiental y gestión	21
2.3.2. Auditorías ambientales.....	26
2.3.3. Conclusiones y propuestas de mejora.....	27
2.4 PROVEEDORES Y CLIENTES.....	29
2.4.1. Aspectos sociales y ambientales en decisiones de compra	29
2.4.2. Relación con el cliente.....	30
2.4.3. Conclusiones y propuestas de mejora.....	32
2.5 INNOVACION Y FUTURO	34
2.5.1. Innovación y sostenibilidad.....	34
2.5.2. Desafíos y objetivos a largo plazo	35
2.5.3. Conclusiones y propuestas de mejora.....	39

1. PRESENTACIÓN DE LA ENCUESTA

La sostenibilidad se ha convertido en un aspecto esencial en el mundo empresarial actual. Las empresas ya no solo buscan ser competitivas desde una perspectiva económica, sino que también están adoptando enfoques responsables hacia el medio ambiente, el bienestar social y la innovación. Este informe presenta los resultados de una encuesta realizada a empresas de la provincia de León, en la que se analiza cómo están integrando aspectos de responsabilidad social, gestión ambiental e innovación en sus operaciones.

El objetivo principal de este estudio es entender cómo están abordando los retos y oportunidades que surgen de la sostenibilidad, con un enfoque especial en la Bioeconomía y la Economía Circular, dos áreas que están transformando la manera en que las empresas gestionan los recursos, reducen el impacto ambiental y crean nuevos modelos de negocio que pueden ser más eficientes y rentables a largo plazo.

En este informe se explorarán, entre otros, aspectos clave como el grado en que las empresas están comprometidas con la sostenibilidad en su estrategia general, la importancia que le dan a la reducción de su impacto ecológico y la manera en que se relacionan con sus empleados y la comunidad local. También se profundiza en cómo están invirtiendo en tecnologías innovadoras para mejorar sus prácticas empresariales y enfrentar los desafíos del futuro.

A través de las respuestas, se busca identificar qué prácticas están siendo implementadas actualmente por las empresas, qué obstáculos enfrentan en su camino hacia un modelo de negocio más sostenible y cómo la investigación y el desarrollo tecnológico (I+D+i) pueden jugar un papel clave en la adopción de estos modelos innovadores.

Este informe no solo está dirigido a los empresarios, sino también a cualquier persona interesada en conocer cómo las empresas de León están contribuyendo a la creación de un futuro más responsable y sostenible. A lo largo del estudio, se presentarán los resultados de la encuesta de forma clara y accesible, con el fin de proporcionar una visión integral de las prácticas empresariales en materia de desarrollo responsable en nuestra región.

Vamos a descubrir cómo la sostenibilidad no solo es una necesidad para el futuro, sino también una gran oportunidad para las empresas de Castilla y León, los consumidores y los profesionales del sector.

Por último, queremos expresar nuestro agradecimiento a todas las empresas que participaron en esta encuesta. Su colaboración ha sido esencial para comprender cómo las empresas de León están incorporando la sostenibilidad en sus estrategias y operaciones. Gracias a su disposición para compartir sus prácticas y desafíos, este informe ofrece una visión clara de los esfuerzos realizados y las oportunidades que la responsabilidad ambiental presenta para el futuro de nuestras empresas y la región.

2. ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS CLASIFICADAS POR ASPECTOS

2.1 ASPECTOS GLOBALES

Revisamos primero cómo las empresas de León están integrando la sostenibilidad en su gestión general, evaluando su compromiso, recursos y la importancia que le otorgan en su estrategia empresarial. En primer lugar, se analiza si las empresas cuentan con una política ecológica, es decir, si han adoptado directrices claras que guíen sus acciones hacia un modelo de negocio responsable. También se examina si destinan un presupuesto específico para implementar mejoras en esta área, lo que indica el grado de compromiso financiero con la sostenibilidad.

Además, se aborda la importancia que la sostenibilidad tiene dentro de la estrategia global de la empresa, destacando si la integración de criterios sociales, ambientales y de gobernanza es una prioridad para los directivos. Finalmente, se indaga sobre quién es el responsable de gestionar la sostenibilidad en las empresas, así como su compromiso con el buen gobierno y la transparencia fiscal, aspectos clave para una gestión empresarial ética y responsable.

A través de este análisis, se busca obtener una visión general de cómo las empresas de la región están abordando los desafíos de la sostenibilidad y qué estructuras están implementando para avanzar hacia un futuro más responsable.

2.1.1. Política y presupuesto de sostenibilidad

Para la pregunta “¿Su empresa cuenta con una política de sostenibilidad?”, el 46% de las empresas en León responde que cuenta con una política de sostenibilidad formalizada. La distribución por sectores muestra una gran variabilidad, con sectores como el turismo y la restauración y la industria del metal destacándose por su alto nivel de compromiso, frente a otros más rezagados como agroalimentario y comercio.

Comentamos ahora algunas de las **ventajas** que supone el con una política de sostenibilidad:

- **Mejora la imagen de la empresa:** los clientes ven a la empresa como responsable, lo que puede atraer más consumidores.
- Cumplen mejor con las leyes y regulaciones ambientales, evitando posibles multas.
- **El acceso a financiación** provoca más posibilidades de conseguir préstamos o ayudas económicas de bancos e instituciones.
- **Ahorra costos a largo plazo:** al ser más eficientes en el uso de recursos (agua, energía, materiales), se pueden reducir los costos operativos.
- **Atrae y retiene talento** y por ende será más fácil contar con empleados que busquen trabajar en lugares responsables.
- **Ventaja competitiva:** respecto a la competencia, especialmente en mercados donde los consumidores valoran el compromiso ambiental.

- Fomenta la **innovación e impulsa** a las empresas a desarrollar nuevos productos y servicios que sean más amigables con el medio ambiente.
- **Mayor adaptabilidad:** están mejor preparadas para adaptarse a cambios en la ley o en las condiciones del mercado.

Y también las desventajas:

- **Peligro de quedarse atrás:** pueden ser vistas como anticuadas y perder relevancia en el mercado.
- **Pérdida de oportunidades de negocio** en sectores que valoran el compromiso con el medio ambiente.



Así vemos cómo se distribuye la adopción de **políticas de sostenibilidad** por sector y las posibles mejoras a aplicar para impulsar una mayor integración en las empresas de cada área.

Actividades sanitarias y de servicios sociales

El 50% cuenta con una política de sostenibilidad, lo que refleja un equilibrio entre el compromiso y la necesidad de mejorar. El fomento de la sensibilización dentro del sector aumentará la adopción de políticas de sostenibilidad con un enfoque en el bienestar social y la gestión de recursos.

Actividades turísticas y restauración

En este sector está totalmente implementada, por lo tanto, vemos un alto nivel de compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social. Mantenerlo y reforzarlo, buscando nuevas formas de hacer más sostenible la gestión de recursos como el agua, la energía y los residuos, es un punto importante en este sentido.

Agroalimentario

Solo el 33% cuenta con una política de sostenibilidad, lo que sugiere que hay mucho por hacer para integrar la sostenibilidad en las operaciones del sector. Con un impulso avanzado en iniciativas mediante incentivos gubernamentales y colaboración con instituciones se reducirá el impacto ambiental y se mejorará la eficiencia.

Comercio

También solo un 33% de las empresas. Este sector podría beneficiarse de un mayor enfoque en la sostenibilidad aumentando la concienciación sobre los beneficios y ofreciendo formación y apoyo a las pequeñas y medianas empresas para adoptar prácticas responsables.

Construcción

Aquí un 32%, que refleja una brecha importante respecto a otros sectores. El impulso de normativas y estándares ambientales en la construcción, promoviendo la adopción de prácticas más verdes, como la eficiencia energética y el uso de materiales sostenibles, hará que las empresas se embarquen en un proceso de mejora medioambiental más eficiente.

Industria del metal

Un 75% de las empresas en la industria del metal ha adoptado políticas de sostenibilidad, lo que demuestra un buen nivel de compromiso con la reducción del impacto ambiental y la eficiencia. Deben seguir innovando en tecnologías sostenibles, centrándose en la reducción de residuos y la mejora de procesos productivos para lograr una mayor eficiencia energética.

Manufactura

Vemos que el 100% de las empresas la tiene por lo que se refleja un fuerte compromiso con la responsabilidad social y ambiental. Es importante que se continúe con la implementación de nuevas tecnologías y procesos para hacer aún más sostenibles las operaciones, además de promover la economía circular en la fabricación.

Transporte y logística

100% implementado en este sector. Toca avanzar más invirtiendo en vehículos eléctricos y combustibles alternativos, optimizando las rutas y cargas para reducir el consumo, e implementando auditorías y certificaciones ambientales. Además, es clave promover incentivos para flotas sostenibles, apoyar la economía circular y fomentar el uso de tecnologías inteligentes para mejorar la eficiencia operativa y reducir las emisiones.

Otros

En este grupo, el 44% de las empresas tiene una política de sostenibilidad, lo que indica que, aunque algunas están avanzando, la mayoría aún tiene margen de mejora. Una propuesta sería de mejora consistiría en desarrollar estrategias específicas para este grupo de sectores, apoyando a las empresas en su transición hacia prácticas sostenibles y proporcionándoles recursos para facilitar la adopción de políticas verdes.

Respecto a la pregunta “¿Su empresa dispone de presupuesto destinado a la implantación de mejoras en materia de sostenibilidad?” vemos que el 33% de las empresas destinan presupuesto al desarrollo responsable, lo que refleja un compromiso aún limitado. Sin embargo, la distribución por tamaño de empresa muestra claras disparidades: mientras las grandes y medianas empresas tienen un porcentaje alto de asignación (hasta 86%), las microempresas y pequeñas empresas presentan valores mucho más bajos, con hasta el 85% sin presupuesto destinado. Esto sugiere que, aunque hay un compromiso creciente, la falta de recursos y apoyo sigue siendo un reto significativo para las empresas más pequeñas.

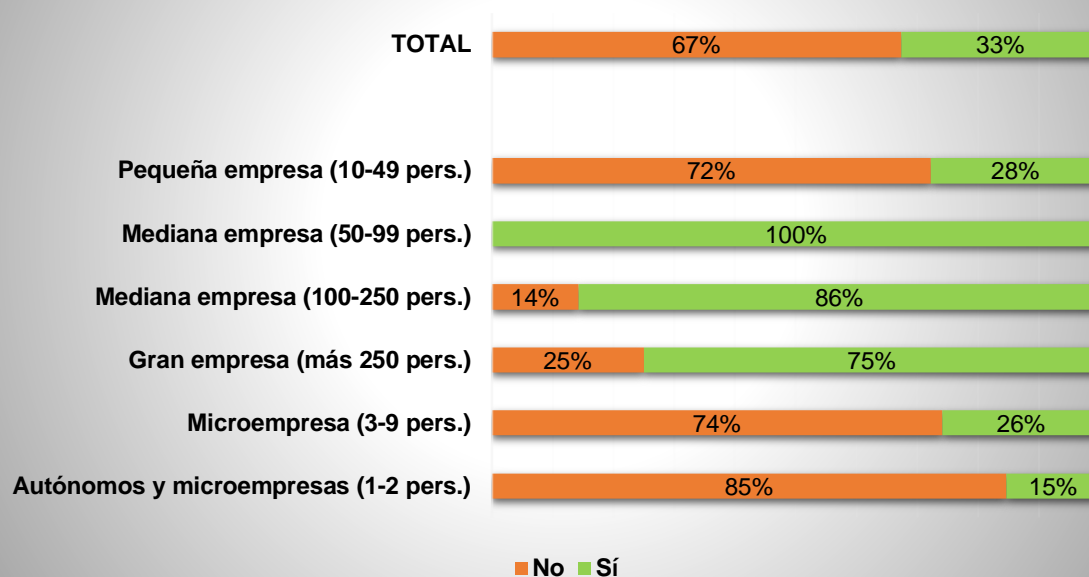
A continuación, comentamos algunas de las **ventajas y desventajas** de contar o no con un presupuesto destinado a la sostenibilidad. Estas resaltan puntos resaltan los beneficios que las empresas pueden obtener al invertir en prácticas sostenibles, así como los riesgos de no hacerlo.

- La **financiación de proyectos sostenibles** permite implementar prácticas ecológicas y eficientes en recursos.
- También **mejora de la competitividad** al diferenciarse como una empresa responsable.
- **Ayuda a cumplir con las leyes** medioambientales y evita posibles sanciones.
- Acceso a **incentivos, subvenciones y ayudas** públicas para proyectos sostenibles.
- **Optimización de procesos** en el uso eficiente de recursos, reduciendo costos a largo plazo.
- Mejor reputación, **reforzando la imagen** de la empresa como socialmente responsable ante clientes y grupos interesados.
- Fomento de la **innovación y apoyo** en el desarrollo de nuevos productos y servicios más ecológicos.
- **Reducción de riesgos** financieros y operativos asociados a problemas medioambientales.

Estas serían las principales desventajas:

- Dificultad para **adaptarse a regulaciones**: pueden quedar desactualizadas frente a normativas ambientales cada vez más estrictas.
- Mayor **impacto ambiental** al no invertir ya que puede incrementar el uso de recursos y la generación de residuos.
- **Pérdida de competitividad** que conlleva que la empresa pierda atractivo frente a clientes más conscientes.
- **Imágenes corporativas dañadas** que provocan una percepción pública negativa y deterioro de las relaciones con los consumidores.
- Falta de innovación con el correspondiente **retraso en el desarrollo** de productos y procesos innovadores.
- La **falta de inversión** podría resultar en **mayores costos** a largo plazo debido a la ineficiencia.
- Riesgo de sanciones si no se cumple con las normativas ambientales que pueden derivar en **multas o sanciones** regulatorias.

¿Su empresa dispone de presupuesto destinado a la implantación de mejoras en materia de sostenibilidad?



A continuación, se ofrece un análisis detallado de la situación de cada tipo de empresa y se presentan propuestas de mejora específicas para fomentar la integración de la autosuficiencia en todos los niveles.

Autónomos y Microempresas (1-2 pers.)

La mayoría no destinan presupuesto, probablemente debido a limitaciones financieras y falta de recursos. Esto refleja una falta de conciencia o prioridad sobre la sostenibilidad en estos sectores. Veríamos una mejora importante al implementar incentivos fiscales, microcréditos o subvenciones específicas que ayuden a las microempresas a adoptar prácticas sostenibles, permitiéndoles acceder a recursos y tecnologías adecuadas.

Microempresas (3-9 pers.)

Ese 75% que no tiene presupuesto refleja tanto limitaciones económicas como falta de conocimiento sobre las oportunidades que las prácticas sostenibles pueden generar. Sin embargo, también tienen la ventaja de su agilidad y capacidad de adaptación, lo que podría facilitar la implementación de soluciones más asequibles o escalables a medida que se vayan concienciando sobre los beneficios de la sostenibilidad. Para ello es posible crear programas de sensibilización y apoyo, ofreciéndoles formación y acceso a subvenciones o incentivos que faciliten la transición a prácticas sostenibles sin grandes inversiones iniciales.

Pequeñas Empresas (10-49 pers.)

El 72% no destina presupuesto a sostenibilidad, lo que puede estar relacionado con la presión de la rentabilidad a corto plazo y la falta de infraestructura. La creación de

programas de formación y asesoría específica que ayuden a las pequeñas empresas a entender la rentabilidad a largo plazo de las inversiones sostenibles y cómo integrarlas en su operativa, daría un impulso a la importancia de aumentar este presupuesto.

Mediana Empresa (50-99 pers.)

Todas las empresas asignan presupuesto, lo que indica un alto nivel de compromiso con las iniciativas ambientales y sociales. Esto refleja una conciencia sólida sobre los beneficios a largo plazo de las prácticas sostenibles, tanto en términos de eficiencia como de reputación. Además, estas empresas están bien posicionadas para aprovechar subvenciones, incentivos fiscales y mejorar su competitividad en un mercado cada vez más orientado hacia la responsabilidad social y ambiental. Toca seguir avanzando en el fomento de la colaboración con otras empresas del sector para optimizar recursos y explorar soluciones innovadoras que refuercen su sostenibilidad, como la adopción de tecnologías más verdes y la mejora continua en la eficiencia de procesos.

Medianas Empresas (100-250 pers.)

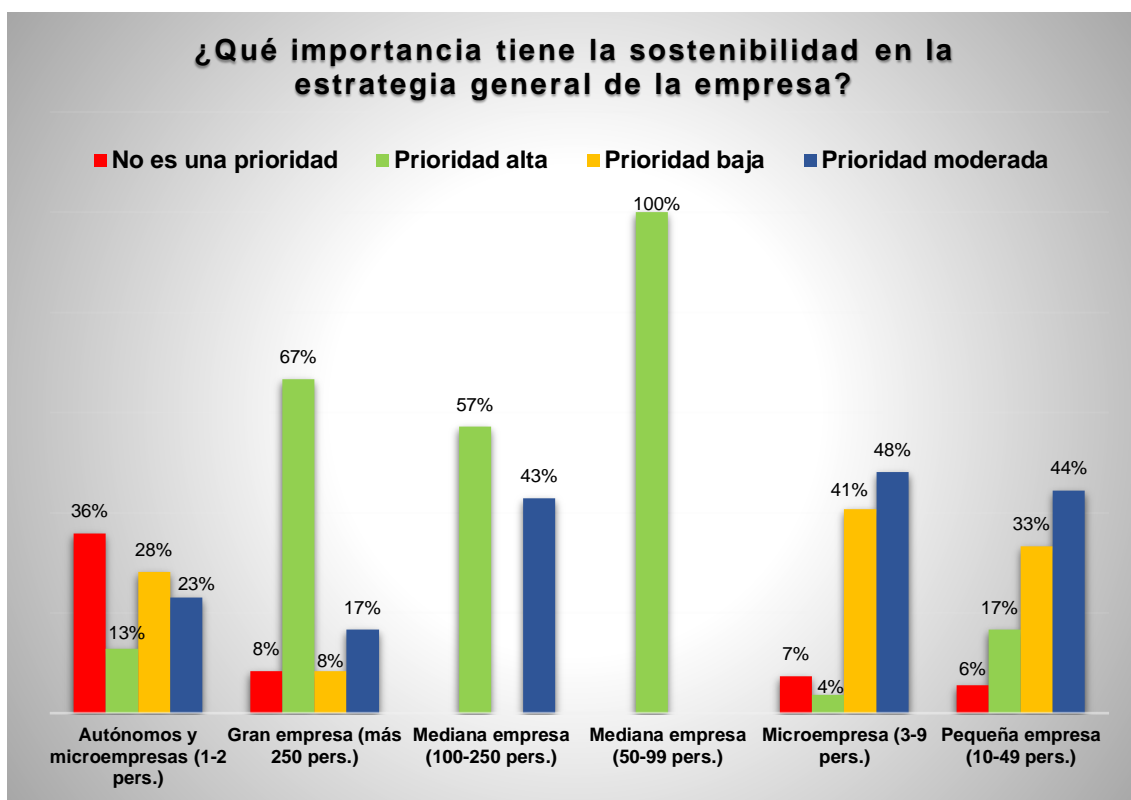
Aquí tenemos al 86% que sí destinan presupuesto, lo que refleja un alto nivel de compromiso y recursos para invertir. Sin embargo, todavía hay un porcentaje significativo que no lo hace. Para ver un avance y progresión adecuada se deberían establecer redes de colaboración y compartir buenas prácticas entre empresas y así se fomentaría la integración de la estabilidad ambiental en todas las operaciones y cadenas de valor.

Grandes Empresas (más 250 pers.)

Le corresponde un 75% en la asignación de presupuesto, y así se puede ver capacidad de inversión y una mayor presión social para ser responsables. A pesar de esto, aún hay margen de mejora no solo en sus operaciones, sino también apoyando a pymes a través de mentorías y asociaciones para fomentar una economía más circular y responsable.

2.1.2. Importancia estratégica

Según la pregunta “**¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en la estrategia general de la empresa?**”, mientras que las grandes empresas lo consideran una prioridad estratégica (100%), las microempresas y los autónomos suelen darle una menor importancia, reflejando diferencias en recursos, capacidad de inversión y visión a largo plazo. Tan solo el 21% de las empresas muestra una inclinación alta por marcar estrategias fuertes en cuanto a temas medioambientales. Este análisis examina cómo cada tipo de empresa está abordando este desafío y las áreas en las que pueden mejorar.



No solo pretenden mejorar la competitividad de las empresas, sino que también tendrán un impacto positivo en el entorno y en la comunidad, creando un modelo de negocio más responsable y rentable a largo plazo.

- **Integrar la sostenibilidad en la visión y misión** como parte fundamental ayuda a que sea una prioridad real en las decisiones estratégicas. Las grandes empresas ya lo hacen y es un buen ejemplo para las más pequeñas, que pueden empezar con compromisos sencillos y accesibles.
- **Capacitar a los empleados** formándolos en prácticas responsables ayuda a crear una cultura empresarial sostenible. Las grandes empresas ya invierten en formación, y las pequeñas también pueden organizar talleres o capacitaciones simples para involucrar a todo el equipo en este proceso.
- Las decisiones sobre **compras, inversiones y asociaciones** se deben tomar considerando el impacto ambiental y social. Las grandes empresas lo están haciendo, y las pequeñas pueden adoptar prácticas similares eligiendo proveedores responsables o utilizando materiales más sostenibles.
- **Comunicarse** de manera efectiva sobre sostenibilidad a través de marketing y comunicación refuerza la reputación. Las grandes empresas lo hacen a gran escala, pero las pequeñas pueden aprovechar las redes sociales o su página web para compartir sus logros sostenibles.

- Aprovechar **incentivos y apoyos gubernamentales** para la implementación de prácticas sostenibles. Es crucial que las empresas más pequeñas conozcan estos programas para acceder a recursos que faciliten su transición hacia modelos más responsables.
- Formar **alianzas estratégicas** colaborando con otras empresas, ONGs o instituciones puede amplificar el impacto de las iniciativas sostenibles. Las grandes empresas ya lo hacen, pero las pequeñas también pueden unirse a otros negocios locales para compartir conocimientos y recursos en proyectos comunes.

Los resultados en cuanto al tamaño las empresas, revelan patrones claros sobre cómo la sostenibilidad es percibida según la estructura organizacional. A continuación, se desglosan los resultados de cada tipo de empresa:

Autónomos y microempresas (1-2 personas)

La mayoría de ellos (36%) no la consideran como una prioridad, reflejando su enfoque centrado en lo inmediato y las dificultades para invertir en ella. Sería bueno aumentar los incentivos para autónomos con el fin de implementar prácticas sostenibles simples que puedan integrarse fácilmente en su modelo de negocio sin comprometer recursos significativos.

Gran empresa (más de 250 personas)

Tienen un alto nivel de compromiso, con el 67% considerándola una prioridad alta. Este sector tiene más recursos y capacidad para hacer cambios estructurales y debe continuar con la integración las áreas de negocio además de explorar iniciativas más innovadoras para fortalecer el compromiso con el medio ambiente y la sociedad.

Mediana empresa (100-250 personas)

Este segmento muestra un 57% de empresas que dan alta prioridad a la sostenibilidad, aunque con una pequeña parte aún en prioridad moderada. El enfoque de los recursos para garantizar que todas las áreas de la empresa sigan un plan de equilibrio ecológico claro y medible dará prioridad a la eficiencia energética y el reciclaje.

Mediana empresa (50-99 personas)

El 100% consideran la sostenibilidad como una prioridad alta, lo que refleja una visión estratégica clara hacia el futuro. Deben aprovechar esto mismo para incorporar procesos más innovadores y estructurados que refuercen el crecimiento económico y ambiental.

Microempresa (3-9 personas)

Este grupo tiene una mayor proporción de empresas que la consideran una prioridad baja o moderada (41% y 48%), lo que indica que estas empresas tienen limitaciones en cuanto a recursos. Sería clave para ellas incentivar la adopción de prácticas sostenibles asequibles y de bajo costo, como la eficiencia energética, para mejorar el impacto sin requerir grandes inversiones.

Pequeña empresa (10-49 personas)

Se muestra una distribución equilibrada entre las prioridades baja, moderada y alta, lo que refleja un interés variable por la sostenibilidad. Desarrollar estrategias adaptadas a la capacidad de inversión de las pequeñas empresas, enfocándose en medidas sostenibles que generen beneficios inmediatos y medibles, puede ser una buena fórmula para avanzar en la buena dirección.

2.1.3. Responsabilidad y buen gobierno

El **responsable de sostenibilidad** en una empresa tiene la tarea de integrar prácticas medioambientales, sociales y económicas en las operaciones diarias. Su objetivo es reducir el impacto ambiental, promover la eficiencia de los recursos y garantizar el cumplimiento de las normativas vigentes.

Además, debe sensibilizar a los empleados sobre la importancia de la sostenibilidad, promoviendo una cultura empresarial responsable. Esto incluye iniciativas como el ahorro de energía, la gestión de residuos y el uso de proveedores sostenibles.

Para la pregunta “**¿Quién es el responsable de la sostenibilidad en la empresa?**”, las respuestas muestran:



Como se puede ver, en muchas empresas, la responsabilidad de la sostenibilidad no está claramente definida (55%). Esto puede dificultar la implementación de prácticas sostenibles efectivas, ya que la falta de liderazgo y compromiso puede afectar la

integración de estas acciones en la estrategia empresarial. Mientras que algunas empresas asignan esta tarea a la alta dirección o a departamentos específicos.

Algunas apreciaciones y recomendaciones sobre esta responsabilidad serían:

- **Definir** claramente un **responsable**: es fundamental asignar a una persona o equipo específico para gestionar y garantizar una implementación coherente.
- **Incluir** al **CEO o alta dirección** en la responsabilidad y así dar visibilidad y prioridad estratégica a la cuestión ambiental.
- **Crear** un **comité de sostenibilidad** para dar un enfoque integral, involucrar además a las distintas áreas de la empresa y asegurar un seguimiento adecuado.
- **Establecer** un **departamento** dedicado exclusivamente a sostenibilidad que pueda coordinar y dirigir todas las iniciativas, asegurando que se cumplan los objetivos.
- **Promover** una **cultura empresarial sostenible y que**: sean conscientes de la importancia de la sostenibilidad, fomentando la participación.
- **Designar** un **responsable para cada área clave** (como compras, recursos humanos y operaciones) facilita su integración en cada función.
- **Reforzar** la **formación y sensibilización** para tener una capacitación mayor sobre la importancia de la sostenibilidad en la empresa.
- **Evaluar periódicamente el impacto** de la responsabilidad asignada y ver si está logrando los objetivos establecidos y ajustando las estrategias cuando sea necesario.

Con la siguiente pregunta planteada “**¿Cuenta su empresa con un compromiso de buen gobierno y transparencia fiscal?**”, se quiere indagar sobre el significado de operar de manera ética, responsable y en cumplimiento con las normativas legales. Se quiere conocer la Implicación para garantizar prácticas claras en la gestión de los recursos, la toma de decisiones y la presentación de informes financieros.

- El buen gobierno asegura que la empresa actúe en **interés de todos** los empleados, clientes, accionistas, sociedad, etc., promoviendo la confianza y reduciendo riesgos legales.
- Genera **confianza** en inversores y mejora la reputación, ya que demuestra compromiso con la ética y el cumplimiento de las normativas.
- Además, **facilita la toma de decisiones** responsables, previene sanciones legales y garantiza el acceso a financiación. Sin embargo, no tenerlo puede acarrear desconfianza y pérdida de oportunidades.
- Las empresas sin transparencia tienen **riesgos legales, decisiones erráticas y una mala imagen** ante clientes, empleados y socios. Esto también dificulta la atracción de talento y aumenta la vulnerabilidad ante crisis, afectando su estabilidad a largo plazo.

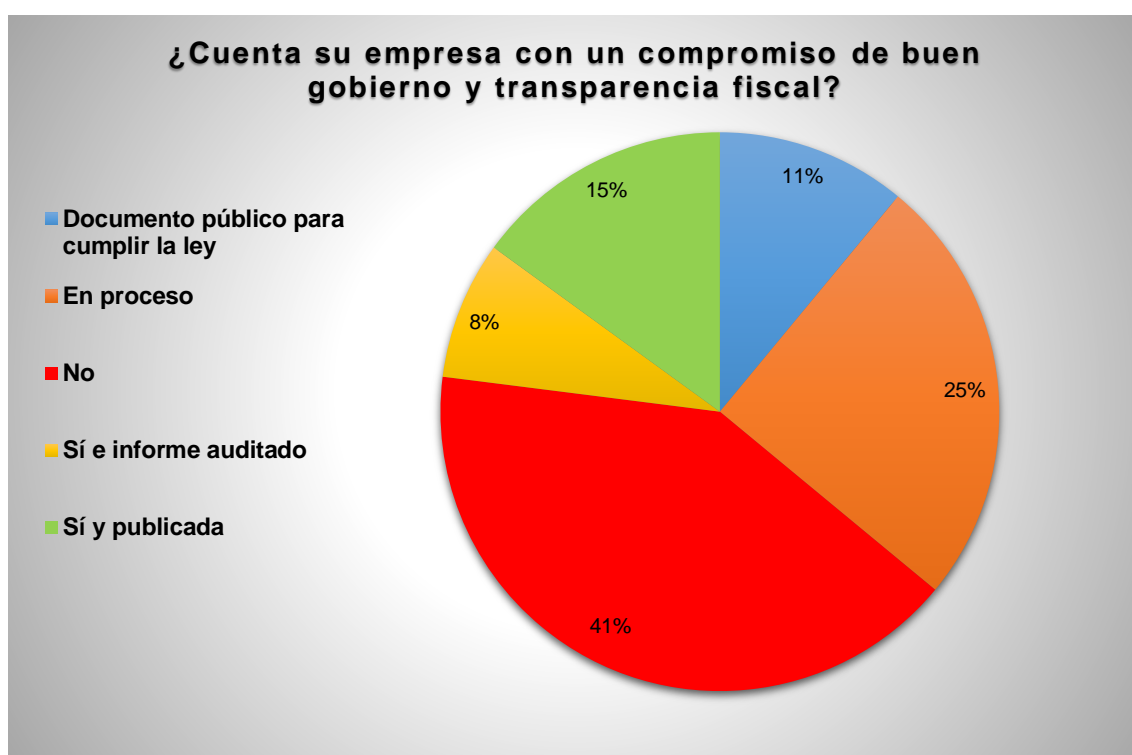
Las respuestas revelan una situación diversa. El 41% no tienen un compromiso claro, lo que sugiere una falta de políticas definidas o estructuradas en estas áreas. Este

porcentaje refleja una oportunidad importante para mejorar en términos de responsabilidad corporativa.

El 25% se encuentran en proceso de implementar estas prácticas, lo que indica que muchas son conscientes de la importancia, pero aún no han alcanzado la madurez en sus sistemas de gobernanza.

Solo un 15% ha publicado su compromiso, mientras que un 8% tiene informes auditados, lo que demuestra un enfoque más riguroso.

Estos datos resaltan la necesidad de que las empresas avancen hacia una mayor apertura, especialmente en un entorno de creciente demanda de ética y cumplimiento normativo.



Para mejorar el compromiso con el buen gobierno y la transparencia fiscal, es fundamental que las empresas definan un **plan claro** que cubra todas las áreas clave y sea accesible a sus partes interesadas. **Publicar informes de gestión y** financieros con regularidad ayuda a generar confianza y mantener la transparencia.

También es recomendable **realizar auditorías** externas para verificar que se cumplen las normativas fiscales y de gobernanza y trabajar en el fomento de una cultura ética dentro de la empresa para que **todos los empleados estén alineados** con los principios de responsabilidad. Además, es importante **asignar responsabilidades** claras para supervisar las prácticas de gobernanza y monitorear continuamente su progreso. La alta dirección debe comprender **la importancia de estos compromisos** y darles prioridad estratégica.

Finalmente, **fortalecer la comunicación con inversores, empleados y clientes** sobre las acciones que se están tomando en materia de transparencia asegura el compromiso de la empresa con la ética y la responsabilidad.

2.1.4. Conclusiones y propuestas de mejora

Conclusiones:

- **Políticas de sostenibilidad desiguales:** el 46% tiene políticas claras; sectores como turismo y manufactura destacan, mientras que construcción y comercio aún no las implementan.
- **Presupuesto limitado:** solo el 33% asigna presupuesto específico para sostenibilidad, especialmente en microempresas y autónomos.
- **Prioridad variable:** solo el 21% de las empresas consideran la sostenibilidad como prioridad alta, especialmente en pequeñas y microempresas.
- **Falta de responsabilidad clara:** el 55% no tiene un responsable asignado, lo que dificulta la implementación efectiva de prácticas sostenibles.
- **Compromiso fiscal limitado:** el 41% no tiene un compromiso claro con la transparencia fiscal, y pocos publican informes auditados.

Propuestas de mejora:

- **Definir políticas claras:** las empresas deben documentar y comunicar sus políticas de resiliencia ecológica.
- **Aumentar el presupuesto:** asignar recursos específicos para mejorar las prácticas sostenibles.
- **Integrar sostenibilidad como prioridad:** hacer de la sostenibilidad un objetivo estratégico y a largo plazo.
- **Asignar responsables claros:** designar responsables que coordinen y gestionen en todas las áreas.
- **Mejorar la transparencia fiscal:** publicar informes fiscales accesibles y auditados regularmente.

2.2 ASPECTOS SOCIALES

Se examinan aquí los aspectos sociales de la sostenibilidad en las empresas de León, haciendo hincapié en cómo gestionan las condiciones laborales, la diversidad y el bienestar de sus empleados estipulado por la normativa laboral.

Además, se aborda el nivel de implicación en iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), destacando su colaboración con organizaciones externas como ONGs, instituciones educativas y otras entidades. También cómo estas empresas

apoyan e involucran a la comunidad local, participando en proyectos que buscan mejorar el bienestar social y económico del entorno. Todo ello con el objetivo de promover un modelo empresarial socialmente responsable y sostenible en la región.

2.2.1. Gestión de condiciones laborales y diversidad

La primera pregunta “**Además de la normativa laboral, ¿Cómo afronta su empresa la gestión de las condiciones laborales, la diversidad y el bienestar?**” se dirige a conocer cómo las empresas gestionan no solo las condiciones laborales en cumplimiento de la normativa vigente, sino también cómo abordan temas como la diversidad y el bienestar de sus empleados. Tenemos una visión de cómo las empresas de la provincia de León están integrando buenas prácticas en términos de inclusión, igualdad de oportunidades y un entorno de trabajo saludable.



Según las respuestas, un 27% de las empresas cuentan con planes de igualdad y políticas de conciliación, lo que refleja un compromiso con la diversidad y el bienestar.

Sin embargo, un 30% de las empresas no implementan ninguna medida adicional a la normativa, lo que indica una oportunidad para mejorar en estas áreas. Un 25% realiza planes de formación para el desarrollo profesional, mientras que solo el 19% establece objetivos específicos para mejorar las condiciones laborales.

Estos datos muestran que hay áreas de mejora y una falta de uniformidad en la adopción de buenas prácticas en sostenibilidad social.

Las siguientes recomendaciones y apreciaciones no solo buscan mejorar el bienestar de los empleados, sino también construir una empresa más sostenible y socialmente responsable.

- **Implementar planes de igualdad y conciliación**, desarrollando e implementando políticas de igualdad de género y medidas para facilitar la conciliación de la vida laboral y personal (como horarios flexibles, teletrabajo o permisos familiares). Todo ello mejora la atracción de talento diverso, fomenta la igualdad y reduce el absentismo laboral, aunque implique una inversión inicial en recursos para adaptar los procesos de trabajo, que se compensarán con beneficios a largo plazo.
- **Incentivar la formación continua**, creando programas formativos que fomenten el desarrollo profesional de los empleados, incluyendo cursos, talleres o certificaciones que mejorarán las habilidades del personal, aumentando la motivación y productividad, y reduciendo la rotación de empleados. Esto puede requerir una inversión económica y de tiempo. Si no se gestiona bien, puede generar interrupciones en la operativa diaria.
- **Establecer objetivos claros de mejora en condiciones laborales** con metas específicas para mejorar las condiciones laborales, (por ejemplo: mejorar la ergonomía en el lugar de trabajo, reducir el estrés laboral o promover espacios saludables). De esta manera el entorno de trabajo será más saludable y aumentará la satisfacción y el compromiso de los empleados. Se debe tener en cuenta que el seguimiento de estos objetivos puede ser costoso y llevar tiempo, además de requerir la involucración activa de todos los niveles de la empresa.
- **Promover la diversidad e inclusión que fomentando un entorno laboral inclusivo**, que valore y respete las diferencias culturales, de género, de edad o de capacidades. Esto incluye, por ejemplo, programas de contratación inclusiva o eventos de sensibilización y aporta creatividad e innovación al incorporar diferentes perspectivas, mejorando la reputación de la empresa y facilitando el acceso a una mayor variedad de talento. No hay que olvidar que también requiere una gestión cuidadosa para evitar conflictos y garantizar la correcta integración de todas las personas en el entorno laboral.
- **Fomentar la comunicación interna** sobre bienestar creando canales de comunicación efectivos para que los empleados puedan expresar sus inquietudes sobre su bienestar laboral. Esto puede incluir encuestas regulares de satisfacción, reuniones individuales o buzones de sugerencias. Por supuesto,

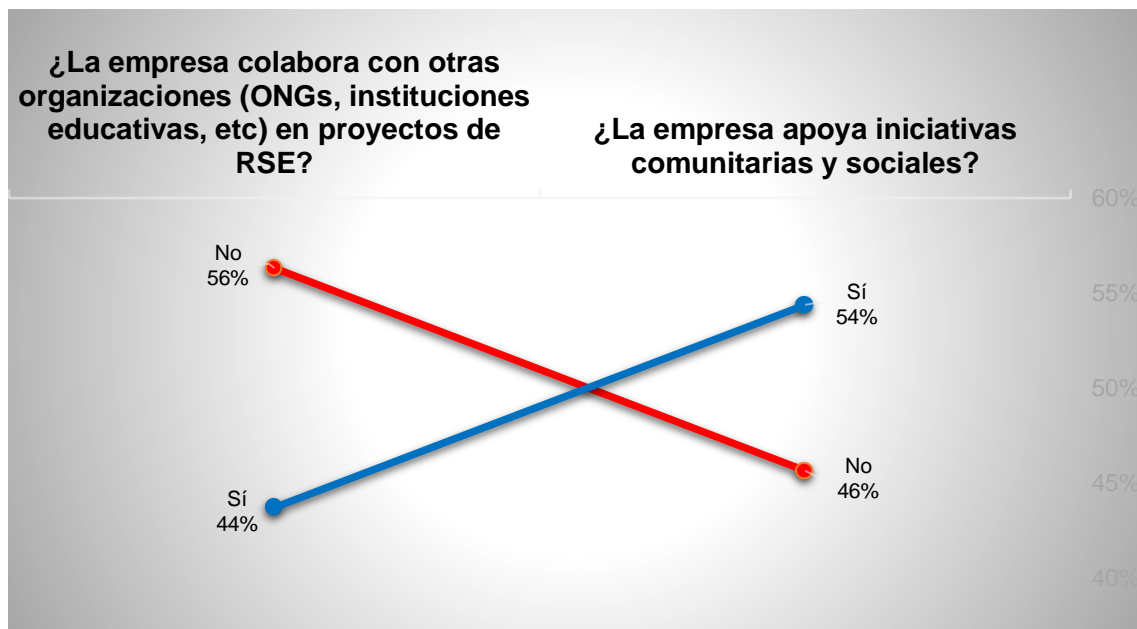
ayudará a identificar áreas de mejora, aumentando la satisfacción y fidelización de los empleados y generando un ambiente de trabajo más transparente.

- **Monitorizar el impacto de las medidas adoptadas** realizando una evaluación periódica de la efectividad de las políticas de bienestar, diversidad y conciliación, para saber qué funciona y qué no. Se pueden usar indicadores como la rotación de empleados, la productividad o encuestas de satisfacción. Así se podrá ajustar y mejorar continuamente las estrategias, optimizando los recursos de la empresa y asegurando que las iniciativas sean eficaces. También requerirá tiempo y recursos para la recolección y análisis de datos, y puede generar costos adicionales si no se implementa correctamente.

2.2.2. Colaboración y apoyo social

Las preguntas “¿La empresa colabora con otras organizaciones (ONGs, instituciones educativas, etc) en proyectos de RSE?” y “¿La empresa apoya iniciativas comunitarias y sociales?” tienen como objetivo entender el nivel de involucramiento de las empresas de León en proyectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con la comunidad local. Estas iniciativas incluyen tanto la colaboración con organizaciones externas, como ONGs o instituciones educativas, como el apoyo a proyectos sociales dentro de la comunidad.

Los resultados muestran que un porcentaje significativo está comenzando a involucrarse en estas actividades, lo que refleja una creciente conciencia sobre la importancia de la RSE en el contexto empresarial actual.



Por un lado, el hecho de que una parte considerable de las empresas colabore en iniciativas sociales o educativas indica un interés por fortalecer su vínculo con la comunidad y mejorar su imagen corporativa. Este tipo de actividades puede mejorar la reputación de la empresa, generar un impacto positivo en la sociedad y aumentar el compromiso de los empleados.

Sin embargo, la otra cara de la moneda es que más de la mitad no están tan involucradas en estos proyectos. Esto puede ser señal de una falta de recursos, desconocimiento o incluso de prioridades diferentes. En muchos casos, las empresas pequeñas o medianas pueden sentir que no tienen los medios para comprometerse en iniciativas de RSE, o que estos proyectos no aportan valor inmediato.

En conclusión, aunque existen esfuerzos destacables, hay una clara oportunidad para que muchas empresas amplíen su participación en actividades de RSE, lo que no solo beneficiaría a la sociedad, sino también a su imagen corporativa, atracción de talento y relaciones con clientes.

Algunas claves para aumentar la participación en proyectos comunitarios y mejorar la colaboración con otras organizaciones, creando así valor tanto para la empresa como para la sociedad, serían:

- **Aumentar la colaboración con ONGs y otras instituciones** empleando tiempo y recursos suficientes para llevar a cabo proyectos conjuntos mejora la imagen de la empresa y genera un impacto positivo.
- **Fomentar la participación en proyectos sociales locales** apoyando actividades comunitarias como eventos culturales o programas educativos reforzará el vínculo con la comunidad y mejora la percepción pública. No obstante, hay que tener en cuenta que las inversiones iniciales pueden no generar retornos inmediatos.
- **Crear programas de voluntariado** para empleados que tengan la oportunidad de participar en actividades sociales organizadas por la empresa, consiguiendo así una mejora su compromiso y fortalece el clima laboral. Por supuesto, se necesita una planificación y recursos adicionales, pero tiene un retorno a largo plazo.
- **Medir el impacto de las iniciativas de RSE** revisando regularmente los resultados de las acciones para asegurar su efectividad, lo que permitirá ajustar las estrategias y aumentar la transparencia, aunque suponga un esfuerzo adicional en la recolección de datos.
- **Integrar la RSE en la estrategia** empresarial y que sea una **prioridad** dentro de la misión y visión de la empresa. Con ello se refuerza la cultura corporativa y atrae a clientes comprometidos. A pesar de que pueda conllevar procesos internos, ofrecerá beneficios a largo plazo.

Con la pregunta “¿Cómo se involucra la empresa con la comunidad local?” se trata de entender cómo las empresas se relacionan e interactúan con la comunidad local, ya sea a través de actividades directas, colaboraciones con organizaciones o donaciones. Las respuestas muestran diversas formas de involucrarse, desde la colaboración en eventos locales hasta el apoyo mediante donaciones o voluntariado.

¿Cómo se involucra la empresa con la comunidad local?

■ Colaboración en eventos y/o activ. locales

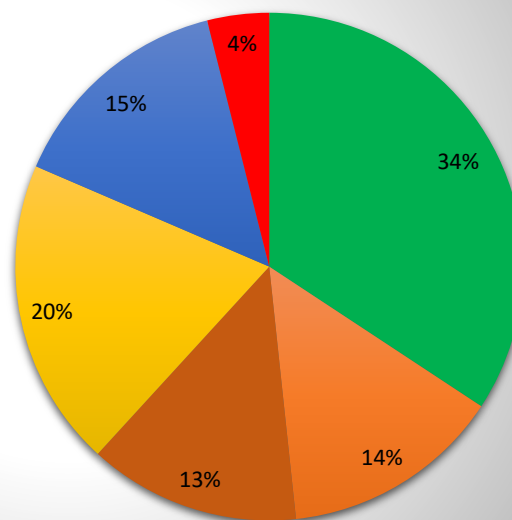
■ Colaboraciones con ONGS

■ Donaciones

■ Donaciones/Patrocinos

■ No se involucra

■ Voluntariado corporativo



Las respuestas revelan que un 34% de las empresas participa activamente en eventos y actividades locales, lo que refleja un interés por contribuir al entorno social. Además, un 20% apoya a través de donaciones y patrocinios, lo que también muestra un compromiso con causas externas.

Sin embargo, un 15% no se involucra en ninguna actividad comunitaria, lo que sugiere que hay margen de mejora. Las colaboraciones con ONGs y el voluntariado corporativo son opciones menos exploradas, con porcentajes bajos (14% y 4%, respectivamente), lo que podría indicar una falta de conocimiento o recursos para implementar estas prácticas de manera más extendida.

Implementar algunas de estas estrategias no solo se contribuirá al bienestar social, sino que también mejorará la imagen y reputación de la empresa a largo plazo:

- **Aumentar la participación y colaboración** en eventos sociales y actividades locales refuerza el vínculo con la comunidad y mejora la imagen de la empresa, aunque los resultados no siempre sean inmediatos.
- **Fomentar colaboraciones** con ONGs y establecer alianzas trabajando así en proyectos de impacto social amplía el alcance de las acciones sociales y mejora la reputación de la empresa. Se debe tener en cuenta que estas relaciones pueden ser complejas y demandantes en tiempo.
- **Desarrollar** programas de **donaciones** a organizaciones benéficas y **patrocinos** de eventos y causas locales aumentan la visibilidad de la empresa y fortalecen la percepción de responsabilidad social. Igualmente se debe tener presente que las donaciones no siempre generan un retorno inmediato y pueden percibirse como gastos.

- **Promover el voluntariado corporativo** que permita a los empleados involucrarse activamente en causas sociales mejorando así su compromiso y promoviendo una cultura empresarial solidaria.

2.2.3. Conclusiones y propuestas de mejora

Conclusiones:

- **Gestión de condiciones laborales y diversidad:** la mayoría de las empresas aún no ha implementado medidas adicionales para la mejora de las condiciones laborales más allá de la normativa legal. Solo un 27% cuenta con planes de igualdad y conciliación, lo que refleja un área de oportunidad para incrementar el bienestar de los empleados.
- **Falta de compromiso con la RSE:** un 56% de las empresas no colaboran con ONGs ni participan en proyectos de responsabilidad social empresarial (RSE), lo que indica que muchas empresas aún no valoran o no han identificado el potencial de la RSE como un área clave para el crecimiento y la reputación.
- **Apoyo a iniciativas comunitarias:** aunque el 54% de las empresas apoya iniciativas comunitarias y sociales, más de la mitad no participa activamente. Esto sugiere que hay margen para aumentar el compromiso social, lo que podría beneficiar tanto a las empresas como a las comunidades locales.
- **Colaboración local limitada:** un 34% de las empresas participa en eventos y actividades locales, pero hay un porcentaje significativo que no se involucra, lo que refleja una falta de integración con la comunidad local y una oportunidad de aumentar la visibilidad y el impacto social de la empresa.
- **Bajo índice de voluntariado corporativo:** el voluntariado corporativo es una de las formas menos explotadas de participación, con solo un 4% de las empresas ofreciendo programas de voluntariado para sus empleados. Esto indica una oportunidad para mejorar la cultura corporativa y el compromiso social interno.

Propuestas de mejora:

- **Implementar políticas de igualdad y conciliación:** adoptar medidas como horarios flexibles o teletrabajo mejora la satisfacción y bienestar de los empleados, promoviendo la igualdad de género y la inclusión, lo que reduce el absentismo y mejora la retención de talento.
- **Desarrollar una estrategia de RSE activa:** fortalece la relación con la comunidad, mejora la imagen empresarial y fideliza clientes, generando impacto positivo a largo plazo, a pesar de la inversión inicial.
- **Fomentar la participación en actividades comunitarias:** colaborar en eventos y actividades locales mejora la visibilidad de la empresa, refuerza su compromiso social y genera una conexión más fuerte con la comunidad, aumentando la reputación empresarial.

- **Potenciar el voluntariado corporativo:** mejora el compromiso y motivación de los empleados, fortaleciendo la cultura corporativa y la percepción de la empresa como socialmente responsable, con beneficios en cohesión y productividad.
- **Formación continua para el desarrollo profesional:** mejora las competencias de los empleados, incrementa su motivación y retención, y aumenta la competitividad de la empresa. Los beneficios en productividad superan la inversión inicial en capacitación.

2.3 ASPECTO AMBIENTAL

En el contexto de la sostenibilidad empresarial, el aspecto ambiental es fundamental para evaluar cómo las empresas gestionan su impacto en el medio ambiente y qué medidas implementan para reducirlo. Este apartado de la encuesta se centra en conocer si las empresas de León realizan acciones para mitigar su impacto ambiental, cómo comunican sus esfuerzos en sostenibilidad, y si han adoptado sistemas de gestión ambiental, como la ISO 14001.

Además, se explora si las empresas realizan auditorías ambientales periódicas para asegurar la eficacia de sus prácticas. Los resultados de estas preguntas ayudarán a entender el compromiso y las áreas de mejora en cuanto a la gestión ambiental en la región.

Acciones para la reducción del impacto ambiental.

Las acciones orientadas a reducir el impacto ambiental buscan disminuir la huella ecológica de la empresa, mediante prácticas como el reciclaje, la eficiencia energética y la reducción de residuos y emisiones. Estas acciones mejoran la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación permiten a las empresas compartir sus esfuerzos en sostenibilidad con empleados, clientes y la comunidad. Informar sobre las acciones ambientales mejora la transparencia, fortalece la reputación y genera confianza.

Sistemas de gestión

Implementar sistemas de gestión ambiental, como la ISO 14001, asegura que la empresa cumpla con las normativas y mejore continuamente sus prácticas ecológicas. Estos sistemas optimizan recursos, reducen residuos y ayudan a gestionar los impactos de manera más eficiente.

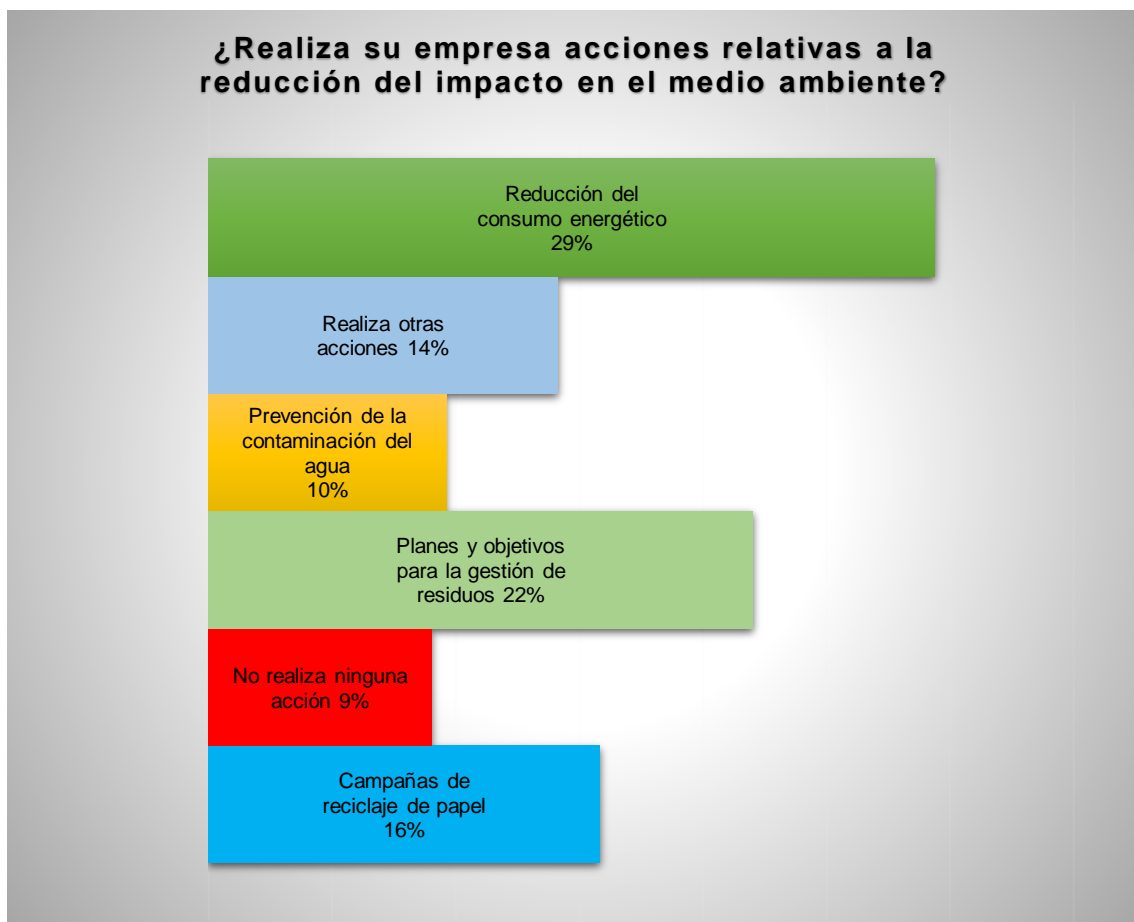
Auditorías

Las auditorías ambientales son evaluaciones periódicas que permiten a las empresas medir el impacto de sus operaciones y detectar áreas de mejora. Estas auditorías aseguran que se cumplan las normativas ambientales, ayudando a optimizar procesos y reducir riesgos legales y financieros.

2.3.1. Impacto ambiental y gestión

En esta pregunta “¿Realiza su empresa acciones relativas a la reducción del impacto en el medio ambiente?” se aborda las acciones emprendidas por las empresas en León para contribuir a la mejora ambiental y social en su entorno local, especialmente en áreas como la gestión de residuos, la reducción de energía y la prevención de la contaminación.

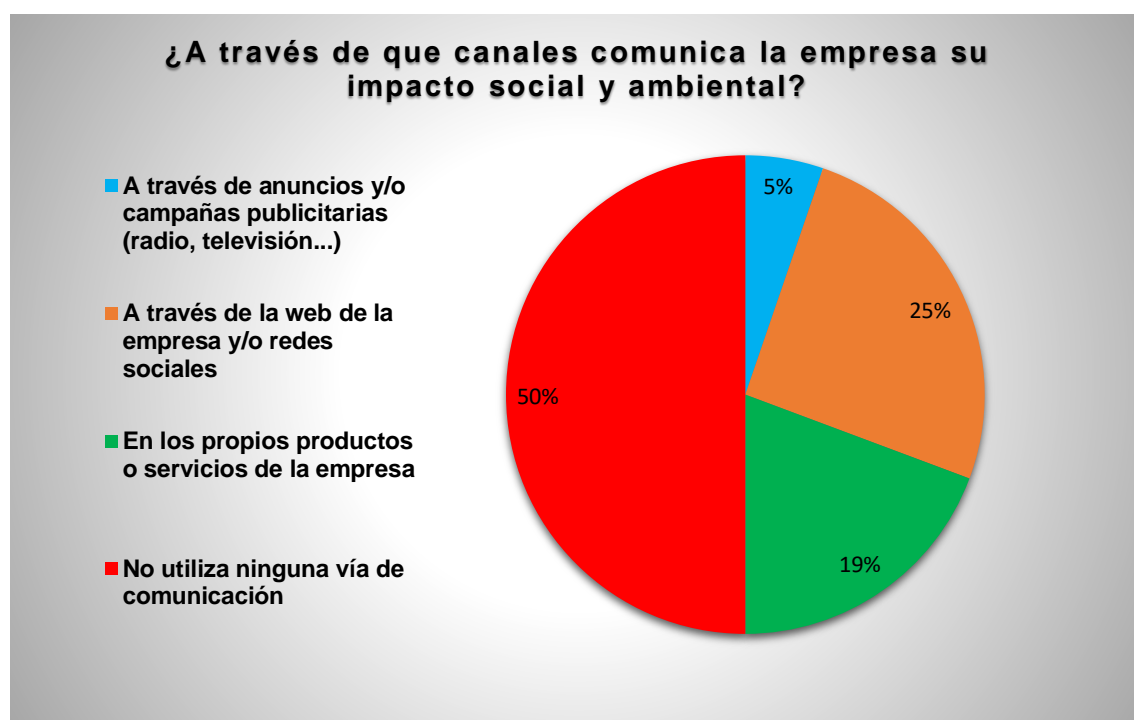
Podemos ver una diversidad de enfoques adoptados por las empresas en su implicación con la comunidad local, con un enfoque notable en la reducción del consumo energético (29%) y planes de gestión de residuos (22%). Aunque una proporción significativa realiza acciones de responsabilidad social y ambiental, también se observa que un 9% no realiza ninguna acción, lo que indica áreas de mejora. La baja participación en la prevención de la contaminación del agua (10%) y las campañas de reciclaje de papel (16%) podría reflejar falta de recursos o desconocimiento sobre el impacto de estas prácticas.



Aquí tenemos algunas prácticas sostenibles que benefician tanto a las empresas como a la comunidad local:

- Es crucial capacitar a los empleados y **empresarios sobre las prácticas ambientales**, como la gestión eficiente de residuos y el reciclaje. Esto puede aumentar la participación en iniciativas como campañas de reciclaje de papel. La ventaja es una mayor conciencia ecológica, pero la desventaja puede ser la necesidad de recursos para formar adecuadamente al personal.
- Continuar **promoviendo el ahorro energético** es clave, como lo indica el 29% de las empresas que ya están implementando estas prácticas. Las ventajas son la reducción de costos a largo plazo y la mejora de la competitividad. Sin embargo, la inversión inicial en tecnologías energéticas puede ser una barrera.
- Aunque solo un 10% de las empresas mencionan acciones en este ámbito, es fundamental **integrar medidas para la conservación del agua** en los procesos productivos. Así se cumple con las regulaciones ambientales y se mejora la reputación de la empresa, aunque se necesita una firme inversión inicial.
- El 22% de las empresas ya tienen **planes de gestión de residuos**, lo que refleja una conciencia de su responsabilidad ambiental. Se recomienda incentivar la implementación de planes más robustos mediante ayudas y beneficios fiscales, lo que fortalecería su aplicación en otras empresas, aunque puede ser necesario superar la resistencia al cambio.

La pregunta “**¿A través de qué canales comunica la empresa su impacto social y ambiental?**” busca explorar cómo las empresas de León utilizan (o limitan el uso de) canales digitales y tradicionales para informar al público sobre sus acciones y compromisos en sostenibilidad y medio ambiente.



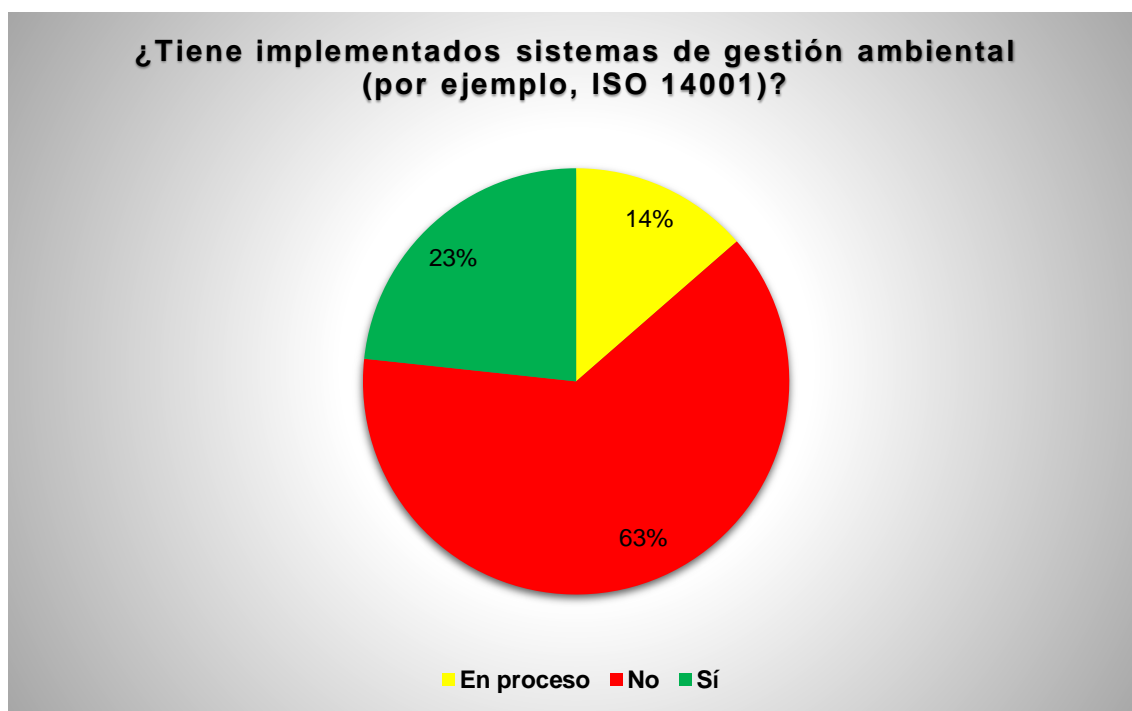
La mayoría de las empresas (50%) no comunican su impacto social y ambiental, lo que limita la visibilidad y el reconocimiento de sus esfuerzos. Entre las que sí lo hacen, un 25% utiliza plataformas digitales, como redes sociales y su web, lo que facilita una comunicación directa y accesible. Un 19% de las empresas opta por incluir información en los propios productos o servicios, lo que ofrece una forma tangible de informar al consumidor. Sin embargo, solo un 5% emplea medios tradicionales como radio o televisión, lo que puede limitar el alcance a audiencias fuera del entorno digital y a sectores menos conectados tecnológicamente.

A continuación, se presentan algunas estrategias para que las empresas puedan considerar y mejorar la comunicación de su impacto social y ambiental y maximizar el alcance de sus esfuerzos en sostenibilidad. Abordan tanto sus posibles beneficios como los retos que pueden implicar.

- Expandir el uso de **plataformas digitales como las redes sociales y la web corporativa** para comunicar el impacto ambiental da lugar un bajo coste y la posibilidad de llegar a un público amplio y diverso. Sin embargo, mantener estas plataformas actualizadas y gestionar el contenido de manera efectiva puede resultar desafiante. Para afrontarlo, se recomienda asignar recursos o incluso externalizar esta tarea a agencias especializadas en marketing digital, lo que garantizaría la consistencia y calidad en las publicaciones.
- Incluir **información ambiental en los productos y servicios**. Estos detalles fortalecen la conexión con los consumidores, pero puede incrementar los costos de producción, especialmente si se requiere etiquetado o materiales adicionales. Una solución sería optar por incorporar estas prácticas de forma gradual, priorizando productos clave, o utilizar etiquetas digitales o códigos QR que dirijan al consumidor a información adicional sin aumentar los costos materiales.
- **Elaborar informes de sostenibilidad detallados**, claros y accesibles mejora la transparencia y la confianza, aunque su elaboración exige tiempo y recursos. Para superar esta barrera, las empresas pueden empezar con informes más breves y sencillos, utilizando plantillas disponibles que faciliten la recopilación y presentación de datos, y ampliando gradualmente la profundidad de la información conforme se vayan adquiriendo más recursos.
- **Aprovechar medios tradicionales de comunicación como radio o televisión** ya que pueden ampliar el alcance fuera del entorno digital, aunque sean más encarecidos y menos flexibles. Una alternativa sería combinar los medios tradicionales con las plataformas digitales, creando campañas que aprovechen ambos tipos de medios, lo que permitiría alcanzar audiencias más amplias sin necesidad de invertir exclusivamente en los canales más costosos.
- **Fomentar y mantener la comunicación proactiva y constante sobre las iniciativas sostenibles** construye una relación más sólida con consumidores y grupos interesados, aunque requiere planificación y recursos continuos. Las empresas pueden empezar con una estrategia más sencilla, como una comunicación trimestral, y aumentar la frecuencia conforme se optimicen los

procesos internos. Además, se pueden aprovechar herramientas automatizadas que faciliten el envío de actualizaciones periódicas sin necesidad de grandes recursos.

Otra de las preguntas planteadas y que muestra el nivel de implicación de las empresas de León en cuanto al impacto y la gestión es “¿Tiene implementados sistemas de gestión ambiental (por ejemplo, ISO 14001)?”. El resultado es el siguiente:



Estos son algunos de los sistemas normalizados y que las empresas han adoptado o deberían incorporar para gestionar y minimizar sus impactos ambientales. Entre los sistemas más comunes están ISO 14001, un estándar internacional de gestión ambiental, EMAS (Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Ambiental), que promueve la transparencia, y ISO 50001, que se enfoca en la gestión energética. No solo ayudan a mejorar el desempeño ambiental de las empresas, sino que también presentan desafíos de implementación.

ISO 14001 (Sistema de Gestión Ambiental)

Estándar internacional que permite a las empresas establecer un sistema de gestión ambiental eficaz, con el fin de identificar, controlar y reducir su impacto ambiental. Puede ser muy útil para optimizar el uso de recursos y reducir residuos, lo cual puede traducirse en una disminución de costos operativos y mejorar la competitividad. Es un sistema ampliamente reconocido que puede fortalecer la imagen de la empresa ante consumidores y reguladores.

Sin embargo, su implementación puede resultar compleja para las pequeñas empresas, debido a los costos iniciales en formación y auditorías. El proceso de documentación y seguimiento constante de las políticas ambientales también puede ser una carga administrativa considerable. Es recomendable que las empresas comiencen con un enfoque gradual, centrado en la identificación de los aspectos ambientales clave.

EMAS (Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Ambiental)

Promovido por la Unión Europea. Además de mejorar la gestión ambiental, exige a las empresas la realización de auditorías externas y la publicación de un informe ambiental anual, lo que fomenta la transparencia y la comunicación pública de los resultados. Esta característica puede aumentar la confianza de los consumidores y las autoridades, ya que las empresas que lo implementan demuestran un compromiso claro con la sostenibilidad.

No obstante, la necesidad de auditorías externas y la obligación de hacer públicos los informes anuales pueden resultar costosas y demandantes en términos de tiempo y recursos. Esto puede ser un desafío, especialmente para empresas con recursos limitados o sin experiencia previa en gestión ambiental. Se sugiere que las empresas pequeñas empiecen con ISO 14001 para luego evaluar si EMAS es adecuado, una vez que hayan establecido procesos sólidos.

ISO 50001 (Sistema de Gestión de la Energía)

Se enfoca en la gestión eficiente de la energía dentro de las organizaciones. Adoptar este sistema puede llevar a una notable reducción en el consumo energético y, por ende, a la disminución de los costos operativos relacionados con la energía. Este enfoque puede ser particularmente beneficioso para las empresas con un alto consumo energético, ya que no solo mejora su rentabilidad, sino que también contribuye a la reducción de la huella de carbono.

Sin embargo, puede requerir una inversión significativa en infraestructura tecnológica y formación especializada, lo cual puede ser un impedimento para aquellas empresas que no tienen los recursos necesarios para afrontar estos costos iniciales. Es aconsejable que las empresas inviertan progresivamente en medidas de eficiencia energética, comenzando con auditorías energéticas internas antes de optar por la certificación ISO 50001.

El hecho de que el 63% de las empresas encuestadas no hayan adoptado aún sistemas de gestión ambiental indica que, a pesar de la creciente concienciación sobre la sostenibilidad, siguen existiendo barreras, como los costos iniciales y la complejidad administrativa.

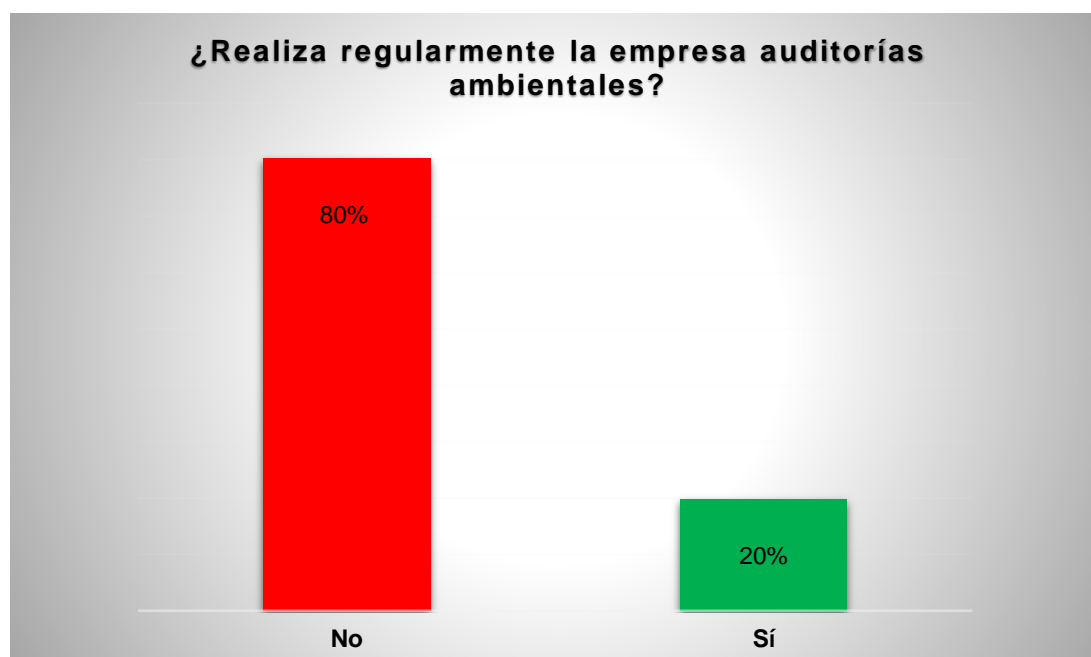
Sin embargo, las empresas que ya han implementado estos sistemas (23%) o que están en proceso de hacerlo (14%) muestran un interés creciente por mejorar su desempeño ambiental. Aunque la adopción de sistemas como ISO 14001, EMAS o ISO 50001 puede ser desafiante en términos de recursos y tiempo, los beneficios a largo plazo en términos de eficiencia, reducción de costos y reputación empresarial son significativos. Esto sugiere que, con el apoyo adecuado, más empresas podrían superar estas barreras y aprovechar las oportunidades que ofrecen estos sistemas.

A pesar de los retos iniciales, como los costos y la carga administrativa, las empresas que adoptan estos sistemas pueden mejorar su eficiencia y competitividad a largo plazo. Comenzar con una implementación gradual y el aprovechamiento de apoyos gubernamentales puede facilitar su adopción y minimizar las barreras económicas.

2.3.2. Auditorías ambientales

La pregunta “**¿Realiza regularmente la empresa auditorías ambientales?**” se refiere a la práctica de evaluar el impacto ambiental de las actividades empresariales mediante auditorías internas o externas.

Este tipo de auditorías busca identificar áreas de mejora en la gestión ambiental, asegurar el cumplimiento de normativas y detectar posibles oportunidades de eficiencia. Un ejemplo común es la auditoría ISO 14001 mencionada en el punto anterior y que verifica la conformidad con sistemas de gestión ambiental.



El 80% de las empresas encuestadas no realizan auditorías ambientales de manera regular, lo que sugiere una falta de compromiso con la evaluación constante del impacto ecológico de sus operaciones.

Solo el 20% de las empresas indicaron que llevan a cabo auditorías ambientales periódicas, lo que podría reflejar una mayor preocupación por la sostenibilidad y el cumplimiento normativo. Sin embargo, la baja participación en auditorías puede limitar las oportunidades de mejora continua y optimización en la gestión ambiental.

Resumimos ahora algunas consideraciones que pueden impulsar una mayor adopción de auditorías ambientales en las empresas de la región:

- Fomentar la **integración de auditorías** para mejorar el cumplimiento normativo permiten a las empresas asegurarse de que cumplen con las normativas locales, nacionales e internacionales. Esto no solo minimiza riesgos legales, sino que también puede evitar sanciones. Aunque este proceso puede implicar un costo inicial, el beneficio a largo plazo de evitar multas puede ser significativo.
- Desarrollar **programas de formación interna** sobre auditorías ambientales capacita a los empleados para identificar y corregir áreas de mejora en la gestión ambiental. Sin embargo, los costos de formación pueden ser una barrera para las empresas pequeñas, aunque los beneficios pueden superarlos a largo plazo.
- Implementar **auditorías externas** certificadas como forma de obtener objetividad y mejorar la credibilidad puede garantizar que las auditorías sean imparciales y más creíbles ante los clientes y las autoridades. El inconveniente es el coste adicional de contratar estos servicios, aunque este tipo de auditoría puede generar mayor confianza en los consumidores y mejorar la reputación.
- Establecer **auditorías internas** periódicas para detectar oportunidades de ahorro y eficiencia que puedan ayudar a las empresas a descubrir oportunidades para reducir el consumo de recursos, y además generar ahorros económicos y minimizar el impacto ambiental. Hay que tener en cuenta que las auditorías internas pueden carecer de la objetividad de una auditoría externa, lo que puede afectar la precisión de los resultados.
- Aprovechar las auditorías para **obtener certificaciones** ambientales que añadan valor de mercado (como la ISO 14001 o EMAS) pueden aumentar su. Sin embargo, este proceso requiere una inversión inicial significativa tanto en tiempo como en recursos, aunque las ventajas de posicionarse como una empresa ambientalmente responsable pueden atraer más clientes y mejorar la imagen corporativa.

Cada una de estas acciones tiene el potencial de fortalecer la posición de las empresas en el mercado, fomentar la innovación en sostenibilidad y mejorar la eficiencia operativa, a la vez que contribuyen al cumplimiento de objetivos ambientales.

2.3.3. Conclusiones y propuestas de mejora

Conclusiones:

- **Baja implementación de acciones ambientales:** muchas empresas aún no priorizan la sostenibilidad, lo que limita los esfuerzos por reducir su impacto ambiental. Sin embargo, algunas ya han comenzado a adoptar medidas en áreas como la eficiencia energética, lo que demuestra un inicio de conciencia en ciertos sectores.
- **Deficiencias en la comunicación de los esfuerzos ambientales:** la falta de comunicación sobre prácticas sostenibles limita la transparencia y la confianza

con los consumidores. No obstante, algunas empresas ya están utilizando canales digitales para dar visibilidad a sus acciones, lo que muestra un enfoque moderno y accesible en su estrategia de comunicación.

- **Escaso nivel de certificaciones y sistemas de gestión ambiental:** la mayoría de las empresas no cuentan con sistemas formales de gestión ambiental, lo que dificulta la mejora continua. Sin embargo, un grupo reducido ya está adoptando estándares internacionales, lo que indica que algunas están comenzando a integrar la sostenibilidad de manera estructurada.
- **Escasa práctica de auditorías ambientales:** la falta de auditorías ambientales impide evaluar de manera efectiva el impacto y la mejora de las acciones sostenibles. A pesar de ello, un porcentaje de empresas ya realiza auditorías, mostrando que algunas están comprometidas con la mejora continua de sus prácticas ambientales.
- **Interés por la sostenibilidad, pero con obstáculos para su implementación:** aunque muchas empresas muestran interés por adoptar prácticas sostenibles, los recursos limitados y la falta de conocimientos siguen siendo barreras importantes. A pesar de estos desafíos, algunas han comenzado a implementar cambios, como la gestión de residuos, lo que sugiere un potencial de crecimiento.

Propuestas de mejora:

- **Fomentar la adopción de prácticas ambientales sostenibles:** es clave incrementar la adopción de prácticas sostenibles mediante programas de formación y sensibilización, así como ofrecer incentivos fiscales para apoyar la implementación de medidas como la gestión de residuos o el uso eficiente de recursos. Esto facilitará un cambio hacia modelos de negocio más sostenibles.
- **Mejorar la comunicación sobre sostenibilidad:** las empresas deben incorporar la responsabilidad ambiental como un valor clave en su comunicación, utilizando herramientas digitales y canales tradicionales. Esto permitirá aumentar la transparencia sobre sus acciones ambientales, generar confianza y conectar mejor con consumidores y otras partes interesadas preocupadas por el medio ambiente.
- **Impulsar la certificación de sistemas de gestión ambiental:** promover la adopción de certificaciones ambientales a través de apoyo técnico y financiero permitirá a las empresas mejorar sus prácticas y su reputación. Esto facilitará la integración de estándares internacionales y contribuirá al cumplimiento de normativas ambientales de manera más efectiva.
- **Fomentar las auditorías ambientales regulares:** es fundamental incentivar la realización de auditorías ambientales periódicas, ofreciendo subsidios o deducciones fiscales para las empresas que las lleven a cabo. Esto asegurará

una evaluación continua de sus prácticas y permitirá identificar áreas de mejora para optimizar la sostenibilidad y la eficiencia.

- **Crear redes de apoyo para la innovación sostenible:** las empresas deben aprovechar las redes colaborativas con instituciones educativas y centros de investigación para fomentar la innovación en sostenibilidad. Estas alianzas pueden ayudar a mejorar los procesos productivos y facilitar la adopción de nuevas tecnologías que optimicen la eficiencia y reduzcan el impacto ambiental.

2.4 PROVEEDORES Y CLIENTES

2.4.1. Aspectos sociales y ambientales en decisiones de compra

La pregunta “¿En las decisiones de compra en su empresa tiene en cuenta aspectos sociales y ambientales?” busca saber si la sostenibilidad y el impacto social son considerados al seleccionar productos o proveedores. También refleja cómo las empresas responden a las expectativas de los clientes, cada vez más conscientes de las prácticas sostenibles. Integrar estos criterios mejora la competitividad y abre oportunidades de negocio.

Un 40% de las empresas no considera estos aspectos, lo que refleja falta de enfoque en sostenibilidad. Sin embargo, un 18% gestiona activamente los aspectos sociales y ambientales de sus proveedores, un 32% cumple con la normativa vigente y un 21% incorpora criterios sostenibles en sus compras.



A continuación, se presentan áreas clave para mejorar la integración de los aspectos sociales y ambientales en las decisiones de compra, basadas en los resultados obtenidos:

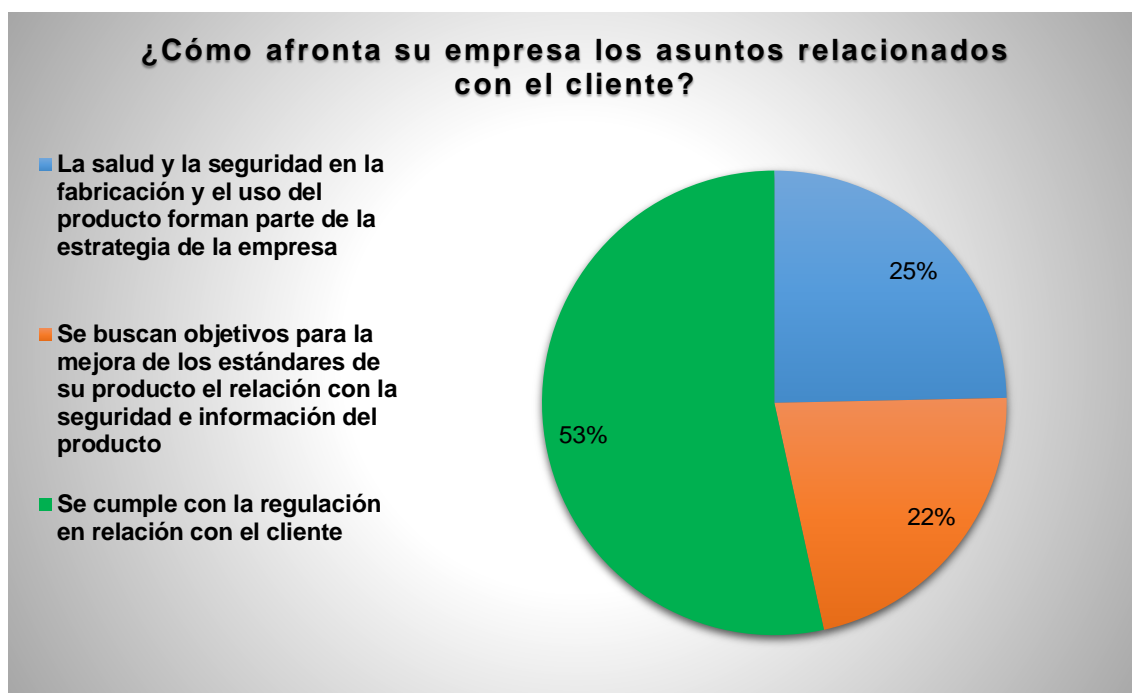
- La incorporación de **criterios sostenibles en la estrategia** empresarial puede mejorar la competitividad, pero puede resultar costoso y complejo. La solución es comenzar con **pequeñas acciones**, como priorizar proveedores sostenibles en algunas categorías clave, lo que facilita la integración gradual.
- El **cumplimiento de la regulación** sobre contratación debe ir más allá del cumplimiento básico e **integrar criterios de sostenibilidad voluntarios**, buscando certificaciones adicionales o adoptando estándares más rigurosos que aporten valor a largo plazo.
- Incorporar criterios sociales y ambientales en condiciones de compra puede ser complejo y generar demoras. Para simplificar, se pueden **estandarizar cláusulas** en los contratos que integren criterios sociales y ambientales de manera eficiente, sin afectar significativamente los procesos de compra o negociación.
- Realizar evaluaciones periódicas de proveedores es esencial, pero puede requerir mucho tiempo y recursos. Lo mejor es optimizar el proceso utilizando **herramientas digitales para evaluación automática**, o establecer sistemas de puntuación que hagan las auditorías más ágiles y menos costosas, manteniendo la efectividad.
- Para la capacitación y sensibilización de los equipos de compras, que pueden suponer un gasto extra, se pueden implementar **programas de formación online o talleres breves**, que sean más accesibles y económicos, permitiendo a las empresas mejorar las competencias de sus equipos sin grandes inversiones.

2.4.2. Relación con el cliente

Con la pregunta “¿Cómo afronta su empresa los asuntos relacionados con el cliente?” se pretende demostrar cómo la sostenibilidad no solo se ha convertido en una estrategia de fidelización. Los consumidores, especialmente los más jóvenes, buscan empresas que ofrezcan productos de calidad y demuestren un compromiso real con el bienestar social y ambiental. También se indaga en cómo las empresas gestionan la seguridad, calidad y cumplimiento normativo con los clientes.

Los resultados muestran un panorama mixto: un 53% de las empresas cumplen adecuadamente con las regulaciones en relación con los clientes, lo que denota un nivel aceptable de compromiso con las normativas. Sin embargo, solo un 25% considera que la salud y seguridad en la fabricación y uso de los productos forma parte de su estrategia, lo que refleja una oportunidad de mejora en estos aspectos. Un 22% menciona que se esfuerzan por mejorar los estándares de seguridad e información del producto, lo que indica que hay un interés en este ámbito, pero que aún no es una

prioridad para la mayoría. En general, aunque hay avances, los resultados evidencian áreas de mejora para garantizar una relación más sólida y confiable con los clientes.



Se pueden identificar varias acciones clave que pueden implementar para mejorar su relación con los clientes, tanto en términos de seguridad como de calidad del producto.

- **Fortalecer la comunicación sobre la seguridad y la salud** de los productos. Aunque esto es crucial para generar confianza, el coste asociado a las medidas de seguridad adicionales puede ser un impedimento, especialmente para las pequeñas empresas. Una forma de mitigar esto es priorizar medidas básicas y graduales, buscando también apoyos de organismos locales o subvenciones que ayuden a reducir estos gastos iniciales.
- Mejorar la **transparencia en la información del producto** es clave para fortalecer la relación con los clientes, ya que los consumidores valoran cada vez más la claridad sobre lo que adquieren. Sin embargo, el desafío está en los costes adicionales que implica actualizar constantemente los etiquetados o generar nuevos materiales informativos. Una solución sería aprovechar las plataformas digitales, como sitios web o redes sociales, para mantener al cliente informado de manera más económica y accesible, sin la necesidad de recurrir a soportes físicos costosos.
- Otro aspecto esencial es **cumplir con todas las normativas y regulaciones** vigentes. Cumplir con las leyes no solo evita sanciones, sino que también mejora

la reputación de la empresa. No obstante, mantenerse actualizado con los cambios en las regulaciones puede ser complicado y consumir recursos.

Para abordar esto, las empresas pueden designar a una persona encargada de seguir de cerca los cambios normativos o utilizar herramientas digitales que faciliten la gestión y el cumplimiento de las leyes sin requerir grandes esfuerzos manuales.

- Incorporar **certificaciones de calidad y sostenibilidad** puede ser una excelente estrategia para demostrar el compromiso de la empresa con la responsabilidad social y ambiental.

Aunque obtener estas certificaciones puede resultar un proceso largo y costoso, especialmente para empresas con recursos limitados, se puede comenzar con certificaciones más accesibles o programas de autoevaluación que les permitan avanzar paso a paso, reduciendo la presión financiera inicial.

- Finalmente, **fomentar la retroalimentación constante del cliente** es una forma eficaz de mejorar productos y servicios, asegurando que las necesidades de los consumidores sean atendidas. Sin embargo, gestionar de manera efectiva esta retroalimentación requiere tiempo y recursos.

Una opción para optimizar este proceso es utilizar plataformas automatizadas, como encuestas online o sistemas de retroalimentación, lo que permitirá recoger opiniones de forma eficiente sin sobrecargar el personal de la empresa.

2.4.3. Conclusiones y propuestas de mejora

Conclusiones:

- **Baja integración de aspectos sociales y ambientales** en las **decisiones de compra**: una parte significativa de las empresas (40%) no tiene en cuenta estos aspectos en sus decisiones de compra. Esto refleja que, en general, la sostenibilidad no es aún una prioridad a la hora de seleccionar proveedores. Sin embargo, un 21% sí incluye estos criterios en las condiciones de compra, lo que indica un interés creciente en incorporar prácticas sostenibles en los procesos de contratación, aunque todavía de forma limitada. Se debe sensibilizar y educar más sobre los beneficios de considerar el impacto social y ambiental en las decisiones empresariales.
- **Cumplimiento limitado de las normativas sobre contratación**: aunque un 32% afirma cumplir con la regulación en materia de contratación, esta cifra es aún insuficiente para garantizar que todos los actores del proceso de compra estén alineados con las normativas vigentes. El hecho de que un 40% no los tenga en cuenta, y un 18% no gestione el impacto de sus proveedores, muestra que hay una brecha significativa entre el marco normativo y la práctica real de las empresas. Esto puede generar riesgos de incumplimiento legal y afectar negativamente a la reputación empresarial.

- **Poca inclusión de criterios sostenibles en la estrategia empresarial:** el 18% considera que la gestión del impacto social y ambiental de los proveedores es parte de su estrategia. Este dato indica que solo un pequeño porcentaje está adoptando una visión estratégica de la sostenibilidad en sus relaciones con proveedores. Aunque es un paso positivo, la mayoría aún no ha integrado estos aspectos de manera estructural, lo que limita el potencial de mejorar el impacto de sus actividades comerciales.
- **Enfoque insuficiente en la salud y seguridad del producto:** solo un 25% considera que la salud y la seguridad en la fabricación y uso del producto forma parte de su estrategia. Esta cifra es preocupante, ya que refleja una falta de priorización de estos aspectos en la producción y venta de productos. La seguridad del cliente debería ser un eje central en cualquier estrategia empresarial, no solo para cumplir con las normativas, sino también para garantizar la confianza del consumidor y reducir riesgos a largo plazo.
- **Cumplimiento de regulaciones en relación con el cliente:** en contraste, un 53% de las empresas cumple con la regulación relacionada con el cliente, lo cual es una señal positiva de que están prestando atención a los requisitos legales en cuanto a seguridad del producto y derechos del consumidor. Sin embargo, aún hay espacio para mejorar en la implementación de estándares de seguridad más rigurosos y en la comunicación de estos a los consumidores, lo que permitiría elevar la confianza y lealtad del cliente.

Propuestas de mejora:

- **Incluir criterios sociales y ambientales en las decisiones de compra** con los que pueden comenzar a evaluar a sus proveedores en función de criterios sostenibles, como su impacto ambiental y social. Esto no solo es viable, sino que mejorará su imagen y alineará sus compras con las expectativas de un mercado más responsable.
- **Asegurar el cumplimiento de las normativas de contratación:** es crucial designar personal o equipos encargados de monitorizar el cumplimiento normativo. Esto evitará sanciones y garantizará que las prácticas de contratación sean éticas y legales, mejorando la confianza en la empresa.
- **Incorporar la sostenibilidad en la estrategia corporativa:** puede lograrse mediante la inclusión de criterios medioambientales y sociales en las decisiones clave. Esta acción fortalecerá la competitividad y ayudará a atraer clientes conscientes del impacto ambiental.
- **Mejorar la seguridad y la salud del producto:** realizar auditorías periódicas y ofrecer formación en seguridad del producto a los empleados asegurará un estándar de calidad más alto. Esto no solo cumplirá con las normativas, sino que también mejorará la relación con los clientes, quienes valoran la seguridad y calidad del producto.

2.5 INNOVACION Y FUTURO

2.5.1. Innovación y sostenibilidad

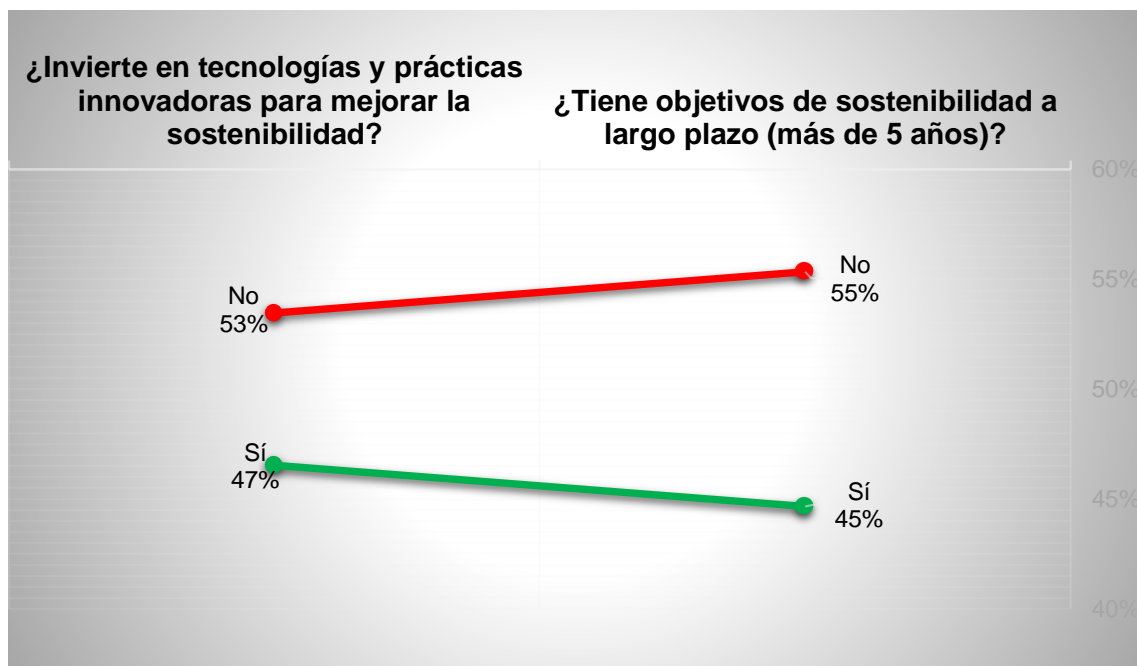
Hay dos aspectos fundamentales para evaluar cómo las empresas de León están alineando sus estrategias de negocio con los principios de desarrollo responsable a largo plazo, a través de la innovación y el establecimiento de objetivos futuros.

La primera pregunta “**¿Invierte en tecnologías y prácticas innovadoras para mejorar la sostenibilidad?**” se centra en la inversión en tecnologías y prácticas innovadoras para mejorar la sostenibilidad. En este sentido, se busca entender si las empresas están adoptando nuevas tecnologías, procesos o prácticas que reduzcan su impacto ambiental, aumenten la eficiencia energética o mejoren sus productos y servicios desde una perspectiva ecológica.

Este tipo de inversiones son clave para afrontar los retos globales de sostenibilidad y cumplir con las regulaciones medioambientales.

La segunda pregunta “**¿Tiene objetivos de sostenibilidad a largo plazo (más de 5 años)?**” explora si las empresas han definido objetivos a largo plazo. Tener metas claras y estructuradas a más de 5 años permite que las organizaciones trabajen de manera proactiva hacia un futuro más sostenible, alineándose con tendencias globales y preparando su negocio para los cambios regulatorios y de mercado.

Estas respuestas proporcionan una visión sobre el compromiso de las empresas hacia un modelo de negocio más responsable y sostenible, así como los desafíos a los que se enfrentan al integrar la sostenibilidad en su estrategia empresarial.



Los resultados muestran que, aunque un número significativo de empresas invierte en sostenibilidad, aún queda mucho por mejorar, especialmente en la definición de objetivos a largo plazo. Se requieren estrategias estructuradas que aprovechen recursos externos y fomenten un enfoque integral que beneficie tanto a nivel operativo como competitivo.

Por otro lado, aunque algunas empresas tienen objetivos de sostenibilidad a largo plazo, muchas no han definido metas claras a más de 5 años, lo que indica una falta de planificación para un futuro sostenible. Esto refleja que, aunque hay avances, muchos aún no integran la sostenibilidad en su visión a largo plazo. A continuación, se presentan algunas sugerencias basadas en los resultados obtenidos:

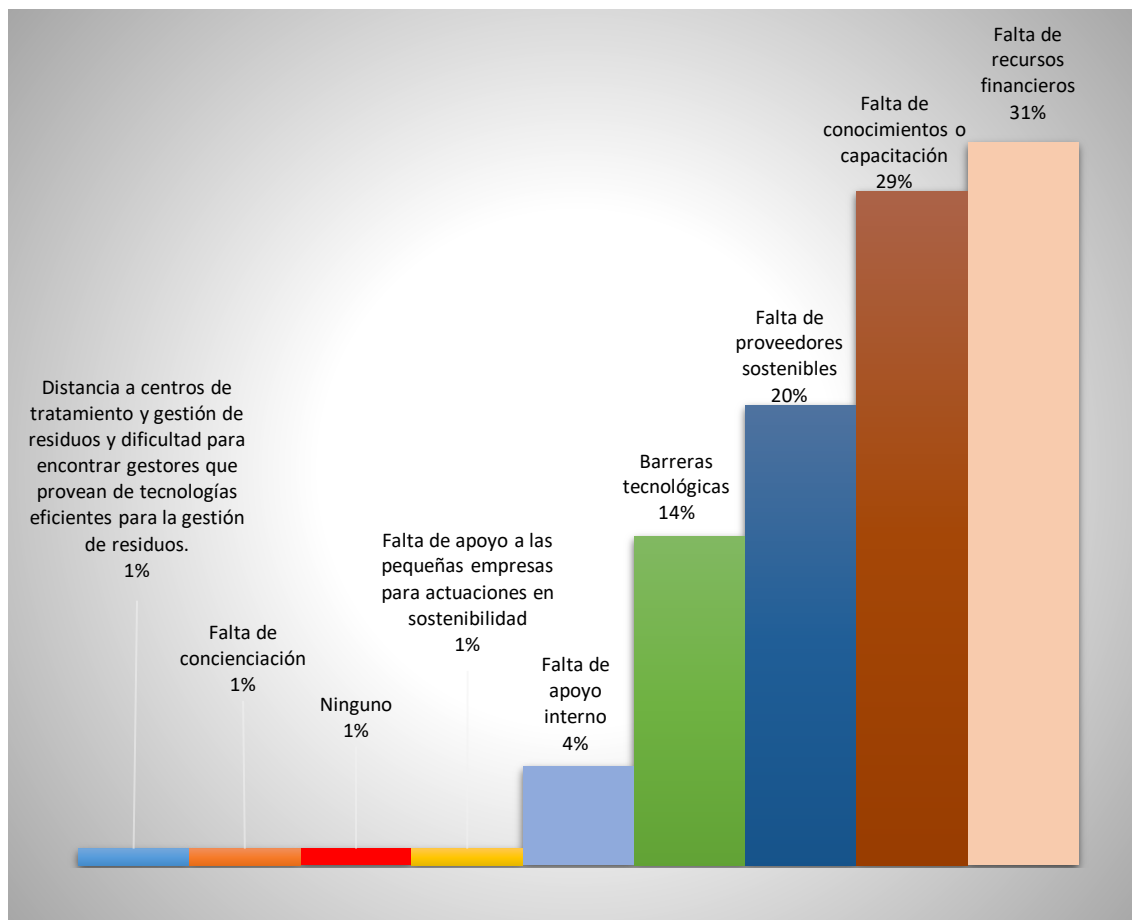
- **Incrementar la inversión en tecnologías sostenibles:** El 47% de las empresas ya invierte en tecnologías innovadoras. Fomentar más inversiones puede reducir costos operativos y mejorar la eficiencia energética. Aunque la inversión inicial puede ser alta, se recomienda explorar subvenciones y alianzas con entidades de investigación para aliviar la carga financiera.
- El 55% **no tiene objetivos de sostenibilidad a largo plazo.** Establecer metas claras a 5 o más años permite un enfoque estratégico más organizado. Esta planificación puede facilitar la alineación con regulaciones futuras y mejorar la competitividad. El desafío radica en la dificultad para predecir el futuro y ajustar las metas a medida que cambian las condiciones del mercado, por lo que se recomienda revisar estos objetivos periódicamente.
- Impulsar la **colaboración con instituciones tecnológicas**, por ejemplo, centros de investigación y universidades locales. Esto permite el acceso a tecnologías avanzadas y conocimientos especializados sin asumir el costo total de la innovación. El inconveniente es que estas asociaciones pueden ser complejas de gestionar y requieren tiempo, pero el retorno en términos de innovación y competitividad puede ser muy alto.
- **Fomentar una cultura que valore la sostenibilidad** puede mejorar la imagen de marca y la eficiencia operativa a largo plazo. Atraerá clientes conscientes del medio ambiente y aumentará el compromiso de los empleados. Sin embargo, cambiar la cultura empresarial requiere tiempo y la participación activa de todos los niveles jerárquicos.

2.5.2. Desafíos y objetivos a largo plazo

Pregunta: “¿**Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa en relación con la sostenibilidad? (Marque todos los que correspondan)**”

Las empresas de León enfrentan barreras en recursos financieros, capacitación y proveedores sostenibles. Superarlas requerirá inversión en formación, financiación y alianzas estratégicas. A pesar de estos desafíos, la baja percepción de barreras por falta

de concienciación o apoyo institucional sugiere que, con el apoyo adecuado, las empresas podrían invertir en sostenibilidad.



Distancia a centros de tratamiento y gestión de residuos y dificultad para encontrar gestores que provean de tecnologías eficientes para la gestión de residuos (1%)

Aunque este desafío es mencionado por un bajo porcentaje, buscar gestores locales y establecer acuerdos con empresas especializadas en residuos puede mejorar la eficiencia en la gestión. La desventaja es la disponibilidad limitada de gestores cerca, por lo que se sugiere investigar en asociaciones sectoriales para encontrar soluciones más cercanas.

Falta de concienciación (1%)

Es un reto mínimo, pero promover campañas internas de sensibilización y formación puede fortalecer la cultura de sostenibilidad. La dificultad es que algunas empresas no perciben este problema como prioritario, por lo que es importante generar conciencia sobre los beneficios a largo plazo.

Ninguno (1%)

El hecho de que un pequeño porcentaje no perciba desafíos es positivo, pero si se da por resuelto este aspecto, las empresas podrían perder de vista oportunidades de

mejora. Para mantener este buen estado, se recomienda hacer revisiones periódicas para identificar áreas de mejora continua.

Falta de apoyo a las pequeñas empresas para actuaciones en sostenibilidad (1%)

Buscar programas de apoyo público o alianzas con otras pymes puede generar sinergias. El reto es que estos recursos no siempre son accesibles o adecuados, por lo que se recomienda trabajar en redes de cooperación local y regional.

Falta de apoyo interno (4%)

Un 4% tiene estas dificultades por falta de apoyo interno. Para superar esto, fomentar un liderazgo claro sobre sostenibilidad y la participación de todos los niveles de la empresa es clave. La desventaja es la resistencia al cambio, por lo que se recomienda integrar estos valores desde la alta dirección para garantizar el compromiso de toda la organización.

Barreras tecnológicas (14%)

Reto común para el 14% de las empresas. Colaborar con universidades o centros tecnológicos puede ofrecer soluciones innovadoras. El problema es la posible lentitud en la adopción de nuevas tecnologías, por lo que se recomienda crear pilotos o pruebas de concepto que aceleren el proceso de integración tecnológica.

Falta de proveedores sostenibles (20%)

Formar alianzas con proveedores locales o redes internacionales puede ser útil. El inconveniente es que estos proveedores pueden tener precios más altos, por lo que se recomienda negociar acuerdos a largo plazo o buscar soluciones conjuntas que optimicen los costes.

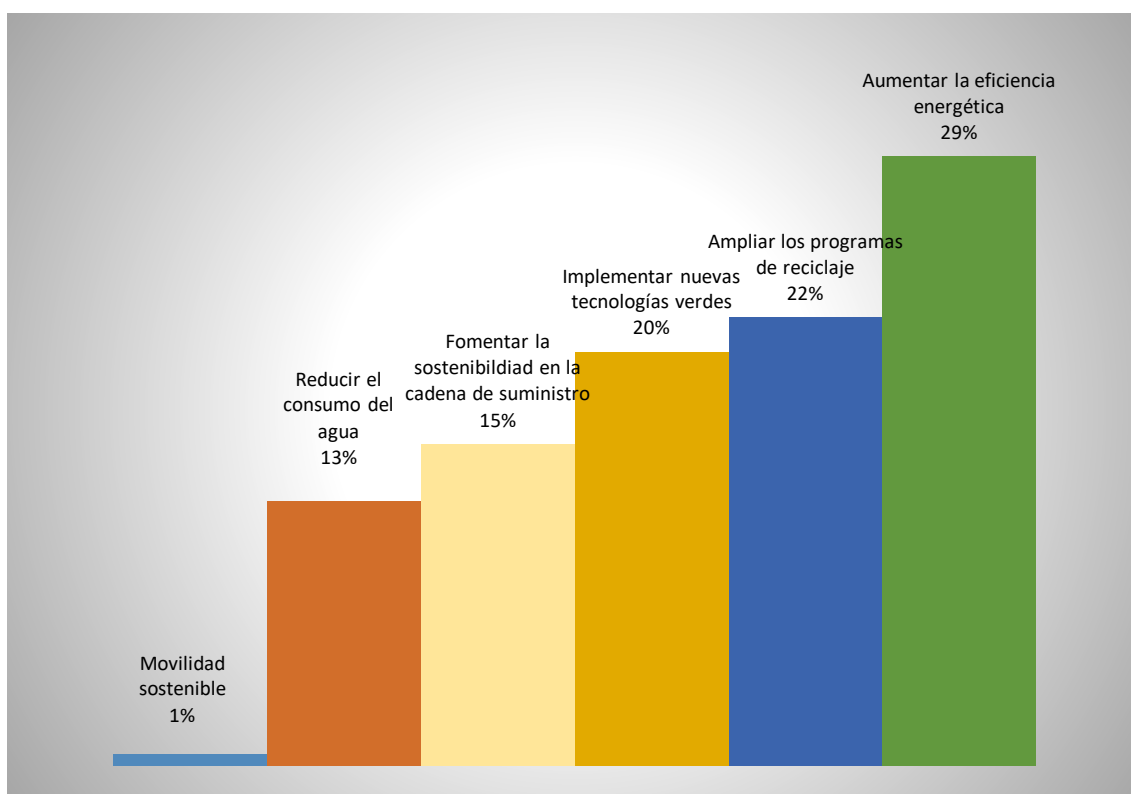
Falta de conocimientos o capacitación (29%)

La falta de capacitación es uno de los mayores desafíos, con un 29% de las empresas con este problema. Invertir en formación continua y especializada sobre sostenibilidad es esencial. El problema es el coste de la formación, por lo que se recomienda acceder a programas subvencionados o cursos online gratuitos para reducir la inversión inicial.

Falta de recursos financieros (31%)

El 31% de las empresas lo señala como el principal obstáculo. Buscar fuentes de financiación pública, privada o crowdfunding es una opción. El desafío es que estos fondos no siempre están disponibles o tienen requisitos estrictos, por lo que las empresas deben estar bien informadas sobre las convocatorias y ajustar sus proyectos a las condiciones de los financiadores.

Las respuestas a la última pregunta de la encuesta “**¿Cuáles son los planes futuros de su empresa en relación con la sostenibilidad? (Marque todos los que correspondan)**” muestran un enfoque diverso, centrado principalmente en la eficiencia energética y el reciclaje. Aunque la movilidad sostenible tiene poca presencia, la implementación de tecnologías verdes y la mejora de la eficiencia energética son prioridades para el futuro de las empresas.



Con base en las respuestas obtenidas, se identifican diversos enfoques en los planes a futuro de las empresas. A continuación, se presentan algunos aspectos clave para fortalecer sus compromisos de sostenibilidad:

Movilidad sostenible (1%)

Promover la movilidad sostenible reduce la huella de carbono y mejora la imagen de la empresa como responsable con el medio ambiente. Sin embargo, su implementación suele ser costosa y limitada por la infraestructura disponible. Para mitigar esta barrera, las empresas pueden incentivar el uso de vehículos eléctricos, promover el transporte compartido y aprovechar incentivos gubernamentales que favorezcan la transición hacia opciones de transporte más ecológicas.

Reducir el consumo de agua (13%)

Es clave y ofrece ahorros a largo plazo. Aunque la instalación de tecnologías de ahorro puede implicar inversiones iniciales, comenzar con soluciones pequeñas, como sistemas de bajo consumo, y buscar asesoría en gestión hídrica permite implementar mejoras de forma rentable y eficiente, sin grandes modificaciones estructurales.

Fomentar la sostenibilidad en la cadena de suministro (15%)

Asegura que los productos sean responsables social y medioambientalmente, mejorando la calidad y la trazabilidad. No obstante, garantizar que todos los proveedores cumplan con estos estándares puede ser complicado. Establecer

criterios claros de equilibrio ecológico en contratos y realizar auditorías periódicas asegura que se mantenga el cumplimiento y fomente la mejora continua.

Implementar nuevas tecnologías verdes (20%)

Reduce la huella de carbono y posiciona a la empresa como líder en innovación ambiental. No obstante, la integración de estas tecnologías puede ser costosa y requerir cambios significativos en los procesos existentes. Buscar financiación pública o privada, realizar una implementación gradual y formar a los empleados facilita la transición y minimiza las dificultades.

Ampliar los programas de reciclaje (22%)

Promueve la economía circular, mejora la reputación y genera ingresos adicionales al vender materiales reciclables. Sin embargo, la implementación requiere una infraestructura adecuada, lo que implica un coste inicial significativo. Iniciar con proyectos piloto y colaborar con proveedores especializados puede reducir los costes y optimizar los recursos, facilitando una adopción más eficiente.

Aumentar la eficiencia energética (29%)

Reduce costes operativos y fortalece la imagen de sostenibilidad de la empresa. Aunque la inversión inicial en tecnologías eficientes puede ser elevada, aprovechar incentivos gubernamentales y realizar una planificación a largo plazo permite amortizar esos costes de manera progresiva, haciendo la transición más accesible y rentable a lo largo del tiempo.

2.5.3. Conclusiones y propuestas de mejora

Conclusiones:

- **Baja inversión en tecnologías sostenibles:** el 53% de las empresas no invierte en tecnologías innovadoras, debido principalmente a la falta de recursos financieros. Para superar esto, se pueden aprovechar subvenciones públicas y colaborar con entidades tecnológicas que faciliten la implementación progresiva de soluciones innovadoras.
- **Objetivos de sostenibilidad a largo plazo aún limitados:** un 55% de las empresas no tiene objetivos a largo plazo. Deben integrar metas sostenibles en su estrategia corporativa, alineándose con las normativas locales e internacionales. Establecer objetivos medibles y claros es esencial para asegurar un crecimiento sostenible.
- **Barreras tecnológicas y falta de conocimiento:** la falta de capacitación (29%) y barreras tecnológicas son grandes obstáculos. Las empresas deben invertir en formación continua sobre bioeconomía y tecnologías limpias, en colaboración con universidades y consultoras que proporcionen soluciones especializadas y asesoría técnica.

- **Escaso interés en la movilidad sostenible:** solo el 1% de las empresas prioriza la movilidad sostenible: es recomendable incorporar vehículos eléctricos en la flota empresarial, ofrecer puntos de recarga e incentivar a los empleados a usar transporte público o bicicletas. Esto mejora la imagen corporativa y reduce costos operativos.
- **Prioridad en la eficiencia energética y el reciclaje:** el 29% se centran en eficiencia energética y el 22% en reciclaje. Se pueden implementar tecnologías smart que optimicen ambos procesos. Además, campañas internas de concienciación fomentarán una cultura sostenible entre los empleados, reduciendo costes operativos y mejorando la sostenibilidad de la empresa.

Propuestas de mejora:

- **Fomentar la inversión en tecnologías sostenibles:** para contrarrestar la baja inversión en tecnologías innovadoras, las administraciones públicas y asociaciones empresariales pueden ofrecer subsidios y créditos blandos a empresas interesadas en soluciones sostenibles. Además, proporcionar asesoría técnica gratuita ayudará a las empresas a identificar las mejores soluciones según su tamaño y sector.
- **Establecer metas a largo plazo y planes de acción:** las empresas deben definir objetivos de sostenibilidad a largo plazo e incluirlos en sus planes estratégicos. Estos objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo determinado (SMART). Un ejemplo sería fijar como meta la reducción de emisiones de CO2 en un 20% en los próximos 5 años o el aumento del reciclaje en un 50% en ese mismo plazo.
- **Impulsar la formación y capacitación en sostenibilidad:** es clave invertir en la capacitación de los empleados en estabilidad ambiental y tecnologías verdes. Las empresas pueden ofrecer formación interna o asistir a cursos sobre bioeconomía y economía circular. Además, las asociaciones empresariales pueden organizar talleres y seminarios sobre nuevas normativas ambientales y mejores prácticas sostenibles.
- **Desarrollar planes de movilidad sostenible:** aunque solo un 1% de las empresas actualmente prioriza la movilidad sostenible, es un área de gran potencial de mejora. Pueden comenzar con proyectos piloto como la compra de vehículos eléctricos o la instalación de puntos de recarga en sus instalaciones. También pueden incentivar a sus empleados con bonificaciones por utilizar transporte público o compartir vehículos.
- **Implementando tecnologías de bajo consumo** como iluminación LED y sistemas automáticos de control de temperatura. También se recomienda aumentar los programas de reciclaje con sistemas automatizados y fomentar la reutilización de materiales en la cadena de valor, reduciendo así los costes operativos y el impacto ambiental.