

# Observatorio de Competitividad Empresarial

## SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Nº 15 / 2024

El Observatorio de Competitividad Empresarial es una iniciativa de la Cámara de Comercio de España cuyo **objetivo es contribuir al conocimiento y valoración de la capacidad competitiva de nuestro tejido empresarial.**

**El Observatorio estudia periódicamente diversos factores o ámbitos clave para la competitividad empresarial,** con un análisis específico.

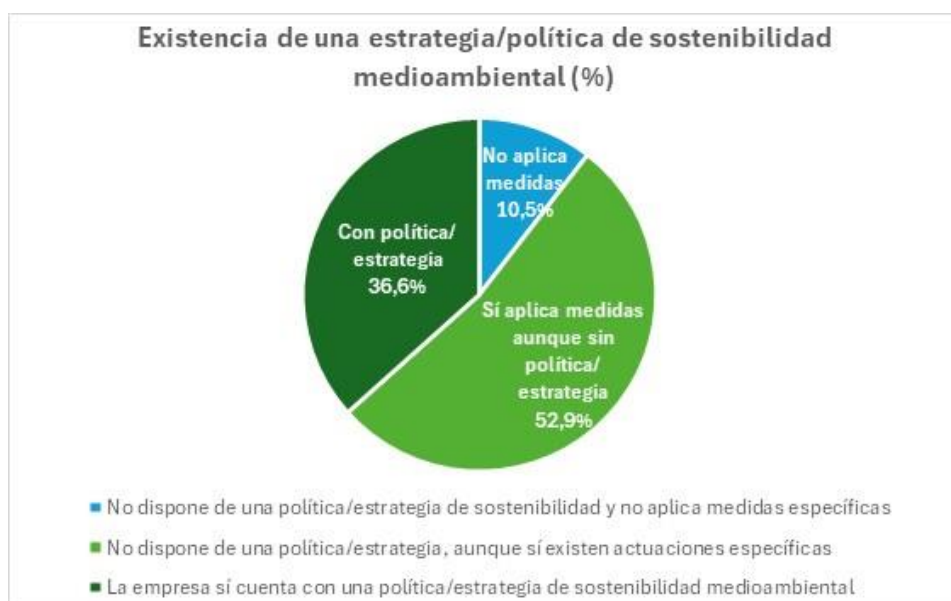
Este número del Observatorio profundiza en la **sostenibilidad medioambiental** y cómo lo están enfocando las empresas. En este monográfico se analizan diferentes aspectos relativos a la sostenibilidad medioambiental empresarial. Para ello, la información ha sido recogida a partir de una encuesta ad hoc a las empresas españolas.

Con la publicación de este nuevo Observatorio, la **Cámara de Comercio** contribuye activamente al conocimiento e interpretación de la realidad competitiva de nuestras empresas, en su ejercicio responsable como **institución consultiva en defensa del interés general.**



### Contexto

El 89,5% de las empresas desarrollan actuaciones en materia de sostenibilidad medioambiental, el 52,9% lo hace sin disponer de una política / estrategia definida y un 36,6% sí cuenta con una planificación formal en la materia.



Fuente: Cámara de Comercio de España.



**Sostenibilidad medioambiental y relaciones con el entorno**

En este apartado se estudia la gestión de la sostenibilidad medioambiental que realizan las empresas con respecto al entorno en el que desenvuelven su actividad. Para ello, se les preguntó por su grado de acuerdo con una serie de afirmaciones relativas a los criterios según los cuales se adoptan las decisiones de inversión y financiación, así como sobre la manera en que seleccionan y se relacionan con los diferentes agentes del contexto que incumben a su negocio.

► **Gestión de la sostenibilidad medioambiental en relación con el entorno**

En términos generales, la incorporación de criterios de sostenibilidad en relación con el entorno entre las empresas encuestadas tiene aún margen de mejora en todos los aspectos considerados.

En este sentido, cabe destacar que el grado de acuerdo es mayor en lo que respecta a la adopción de estas pautas a lo largo de toda la cadena de suministro. En concreto, un 52,3% de las compañías implementa procesos innovadores en la compra de productos sostenibles para reducir su impacto ambiental, el 42,9% analiza y controla impactos medioambientales negativos de sus productos/servicios a lo largo de la cadena de suministro, y un 40,4% dispone de procedimientos de selección de proveedores según criterios medioambientales.

Con relación a la selección de las empresas con las que colaboran, un 42,1% señala que sus socios no producen impacto medioambiental negativo y un 37,9% declara haber establecido criterios adicionales en la promoción y comunicación de sus productos a clientes.

Finalmente, en cuanto a la consideración de la sostenibilidad medioambiental en las elecciones de inversión y financiación, a la hora de invertir, un 45,1% de las empresas toma la decisión teniendo en cuenta el impacto medioambiental, en un 35,1% de los casos los proyectos ambientales tienen un peso importante en la empresa, y un 29,0% elige los financiadores considerando sus impactos ambientales.

**Relaciones con el entorno en materia de sostenibilidad por tipo de agente: grado de acuerdo (%)**

■ De acuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ En desacuerdo

**Propietarios y financiadores de la organización**

Las decisiones sobre inversiones se toman teniendo en cuenta el impacto medioambiental. 45,1% 22,9% 32,0%

Las inversiones destinadas a proyectos medioambientales tienen un peso importante en la empresa. 35,1% 22,3% 42,6%

Los financiadores con los que trabaja la empresa minimizan sus impactos negativos ambientales. 29,0% 36,5% 34,5%

**Clientes y empresas colaboradoras**

Las empresas con las que coopera la empresa no producen impacto ambiental negativo desproporcionado o consciente. 42,1% 35,1% 22,8%

Su empresa ha establecido, de manera adicional, criterios relacionados con la sostenibilidad medioambiental en la comunicación y promoción de sus productos a los clientes 37,9% 18,4% 43,7%

**Proveedores y cadena de suministro**

La empresa implementa procesos innovadores en la compra de productos sostenibles con el fin de reducir sus impactos ambientales 52,3% 23,7% 24,0%

La empresa analiza y controla los impactos medioambientales negativos de sus productos/servicios a lo largo de la cadena de suministro. 42,9% 22,8% 34,3%

La empresa dispone de procedimientos de evaluación y selección de productos y proveedores según criterios de sostenibilidad medioambiental. 40,4% 19,2% 40,4%

\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.



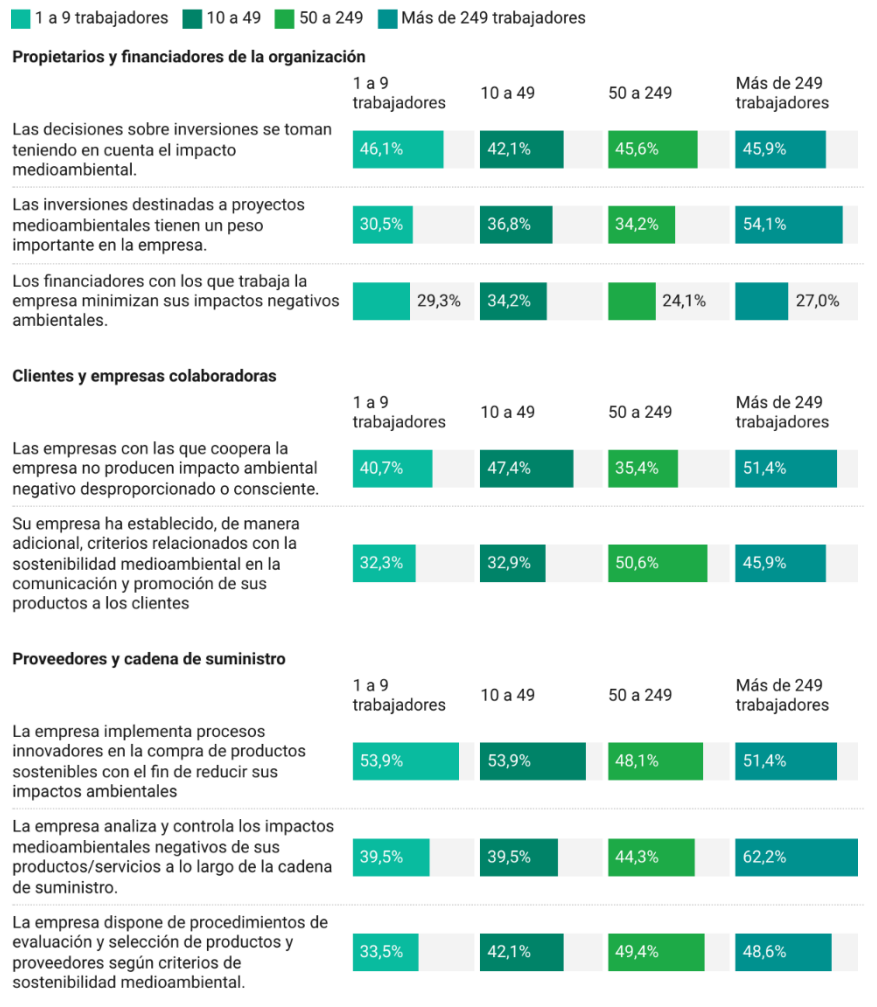
La manera en que las empresas se relacionan con el entorno en términos de sostenibilidad medioambiental difiere en algunos aspectos cuando se considera su tamaño.

En lo que respecta a los proveedores y cadena de suministro, los controles de impactos negativos de sus productos/servicios a lo largo de la cadena de suministro son más habituales entre las empresas de más de 249 trabajadores (62,2%), seguidas por las medianas (44,3%). Por el contrario, las micro y las pequeñas empresas implementan en mayor medida procesos innovadores en la compra de productos sostenibles (53,9% en ambos casos).

Por su parte, el establecimiento de criterios medioambientales en la comunicación y promoción de sus productos está más presente en las empresas medianas (50,6%) y grandes (45,9%), que en las de menor dimensión.

En cuanto a las decisiones de inversión, la relevancia de los proyectos medioambientales en las empresas es mayor cuanto más dimensión tenga.

### Relaciones con el entorno en materia de sostenibilidad por tipo de agente, por tamaño\* (% de empresas que están de acuerdo)



\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

A nivel sectorial, destaca especialmente la hostelería, por el mayor peso de la adopción de criterios de sostenibilidad medioambiental con los diferentes agentes del entorno en el que opera. Concretamente, en lo que respecta a proveedores y cadena de suministro, el sector cuenta con más presencia de empresas que disponen de procedimientos de evaluación y selección de productos y proveedores (49,1%) y de procesos innovadores en la compra de productos sostenibles (58,2%).



También en cuanto a comunicación y promoción de sus productos a los clientes, el porcentaje de compañías de la hostelería que los aplica es mayor que en el resto (47,3%). Finalmente, para las decisiones sobre inversiones y la selección de los financiadores, también consideran más que los demás sectores los criterios de sostenibilidad medioambiental.

Por último, hay que señalar que **las empresas industriales también aplican más que los demás sectores criterios de sostenibilidad medioambiental con sus proveedores y cadena de suministro:** un 55,1% implementa procesos innovadores en la compra de productos sostenibles y un 47,2% dispone de procedimientos de evaluación y selección de productos y proveedores.

### Relaciones con el entorno en materia de sostenibilidad por tipo de agente, por sector\* (% de empresas que están de acuerdo)



\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.



**Beneficios percibidos de las actividades / actuaciones de sostenibilidad medioambiental desarrolladas**

A continuación, se profundiza en los beneficios que la aplicación de las diferentes medidas de sostenibilidad medioambiental que desarrollan reportan a las empresas.

**► Beneficios de las actuaciones de sostenibilidad medioambiental implantadas**

**Un 85,8% de las empresas que realizan actividades o cuentan con planificación medioambiental perciben algún beneficio de ellas.** En contraposición, para un 14,2%, estas medidas no reportan ninguna utilidad.

Entre las ventajas más señaladas por las compañías, la mitad de ellas (49,6%) consideran que la aplicación de actuaciones de sostenibilidad mejora la marca, la reputación de la empresa o aumenta la fidelización y captación de nuevos clientes. Le sigue la minimización de riesgos ambientales y de la dependencia de recursos escasos, mencionado por el 44,3%. A distancia se sitúan el resto de los beneficios considerados: un 23,1% de las empresas señala que repercuten en una reducción de costes, el 19,8% que fomentan la innovación en producto, servicio o mercado, un 14,2% que incrementan las posibilidades de contrataciones públicas y para un 11,1% atraen talento e incrementan la retención de sus trabajadores. Finalmente, un 7,5% destacan los beneficios fiscales y un 7,0% evidencian que mejoran el acceso a la financiación y/o atraen inversiones.

**Las compañías con una planificación formal en materia de sostenibilidad medioambiental perciben, en términos generales, más beneficios que aquellas que no cuentan con una estrategia, pero realizan actuaciones al respecto.**

Aunque con un peso muy reducido, el ahorro fiscal es la única ventaja más señalada por las empresas sin planificación (8,5%).

**Mayores beneficios percibidos en la empresa por las actuaciones de sostenibilidad medioambiental que desarrolla\*, total y según cuenta con una política/estrategia específica (%)**

	No dispone de una política/estrategia, aunque sí existen actuaciones específicas	Sí cuenta con una política/estrategia de sostenibilidad medioambiental	Total
Mejoran la marca, la reputación de la empresa o aumentan la fidelización y captación de nuevos clientes	39,6%	63,9%	49,6%
Minimizan los riesgos ambientales y la dependencia de recursos escasos	37,7%	53,7%	44,3%
Reducen los costes	21,2%	25,9%	23,1%
Fomentan la innovación en producto, servicio o mercado	17,5%	23,1%	19,8%
Incrementan las posibilidades de contrataciones públicas	9,0%	21,8%	14,2%
Atraen talento/incrementan la satisfacción, compromiso y/o retención de los trabajadores	8,5%	15,0%	11,1%
Proporcionan beneficios fiscales	8,5%	6,1%	7,5%
Mejoran el acceso a la financiación/atraen inversiones	4,7%	10,2%	7,0%
Otros	3,3%	2,0%	2,8%
Ninguno	20,8%	4,8%	14,2%

\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.





Al desagregar por número de trabajadores se observa que **son las empresas de más de 249 trabajadores las que perciben más beneficios vinculados a la aplicación de medidas de sostenibilidad medioambiental.**

Entre las microempresas, además de ser las que menos beneficios aprecian, la **minimización de los riesgos ambientales y de la dependencia de recursos escasos es la ventaja más señalada (41,3%)**, a diferencia de las demás dimensiones empresariales, que consideran la mejora de la marca, de la reputación de la empresa o de la fidelización y captación de nuevos clientes, como la utilidad más importante. Y esta relevancia se acrecienta según aumenta el tamaño de la empresa.

Mayores beneficios percibidos en la empresa por las actuaciones de sostenibilidad medioambiental que desarrolla*, por tamaño (%)				
	1 a 9 trabajadores	10 a 49	50 a 249	Más de 249 trabajadores
Mejoran la marca, la reputación de la empresa o aumentan la fidelización y captación de nuevos clientes	35,3%	56,6%	63,3%	70,3%
Minimizan los riesgos ambientales y la dependencia de recursos escasos	41,3%	43,4%	43,0%	62,2%
Reducen los costes	21,6%	22,4%	24,1%	29,7%
Fomentan la innovación en producto, servicio o mercado	19,2%	14,5%	25,3%	21,6%
Incrementan las posibilidades de contrataciones públicas	10,8%	14,5%	17,7%	21,6%
Atraen talento/incrementan la satisfacción, compromiso y/o retención de los trabajadores	6,6%	18,4%	10,1%	18,9%
Mejoran el acceso a la financiación/atraen inversiones	4,8%	9,2%	7,6%	10,8%
Proporcionan beneficios fiscales	8,4%	9,2%	6,3%	2,7%
Otros	3,0%	1,3%	5,1%	0,0%
Ninguno	18,0%	14,5%	10,1%	5,4%

\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

**Atendiendo al sector de actividad, la construcción es el que menos beneficios atribuye a las medidas de sostenibilidad medioambiental que implementa.** La excepción se produce en el incremento de las posibilidades de contrataciones públicas, beneficio más percibido entre las empresas constructoras (25,0%) que entre las de los demás sectores.

Entre otras diferencias reseñables, las empresas hosteleras en particular señalan en mayor medida que el resto **la mejora de la marca, la reputación de la empresa o de la fidelización y captación de nuevos clientes (61,8%), la reducción de costes (30,9%) y las ventajas fiscales (14,5%).**

Las empresas del sector industrial, por su parte, **perciben más que los demás sectores que las medidas de sostenibilidad medioambiental que implementan fomentan la innovación en producto, servicio o mercado (27,0%).**



**Mayores beneficios percibidos en la empresa por las actuaciones de sostenibilidad medioambiental que desarrolla\*, por sector (%)**

	Industria	Construcción	Comercio	Hostelería	Servicios
Mejoran la marca, la reputación de la empresa o aumentan la fidelización y captación de nuevos clientes	52,8%	38,5%	52,6%	61,8%	42,5%
Minimizan los riesgos ambientales y la dependencia de recursos escasos	47,2%	38,5%	48,7%	34,5%	47,1%
Reducen los costes	22,5%	15,4%	22,4%	30,9%	24,1%
Fomentan la innovación en producto, servicio o mercado	27,0%	13,5%	22,4%	18,2%	14,9%
Incrementan las posibilidades de contrataciones públicas	14,6%	25,0%	10,5%	7,3%	14,9%
Atraen talento/incrementan la satisfacción, compromiso y/o retención de los trabajadores	10,1%	11,5%	13,2%	10,9%	10,3%
Mejoran el acceso a la financiación/atraen inversiones	10,1%	3,8%	7,9%	5,5%	5,7%
Proporcionan beneficios fiscales	2,2%	9,6%	6,6%	14,5%	8,0%
Otros	2,2%	3,8%	5,3%	1,8%	1,1%
Ninguno	13,5%	21,2%	7,9%	9,1%	19,5%

\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

**Barreras a la puesta en marcha de medidas de sostenibilidad medioambiental**

En este apartado se indaga sobre la existencia de posibles barreras que obstaculizan o impiden la puesta en marcha de medidas para mejorar la sostenibilidad ambiental en las empresas.

**► Elementos que dificultan a las empresas mejorar su sostenibilidad medioambiental**

Consultadas por las posibles barreras que les dificultan mejorar la sostenibilidad medioambiental de su actividad, **la escasez de incentivos es la más señalada (39,3%), seguida de cerca por la burocracia (36,8%) y el aumento de los costes (35,7%).**

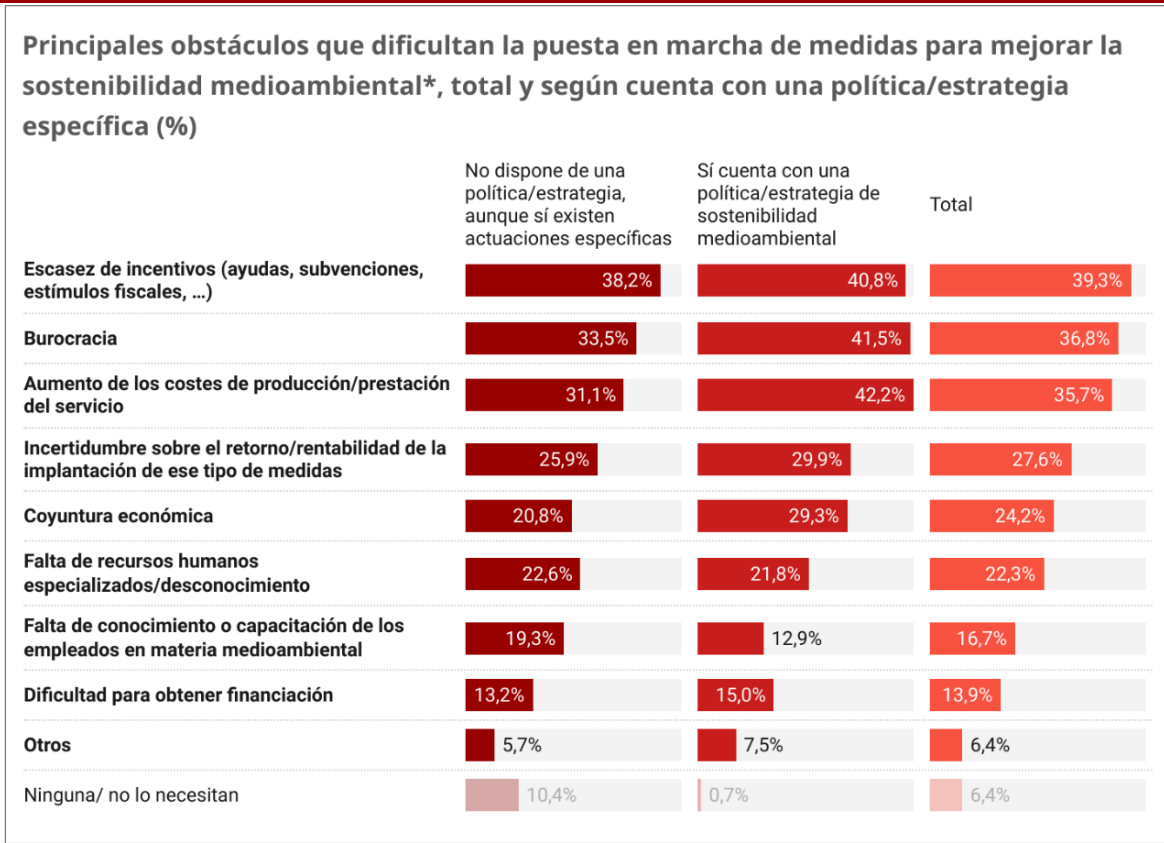
**Un porcentaje importante de las compañías alude también a las carencias de conocimientos en la materia entre sus trabajadores:** un 22,3% en lo que respecta a la ausencia de recursos humanos especializados y un 16,7% a las deficiencias de capacitación general de los empleados en materia de sostenibilidad medioambiental.

Adicionalmente, un 27,6% de las empresas considera la incertidumbre sobre retorno de la inversión un impedimento y un 24,2% menciona la coyuntura económica. Por último, un 13,9% destaca las dificultades para acceder a la financiación.

Atendiendo a disposición o no de una política/estrategia específica, en términos generales, **entre las compañías que cuentan con una planificación de su sostenibilidad medioambiental definida, la percepción de barreras que dificultan la mejora es mayor.**







\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

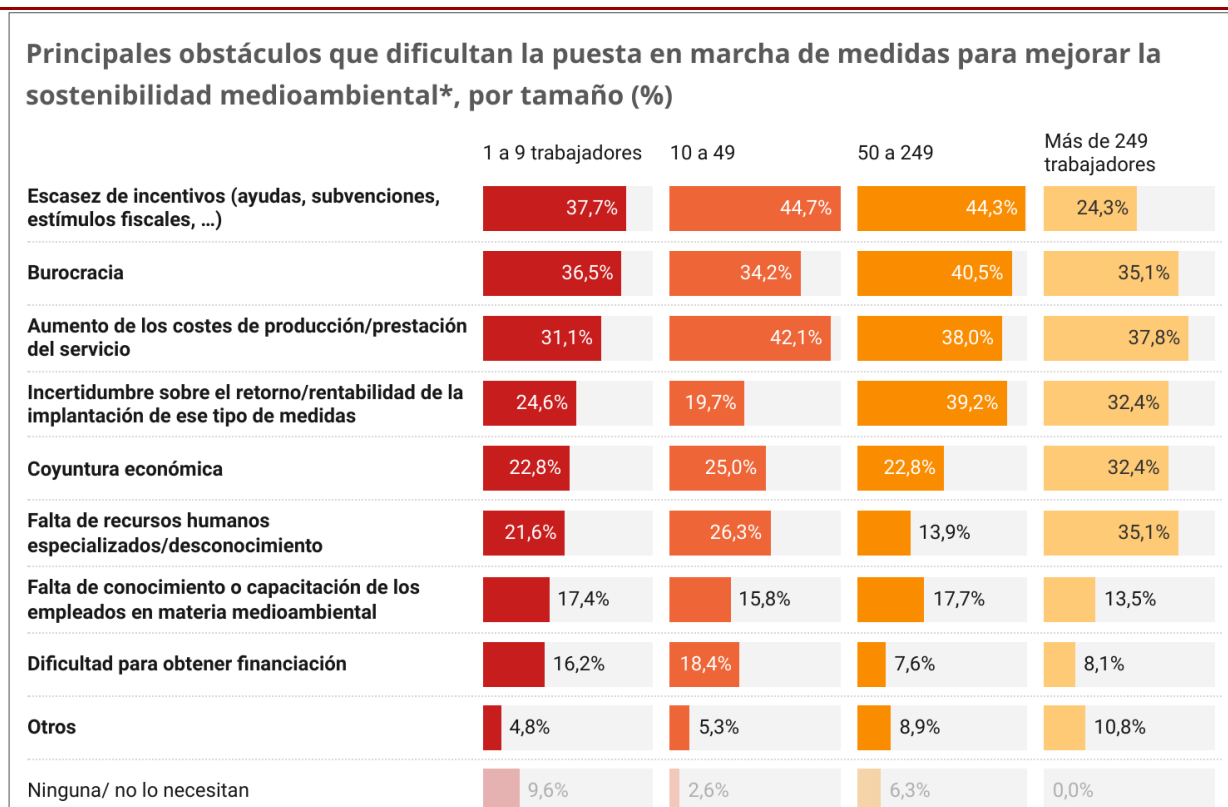
Fuente: Cámara de Comercio de España.

Por tamaño empresarial no se observa un patrón definido en cuanto a los impedimentos que deben enfrentar las diferentes dimensiones para mejorar su sostenibilidad medioambiental.

Entre los resultados reseñables, se advierte que la escasez de incentivos representa una barrera para las empresas de menos de 249 trabajadores (entre el 37,7% y el 44,7%), y pierde peso entre las más grandes (24,3%). Por el contrario, entre las compañías de mayor dimensión, la falta de recursos humanos especializados constituye un obstáculo más importante (35,1%) que para el resto.

Por su parte, la incertidumbre sobre el retorno de la implantación de las medidas preocupa más a las empresas medianas (39,2%) y grandes (32,4%) que a las micro y pequeñas empresas.





\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

**Atendiendo al sector**, la escasez de incentivos es una limitación mayor para los comercios (51,3%) y el incremento de los costes de producción preocupa más a la construcción (50,0%) y a la industria (44,9%). Por su parte, la coyuntura económica representa un obstáculo más importante para las compañías industriales (32,6%) que para el resto.

## El futuro de la sostenibilidad mediambiental empresarial: inversión y tendencias

Finalmente, en este apartado se analizan las principales tendencias en sostenibilidad medioambiental para los próximos años que identifican las empresas consultadas, así como su previsión de refuerzo de las actuaciones en este ámbito en un futuro próximo.

### ► Principales tendencias relacionadas con la sostenibilidad medioambiental

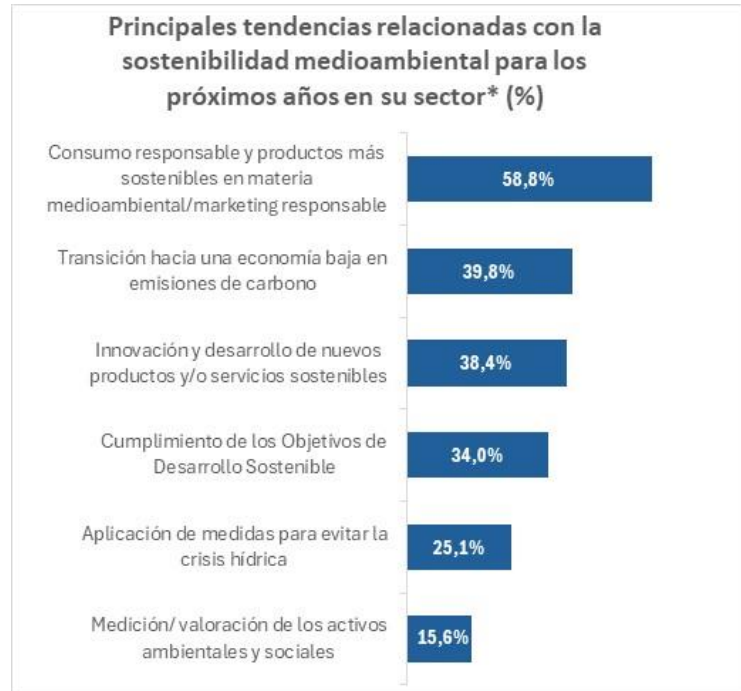
Se solicitó a las compañías encuestadas que seleccionaran las tendencias más relevantes para su sector en los próximos años.

De cara al futuro, y más allá de si cuentan con una estrategia definida o no, **las empresas identifican una tendencia clara: consumo responsable y productos más sostenibles en materia medioambiental / marketing responsable será determinante (58,8%).**



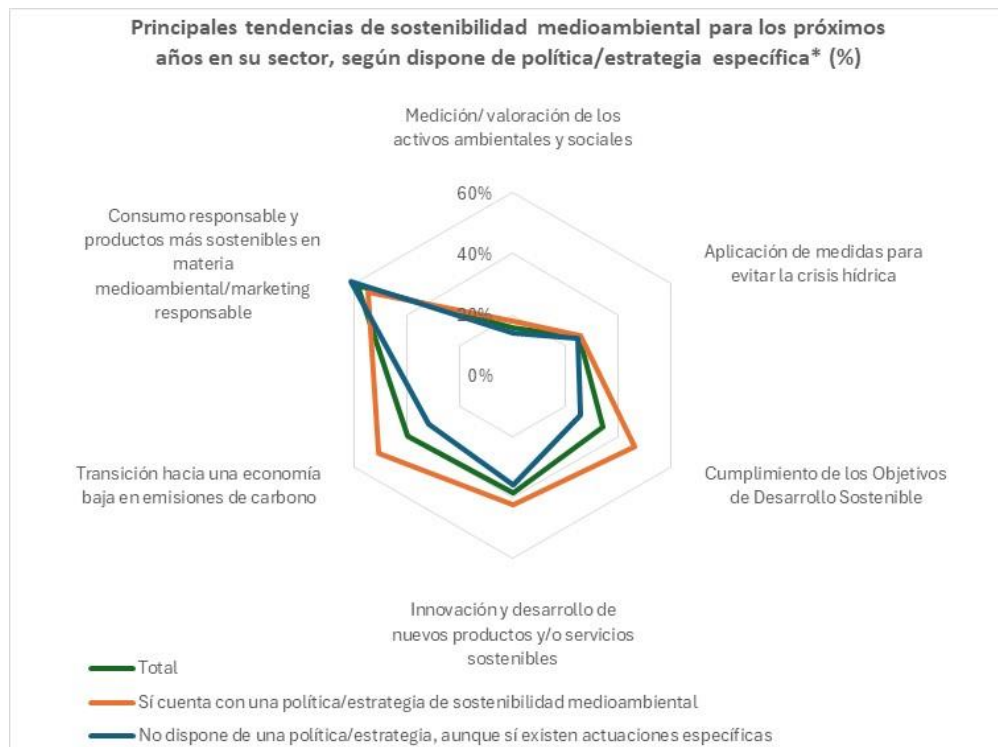
Le siguen la transición hacia una economía baja en emisiones (39,8%), la innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios sostenibles (38,4%) y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (34,0%).

**Diferenciando entre las empresas que tienen una política / estrategia específica de sostenibilidad medioambiental y las que no**, se advierte que para las primeras hay cuatro factores que serán clave en los próximos años: consumo responsable y productos más sostenibles en materia medioambiental / marketing responsable (55,1%), transición hacia una economía baja en emisiones (51,0%), cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (46,3%) e innovación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios sostenibles (42,2%).



\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

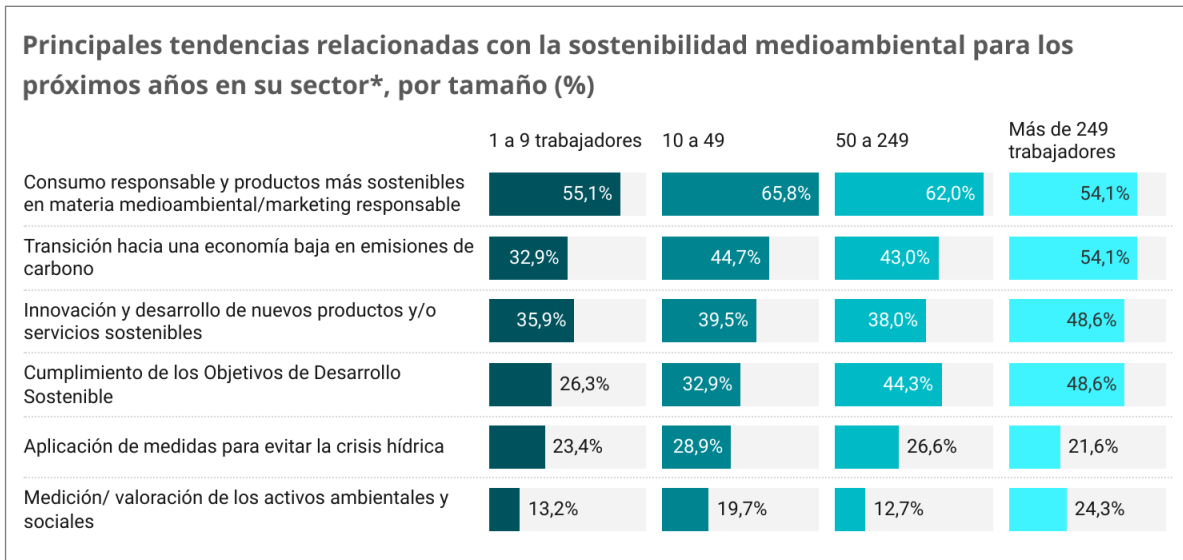


\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.



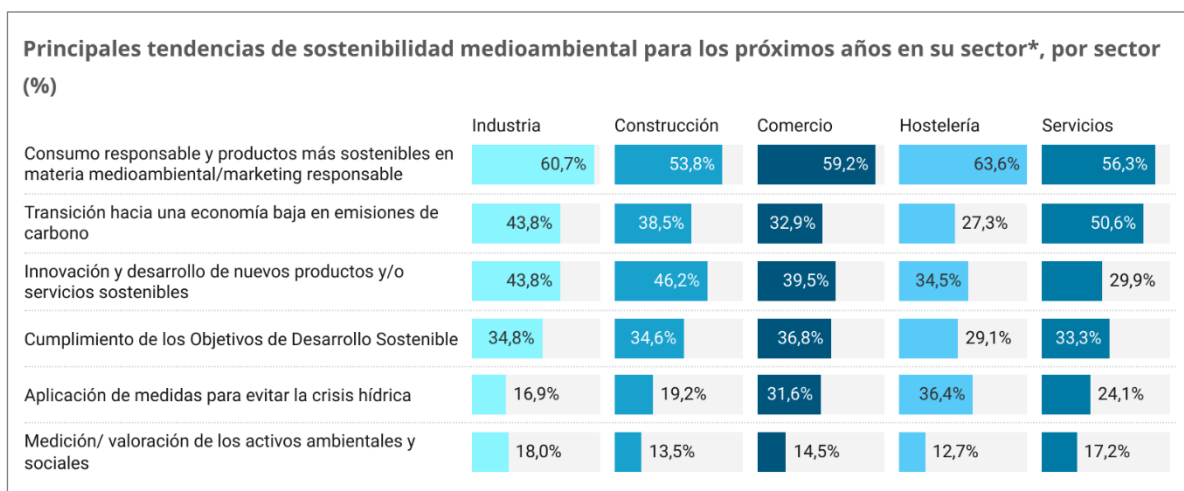
Considerando el número de trabajadores de las empresas, las de mayor tamaño identifican cuatro tendencias principales en materia de sostenibilidad, en tanto que el resto de las dimensiones, reconoce al consumo responsable y productos más sostenibles en materia medioambiental / marketing responsable como la tendencia clave que más condicionará su futuro.



\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

El análisis por sectores revela cierta homogeneidad en la relevancia atribuida a las diferentes tendencias. En todos ellos, **el consumo responsable y los productos más sostenibles en materia medioambiental / marketing responsable es considerada la más determinante, aunque en servicios se añade una segunda de peso: transición hacia una economía baja en emisiones (50,6%).**

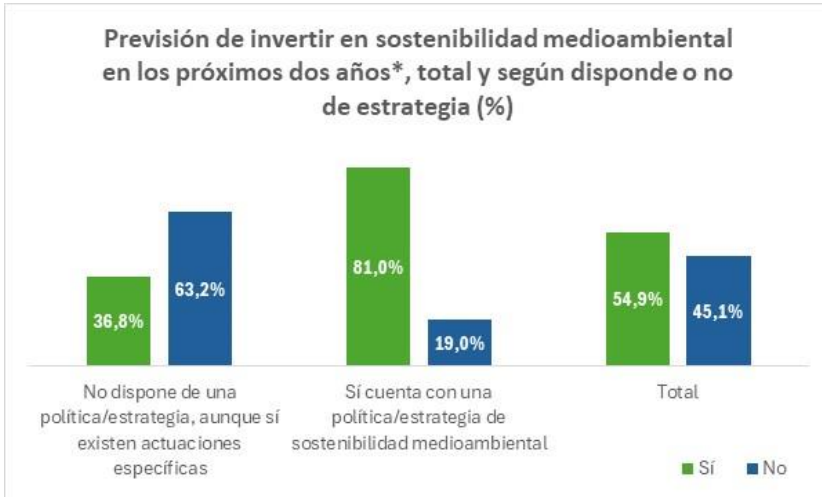


\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.



► **Previsión de inversión en sostenibilidad medioambiental**



Más de la mitad de las empresas encuestadas (54,9%) planea invertir en sostenibilidad medioambiental en los próximos 24 meses.

Esta proporción es considerablemente más elevada entre las empresas que disponen de una estrategia definida de sostenibilidad medioambiental: el 81,0% de estas compañías tiene previsto reforzarla en el futuro próximo. Ocurre lo contrario entre las empresas sin planificación, entre las que el porcentaje de las que planean invertir en sostenibilidad en el corto plazo asciende al 36,8%.

\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

Al desagregar por tamaño, se advierte claramente que **la disposición a invertir en sostenibilidad medioambiental en los próximos 24 meses se eleva conforme lo hace el número de trabajadores**. Así, entre las microempresas, un 40,1% tiene previsto aumentar el presupuesto, en tanto que esta cifra asciende al 91,9% entre las empresas más grandes.

Por sectores, la hostelería en particular evidencia una disposición mayor que el resto a invertir en sostenibilidad en el futuro (65,5%), en tanto que la construcción registra el menor porcentaje (38,5%) de todos los sectores.



\* Empresas que cuentan con planificación de la sostenibilidad medioambiental o bien tienen implantadas actuaciones al respecto.

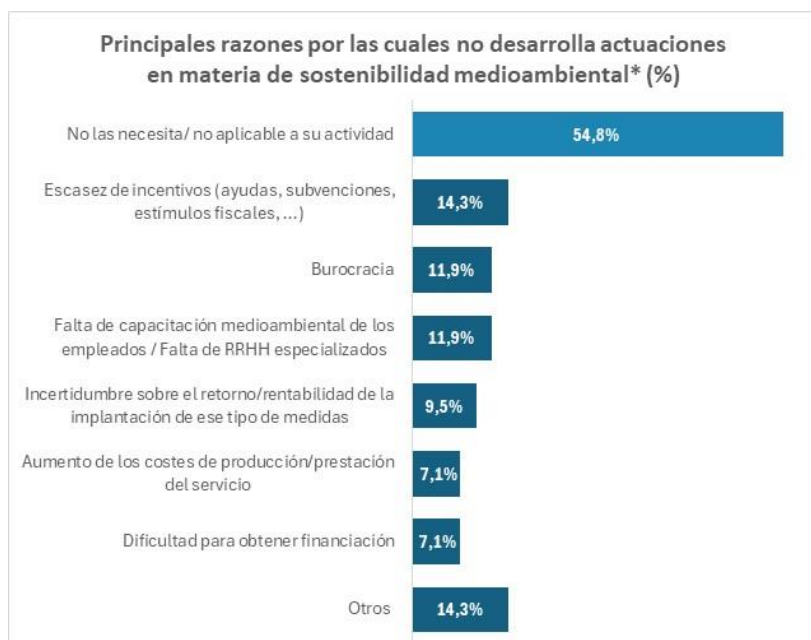
Fuente: Cámara de Comercio de España.





### Empresas que no implementan actuaciones de sostenibilidad medioambiental

Finalmente, en este último apartado se proporciona un análisis del grupo de empresas que no desarrollan actuaciones de sostenibilidad medioambiental de ningún tipo: se profundiza en las razones para ello, así como en las iniciativas que abordarían en el hipotético caso de que optaran por incorporar acciones medioambientales. Tal y como se señaló anteriormente, **estas compañías representan tan solo el 10,5% del total encuestado.**



Un 54,8% de las empresas de este grupo declaran que no implementa medidas de sostenibilidad medioambiental porque no las necesita, y en relación con ello, un 57,1% manifiesta que es poco o nada probable que lo haga en el corto o largo plazo.

El resto se reparte principalmente entre las que no lo hacen porque hay reducidos incentivos económicos para ello (14,3%), por la burocracia asociada (11,9%) o debido a las carencias formativas en materia de sostenibilidad medioambiental de sus plantillas (11,9%).

\* Empresas que no aplican medidas de sostenibilidad medioambiental.

Fuente: Cámara de Comercio de España.



En el caso hipotético de que implementara actuaciones en materia de sostenibilidad ambiental, el 52,4% de estas empresas desarrollaría medidas de disminución de residuos o de reciclaje o reutilización y un 40,5% mejoraría su eficiencia energética.

Por otro lado, cerca de una tercera parte (31,0%) de este grupo no abordaría nuevas actuaciones en este sentido, ya que consideran que no son aplicables al tipo de actividad que desarrollan.

\* Empresas que no aplican medidas de sostenibilidad medioambiental.

Fuente: Cámara de Comercio de España.





### Metodología

Los datos de este estudio se han obtenido a partir de una encuesta ad hoc realizada por la Cámara de Comercio de España concluida en el primer semestre de 2024.

La muestra se compone de 400 empresas de al menos un asalariado en todo el territorio nacional y de todos los sectores de actividad, distribuidas de acuerdo con 2 criterios de desagregación: sector (Industria, Construcción, Comercio, Hostelería y Servicios) y tamaño (1 a 9 trabajadores, 10 a 49 trabajadores, 50 a 249 trabajadores, 250 y más trabajadores).

El margen de error máximo para un nivel de confianza del 95% es de  $\pm 4,9\%$ . Los resultados desagregados por realización de medidas/ disposición de estrategia de sostenibilidad medioambiental, por tamaño y por sector, son orientativos, dado que la muestra no proporciona resultados estadísticamente significativos en estos casos.

*Los gráficos de este informe han sido elaborados con la herramienta Datawrapper.*

*Fecha de cierre del documento: Diciembre de 2024.*

*Elaborado por el Servicio de Estudios de la Cámara de Comercio de España.*

