

Comprometidos con la sostenibilidad **Evaluación y perspectivas**



Comprometidos con
la sostenibilidad 2021
**Evaluación
y perspectivas**

ISBN:

978-84-09-36792-4

Comisión de seguimiento y apoyo:**Por parte de la CCE:**

Jaime Castillo Soria (Emivasa)
Teresa Díez-Picazo Giménez (Libertas 7)
Josep Vicent Mascarell Mascarell (Balearia)
Pedro Olazábal Herrero (Zubi Labs)
Teresa Silla Vidal (Jeanología)

Por parte del CE/R+S:

Junta Directiva del CE/R+S

Paco Alós (Caixa Popular)
Javier Altur (Alpesa)
María Bertolín (Grupo Bertolín)
Fernando Ibáñez (Ética)
Gustavo Lubián (Suavinex)
Reyes Miralles (Unimat Prevención)
Amelia Navarro (Hidraqua)
Rebeca Sánchez (Simetría)
Carlos Soucase (Broseta Abogados)

Equipo investigador Directores:

José María Peiró
Isabel Castillo Espinós
Encarna Mazón Ballester

Investigadores:

Tatiana Barba Gómez
Martín Gracia Gadea
Jiaqi Li
Isabel Martínez Pérez
Julia Moreno Antequera
Aida Soriano Ripoll

Diseño:

Estimado José Alfredo S.L.

Fecha de edición:

Diciembre de 2021



La Cátedra de Cultura Empresarial ha contado con el patrocinio de la Fundación Bancaria "la Caixa" y gracias al mismo ha podido realizar este estudio

Carta del presidente de la Cátedra, Carlos Pascual

El mundo actual se beneficia de los grandes avances realizados en la ciencia, la técnica, y también en las artes y humanidades habiéndose conseguido en amplias regiones del planeta niveles de calidad de vida, salud, prosperidad, bienestar y longevidad sin precedentes en la historia de la humanidad. Sin embargo, son también muy amplias las regiones en que no se alcanzan los mínimos indispensables para garantizar una vida humana digna y decente. Son frecuentes las situaciones de explotación, y degradación de la vida y la dignidad humanas. Además, los logros conseguidos en los países desarrollados no se han producido sin costes y cada vez existe mayor conciencia de que seguir con las estrategias y trayectorias actuales aumenta el riesgo ya existente de la falta de sostenibilidad del planeta, de los avances y logros sociales y de los niveles de prosperidad. Todas estas cuestiones e inquietudes, se han plasmado desde hace más de un lustro en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que han logrado un amplio consenso en cuanto a su necesidad y la urgencia de las actuaciones, pero que muestran importantes dificultades y fuertes tensiones a la hora de decidir las actuaciones a realizar y los equilibrios y consensos necesarios. Recientemente hemos podido constatar todas estas tensiones, dificultades e intereses conflictivos en los debates y en los limitados acuerdos alcanzados durante el COP 26 en Glasgow (la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, conferencia de las partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).

En este contexto, resulta cada vez más claro que las empresas han de realizar aportaciones relevantes para contribuir al crecimiento de la riqueza y bienestar de la población en la sociedad. Esa contribución es cada vez más urgente e ineludible. Por una parte, el propio convencimiento y responsabilidad de los empresarios y por otra las normativas y legislación, cada vez más estrictas y exigentes, llevan a las empresas a introducir cambios innovadores, y en ocasiones disruptivos, para seguir cumpliendo su misión de forma respetuosa con el medio ambiente y con resultados sostenibles ambiental, social y económicamente, contribuyendo así a los esfuerzos que toda la sociedad, los Estados, y otros grupos de interés han de realizar para garantizar la viabilidad de nuestro planeta, las sociedades y las culturas.

Estos retos globales, son también críticos en los entornos más próximos y locales, porque es necesaria una articulación eficaz entre los niveles locales y global. Así pues, estamos convencidos de que las empresas de nuestro entorno más próximo han de intensificar y acelerar su compromiso con la sostenibilidad en todas sus dimensiones relevantes. Las recientes crisis, en especial la producida por la pandemia global, han puesto de relieve la urgencia de las actuaciones, y han intensificado los cambios del entorno en muchos campos de la vida social, empresarial, del consumo, de la distribución y también en muchos aspectos de la vida personal, familiar y social. Todos esos cambios, están requiriendo innovaciones importantes, a veces disruptivas y sistémicas en las empresas.

La Cátedra de Cultura Empresarial de la Universitat de València, agrupa cincuenta empresas líderes, con clara conciencia del valor de la actividad empresarial en la sociedad y de la necesidad de promover la cultura empresarial y emprendedora. Desde hace un cuarto de siglo, la CEE y sus empresas miembro han venido colaborando con la Universitat de València en la promoción de esa cultura emprendedora en el ámbito universitario.

En los últimos años, la Cátedra ha intensificado e impulsado la reflexión y análisis entre sus miembros de los retos que la humanidad tiene planteados en términos de sostenibilidad plasmados en los ODS de la Agenda 2030 en el año 2015 (tras la finalización del periodo establecido para los Objetivos del Milenio). Hace ya varios años que se vienen realizando actuaciones orientadas a incrementar la sensibilidad, información y actuaciones de las empresas de la CCE en esa dirección.

Con el fin de ampliar y extender los resultados de nuestras actuaciones, recientemente hemos establecido un Convenio con el Club de Empresas Responsables y Sostenibles de la Comunidad Valenciana (CE/R+S). Habida cuenta de su misión, visión y valores son claras las sinergias que se pueden conseguir aunando esfuerzos, recursos y actuaciones en toda una serie de ámbitos de interés común. Uno de los primeros frutos de esa colaboración es el informe que ahora presentamos. Ha sido visión compartida por ambas instituciones, el interés y oportunidad de realizar, con este informe, un análisis sistemático de los desarrollos y las limitaciones de las actuaciones de las empresas que componen ambas instituciones en materia de sostenibilidad. Hemos querido analizar de forma reflexiva la situación de esas empresas miembro porque este informe no pretende sin más proporcionar mero conocimiento de la situación actual. Su propósito es ser motor de cambio y estimular la reflexión, desde un conocimiento detallado y riguroso de la situación, para promover y adoptar actuaciones que sean eficaces en el progreso hacia la sostenibilidad con actuaciones innovadoras de carácter sistémico. Con esta dinámica, ambas instituciones queremos promover e instigar la intensificación y capacidad de respuesta, generando propuestas de las propias empresas que contribuirán así con su ejemplo, a dinamizar el cambio que se requiere con carácter general en las empresas de la Comunidad Valenciana en su conjunto.

La presentación de este informe no es el final de un proyecto. Más bien es el inicio de una labor apasionante y retadora a través de la promoción del debate, en sesiones con los empresarios, sobre los resultados obtenidos. En esas actividades se han de ir abriendo caminos, en colaboración con otros grupos de interés como los investigadores y expertos, los gobiernos y quienes establecen las políticas, y también los agentes sociales y grupos de interés de la sociedad civil.

Antes de finalizar esta presentación, quisiera expresar mi agradecimiento en nombre de la CCE a todos aquellos que han hecho posible el presente informe. En primer lugar, a la Fundación Bancaria "la Caixa" por su patrocinio. También al CE/R+S por la excelente labor que hemos llevado adelante conjuntamente. Mi agradecimiento también a los miembros de la Comisión de Seguimiento que han colaborado y orientado el desarrollo del estudio y también a todo el equipo investigador y a quienes han desempeñado las labores de colaboración y al personal del Instituto de Investigación en Psicología de los RRHH, del Desarrollo Organizacional y de la Calidad de Vida Laboral (IDOCAL) por su asesoramiento en los análisis estadísticos. Y, muy especialmente, mi reconocimiento por su implicación y mi agradecimiento a todas las empresas que han aceptado el reto de responder el cuestionario. Confío que, además de haber hecho posible este estudio que muestra los datos agregados, el solo ejercicio de responder al cuestionario les haya sido de utilidad para realizar un auto-diagnóstico de su propia situación, identificando posibles vías de avance y mejora.

Carta del presidente del CE/R+S, Fernando Ibáñez

El 20 de abril de 2021 se formalizó la colaboración del Club de Empresas Responsables y Sostenibles (CE/R+S) de la Comunitat Valenciana y la Cátedra de Cultura Empresarial (CCE) de la Universitat de València mediante la firma de un convenio que, entre otras acciones conjuntas, tenía como principal objetivo la elaboración del primer informe de Sostenibilidad del sector empresarial valenciano, que hoy les presentamos. Este informe es nuestra respuesta al imparable avance de la Sostenibilidad Empresarial, impulsado por las demandas de todos los grupos de interés y por la propia sociedad, y que está suponiendo un gran reto para las empresas.

La presión social, la oportunidad de marketing, el efecto “moda”, la falta de un sistema sancionador por incumplimiento, junto a la creciente y diversa regulación, están generando un importante conflicto en las empresas entre la presión por tener un discurso sostenible para el mercado y realmente acometer reformas profundas en la propia compañía para integrar la sostenibilidad en la estrategia. En términos generales, se interpreta que esta integración podría afectar al negocio a corto plazo, lo que genera una fuerte resistencia al cambio, que va desde el propio consejo de administración hasta las áreas financiera, compras, ventas y producto/servicio. Este efecto no debe ser interpretado solamente como un ánimo de maquillaje verde o “greenwashing”, sino que el propio desconocimiento técnico de la sostenibilidad genera este tipo de acciones, alimentado por la tradición empresarial de confundir acción social (RSC) con sostenibilidad estratégica.

En este sentido, los ODS son una herramienta de doble filo. Por un lado, son una excelente guía para desarrollar una estrategia empresarial sostenible, pues contienen objetivos y metas concretas y medibles. Por otro lado, esta misma simplicidad y claridad, junto con la falta de obligatoriedad y verificación del reporting, los han convertido en una tentación irresistible para las áreas de marketing y comunicación

Por tanto, compartiendo ambas organizaciones el objetivo final de transformar el tejido productivo y financiero en un sistema sostenible medioambiental, social y económicamente, desde el CE/R+S nos hemos querido sumar al reto de conocer el estado actual en materia de sostenibilidad de la mano de las propias empresas. Dicho de otro modo, siendo conscientes de las -ya existentes- consecuencias -positivas y negativas- para las empresas que inician este proceso, y al percibir una desorientación general acerca de cómo enfrentar y alcanzar dicho objetivo tanto desde el sector público como desde el privado, hemos llevado a cabo este ejercicio haciendo partícipes a las propias empresas desde el principio involucrándolas en las recomendaciones propuestas, con el objetivo de liderar la transformación hacia un modelo empresarial más responsable y sostenible.

El momento es ahora. La pandemia ha provocado cambios profundos en la sociedad, y las prioridades y opiniones han sufrido variaciones debido al impacto de la crisis sanitaria, que han ido evolucionando y adaptándose a la situación a través de las diferentes fases de la pandemia. Todo ello, junto con el acelerador indiscutible del nuevo entorno regulatorio y de políticas públicas en pro de la sostenibilidad, ponen de relieve la importancia de proporcionar a las empresas datos objetivos y una hoja de ruta clara en esta materia. Dicha hoja de ruta, tiene que servir de diagnóstico y marcar los posibles pasos a seguir para empresas de todos los tamaños y sectores, conscientes que la sostenibilidad es ya un reto global y una oportunidad para todas las organizaciones.

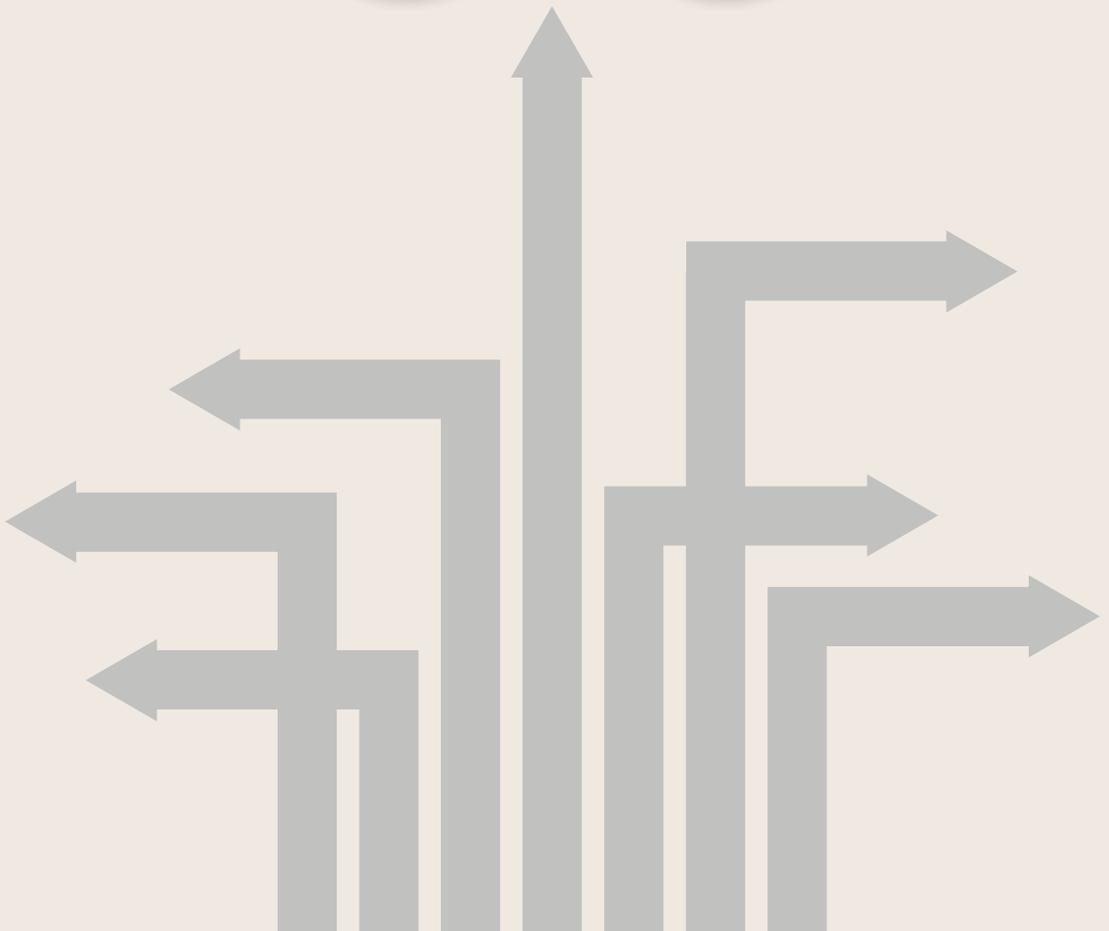
El impulso que supuso la aprobación de la Agenda 2030 y los ODS, la Ley Valenciana de 18/2018, de 13 de julio, para el fomento de la responsabilidad social, la aprobación este mismo año de la Ley de Cambio Climático y el enfoque de los Fondos Next Generation, entre otras iniciativas legislativas, no dejan lugar a duda de que es necesario apostar por la sostenibilidad desde la necesaria implicación de todos los actores de la sociedad, también las empresas, como motores de la economía. Sin embargo, las carencias en la implantación efectiva de los compromisos y el insuficiente avance en términos de impacto social y medioambiental ponen de manifiesto que aún queda camino por recorrer, un camino que no puede ser la mera suma de prácticas individuales, por excelentes que sean, sino que debe ser el resultado de esfuerzos conjuntos para liderar esa transformación tan necesaria. Queda mucho trabajo por hacer a nivel de empresa para cambiar el modelo de negocio dentro de cada uno de los sectores, por lo que El CE/R+S se pone aquí a disposición de las empresas de la Comunidad Valenciana para aunar tales esfuerzos hacia el liderazgo en sostenibilidad, cumpliendo su propósito como foro de referencia en sostenibilidad de nuestra región.

Ya no hay vuelta atrás. El cambio observado en los últimos años en los modelos de inversión y financiación ha propiciado una presión cada vez mayor sobre las empresas para que identifiquen los riesgos en materia Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG) y comprendan la oportunidad que supone la transición a un mundo más sostenible. Esto, a su vez, ha aumentado la presión regulatoria y de los mercados sobre la transparencia de las empresas, la información que comunican sobre su desempeño en sostenibilidad y sus compromisos a futuro, y también sobre la influencia que pueden desempeñar a lo largo de su cadena de valor, en sus proveedores y también en sus clientes.

En este sentido, la nueva regulación es más clara e introduce nuevos requisitos para que las empresas proporcionen información sobre su estrategia, sus objetivos, el papel del consejo y la dirección, los principales impactos adversos relacionados con la empresa y su cadena de valor, los intangibles y cómo han identificado la información que reportan. Finalmente, también sobre cómo cuantifican sus compromisos y ejercen su influencia hacia un impacto positivo.

No hay tiempo. No hay vuelta atrás. Se necesita madurez y profundidad de la integración sostenible, afianzar y compartir las prácticas de buen gobierno, medir el impacto de las acciones sobre el medio ambiente y las personas, con políticas audaces que aterricen en acciones concretas e indicadores de medición y, sobre todo, “dar cuenta y razón” de todo ello. La acción social es necesaria y representativa del espíritu de comunidad, pero no es suficiente para lograr un entorno más responsable y sostenible. La sostenibilidad es hoy un valor innegable para las organizaciones de todos los tamaños y sectores y como tal, debe concebirse como un elemento transversal de aplicación a toda la organización, y no un mero elemento adicional a la estrategia de la compañía, o una parte adicional a la mismo, sino un elemento vertebrador.

Sinceramente espero que este estudio sea el primero de muchos que pongan de manifiesto el compromiso de las empresas valencianas y la mejora en su implementación hacia el liderazgo en sostenibilidad.



ÍNDICE

Capítulo 1. Planteamiento del estudio, objetivos y metodología	12
1.1. Planteamiento y objetivos del estudio	14
1.2. Metodología del estudio	20
1.3. Características de las empresas participantes	22
Capítulo 2. Conocimientos, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad	26
2.1. Conocimiento de los marcos de referencia sobre sostenibilidad	28
2.2. Compromiso de las empresas con la sostenibilidad	31
2.3. Políticas y estrategias en materia de sostenibilidad y RSC	36
2.4. Políticas en derechos humanos	40
2.5. 'Dar cuenta y razón': Cumplimiento y debida diligencia	41
Capítulo 3. La sostenibilidad en la estructura, gobernanza, decisiones y presupuesto	44
3.1. La sostenibilidad en la estructura organizacional: dirección y comisión de sostenibilidad	46
3.2. Integración de la sostenibilidad en los procesos de gobernanza y en la toma de decisiones	48
3.3. Asignación presupuestaria	51
Capítulo 4. Ámbitos de actuación en sostenibilidad	52
4.1. Sostenibilidad en la innovación que desarrolla la empresa	54
4.2. Actuaciones con proveedores y clientes	56
4.3. Gestión medioambiental	60
4.4. Área de personas	64
4.5. Acción social, cooperación y voluntariado	71
4.6. Evaluación de los impactos de las actuaciones de sostenibilidad de la organización	74
4.7. Prácticas de información pública	75
Capítulo 5. La situación actual y retos de futuro	78
5.1. Motivación de las empresas para llevar a cabo actuaciones de sostenibilidad	80
5.2. La situación generada con la pandemia	82
5.3. Retos de futuro: herramientas de apoyo y barreras	83
Capítulo 6: Síntesis y recomendaciones	86
6.1. Conocimientos, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad	88
6.2. Sostenibilidad en la estructura, gobernanza, decisiones y presupuesto	90
6.3. Sostenibilidad en los diferentes ámbitos de actuación	91
6.4. Situación actual y retos de futuro	93
6.5. Conclusiones y propuestas de actuación	94

Capítulo 1

Planteamiento del estudio, objetivos y metodología

1.1.
PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS
DEL ESTUDIO

1.2.
METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

1.3.
CARACTERÍSTICAS DE LAS
EMPRESAS PARTICIPANTES.





1.1.

PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El reto de la sostenibilidad en la sociedad y sus implicaciones para las empresas

En nuestra sociedad y en el ámbito mundial, se constata una conciencia creciente acerca de la importancia de estrategias y actuaciones en el nivel global y también en los diferentes ámbitos locales que permitan la sostenibilidad. Para ello es fundamental atender a los tres principales ámbitos de la sostenibilidad, ambiental, social y la económico. Hemos podido comprobar durante los debates y las conclusiones alcanzadas en la COP 26 recientemente celebrada en Glasgow, la complejidad y dificultades de alcanzar acuerdos que consigan equilibrios entre todos esos componentes esenciales de la sostenibilidad, teniendo en cuenta los intereses de los múltiples grupos de interés (*stakeholders*). Sin embargo, existe la conciencia de la necesidad urgente de actuaciones que promuevan la adaptación y la mitigación ante la severidad de la crisis climática y la necesidad de replantear el rumbo de forma que sea posible afrontar este reto existencial.

La sostenibilidad requiere actuaciones globales y sistémicas de largo alcance. Sin embargo, las actuaciones de las empresas son importantes, en el nivel individual y también colectivamente y pueden contribuir de forma importante a los avances globales. En el ámbito empresarial, la sostenibilidad es un componente cada vez más importante para las empresas y un factor cada vez más relevante para la competitividad, la viabilidad y el liderazgo en su entorno. Además, se va tomando conciencia cada vez mayor de que las palabras y buenas intenciones no son suficientes y es preciso desarrollar actuaciones sistémicas que se basen en la misión, visión políticas y estrategia de la empresa y que se anclen en su estructura y procesos de funcionamiento incidiendo sobre las actuaciones en sus diferentes ámbitos y transformando sus formas de actuación y de su evaluación de resultados. Además, es fundamental adoptar políticas de comunicación transparentes que den “cuenta y razón” de las actuaciones, las limitaciones y los retos en ese ámbito, cada vez más crítico en las actuaciones de las empresas.

Muchas empresas encuentran en la actualidad paradojas de difícil solución y exigencias y demandas difíciles de compaginar. Cabe señalar las dificultades para concretar en su modelo de negocio los conocimientos y visiones de las respuestas que vislumbran como importantes para la sostenibilidad. Por otra parte, es complicado compatibilizar el



cumplimiento y las prácticas de debida diligencia en entornos en que esas exigencias no son observadas por un buen número de empresas consiguiendo con ello ventajas, frente a las que si los cumplen. De todos modos, los avances en las legislaciones y regulaciones y las exigencias en su cumplimiento van a proporcionar en un futuro no muy lejano, y ya en la actualidad, ventaja competitiva a aquellas empresas innovadoras que vayan desarrollando modelos y prácticas de éxito en el alineamiento entre sostenibilidad y estrategias y modelos de negocio.

Cambios e implicaciones de la pandemia

La pandemia ha supuesto un cambio disruptivo, dramático y global con fuertes alteraciones en prácticamente todos los ámbitos de la vida humana y con consecuencias fuertes en muchos de esos ámbitos: la salud, la economía, el trabajo, la vida social, y la vida familiar y personal entre otros aspectos. De hecho, su génesis y desarrollo han supuesto una importante llamada de atención sobre el modelo de sociedad, economía y sistemas de producción, y otros aspectos centrales de la vida humana que hemos desarrollado. Se ha constatado que existen riesgos globales y que, sin embargo, la capacidad de respuesta ha sido en gran medida local, y en buena parte fragmentada. Los cambios producidos han puesto en crisis, al menos temporalmente, los modelos de globalización instalados (p.e. los problemas en la distribución) y han creado importantes tensiones para muchas empresas, aunque también han supuesto ventaja competitiva y claras oportunidades para otras. Progresivamente, se va cobrando conciencia, cada vez más generalizada de que la reconstrucción y recuperación de la crisis puede suponer una oportunidad para impulsar un mundo más sostenible, digital y competitivo, que dé respuesta al nuevo contexto. Ello replantea la forma en que se hacen los negocios, la forma en que se consume, se importa y se exporta los productos, se trabaja, etc. Y ello alcanza también a amplios campos de la vida social, familiar, al tiempo libre y al ocio, al consumo etc.

Todos estos cambios muestran implicaciones para el avance en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU en todo el mundo. Y es que, según el informe que presentó a propósito la Fundación Gates sobre el impacto de la pandemia en los ODS “hemos retrocedido unos 25 años en 25 semanas”. En el mundo COVID/post COVID, la Agenda 2030 y los ODS tienen que seguir siendo la Hoja de Ruta hacia la Sostenibilidad.

Las regulaciones y exigencias para la sostenibilidad

En este contexto, se constata una creciente presión legislativa y regulatoria que atiende a las exigencias de actuaciones orientadas a la sostenibilidad siendo ésta un importante acelerador hacia un modelo de inversión sostenible. A medida que se desarrolle el panorama regulatorio, las empresas que no se hayan preparado para operar en dicho entorno perderán capital tangible e intangible y aquellas que no cumplan con las normativas serán penalizadas en múltiples formas. Curiosamente, la crisis del COVID-19 ha estimulado una fuerte respuesta de los responsables de políticas públicas sobre el importante papel que pueden y deben desempeñar los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en las medidas de recuperación económica. A medida que vamos avanzando en esta nueva normalidad, la brecha de desempeño entre los productos sostenibles en términos ASG ha ido ampliándose, y así continuará, a medida que los procesos de inversión ASG se

Planteamiento del estudio, objetivos y metodología

Capítulo 1

van volviendo más sofisticados. Además, el cambio en los valores sociales ha dado lugar a una nueva generación de inversores que buscan compatibilizar impactos no financieros junto con los rendimientos financieros. El impulso más fuerte proviene de los inversores institucionales, que están reaccionando a la creciente presión de los responsables políticos y las partes interesadas para incorporar la sostenibilidad en sus mandatos. Teniendo esto en cuenta, las empresas están también experimentando una presión cada vez mayor de los clientes para incorporar los estándares ASG en su oferta.

La conciencia pública de los riesgos relacionados con los factores ASG ha impulsado el cambio climático y la sostenibilidad a la cima de la agenda global. Cabe recordar que el año 2020 presentó una fuerte volatilidad. Es probable que esa disrupción se acelere. Europa está trabajando en esa línea y ha optado por unos programas de recuperación y resiliencia (Next Generation y otros) que reflejen estos cambios y aprovechen la oportunidad de dirigir los esfuerzos de la reconstrucción por la senda de la digitalización y la sostenibilidad, para conseguir una Europa más verde, más cohesionada, más integrada y con mayor equidad, buscando que nadie se quede atrás.

Objetivos del estudio

Convencidos de la necesidad de la sostenibilidad y de la bondad de la Agenda 2030 como perspectiva y herramienta para ordenar e impulsar el desarrollo de la sostenibilidad, los miembros de la Cátedra de Cultura Empresarial y del Club de Empresas Responsables y Sostenibles tomaron la decisión de dar un paso al frente y llevar a cabo acciones que animen al tejido empresarial de la Comunidad Valenciana a conocer la Agenda 2030 y a comprometerse con ella.

El compromiso con la Agenda 2030 es algo posible y beneficioso para las empresas. Para ponerlo de manifiesto, la CCE y el CE/R+S han tomado la iniciativa de impulsar un análisis entre sus empresas asociadas para identificar con detalle la situación en las diferentes facetas de la sostenibilidad. De esta forma se verá que, siendo una decisión voluntaria, y adoptando cada empresa el ritmo de desarrollo de dicho compromiso que considera oportuno, las empresas participantes en el estudio demuestran los beneficios que para ellos ha supuesto esta decisión.

El estudio persigue conocer las aportaciones y actuaciones hacia la sostenibilidad de esas empresas, el camino recorrido y el nivel alcanzado y, por otra parte, sus retos y el camino que tienen por delante. Se busca también identificar estrategias que potencien las actuaciones de las empresas y su apoyo e impulso para extender la sensibilización en esta temática al entorno empresarial y sus grupos de interés.

Planteamiento general

En este análisis sobre el estado de la sostenibilidad en las empresas, se parte del nivel de conocimiento de las empresas sobre los principales documentos. Analizamos también los compromisos empresariales adoptado con arreglo a esos marcos e indagamos después en cómo trasladan esos compromisos a sus políticas y estrategias y al sistema de cumplimiento,



integrando tales compromisos y el análisis de riesgos ASG. Además, valoramos cómo las empresas han adoptado sistemas de debida diligencia, a nivel interno y a lo largo de su cadena de suministro, con el interés de identificar, prevenir, mitigar, comunicar y asumir la responsabilidad de sus actos y de los impactos negativos en su esfera de influencia. En definitiva, “dar cuenta y razón”. Conocer para medir, medir para mejorar, con un enfoque que busca reducir el impacto negativo y ser consciente de dónde se puede maximizar el impacto positivo.

Todo lo anterior requiere de una estructura de apoyo y coordinación, impulsada en la propia organización por la Dirección y los máximos órganos de representación y con presencia transversal en la misma; también de un presupuesto y de incentivos económicos.

¿Y cuáles son esas áreas transversales que conforman la sostenibilidad en la organización? Eso dependerá sin duda de la propia empresa, de su configuración interna y de sus recursos, pero hemos querido recoger una propuesta integral, una declaración de máximos de todo lo que puede abarcar el amplio paraguas de la sostenibilidad en una organización, en cinco grandes apartados: innovación, clientes y proveedores, gestión medioambiental y gestión de personas en las diferentes facetas de la función de Recursos Humanos y Voluntariado y Acción Social. Prestamos especial atención a la evaluación y establecimiento de indicadores para la evolución hacia la mejora continua. Esos indicadores y ese desempeño deben comunicarse en un ejercicio de transparencia, a través de los informes de sostenibilidad, porque así se rinde cuentas de lo realizado y se comparte con los grupos de interés en un ejercicio de confianza y de búsqueda de un diálogo profundo.

Al analizar la situación actual y las perspectivas de futuro, no podemos obviar los impactos de la pandemia. La mayoría sí no todas las compañías han visto profundamente afectado su modelo de negocio por el impacto de la COVID-19. Por eso, hemos querido poner los resultados de este estudio en el contexto en que se ha realizado, para conocer en qué medida se había acelerado el proceso hacia la sostenibilidad, la digitalización u otros, en su caso.

No se trata de analizar la situación actual sin más, sino que se busca información que ayude a marcar vías de progreso y avance. Para ello hemos tratado de identificar las barreras y palancas para orientar mejor las claves de una recuperación sostenible. Conocerlas nos permitirá elaborar unas recomendaciones adaptadas a las necesidades reales de las empresas, y de sus expectativas. La Comunidad Europea ha adoptado medidas decididas como respuesta a la situación sufrida por la pandemia, apostando por dedicar recursos importantes a la recuperación, reconstrucción y resiliencia de sus estados miembros. Se persigue con ello una recuperación que contribuya a una nueva Europa. Se entiende que las empresas, formando parte de este marco europeo, han de contribuir a este importante proyecto.

El estilo y enfoque

Tanto o más importante que el objetivo y los contenidos es la forma en que se ha planteado. Este estudio se realiza por iniciativa de dos agrupaciones de empresas de la Comunidad Valenciana o con actividad en dicho ámbito: La Cátedra de Cultura Empresarial de la Universitat de València y el Club de Empresas Responsables y Sostenibles de la Comunidad

Planteamiento del estudio, objetivos y metodología

Capítulo 1

Valenciana. Estas instituciones han querido centrar el estudio en el conocimiento de las empresas pertenecientes a esas dos organizaciones. Se trata de conocer con detalle y fundamento qué están haciendo las empresas que las configuran (algunas de ellas, pertenecen a ambas) con el fin de comprender mejor los avances realizados, logros conseguidos modelos y estrategias de actuaciones eficaces y esfuerzos en progreso que se están realizando para avanzar en sus objetivos y aspiraciones.

El estudio se ha llevado a cabo en todas sus fases con la participación de los propios empresarios. Para ello, se creó una comisión que, desde el inicio y en la propia concepción de los objetivos, ha participado activamente proporcionando inputs y guías maestras en su concepción y realización.

Además, como detallamos en la sección de metodología el instrumento diseñado para recoger los datos, busca analizar en cada aspecto considerado, los diferentes estadios en los que distintas empresas se encuentran. Para ello, hemos graduado convenientemente las alternativas de respuesta. Se trata de valorar todo lo que se está haciendo, tanto si es incipiente o modesto como si está bien consolidado y ha alcanzado niveles de excelencia. Buscamos identificar también lo que queda por hacer y puede suponer retos para las empresas encuestadas, sea mucho o poco. La filosofía subyacente a este modo de aproximación implica que el estudio no quiere solo satisfacer la curiosidad de conocer **'lo hecho'**, sino sobre todo ayudar a los empresarios a vislumbrar como se puede conseguir **'lo por hacer'**. Un análisis de los resultados ofrecidos muestra las diferentes etapas o estadios en los que se encuentran las distintas empresas, y por tanto lo que ya han conseguido y lo que les queda por hacer. Esta visión amplia y diversa de la situación de diferentes empresas permite a los empresarios que quieren iniciar el camino o están en él, que vislumbran futuros estadios que mejoren el logro de sus aspiraciones y responsabilidades relativas a la sostenibilidad. No hay avances pequeños cuando se inicia el camino y ello se ve claro en los resultados del estudio, tanto cuando analizamos la situación de las grandes empresas como cuando consideramos los logros de las PYMES. Confiamos que la lectura de los resultados, sea útil para vislumbrar trayectorias de éxito y desarrollar planes progresivos de mejora en los ámbitos de la sostenibilidad.

Estructura y contenidos del informe

Teniendo en cuenta el planteamiento y objetivos del informe, hemos considerado evaluar la situación de las empresas en los principales aspectos que nos va a permitir obtener una imagen valiosa de la situación.

En primer lugar (**capítulo 2**), resulta de interés conocer los principales aspectos en el ámbito de las políticas de sostenibilidad. Una primera cuestión básica se centra en determinar el grado en que las empresas *conocen los principales marcos de referencia y documentos fundamentales* de carácter internacional que tratan de inspirar y guiar las actuaciones de las empresas. Ahora bien, el conocimiento es importante, pero no suficiente. Se requiere su compromiso decidido, consistente y mantenido en el tiempo en la contribución al logro

de los objetivos de desarrollo sostenible y también a los derechos humanos. Por ello, en este capítulo indagamos también sobre el compromiso de las empresas y su reflejo en las políticas y estrategias de la propia empresa.

Por último, en este capítulo se trata el grado en que las empresas tienen establecidos los mecanismos para dar cuenta y razón de sus actuaciones en materia de sostenibilidad a través del establecimiento de las políticas y procesos de cumplimiento y debida diligencia.

En el **capítulo 3**, analizamos una concreción fundamental de las políticas y las estrategias empresariales. Tratamos de clarificar en qué grado esas grandes aspiraciones y directrices se concretan y materializan en elementos importantes de la empresa que faciliten su realización. En primer lugar, conviene clarificar cuanto las estrategias de sostenibilidad se han plasmado en componentes estructurales de la empresa y en sus procesos de gobernanza. Otro aspecto fundamental en ese proceso es la asignación de recursos, y presupuesto, para el desarrollo de las actuaciones requeridas.

El **capítulo 4** analiza las principales actuaciones de las empresas relacionadas con la sostenibilidad que se llevan a cabo en los diferentes ámbitos de la empresa. Analizamos también la intensidad y el grado de formalización de esas actuaciones. Primero en los procesos de innovación de la empresa. Posteriormente, consideramos las actuaciones con proveedores y clientes. En tercer lugar, atendemos a las diferentes actuaciones directamente relacionadas con la gestión medioambiental. Otro ámbito al que prestamos amplia atención se refiere al área de personas. Además, atendemos también a un campo en el que cada vez mayor número de empresas realizan actuaciones: acción social, y actividades de cooperación y voluntariado. En los últimos apartados de esta sección, hemos atendido a las realizaciones en la evaluación de las actuaciones e impactos en materia de sostenibilidad. Se trata pues del bloque fundamental que muestra como las empresas hacen que sus objetivos, planteamientos y aspiraciones se realicen y “ocurran”.

En el **capítulo 5** se presenta el análisis sobre la sostenibilidad en las empresas. Se trata de conocer la situación actual y las posibles palancas que permitan impulsar más actuaciones relevantes en este ámbito previniendo las barreras que las puedan dificultar o impedir. Para ello, hemos atendido a tres aspectos importantes. En primer lugar, las motivaciones que han impulsado a las empresas a iniciar políticas y/o actuaciones en sostenibilidad. También el impacto y contingencias de la pandemia sobre este tipo de actuaciones. La pandemia ha supuesto una llamada de atención sobre si el modelo de sociedad que estamos construyendo es sostenible y que cuales son los mayores riesgos que pueden emerger. Todo eso también ha tenido influencia y queremos saber cuál sobre nuestras empresas. Finalmente, tratamos de profundizar en la comprensión de las palancas y barreras que pueden incidir en el desarrollo de las actuaciones.

El **capítulo 6** ofrece una síntesis de los principales resultados obtenidos y plantea recomendaciones y propuestas para que las empresas vayan avanzando e impulsen actuaciones que contribuyan a mejorar la sostenibilidad.

1.2.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Acuerdo entre las entidades promotoras

La iniciativa de este estudio ha sido posible gracias al convenio entre Cátedra de Cultura Empresarial y el Club de Empresas Responsables y Sostenibles firmado el 21 de abril de 2021. En él se contempla específicamente "...la elaboración de estudios, informes, encuestas, memorias y demás documentos que puedan ser realizados en colaboración para el posterior uso de cualquiera de las entidades y/o presentación pública si fuera el caso que así lo acordasen".

Comisión de seguimiento y apoyo

Ambas instituciones han estado involucradas en su concepción y desarrollo y se ha creado una **comisión de seguimiento** compuesta por empresarios que durante todo el proceso han realizado aportaciones y planteamientos que han resultado muy valiosos para la realización del informe en sus diferentes fases y cometidos, desde la concepción del estudio hasta la redacción del informe. Los investigadores agradecemos esa valiosísima colaboración que sin duda ha enriquecido el resultado plasmado en el presente informe.

Análisis cualitativo de las temáticas a contemplar en el presente informe

Con el fin de determinar las temáticas relevantes que se quería tomar en consideración en el presente informe, el equipo investigador y la comisión de seguimiento realizaron un análisis de los documentos referenciales sobre sostenibilidad valorando el interés para el estudio que se pretendía realizar. El resultado de este estudio cualitativo, enriquecido por las aportaciones de los miembros de la comisión derivadas, permitió elaborar el instrumento para la recogida de datos mediante encuesta.



Cuestionario utilizado en el estudio

Ya se ha mencionado el enfoque y planteamiento del cuestionario que perseguía identificar no solo los ámbitos en los que las empresas están desarrollando actuaciones sino también identificar el estadio de desarrollo de esas actuaciones. Para la elaboración de las diferentes alternativas de respuesta que permitiera detectar esos estadios, se tuvieron en cuenta los principales estándares nacionales, internacionales y los marcos de referencia a nivel global y regional y también las expectativas de los grupos de interés que fueron analizados y planteados por la comisión de seguimiento. Además, la aportación de esta comisión fue relevante en la adaptación de las cuestiones que se iban desarrollando a la realidad más concreta de las empresas en la Comunidad Valenciana. El cuestionario finalmente elaborado estaba compuesto por 50 preguntas y estas fueron informatizadas para su aplicación en formato electrónico mediante el software Limesurvey (<https://enquestes.uv.es>). Una vez preparado e informatizado se realizó una aplicación piloto para identificar posibles dificultades en la comprensión de las cuestiones e inadecuaciones en las alternativas de respuesta y en los filtros establecidos.

Una vez establecida la versión definitiva del cuestionario se invitó a la totalidad de las empresas miembro de cada institución promotora del estudio. El trabajo de campo se realizó en el periodo comprendido entre el 22 de abril y el 15 de mayo de 2021. Se realizaron tres recordatorios electrónicos y en ocasiones se contactó con empresas para estimular su participación. Se registraron 59 cumplimentaciones completas y válidas que constituyen la base de datos sobre los que se elabora el presente informe. Esto supone una tasa de participación del 80% del total de empresas invitadas.

Análisis de datos y presentación de los resultados

Una vez finalizada la preparación de la base de datos se han realizado diferentes análisis estadísticos en función de las cuestiones que en cada ocasión se querían analizar. Por lo general se ha realizado un análisis de las frecuencias de respuesta, y se han realizado tabulaciones cruzadas para determinar si había diferencias significativas entre las empresas de tamaño grande y las PYMES. En la clasificación del tamaño de las empresas participantes se ha utilizado un doble criterio. Por una parte, el número de empleados de la empresa (se ha considerado empresa grande a partir de 500 trabajadores). También se ha considerado el volumen de facturación anual estableciendo el punto de corte en 40 millones de euros de facturación. En base a esos dos criterios, la distribución obtenida agrupa 25 empresas en el grupo de las grandes y 34 en el grupo de las PYMES.

Se ha realizado también pruebas de significación estadística (Chi cuadrado) en los casos pertinentes para identificar diferencias significativas entre los dos grupos de empresas.

1.3.

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

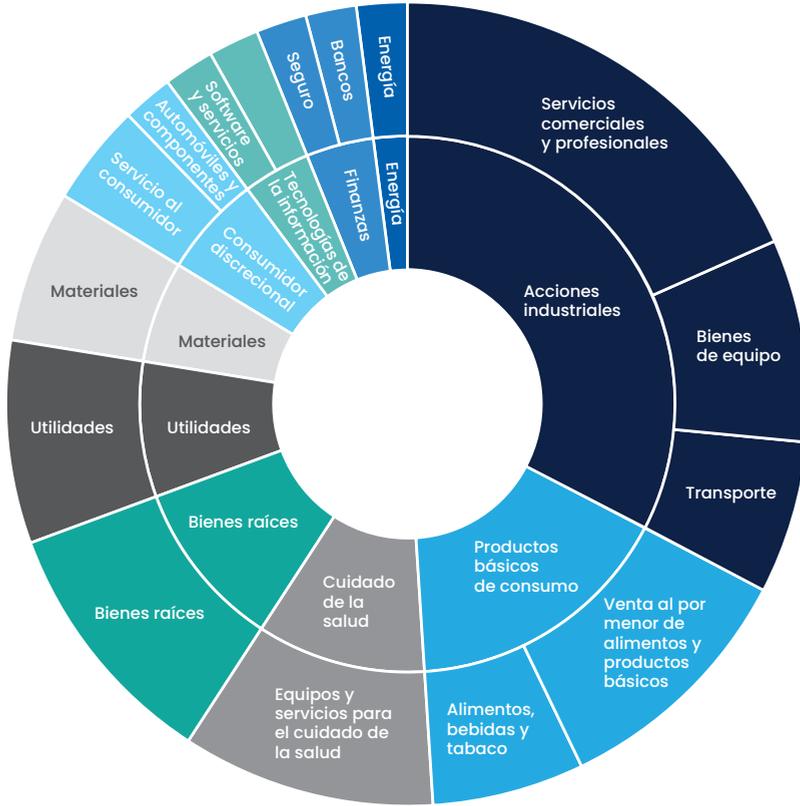
Algunas características de las empresas miembro de la CCE y CERS

Para profundizar en el conocimiento acerca de las empresas pertenecientes a cada una de las asociaciones promotoras, se presenta su distribución por sectores a través de la Global Industry Classification Standard (GICS), una taxonomía industrial desarrollada en 1999 por MSCI y Standard & Poor's para uso de la comunidad financiera global. De las 49 empresas que conforman el patronato de la Cátedra de Cultura Empresarial, predominan las acciones industriales y los productos básicos de consumo, seguidos de bienes raíces, utilidades y equipos y servicios para el cuidado de la salud. También se incluyen empresas dedicadas a materiales, servicio al consumidor, tecnologías de la información, finanzas y energía.

En el Club de Empresas Responsables y Sostenibles de la Comunidad Valenciana (23 empresas), predominan los sectores de acciones industriales, el cuidado de la salud, el consumidor discrecional y productos básicos de consumo, seguidos de finanzas, energía, materiales, bienes raíces, utilidades y tecnología de la información.

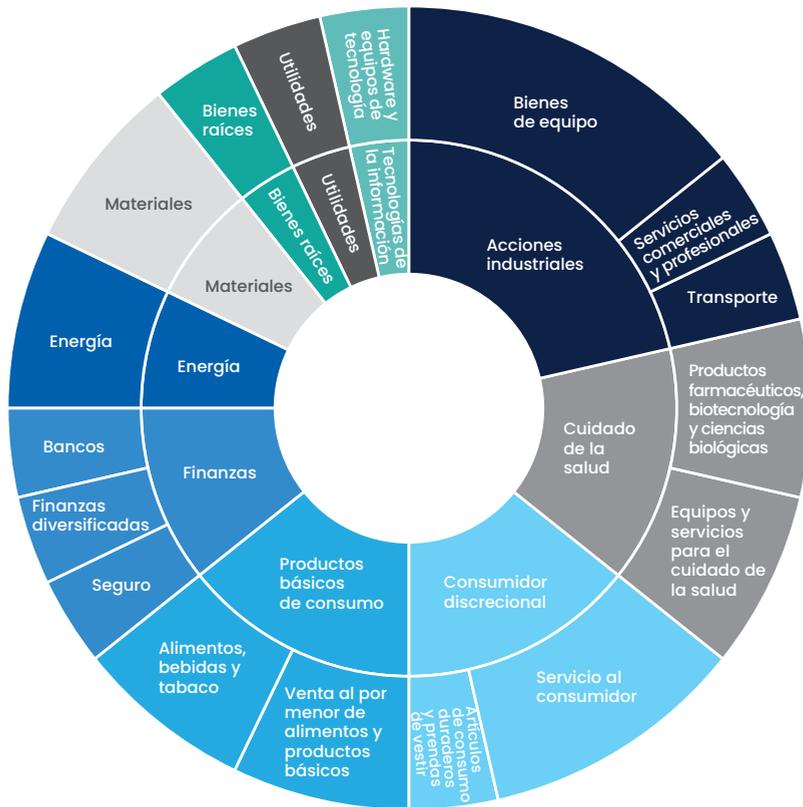


G.1.3.1. Clasificación de las empresas de la CEE en función del GICS



- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| ● Acciones industriales | ● Finanzas |
| ● Bienes raíces | ● Cuidado de la salud |
| ● Consumidor discrecional | ● Energía |
| ● Productos básicos de consumo | ● Materiales |

G.1.3.2. *Clasificación de las empresas del CE/R+S en función del GICS*



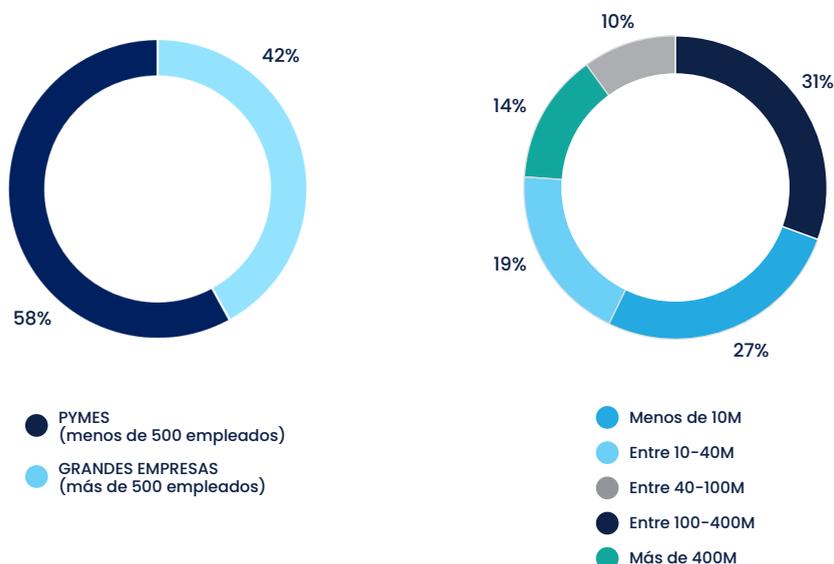
- Acciones industriales
- Bienes raíces
- Consumidor discrecional
- Productos básicos de consumo
- Finanzas
- Cuidado de la salud
- Energía
- Materiales

Características descriptivas de las empresas que han participado en el estudio

Como se ha comentado, la encuesta base del estudio se lanzó en su momento a la totalidad de las empresas miembro de la CCE y del CE/R+S (en total 74, habida cuenta que algunas de las empresas son miembros de ambas asociaciones). Hemos obtenido respuestas válidas de 59 empresas. Lo que representa una tasa de participación muy elevada, en especial si tenemos en cuenta el periodo en que se ha llevado a cabo el estudio, sobre todo por las condiciones excepcionales para muchas empresas derivadas de la COVID.

Si clasificamos a estas 59 empresas su tamaño (PYMES o grandes empresas), encontramos 34 empresas que cuentan con menos de 500 empleados y 25 empresas que superan los 500. Dentro del subgrupo de 25 empresas con más de 500 empleados, se encuentra un grupo diferenciado que supera los 16000 empleados conformado por 4 empresas.

Por último, hemos preguntado también el nivel de facturación. Cabe distinguir en este aspecto cuatro bloques. El primero constituido por las 16 empresas que facturan menos de 10 millones de euros. El segundo, por las 11 empresas cuya facturación está entre los 10 y 40 millones de euros. El tercer bloque, por las 6 empresas que facturan entre 40 y 100 millones de euros. El cuarto bloque, por las 18 empresas cuya facturación se encuentra entre 100 y 400 millones de euros y, por último, el cuarto bloque, formado por las 8 empresas que superan estos 400 millones de euros de facturación.



Capítulo 2

Conocimiento, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad

2.1.

CONOCIMIENTO DE LOS
MARCOS DE REFERENCIA
SOBRE SOSTENIBILIDAD

2.2.

COMPROMISO DE LAS
EMPRESAS CON LA
SOSTENIBILIDAD

2.3.

POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS EN
MATERIA DE SOSTENIBILIDAD
Y RSC

2.4.

POLÍTICAS EN DERECHOS
HUMANOS

2.5.

DAR CUENTA Y RAZÓN:
CUMPLIMIENTO Y DEBIDA
DILIGENCIA



2

Una cuestión fundamental a la hora de tomar el pulso a la situación de las empresas encuestadas en materia de sostenibilidad es conocer los posicionamientos en sus políticas y estrategias en relación con esta cuestión. Para conocer la situación abordamos en primer lugar las cuestiones relacionadas con la información de las empresas sobre los grandes marcos de referencia sobre esta cuestión. Identificamos después su compromiso con las principales cuestiones y sus políticas y estrategias en materias de sostenibilidad, las relativas a los derechos humanos y también sus planteamientos sobre el ‘cumplimiento’ y la ‘debida diligencia’. Todo ello ofrece una visión rica sobre la situación.

2.1.

CONOCIMIENTO DE LOS MARCOS DE REFERENCIA SOBRE SOSTENIBILIDAD

A lo largo de las últimas décadas se han desarrollado una serie de Declaraciones de organismos internacionales, en especial de las Naciones Unidas, en las que se han definido los objetivos mundiales para el Desarrollo Sostenible y toda una serie de principios orientadores y pactos que persiguen el progreso hacia esa sostenibilidad (ver las principales iniciativas sobre esta cuestión en el cuadro 1).

En este contexto, las aportaciones de las empresas a la sostenibilidad **requieren un conocimiento previo de los elementos fundamentales de los marcos de referencia.**

Los resultados sobre esta cuestión se presentan en el gráfico 2.1. En él se muestra que 9 de cada 10 empresas conoce los ODS, la Agenda 2030 y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Por su parte, los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas son conocidos por la mitad de ellas y los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEP por sus siglas en inglés) los conocen casi cuatro empresas de cada diez. Finalmente, las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para Empresas Multinacionales solo son conocidas por 2 de cada 10 empresas. No se observan diferencias significativas en función del tamaño de las empresas encuestadas.



Cuadro 1: Principales marcos de referencia para las actuaciones en sostenibilidad de las empresas.

Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Fue adoptada el 25 de septiembre de 2015, por los Estados miembros de las Naciones Unidas. La Agenda 2030, desarrollada sobre las bases de personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas, también conocidos como las "5P" (people, planet, prosperity, peace, partnership), tiene como fecha objetivo el año 2030 para "promover una prosperidad económica compartida, el desarrollo social y la protección ambiental para todos los países".

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) están recogidos en la Agenda 2030 y consideran los resultados de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Sin embargo, no son una simple extensión de éstos, fundamentalmente porque plantean decididamente el enfoque de colaboración público-privada y el reconocimiento de las empresas como actores necesarios del Desarrollo sostenible y también porque los ODS persiguen el desarrollo sostenible en las tres dimensiones, económica, social y ambiental, prestando la máxima atención a los vínculos entre ellos.

El **Pacto Mundial de las Naciones Unidas** integra Diez Principios, extraídos de los Convenios y Declaraciones clave de las Naciones Unidas, en cuatro áreas: i) derechos humanos; ii) trabajo; iii) medio ambiente; iv) anticorrupción. Los Principios Rectores, mientras tanto, brindan una mayor claridad conceptual y operativa para los principios de derechos humanos defendidos por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y establecen un estándar mínimo de conducta para que las empresas eviten y aborden el riesgo de impactos adversos en los derechos humanos vinculados a sus actividades comerciales.

Los **Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas** (UNGP, por sus siglas en inglés) fueron aprobados por unanimidad por el Consejo de Derechos Humanos de la ONU en junio de 2011 y son el primer marco internacional universalmente aceptado sobre empresas y derechos humanos. El marco de tres pilares de los UNGP articula los deberes y responsabilidades respectivos de los estados y las empresas con respecto a los derechos humanos, reiterando el deber estatal de proteger, describiendo la responsabilidad empresarial de respetar y articulando los roles de los estados y las empresas de garantizar el acceso a una reparación efectiva por los daños a los derechos humanos relacionados con las empresas.

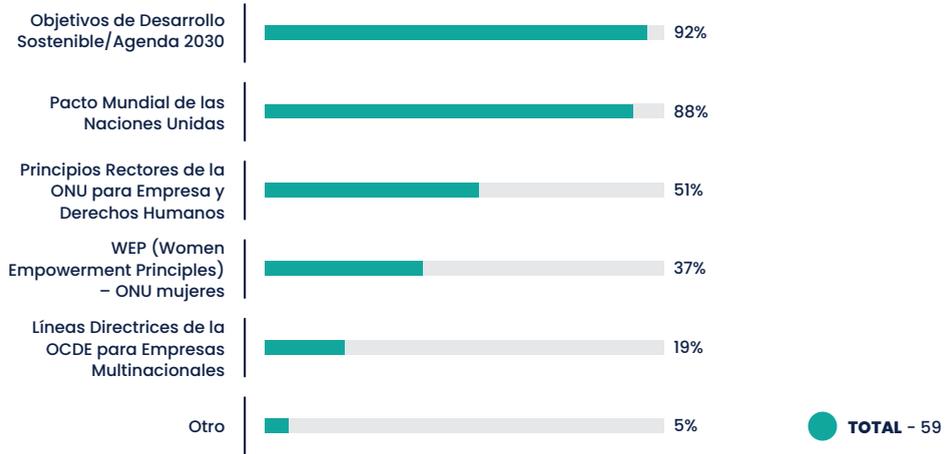
Las **Directrices de la OCDE** son un código de conducta no vinculante dirigido al comportamiento corporativo dirigido a las empresas multinacionales con sede u operaciones en cualquiera de los países adherentes. El sistema de puntos de contacto nacionales de la OCDE ofrece un mecanismo de quejas para ayudar a encontrar una solución a los problemas derivados de la supuesta falta de cumplimiento de las Directrices.

Por su parte, **Los Principios para el empoderamiento de las mujeres** (WEP, por sus siglas en inglés) son un conjunto de principios que ofrecen orientación a las empresas sobre cómo promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Establecidos por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y ONU Mujeres, los WEP se basan en las normas internacionales del trabajo y los derechos humanos y se basan en el reconocimiento de que las empresas tienen un interés y una responsabilidad en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Los WEP son un vehículo principal para el cumplimiento por parte de las empresas de las dimensiones de igualdad de género de la agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Conocimiento, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad

Capítulo 2

G.2.1.1. ¿Cuál de las siguientes iniciativas conoce?



2.2.

COMPROMISO DE LAS EMPRESAS CON LA SOSTENIBILIDAD

El incremento de la conciencia entre las empresas sobre la necesidad de orientar sus actuaciones de forma que contribuyan a la sostenibilidad lleva a considerar actuaciones consistentes con ella. Por eso, hemos indagado cuestiones relevantes a este respecto. En primer lugar, hemos preguntado en qué medida el conocimiento de los ODS va seguido de una **alineación de sus actuaciones con dichos objetivos**. Los datos obtenidos (G.2.2.1) muestran que dos de cada tres empresas realizan acciones específicas relacionadas con esos ODS, y la mitad de las que las realizan, identifican y miden sus resultados. Por otro lado, de las empresas que no realizan acciones específicas, dos tercios (20% del total) están analizando qué medidas adoptar en este campo. Se constata que las empresas grandes registran niveles significativamente más elevados en esas actuaciones, sobre todo, con resultados identificados y medidos.

G.2.2.1. ¿En qué medida la empresa alinea sus acciones de sostenibilidad con los ODS?



Conocimiento, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad

Capítulo 2

También resulta de interés conocer los **ODS concretos en los que las empresas concentran sus esfuerzos**. Se observa un claro predominio del ODS 8: tres de cada cuatro empresas lo consideran prioritario. Le siguen, con aproximadamente un 50% de menciones, los ODS 5, 12, 3 y 13 relativos a la igualdad de género, un consumo y producción responsables, el cambio climático y garantizar una vida saludable. Por otro lado, los cinco ODS que menos atención reciben en las estrategias de las empresas son, ordenados de mayor a menor relevancia, los ODS 2, 1, 15, 14 y 10, relativos a la pobreza y el hambre en el mundo, la protección y conservación de ecosistemas y la reducción de desigualdades entre países y dentro de ellos. Cabe destacar que las grandes empresas mencionan con más frecuencia que las PYMES el medio ambiente y cambio climático (ODS 13) y el 'partenariado' para el desarrollo sostenible (ODS 17).



G.2.2.2. Señale 5 ODS que considera prioritarios en la estrategia de su empresa



TOTAL - 59

PYMES - 34

GRANDES - 25

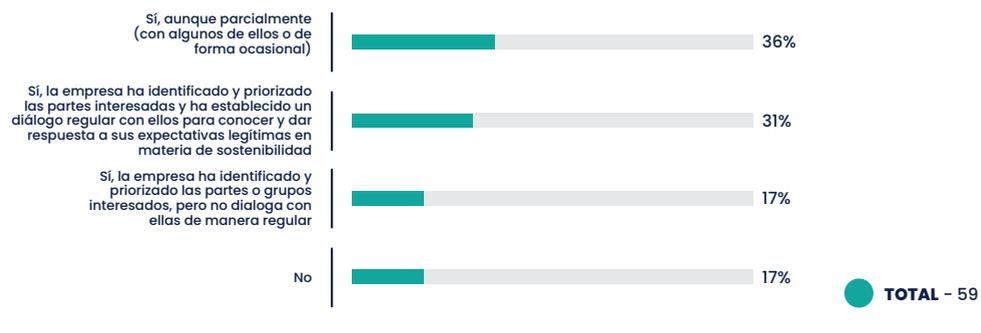
Conocimiento, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad

Capítulo 2

Una tercera actuación que refleja el compromiso con la sostenibilidad es el desarrollo de **actuaciones tomando en consideración a los diferentes grupos de interés (stakeholders)**. La interacción con esos grupos permite identificar y responder a los mayores riesgos e impactos. El concepto de stakeholder surgió alrededor de 1970, acuñado por Freeman y su origen aparece relacionado con su carácter estratégico. En nuestro caso, hemos querido ahondar en el diálogo de las empresas con sus *stakeholders* como vía para potenciar sus actuaciones en sostenibilidad.

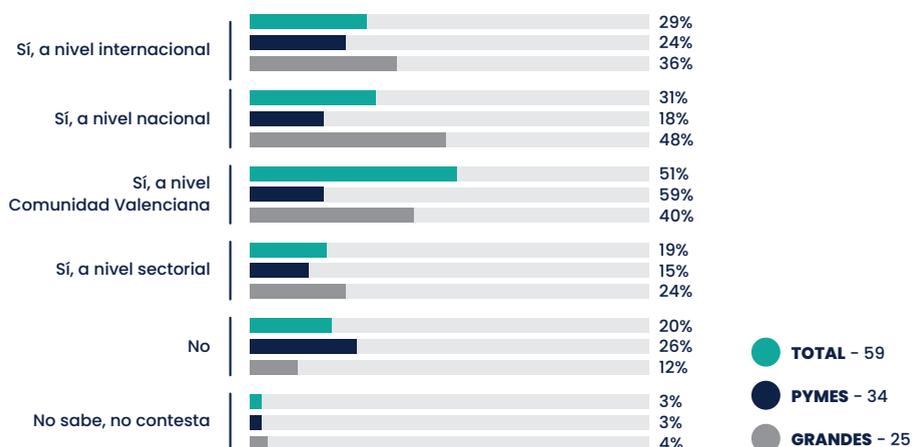
Algo más de 8 de cada 10 empresas encuestadas ha establecido un diálogo con los grupos de interés en materia de sostenibilidad, el 36% parcialmente (bien solo con algunos de ellos o de forma ocasional), el 17% los han identificado, y además priorizado, pero no dialogan con ellos de manera regular, mientras que un 31% ha identificado quienes son esos grupos, los ha priorizado y ha establecido un diálogo regular con ellos para conocer y dar respuesta a sus expectativas legítimas en materia de sostenibilidad. Las diferencias entre empresas grandes y PYMES no alcanzan un valor estadísticamente significativo.

G.2.2.3. ¿Ha establecido su empresa diálogo con los grupos de interés o partes interesadas en materia de sostenibilidad?



En cuanto a la **colaboración o participación en asociaciones u organizaciones sobre esta temática**, una de cada 5 empresas indica no participar y algo más del 3% no responde a esta cuestión. El resto participa y lo hace con diferente intensidad en organizaciones de distinto alcance. El ámbito más frecuente es el de la Comunidad Valenciana. La mitad de las empresas que han respondido afirmativamente participan en asociaciones y alianzas de ese ámbito. Le sigue el ámbito nacional y el internacional en los que, en cada caso, participa casi un tercio de las empresas que han respondido afirmativamente. Hay diferencias significativas en la tendencia de las grandes hacia el ámbito internacional y nacional en comparación con las pymes que concentran su colaboración en organizaciones de la Comunidad Valenciana.

G.2.2.4. ¿Forma parte de alguna alianza, organización o asociación de promoción de la sostenibilidad?



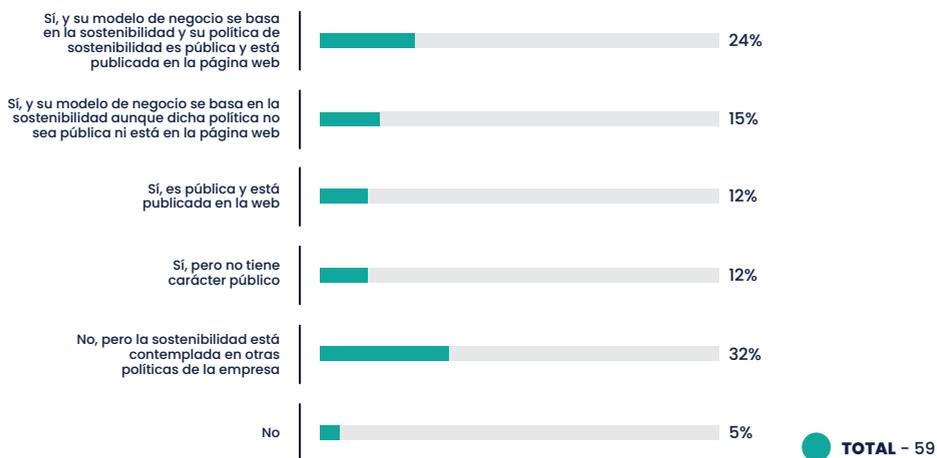
2.3.

POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD Y RSC

Las políticas empresariales son definidas por la alta dirección de la organización y consisten en principios, directrices y cultura (formas de pensar y de actuar) que son aceptadas y cumplidas por todos los integrantes. Entre esas políticas suele incluirse la corporativa de sostenibilidad, que establece un estándar de prácticas que llevan a la empresa y sus procesos en conjunto a ser responsables del presente y futuro, entendiendo que cada acción tiene un impacto en el mañana.

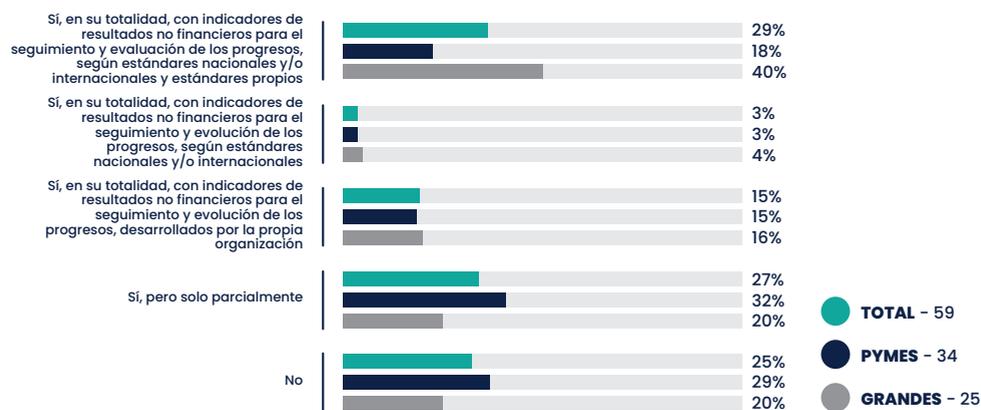
En nuestro caso, el 63% de las empresas cuentan con una política específica de sostenibilidad. Un 36% hace pública dicha política, y un 27% no lo hace. Un 32% no tiene política específica, pero contempla la sostenibilidad en otras políticas. Un 5% no tiene política específica ni la contempla en otras.

G.2.3.1. ¿Cuenta su empresa con política de sostenibilidad?



La implantación de esa política requiere la **medición de los resultados**. Tanto si la política se plantea como específica o se incluye en otras políticas, (como es el caso del 95% de las empresas encuestadas según los porcentajes del gráfico anterior) tres de cada cuatro empresas evalúan en alguna medida sus resultados. Casi la mitad lo hacen en su totalidad, y tres de cada diez realizan la medición según estándares nacionales y/o internacionales y estándares propios, siendo ésta la opción mayoritaria.

G.2.3.2. ¿Su empresa mide el resultado de dicha política?



Con el fin de identificar la consistencia entre la existencia y la evaluación de estas políticas presentamos en la tabla siguiente el cruce entre ambas variables. Se constata una elevada relación entre ambos aspectos, aunque hay 13 empresas que teniendo esa política no la evalúan formalmente.

		MIDEN RESULTADO DE LA POLÍTICA		
		SÍ	NO	TOTAL
TIENEN POLÍTICA	SÍ	43	13	56
	NO	0	3	3
	TOTAL	43	16	59

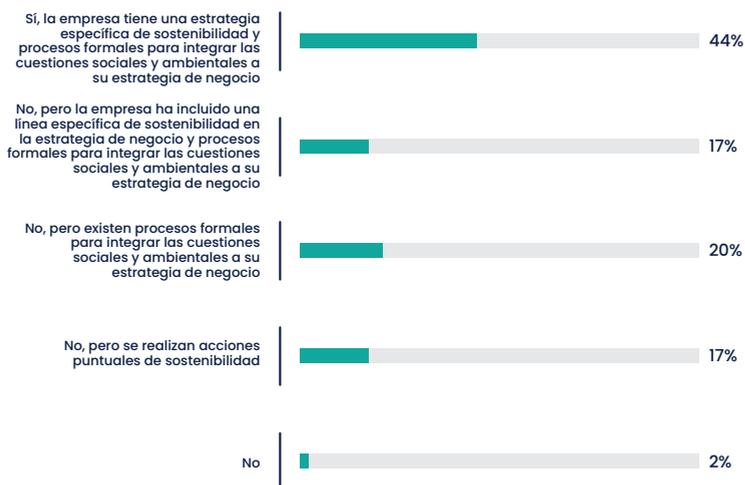
Conocimiento, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad

Capítulo 2

Las políticas sobre sostenibilidad suelen inspirar y guiar las estrategias de la empresa en este ámbito. Se entiende por estrategia el conjunto de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles; la estrategia general de la empresa se origina en la misión de la organización y desde los valores, y es la manera en que la empresa define cómo crear valor, “qué hacer y cómo hacerlo”.

La estrategia de sostenibilidad cumple esa definición, y, teniendo en cuenta las expectativas de los grupos de interés, alinea su propósito empresarial con el propósito aspiracional de la sostenibilidad, con el fin específico de aportar valor social, ambiental y económico para todos los *stakeholders*. Se debe tener en cuenta que las empresas que tienen una política suelen impulsar estrategias coherentes, pero no siempre esas estrategias se basan en una política explícita y sistemática.

G.2.3.3. ¿Su empresa tiene una estrategia de sostenibilidad y/o Responsabilidad Social Corporativa?



En este estudio, casi la mitad de las empresas **tienen una estrategia específica de sostenibilidad**, y las que declaran no tenerla, señalan, en su mayoría, la existencia de procesos formales que integran las cuestiones sociales y ambientales o han incluido una línea específica tratando esta materia en la estrategia general. Se debe destacar que solo el 18% realiza acciones puntuales en sostenibilidad sin incluirlas dentro de una estrategia explícitamente formulada. Casi la mitad de grandes empresas que cuentan con una política de sostenibilidad, cuentan también con una estrategia y son una de cada tres las PYMES que se encuentran en esa situación.

2.4.

POLÍTICAS EN DERECHOS HUMANOS

Aunque puede parecer obvio el compromiso público con los Derechos Humanos, hemos querido explorar la situación, sobre todo teniendo en cuenta el ámbito cada vez más global de las empresas y los territorios donde pueden llegar a desarrollar su actividad, a través de su esfera de influencia directa o indirecta, a través de socios comerciales. Es pues, relevante la **existencia en la empresa de una política específica de derechos humanos**, su ámbito de aplicación y si se aplica de acuerdo con estándares internacionales. El 56% de las empresas indican no tener una política específica de Derechos Humanos. Ahora bien, algo más de un tercio de las que indican no tenerla, señalan que estos temas se contemplan en otros documentos de políticas y existe una declaración pública de compromiso. El 40% restante posee este tipo de política elaborada de acuerdo con estándares internacionales, y de ellas, la mitad la aplica tanto internamente como en las relaciones con socios comerciales, agentes y/o subcontratas, de acuerdo con las Directrices de la ONU de Empresas y Derechos Humanos y/u otros estándares internacionales.

G.2.4.1. ¿Tiene la empresa una política específica de Derechos Humanos?

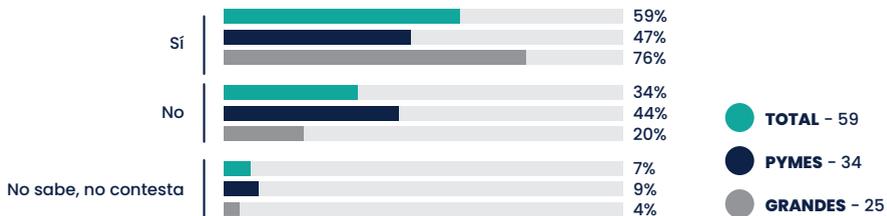


2.5.

DAR CUENTA Y RAZÓN: 'CUMPLIMIENTO' Y 'DEBIDA DILIGENCIA'

Un programa de cumplimiento (*compliance*) es un modelo de actuación implantado en la empresa para prevenir y gestionar los riesgos legales, y contiene información acerca de regulaciones, ética profesional, fraude y abuso, confidencialidad y conflicto de intereses, entre otros aspectos. En ese marco, el '*compliance*' en sostenibilidad integra también los riesgos ASG, de orden ambiental, social y de gobernanza. En las empresas encuestadas, seis de cada diez empresas **cuentan con un programa de cumplimiento en sostenibilidad**, predominando claramente las grandes sobre las PYMES.

G.2.5.1. Tiene un programa de compliance o cumplimiento en sostenibilidad



Conocimiento, políticas y estrategias de las empresas en sostenibilidad

Capítulo 2

En este contexto, también hemos obtenido información sobre las **medidas adoptadas en materia de anticorrupción, lucha contra el fraude, soborno o extorsión**. Más de la mitad de las empresas cuentan con una política anticorrupción y de lucha contra el fraude, predominando la existencia en las grandes empresas (cuatro de cada diez grandes empresas cuentan con dicha política, frente a tres de cada diez PYMES). De las que no cuentan con política específica anticorrupción, dos de cada diez realizan evaluación de riesgos relacionados con la corrupción o tienen una comunicación y formación recurrente sobre políticas en esta materia. Por otra parte, son una de cada cuatro empresas las que no adoptan medidas o no informan sobre esta cuestión, predominando en estas respuestas las PYMES.

G.2.5.2. Señale la principal medida adoptada en materia anticorrupción, lucha contra el fraude, soborno o extorsión

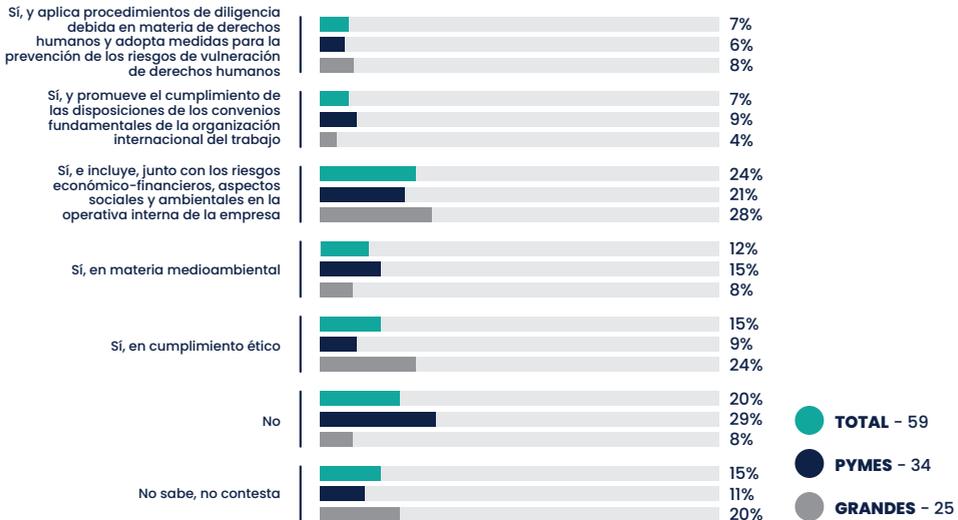


También en materia de prevención, hemos preguntado acerca de **procedimientos de debida diligencia en sostenibilidad para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos** e impactos significativos y de verificación y control.

El concepto de “*debida diligencia*” que se introduce en los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre los Derechos Humanos establece que las empresas deben “conocer y mostrar” respeto por esos derechos mediante el ejercicio de la debida diligencia. Se trata de un proceso para identificar, prevenir, mitigar y explicar cómo una empresa previene y, en su caso, aborda los impactos adversos en los derechos humanos directamente vinculados a sus operaciones, productos o servicios a través de relaciones comerciales. El mismo concepto puede hacerse extensivo cuando nos referimos a la Debida Diligencia en Sostenibilidad.

En este análisis, el 65% de las empresas han implantado alguna medida en materia de debida diligencia en sostenibilidad, predominando esa actuación de las grandes empresas sobre las PYMES. En el gráfico 2.5.3, se muestra de manera más específica la distribución de las empresas en función de distintos tipos de actuación.

G.2.5.3. ¿Ha implantado su empresa un procedimiento de debida diligencia en sostenibilidad para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado?



Capítulo 3

La sostenibilidad en la estructura, gobernanza, decisiones y presupuesto de la empresa

3.1.

LA SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: DIRECCIÓN Y COMISIÓN DE SOSTENIBILIDAD

3.2.

INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN LOS PROCESOS DE GOBERNANZA Y EN LA TOMA DE DECISIONES

3.3.

ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA



3

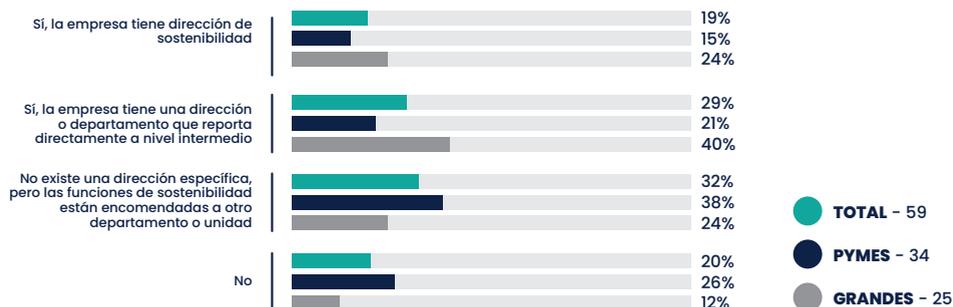
En este capítulo ofrecemos el análisis, desde el nivel operativo, de la incardinación de la sostenibilidad en la estructura organizativa de la empresa, la involucración de su gobernanza y las diferentes actuaciones que realiza en su planificación, ejecución y evaluación.

3.1.

LA SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: DIRECCIÓN Y COMISIÓN DE SOSTENIBILIDAD

Cuando se trata de una materia crítica para una organización, se suele reflejar en la estructura organizacional. Esa estructura asegura que las estrategias se implementen y los procesos fluyan a través de la organización. Casi la mitad de las empresas cuentan con una Dirección específica de sostenibilidad. Tres de cada diez empresas que cuentan con una, ésta reporta a nivel intermedio. Y una de cada tres de las que no la tienen, encomiendan las funciones de sostenibilidad a otros departamentos (área de personas o RRHH, departamento de calidad y departamento de comunicación en su mayoría). En su conjunto, son un 64% de las grandes empresas las que contemplan de algún modo ese aspecto en la estructura frente a un 64% de las pymes que no tienen tal dirección específica, aunque esa diferencia no alcanza en valor convencional de la significación.

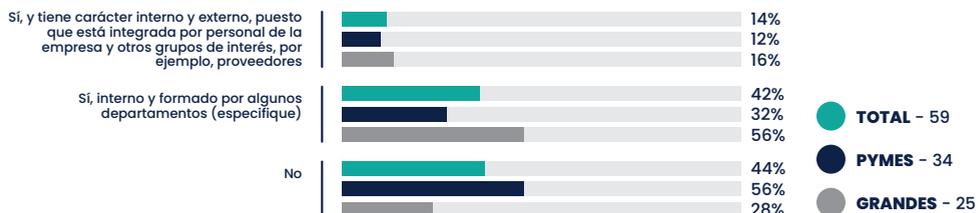
G.3.1.1. ¿Tiene su empresa una dirección de sostenibilidad específica?



En el caso de las empresas que han informado no tener dirección específica, pero encomiendan esa función a otro departamento, se ha preguntado por el departamento en que se incluye. Predominan las empresas que las incluyen en el área de recursos humanos o de personas, y también es frecuente que las ubiquen en el departamento de calidad o en el de comunicación.

También son relevantes en este punto las comisiones interdepartamentales. Una comisión interdepartamental es un conjunto formal de profesionales procedentes de distintos departamentos de la empresa como, por ejemplo, calidad o producción, que tratan de llegar a planes, principios o conclusiones que tengan en cuenta aspectos de diferentes áreas de la empresa. Casi una de cada cinco empresas cuenta con una comisión interdepartamental sobre sostenibilidad de carácter interno y externo integrada por personal de la empresa y otros grupos de interés, como proveedores. De las restantes, casi la mitad (dos de cada cinco) asegura tener una comisión interna formada por el departamento de comunicación, de recursos humanos, de calidad o de otros específicos de la actividad económica que desarrollan, en su mayoría. Entre las que tienen dicha comisión interna e interdepartamental, se observa el predominio de las grandes empresas, mientras que más de la mitad de las PYMES asegura no tener comisión.

G.3.1.2. ¿Existe una comisión interdepartamental de sostenibilidad?



Una información complementaria es la relativa a los departamentos que integran esa comisión interna, en las 23 empresas que la tienen. Los departamentos guardan con frecuencia estrecha relación con el sector en que se incluye la empresa. Los departamentos mencionados con mayor frecuencia son el departamento de comunicación, RRHH, o calidad en su mayoría para conformar el comité interno. También se mencionan el departamento financiero, el de seguridad y prevención de riesgos laborales, I+D+I y jurídico.

3.2.

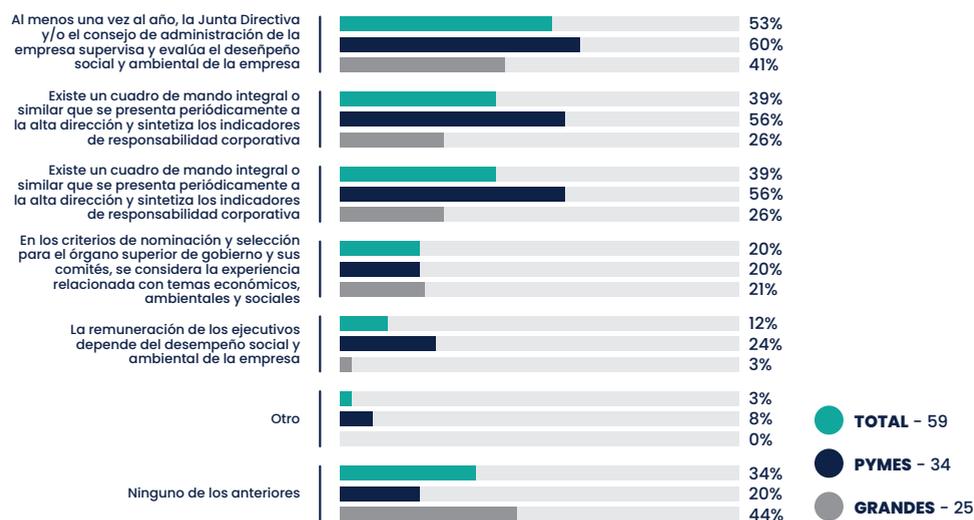
INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN LOS PROCESOS DE GOBERNANZA Y EN LA TOMA DE DECISIONES Y EN EL PRESUPUESTO.

Se ha pedido información acerca de la integración de la sostenibilidad en los procesos de gobernanza, y en la toma de decisiones. Se listan a continuación las respuestas a dicha integración ordenándolas de mayor a menor frecuencia:

- 1** El 53% de las empresas supervisa y evalúa el desempeño social y ambiental de la empresa desde la Junta Directiva y/o Consejo de Administración que se reúne al menos una vez al año.
- 2** Por otro lado, 39% de las empresas cuentan con un cuadro de mando integral que se presenta periódicamente a la alta dirección y sintetiza los indicadores de RSC. En esta opción hay un claro predominio de las grandes sobre las PYMES.
- 3** Además, el 20% de las empresas aseguran que se considera la experiencia relacionada con temas económicos, ambientales y sociales para nominar y seleccionar al órgano superior de gobierno y demás comités.
- 4** Por último, el 12% de las empresas basan la remuneración de los ejecutivos en el desempeño social y ambiental de la empresa. Esta práctica es mencionada con mayor frecuencia por las empresas grandes que por las PYMES.

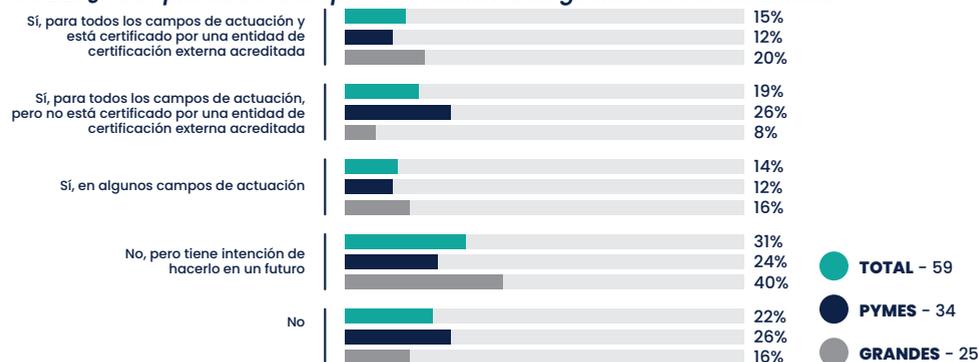


G.3.2.1. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se corresponde con la integración de la sostenibilidad en los procesos de gobernanza y adopción de decisiones en su empresa? (Respuesta multiopción)



Para realizar el seguimiento de la integración de la sostenibilidad en los procesos de la empresa, puede plantearse un sistema de gestión de la sostenibilidad. Esos sistemas se implantan con la finalidad de mejorar el desempeño ambiental, social y económico de la empresa. En el caso de este estudio, el 48% de las empresas lo tienen implantado de uno u otro modo. De ellas, la mayoría lo han hecho para todos los campos de actuación. Sin embargo, un 31% no lo tiene implantado, pero tiene intención de hacerlo en un futuro (aquí predominan las grandes empresas). Un 22% indica no tenerlo (Aquí predominan las PYMES).

G.3.2.2. ¿Ha implantado la empresa un sistema de gestión de sostenibilidad?



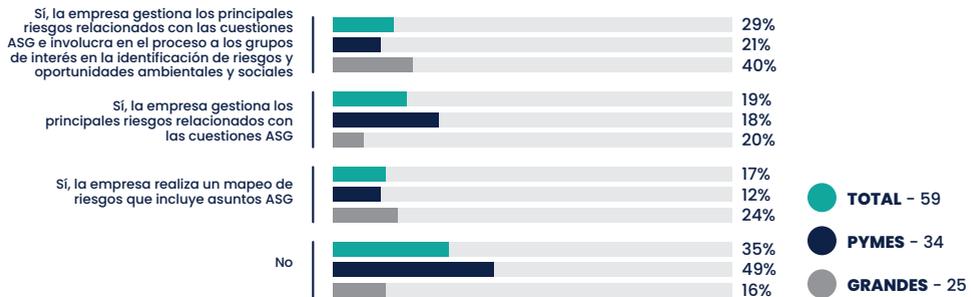
La sostenibilidad en la estructura, gobernanza, decisiones y presupuesto de la empresa

Capítulo 3

Además de los sistemas de gestión específicos en sostenibilidad, se ha querido contemplar aquí la incorporación de la sostenibilidad en los sistemas de gestión de riesgos, con la incorporación de criterios ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza).

El 65% de las empresas indican que lo integran en su sistema de gestión de riesgos, aunque con diferentes grados de madurez: de hecho, el 29% gestionan los principales riesgos relacionados con las cuestiones ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza) e involucra en el proceso a los grupos de interés en la identificación de riesgos y oportunidades ambientales y sociales; un 19% indica gestionar los principales riesgos relacionados con las cuestiones ASG; y un 17% realiza un mapa de riesgos que incluye los asuntos ASG. Conviene señalar que el 36% de empresas no integran la sostenibilidad en su sistema de gestión, y entre ellas predominan las PYMES

G.3.2.3. ¿Integra la empresa la sostenibilidad en su sistema de gestión de riesgos?



3.3.

ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA

Para realizar estas estrategias y actuaciones es necesario **contar con recursos económicos**. Son algo menos de la mitad las que indican tener un presupuesto específico destinado al área de sostenibilidad y/o para acciones concretas en el desarrollo del plan de sostenibilidad. En una de cada diez ese presupuesto supera el 5% de la facturación de la entidad, mientras que en tres de cada diez ronda el 1%. En el 46% de las empresas que no cuentan con presupuesto específico para actuaciones de sostenibilidad se concentran algo más las PYMES

G.3.3.1. Presupuesto destinado específicamente al área de sostenibilidad y/o para acciones concretas en el desarrollo del plan de sostenibilidad



Capítulo 4

Ámbitos de actuación en sostenibilidad

4.1.

SOSTENIBILIDAD EN LA INNOVACIÓN QUE DESARROLLA LA EMPRESA

4.2.

ACTUACIONES CON PROVEEDORES Y CLIENTES

4.3.

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

4.4.

ÁREA DE PERSONAS

4.5.

ACCIÓN SOCIAL, COOPERACIÓN Y VOLUNTARIADO

4.6.

EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS DE LAS ACTUACIONES DE SOSTENIBILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN

4.7.

PRÁCTICAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA



4

Siendo la sostenibilidad una materia transversal, se plantea aquí la integración en las diferentes áreas de la empresa. En el presente capítulo vamos presentar la información relevante sobre las actuaciones en los ámbitos de la empresa relativos a la innovación, relación con proveedores y clientes, medioambiente, personas, acción social, cooperación y el voluntariado. Además, consideramos la evaluación de los impactos en los aspectos relativos a la sostenibilidad y las prácticas de información pública.

4.1.

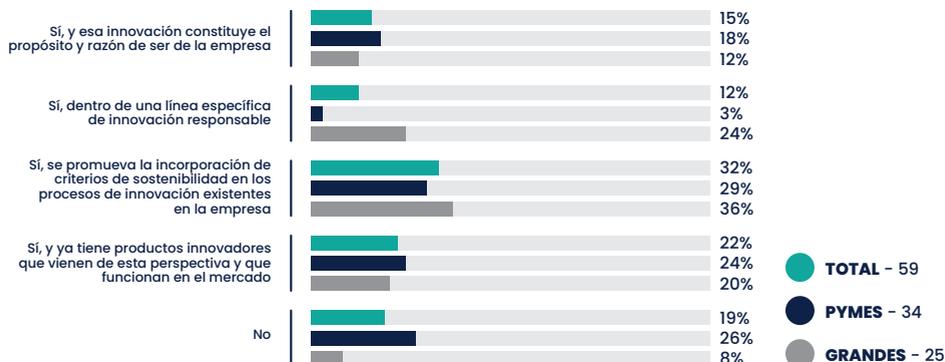
SOSTENIBILIDAD EN LA INNOVACIÓN QUE DESARROLLA LA EMPRESA

En la actualidad, conceptos como innovación son de vital importancia para las empresas, debido al entorno muy competitivo, tecnológico y cada vez más globalizado. Es posible que el mundo (de los negocios) haya visto más perturbaciones en los últimos veinte meses que en los últimos veinte años, lo que ha traído una nueva y urgente demanda de cambio. En medio de un contexto convulso motivado por la COVID-19, y con algunas industrias al límite de su resistencia, el cambio es fundamental. Pero la gestión del cambio entendida de una manera tradicional, lineal, a menudo caracterizada por procesos pesados y plazos prolongados, no sirve ahora. Necesitamos ser flexibles ante la incertidumbre y gestionar el cambio de manera acorde, en este caso, ágil y de manera sostenible y (en muchos casos) híbrida o virtual. Por ello, se ha pedido información sobre si las **empresas realizan su innovación con atributos de sostenibilidad**.

Los resultados muestran que ocho de cada diez empresas lo hacen. Ahora bien, se hace de distintas maneras: el 32% promueven la sostenibilidad en los procesos de innovación existentes en la empresa, el 22% tienen ya productos o servicios innovadores que parten desde una perspectiva sostenible y el 12% cuenta con una línea específica de innovación responsable. Asimismo, se constata que la innovación sostenible constituye la razón de ser de 15% empresas. Por otro lado, el 19% no realiza innovación con atributos sostenibles, concentrándose en las PYMES, que alcanza un 26%.



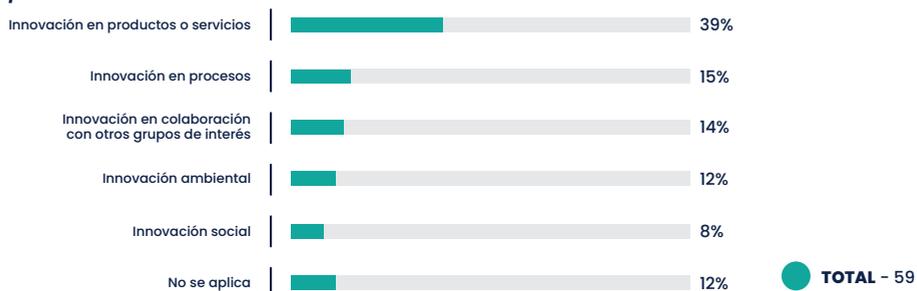
G.4.1.1. ¿Realiza su empresa innovación con atributos de sostenibilidad?



Además, las empresas nos han proporcionado **información sobre cómo se desarrollaba esa innovación:**

- El 39% de las empresas ponen el foco de la innovación en sostenibilidad en productos o servicios;
- El 15% de las empresas innova en procesos.
- El 14% de las empresas desarrolla la innovación en colaboración con otros grupos de interés
- El 12% de las empresas incorpora innovación ambiental
- El 8% de las empresas incorpora innovación social y
- El 12% de las empresas no aplica la innovación en ninguno de los aspectos mencionados.

G.4.1.2. Señale qué atributo define la innovación principal en sostenibilidad que desarrolla su empresa



Entre las **iniciativas que las empresas han mencionado** en una pregunta abierta, se incluyen actuaciones sobre producto (p.e. uso de materiales reciclables), proceso (p.e. instalaciones fotovoltaicas de autoconsumo) o modelo de negocio (p.e. la razón de ser de la empresa es resolver retos globales desde la acción local).

4.2.

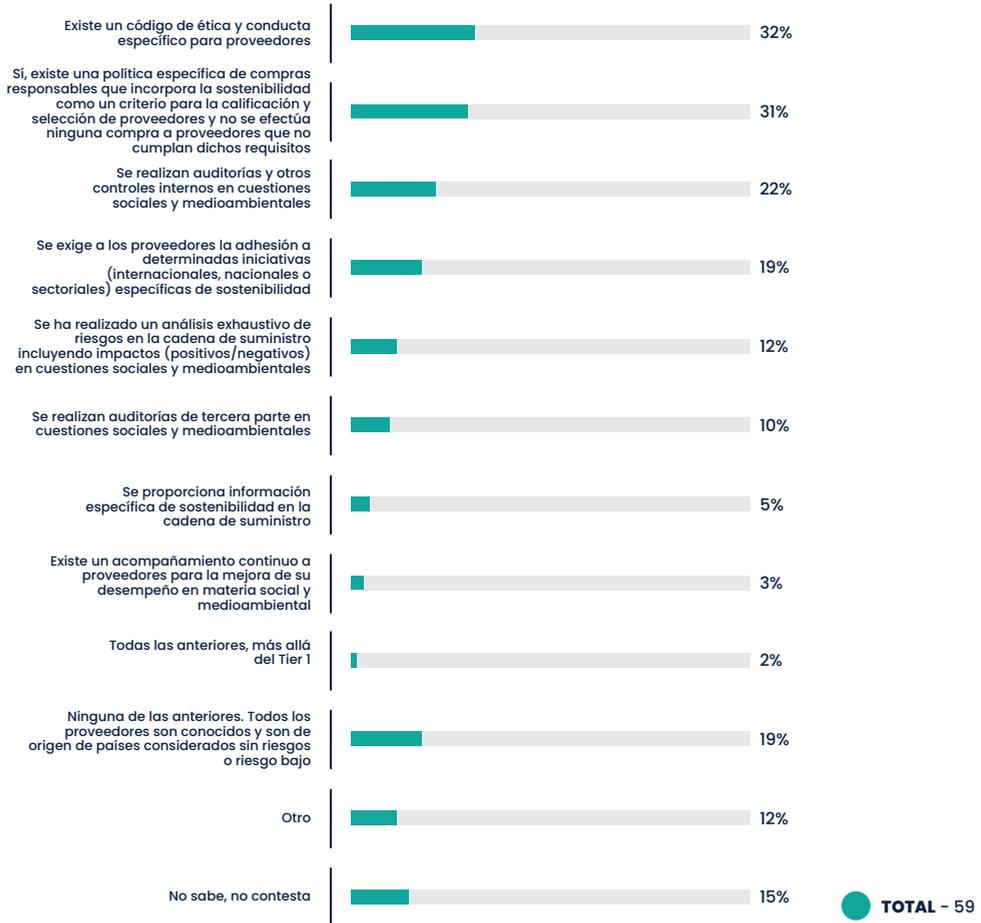
ACTUACIONES CON PROVEEDORES Y CLIENTES

La gestión de la cadena de suministro de una empresa puede ser notablemente diferente de un sector a otro y dentro de él, entre diferentes negocios. La gestión de esas cadenas y la escasez de determinadas materias ha cambiado notablemente de un tiempo a esta parte, más aún por el impacto que ha tenido la COVID-19. Para averiguar las medidas implantadas se ha solicitado que las seleccionen de una lista todas aquellas **prácticas que se realizan en la empresa**.

Las dos actuaciones más frecuentes son: la existencia de un código de ética y conducta específico para proveedores (32%) y la existencia de una política específica de compras responsables (31%) que incorpora la sostenibilidad como un criterio necesario para la calificación y selección de proveedores. Ambas tienen mayor frecuencia en las grandes empresas. Además, el 32% realiza algún tipo de monitorización a proveedores: 22% con controles internos y 10% con auditorías de tercera parte en cuestiones sociales y medioambientales. Un 19% de las empresas exige a sus proveedores la adhesión a determinadas iniciativas. Por su parte, son también un 19% las que señala que no aplican exigencias a los proveedores ya que son conocidos y provienen de países con riesgos bajos. En esta categoría, se concentran más las PYMES. Cabe señalar también que un 12% ha realizado un análisis de riesgos exhaustivo de la cadena de suministro siendo el resto de las actividades consideradas puestas en práctica en porcentajes menores al 10%. Estos datos ponen de manifiesto el largo camino a recorrer para la implantación de procedimientos de debida diligencia en sostenibilidad en cadenas de suministro alineados con las futuras regulaciones y las tendencias globales.



G.4.2.1. ¿Ha adoptado su empresa medidas para incorporar criterios de sostenibilidad en la gestión de su cadena de suministro? (Respuesta múltiple)

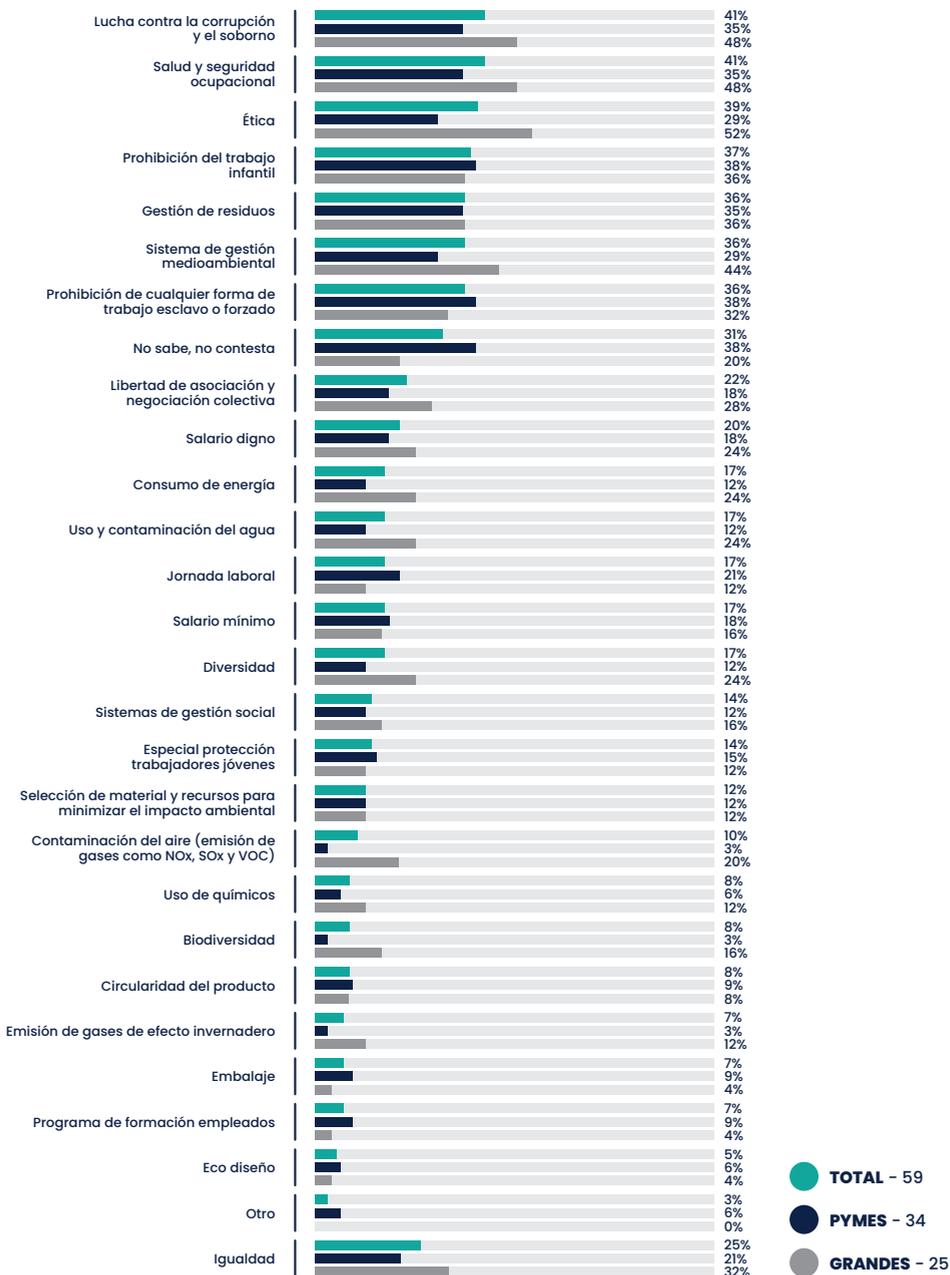


También hemos identificado los **criterios que las empresas exigen a sus proveedores en materia de sostenibilidad**. Los criterios mencionados con mayor frecuencia son: la lucha contra la corrupción y el soborno (41%), la salud y seguridad ocupacional (41%), y la ética (39%, con una frecuencia más elevada en el caso de las grandes empresas). Le siguen con porcentajes algo menores la prohibición del trabajo infantil (37%), la prohibición de cualquier forma de trabajo esclavo o forzado (36%), y la gestión de residuos y contar con un sistema de gestión medioambiental (36%).

Ámbitos de actuación en sostenibilidad

Capítulo 4

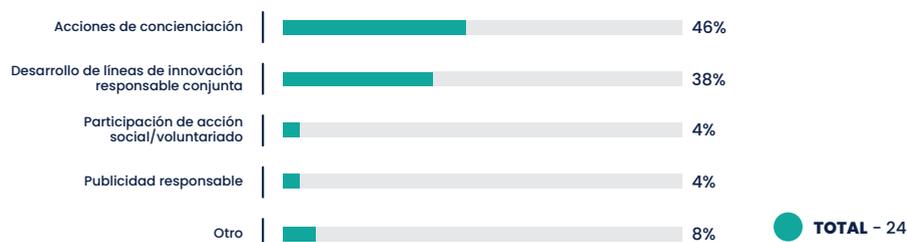
G.4.2.2. ¿Qué tipo de criterios en materia de responsabilidad corporativa exige a sus proveedores? (Respuesta multiopción)



Con menor frecuencia se mencionan el criterio de igualdad (25%), la libertad de asociación y negociación colectiva (22%), el salario digno (20%), el consumo de energía, uso y contaminación del agua, la jornada laboral, salario mínimo y gestión de la diversidad (todas ellas exigidas por un 17% de las empresas). El resto de criterios que muestra el gráfico son exigidos por menos de un 15% de las empresas. Además, conviene señalar que el 31% de las empresas no han señalado la exigencia de criterio alguno.

Las empresas que realizan actuaciones orientadas a la sostenibilidad en su relación con los clientes son el 41% contesta de manera afirmativa, mientras que el 36% no lo hacen y un 23% no ha respondido a esta pregunta. Entre las **acciones realizadas**, predominan la concienciación (46%), el desarrollo de líneas de innovación responsable conjunta (más de un tercio) y, marginalmente, el voluntariado y publicidad responsable.

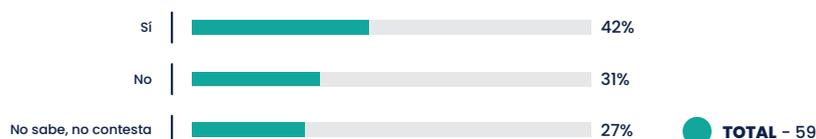
G.4.2.3. En caso afirmativo, señale qué acción realiza con sus clientes en materia de sostenibilidad



También resulta de interés constatar que el 98% de las empresas no han recibido quejas sobre violaciones de la privacidad y pérdidas de datos del cliente, y el 2% que las ha recibido se refieren a años anteriores.

Otro aspecto relevante es la **adopción de prácticas para evitar la competencia desleal**. En este punto, los datos muestran que las ha adoptado un 42% de las empresas, siendo un 30% las que indican no haberlo hecho y 27% no responde a esta cuestión.

G.4.2.4. ¿Ha adoptado prácticas para evitar la competencia desleal?

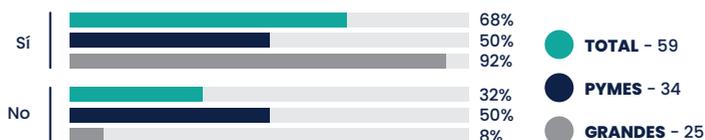


4.3.

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

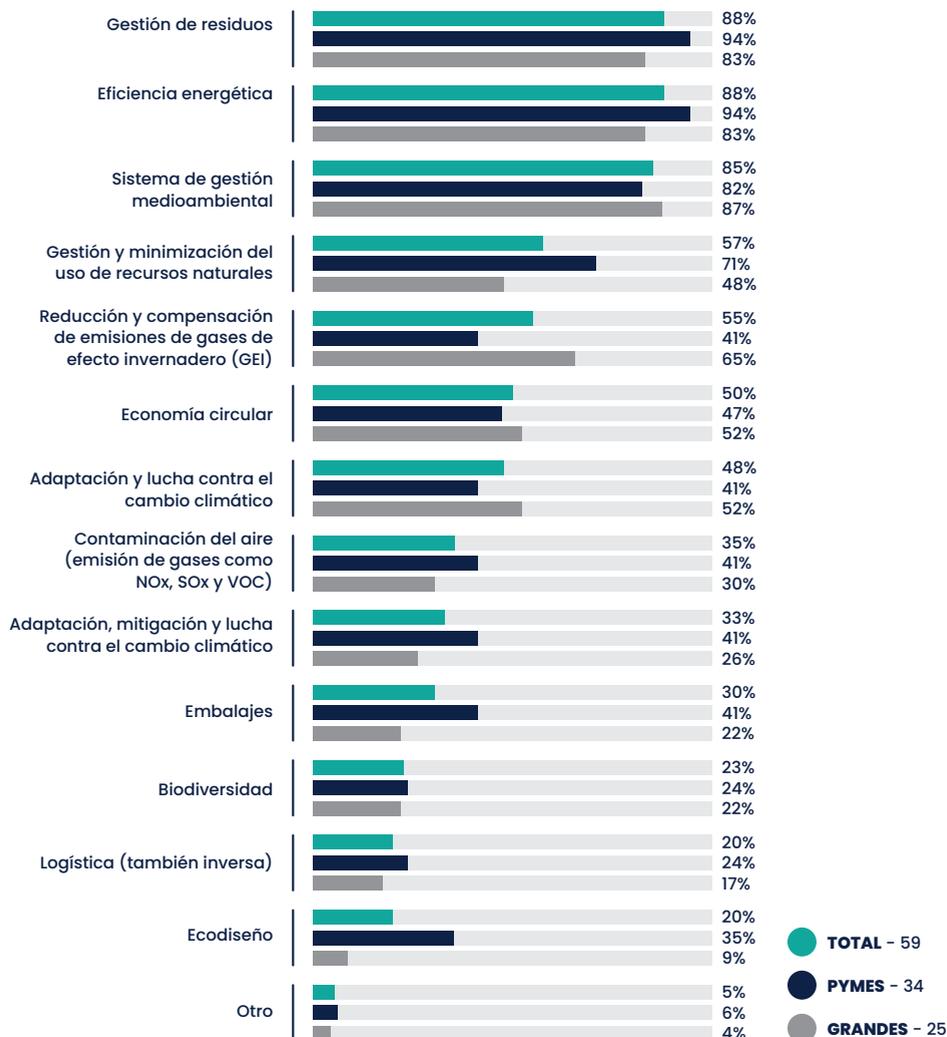
La política medioambiental en la empresa puede definirse como el conjunto de principios y actuaciones asumidos por la organización para el cuidado y protección del medio ambiente. Al preguntar sobre la **existencia de esa política** se observa la respuesta afirmativa de casi siete de cada diez. Aquí, el porcentaje es significativamente más elevado en las grandes (92%) que en las PYMES (50%).

G.4.3.1. ¿Dispone la empresa de una política medioambiental?



Respecto de los **aspectos incluidos en esa política**, los resultados permiten agrupar en función de la frecuencia con que se mencionan esos aspectos en cuatro grupos: El nivel más elevado incluye la gestión de residuos, la eficiencia energética y el sistema de gestión medioambiental (las mencionan más del 85% de las empresas). En un segundo nivel cabe incluir la gestión y minimización de recursos naturales, la reducción y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), la economía circular, o la adaptación y lucha contra el cambio climático (las mencionan entre el 48% y el 58% de las empresas). Un tercer nivel con porcentajes más moderados incluye la contaminación del aire (emisión de gases); la adaptación, mitigación y lucha contra el cambio climático; y embalajes (las mencionan entre el 30% y el 35% de las empresas). Por último, la biodiversidad, logística (inversa) y el ecodiseño (las mencionan menos del 25% de las empresas). El análisis de las diferencias en la inclusión de estas temáticas por tamaños muestra algunos datos de interés: las PYMES incluyen con mayor frecuencia temas como gestión y minimización del uso de recursos naturales, embalajes o ecodiseño, mientras que las grandes incluyen con mayor frecuencia la reducción y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero y adaptación y lucha contra el cambio climático.

G.4.3.2. **Indique cuáles de los siguientes aspectos contempla su política medioambiental**
(Respuesta multiopción)



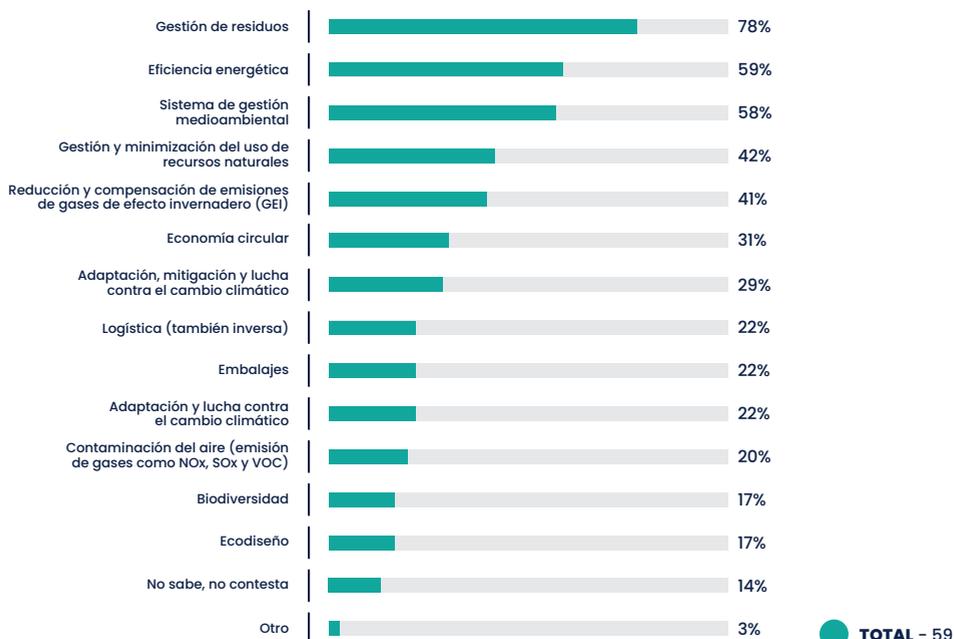
A continuación, se ha preguntado por los sistemas de gestión ambiental, en tanto que éstos ayudan a aterrizar, medir y evaluar el funcionamiento de la empresa en la materia con el fin de asegurar que sus operaciones se lleven a cabo de una manera consecuente con la política medioambiental. El gráfico G.4.3.3 muestra una correlación entre las materias incluidas en la política medioambiental y los aspectos contemplados en el correspondiente sistema de gestión ambiental. Los aspectos más generalizados son: la

Ámbitos de actuación en sostenibilidad

Capítulo 4

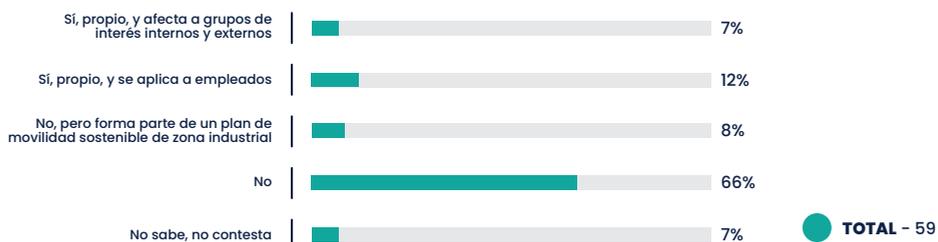
gestión de residuos (lo tienen 8 de cada 10 empresas), la eficiencia energética y el sistema de gestión medioambiental (casi alcanzan el 60% de las empresas). Por su parte, el sistema de gestión y minimización del uso de recursos naturales y el de reducción y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero los incluyen el 40% del total. En torno al 30% de las empresas cuentan con el sistema de economía circular y el de adaptación, mitigación y lucha contra el cambio climático; y en torno al 20% de las empresas incluyen sistemas como adaptación y lucha contra el cambio climático, embalajes, logística, contaminación del aire, ecodiseño y biodiversidad. Las empresas grandes suelen presentar frecuencias mayores de incorporación de los sistemas mencionados en los niveles más altos con excepción de la gestión de residuos en la que los porcentajes de incorporación son muy similares en grandes empresas y PYMES.

G.4.3.3. Qué aspectos de los enumerados a continuación contempla el o los sistemas de gestión de los que dispone su entidad (Respuesta multiopción)



Los **Planes de Movilidad Sostenible de Empresa** forman parte del compromiso en sostenibilidad de las organizaciones, favoreciendo que ésta sea más sostenible y segura y con un uso más racional del vehículo privado motorizado. En el caso del presente estudio, dos de cada tres de las empresas declaran no tener ese plan. Hay un 8% que dice no tenerlo pero que participa en el plan conjunto de zona industrial. El 19% restante lo tiene, en unos casos (12%) de aplicación interna y en el resto de aplicación interna y externa (7%).

G.4.3.4. ¿Tiene la empresa un plan de movilidad sostenible?



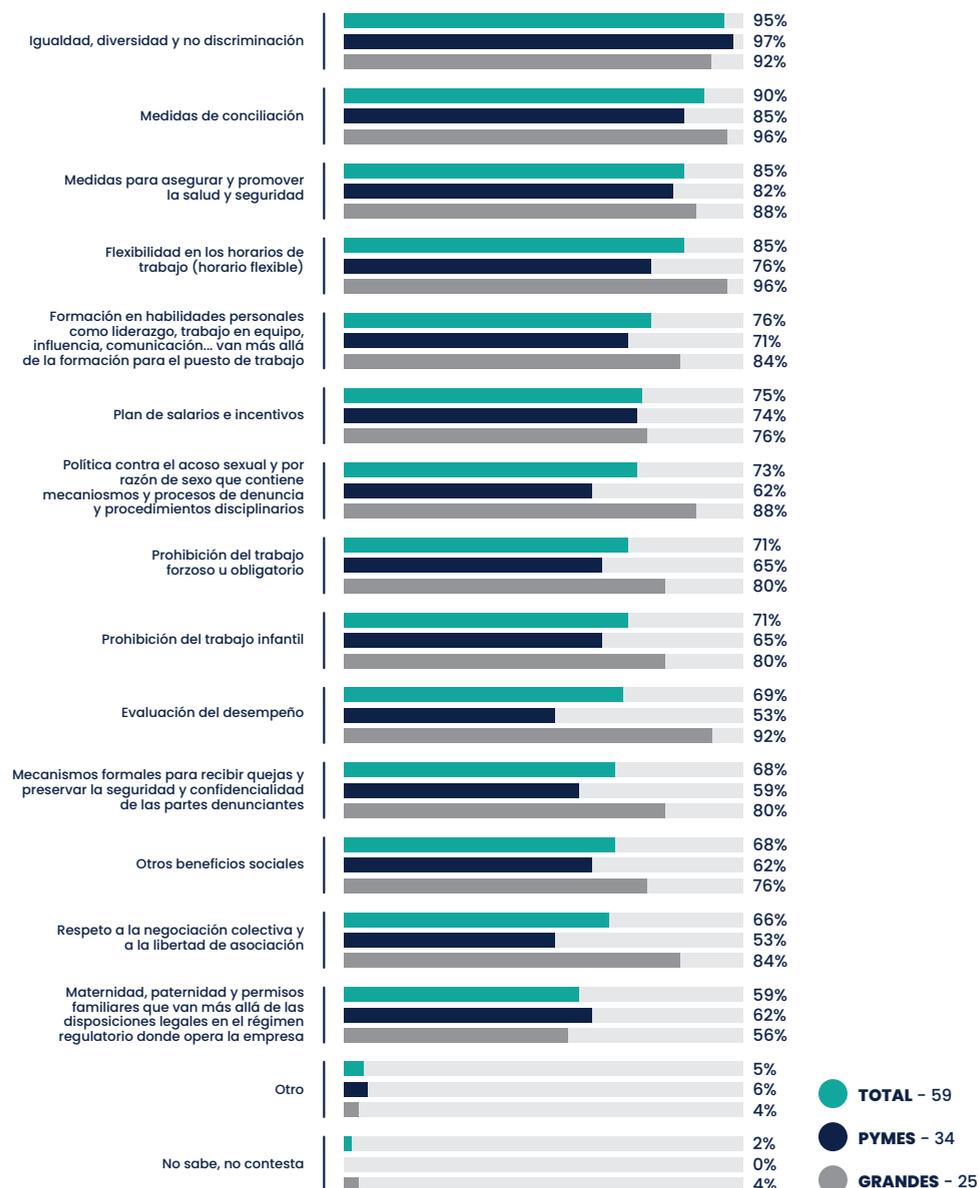
4.4.

ÁREA DE PERSONAS

En esta sección nos ocupamos de los aspectos relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa en relación con la gestión de las personas. En primer lugar, se consideran los **aspectos que contempla la política de recursos humanos** de la empresa. Hay cuatro aspectos que se incluyen en el 85% o más de las empresas: 1) la igualdad, diversidad y no discriminación; 2) las medidas de conciliación; 3) las medidas para asegurar y promover la salud y seguridad, 4) y la flexibilidad en los horarios de trabajo. Un segundo bloque incluye actuaciones de medidas implantadas por más del 70% de las empresas: formación en habilidades personales como liderazgo etc.; plan de salarios e incentivos; política contra el acoso sexual; prohibición del trabajo forzado u obligatorio, y prohibición del trabajo infantil. El tercer bloque agrupa elementos incorporados por cerca de dos tercios de las empresas (entre el 60% y el 70%): evaluación del desempeño; mecanismos formales para recibir quejas y preservar la seguridad y confidencialidad de las partes denunciantes; otros beneficios sociales y el respeto a la negociación colectiva y a la libertad de asociación. Por último, en torno al 60% contempla aspectos relacionados con maternidad, paternidad y permisos familiares que van más allá de las disposiciones legales en el régimen regulatorio donde opera la empresa. Se ofreció a las empresas la posibilidad de añadir contenidos y como resultado, se mencionaron el ciber-acoso, la formación a criterio del trabajador y la retribución flexible.



G.4.4.1. La política de recursos humanos de su empresa incluye los siguientes aspectos:
(Respuesta multiopción)

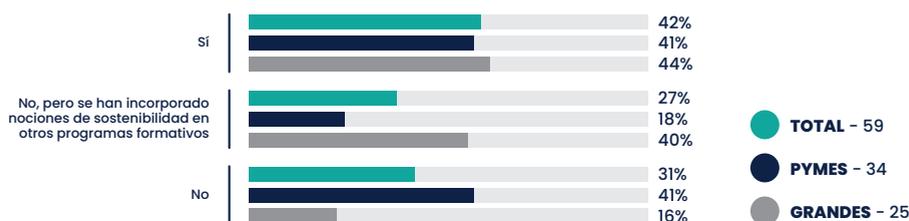


Ámbitos de actuación en sostenibilidad

Capítulo 4

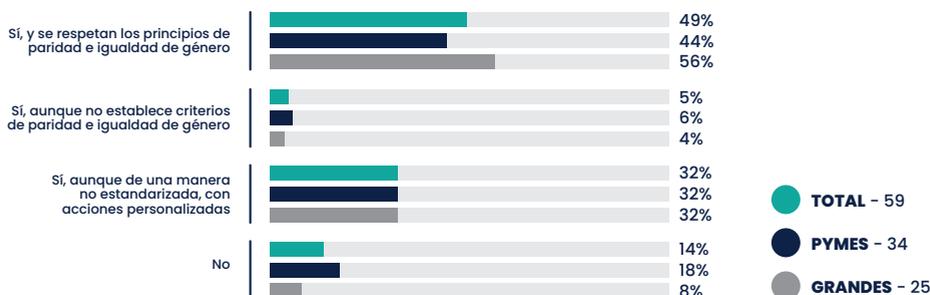
En relación a la existencia de **acciones formativas específicas en sostenibilidad**, cuatro de cada diez empresas cuentan con acciones formativas en esa temática, un 27% incorpora esa formación en otros programas y el 31% no las contempla.

G.4.4.2. ¿Existen acciones formativas específicas en sostenibilidad?



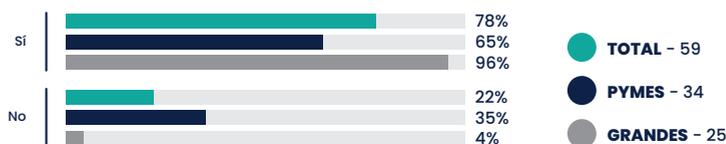
Otra cuestión de interés es la **existencia de un plan de desarrollo profesional** y, en caso afirmativo, si este respeta los principios de paridad e igualdad de género. Nueve de cada diez de las empresas cuentan con dicho plan. Ahora bien, solo cuatro de cada diez lo hacen respetando los principios de paridad e igualdad de género; hay un 5% que reconoce que no se han establecido criterios de paridad e igualdad de género y un tercio de las empresas indican que ese plan no está estandarizado y consiste en acciones personalizadas.

G.4.4.3. ¿Existe en la empresa un plan de desarrollo profesional?



El **plan de igualdad de género** se entiende como un conjunto de medidas dirigidas a garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres dentro de la organización empresarial. 8 de cada 10 empresas cuentan con un plan de estas características, siendo significativamente más elevada la tasa entre las grandes empresas que en las PYMES.

G.4.4.4. ¿Tiene la empresa un plan de igualdad?

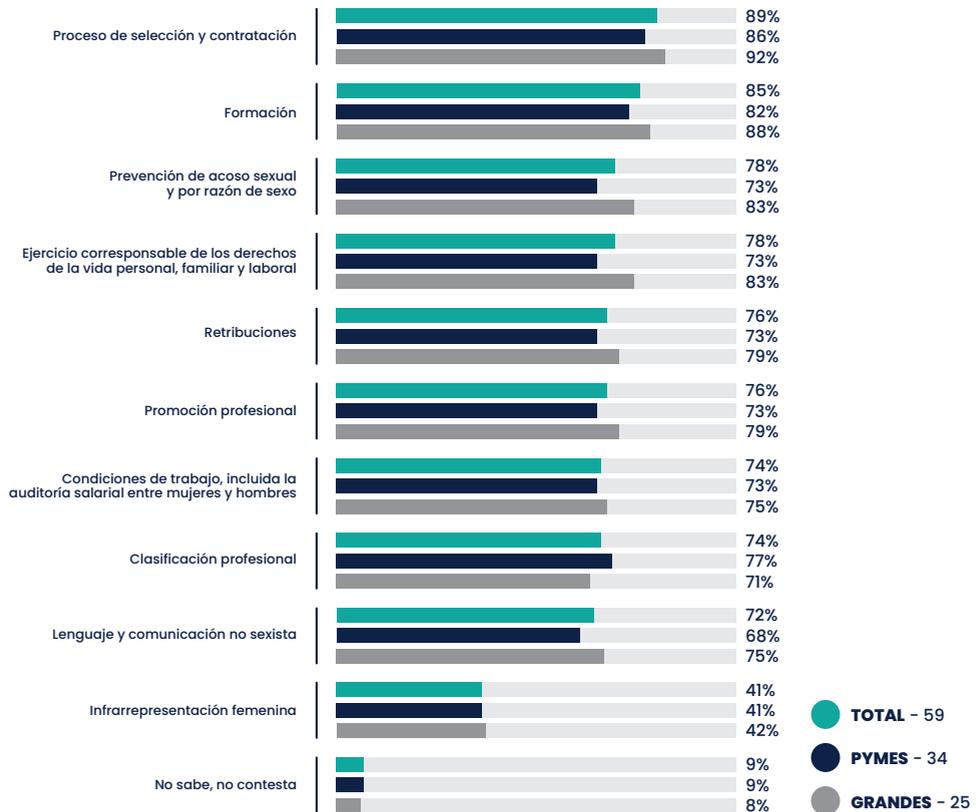


Las empresas que cuentan con ese plan (N=46) han informado sobre los **ámbitos que se incluyen con mayor frecuencia en el mismo**. Los resultados muestran que la mayor parte de las empresas consideran en sus planes los aspectos propuestos: procesos de selección y contratación (89%), de formación (85%); prevención del acoso sexual (78%); ejercicio corresponsable de los derechos de la vida personal, familiar y laboral (78%); retribuciones (76%); promoción profesional (76%); condiciones de trabajo y auditoría salarial entre hombres y mujeres (74%); clasificación profesional (74%), y lenguaje y comunicación no sexista (72%). La cuestión de la infrarrepresentación femenina está considerada con menor frecuencia (41%)

Ámbitos de actuación en sostenibilidad

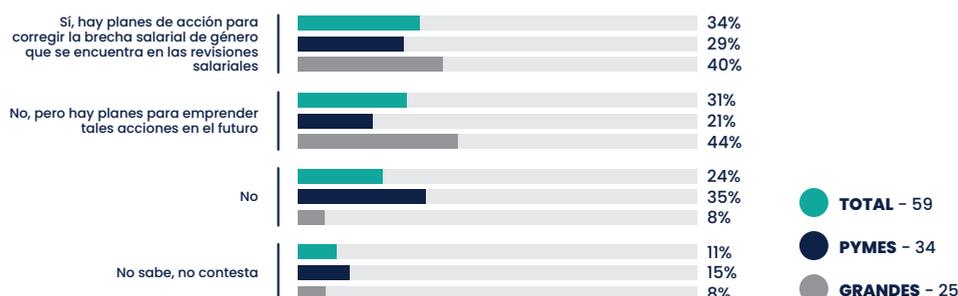
Capítulo 4

G.4.4.5. *Por favor, identifique qué ámbitos se contemplan en el plan de igualdad (Respuesta multiopción)*



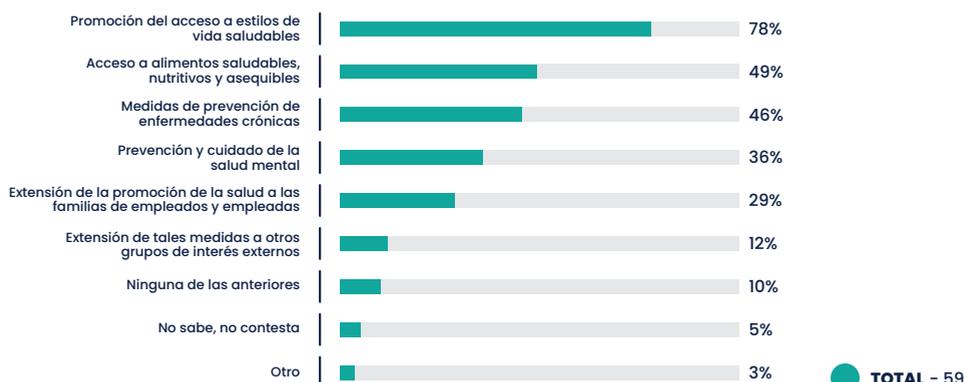
Profundizando algo más en la situación de las diferencias de género hemos preguntado si la empresa ha adoptado **medidas específicas sobre la brecha de género**. Los datos muestran que lo ha hecho una de cada tres empresas (algo más en las grandes). Además, otro tercio que no lo ha hecho, tiene planes para emprender esas acciones en el futuro.

G.4.4.6. ¿Ha adoptado la empresa medidas específicas sobre la brecha de género?



Respecto a la **promoción de la salud y bienestar del empleado**, ocho de cada diez empresas promueven estilos de vida saludables; cinco de cada diez, facilitan el acceso a alimentos saludables, nutritivos y asequibles y, un porcentaje similar ofrece medidas de prevención de enfermedades crónicas. El 36% incluye prevención y cuidado de la salud mental. El 29% extiende las medidas de promoción de la salud y bienestar a las familias de empleados/as, y el 12% ofrece la extensión de esas medidas a otros grupos de interés externos (p.e. personal externo).

G.4.4.7. Señale las medidas adoptadas por la empresa para la promoción de la salud y bienestar del empleado (Respuesta multiopción)

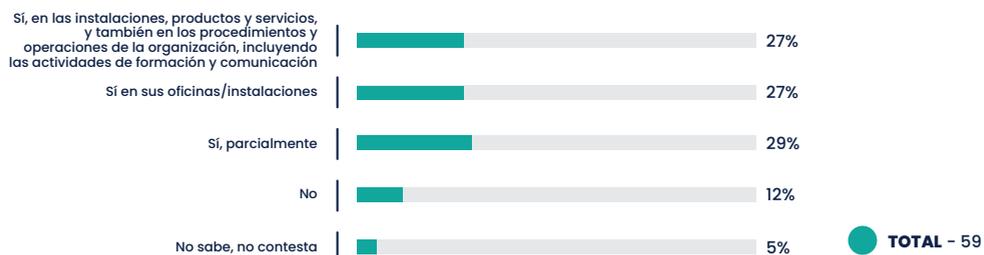


Ámbitos de actuación en sostenibilidad

Capítulo 4

Por lo que se refiere a **la accesibilidad** ocho de cada diez empresas integran los principios de accesibilidad universal. En concreto, el 27% lo hace de forma integral, aplicándolo no solo a instalaciones, sino a todos los procedimientos y operaciones, incluyendo actividades de formación y comunicación. Otro 27% los incluye en sus oficinas e instalaciones y un 29% los incluye de forma parcial. El resto no las integra o no responde a esta cuestión. La integración de esos principios es algo más frecuente en la empresa grande que en las PYMES. Por ejemplo, estas indican en un 20,5% que no integran esos principios, sin embargo, esta alternativa no es elegida por ninguna gran empresa.

G.4.4.8. ¿Ha integrado la empresa los principios de accesibilidad universal?

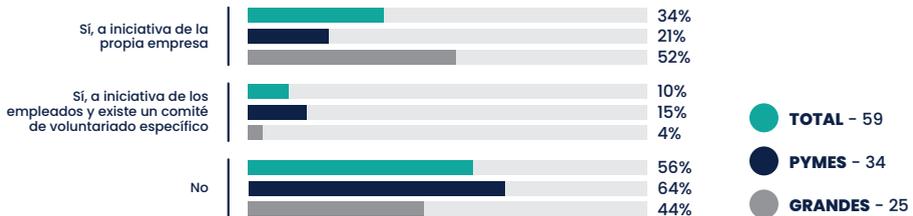


4.5.

ACCIÓN SOCIAL, COOPERACIÓN Y VOLUNTARIADO

Las medidas en **acción social, cooperación y voluntariado** son programas, proyectos o acciones desempeñadas por personas voluntarias, empresas e instituciones. El 44% de las empresas tienen actuaciones de voluntariado (bien a iniciativa de la propia empresa o bien de los empleados como se muestra en el gráfico). La iniciativa de la propia empresa parece ser la opción mayoritaria entre las grandes empresas y la que prima entre las pymes es la iniciativa de los empleados.

G.4.5.1. ¿Se realizan acciones de voluntariado corporativo?

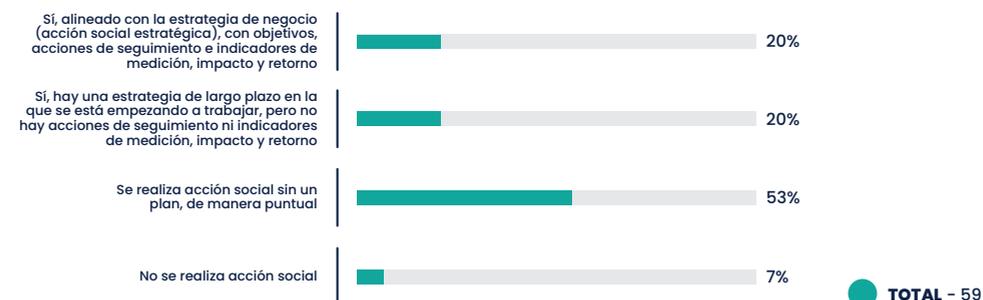


Ámbitos de actuación en sostenibilidad

Capítulo 4

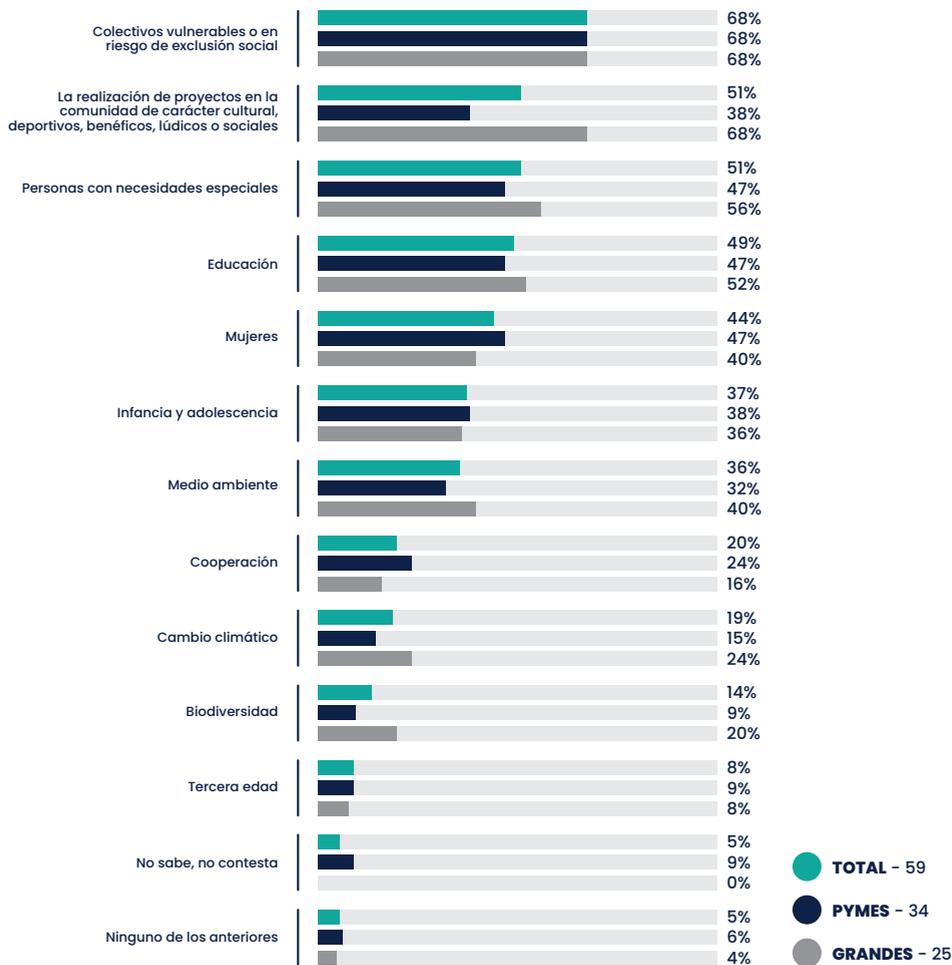
Avanzando un paso más en este aspecto hemos averiguado si las **empresas cuentan con un plan de acción social y cooperación al desarrollo**. Cuatro de cada diez empresas cuentan con dicho plan, de las cuales, la mitad lo tienen alineado con la estrategia de negocio con objetivos, acciones de seguimiento e indicadores de medición, impacto y retorno. La otra mitad sigue una estrategia a largo plazo en la que se está empezando a trabajar, pero no hay acciones de seguimiento, medición o impacto y retorno. Por otra parte, cinco de cada diez empresas realiza acción social sin disponer de un plan para ello.

G.4.5.2. ¿Tiene la empresa un plan de acción social y cooperación al desarrollo?



La información anterior se completa con la identificación de los **colectivos o áreas de impacto que las empresas priorizan en su acción social** con una pregunta de respuesta múltiple. El porcentaje más elevado se centra en colectivos vulnerables o en riesgo de exclusión social (68%). Le sigue los proyectos para la comunidad de carácter cultural, deportivos, benéficos, lúdicos o sociales (51%) y también la atención a personas con necesidades especiales (51%). A poca distancia se sitúa la educación (49%) y los programas para mujeres (44%). En torno a un tercio de las empresas mencionan los colectivos referidos a infancia y adolescencia y medio ambiente. Finalmente, en torno al 20% o menos las empresas actúan en temas de cooperación, cambio climático, biodiversidad o tercera edad.

G.4.5.3. ¿Qué colectivos o áreas de impacto prioriza la acción social de su empresa?
(Respuesta multiopción)

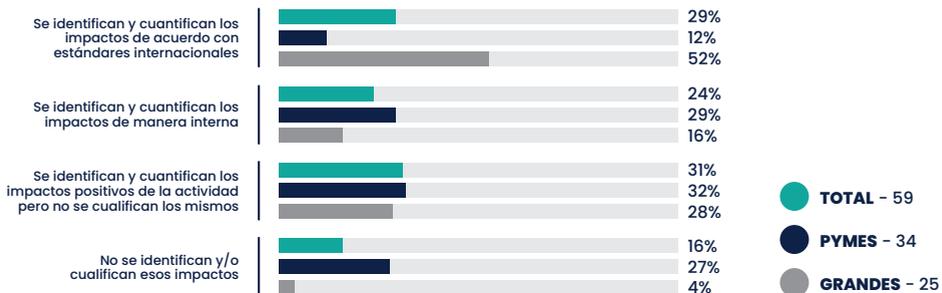


4.6.

EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS DE LAS ACTUACIONES DE SOSTENIBILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN

Por lo que se refiere a la **evaluación de las actuaciones en sostenibilidad**, el 84% de las empresas identifican esos impactos. El 29% lo hace según los estándares internacionales, con un claro predominio de las grandes empresas; un 24% lo cuantifican de manera interna. Además, el 31% de las empresas identifican los impactos positivos, pero no los cuantifican, predominando en esta situación las PYMES por encima de las grandes empresas; las últimas destacan por identificar y cuantificar los impactos de acuerdo con estándares internacionales (más de la mitad de ellas). Por último, el 17% no identifica esos impactos ni los cuantifica, predominando aquí las PYMES. Las diferencias en función del tamaño en estas cuestiones resultan significativas.

G.4.6.1. ¿Cuantifica su empresa los impactos de las actuaciones de sostenibilidad que desarrolla la organización?



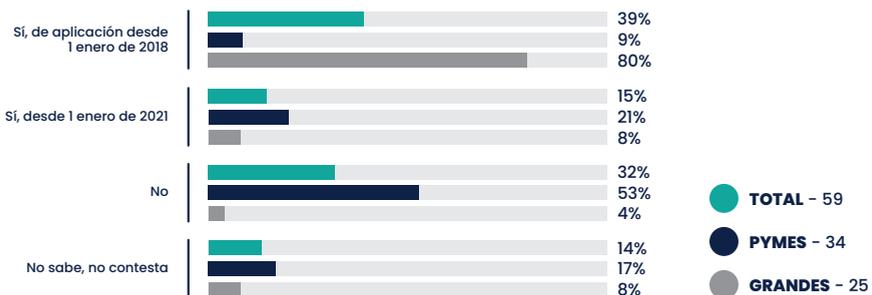
4.7.

PRÁCTICAS DE INFORMACIÓN PÚBLICA

La Ley 11/2018 de Información no Financiera que sirve aquí de marco referencial se aplica a las empresas que cumplen unos determinados requisitos: a) Que el número medio de trabajadores empleados por las sociedades del grupo durante el ejercicio sea superior a 500 o bien b) que tengan la consideración de entidades de interés público de conformidad con la legislación de auditoría de cuentas, o bien, durante dos ejercicios consecutivos reúnan, a la fecha de cierre de cada uno de ellos, al menos dos de las circunstancias siguientes: b.1) Que el total de las partidas del activo consolidado sea superior a 20 millones de euros. b.2) Que el importe neto de la cifra anual de negocios consolidada supere los 40 millones de euros. b.3) Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio sea superior a doscientos cincuenta.

Con arreglo a ello, se constata que más de la mitad de las empresas que han participado en la elaboración del informe **está obligada a presentar un estado de información no financiera de acuerdo con la Ley 11/2018**. Un tercio de las empresas participantes no está obligada a presentar el estado de información no financiera y un 14% de las empresas no responde a esta cuestión.

G.4.7.1. ¿Está su empresa obligada a presentar un estado de información no financiera conforme a la ley 11/2018?

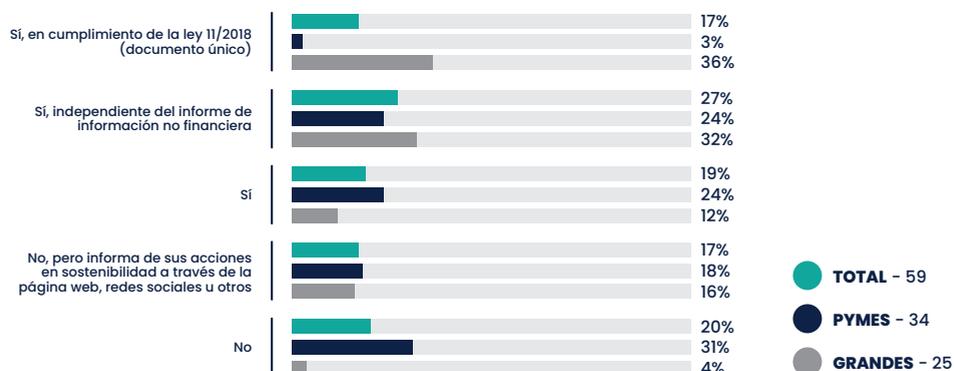


Ámbitos de actuación en sostenibilidad

Capítulo 4

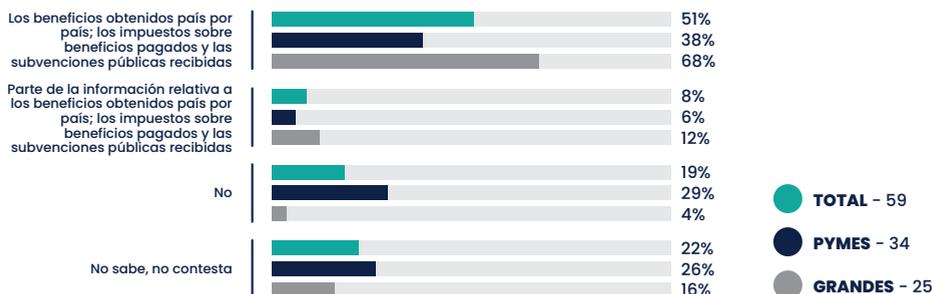
La **elaboración de informes de sostenibilidad** es una práctica que consiste en la preparación de informes públicos sobre los impactos económicos, ambientales y sociales de las organizaciones y, por ende, sus contribuciones (positivas o negativas) al desarrollo sostenible. Los resultados obtenidos en las empresas muestran que casi dos tercios elaboran de una forma u otra una memoria de sostenibilidad o responsabilidad social corporativa conforme se ve en el gráfico G.4.7.2 Algo más de un tercio de las empresas no elabora dicha memoria o documento similar, aunque casi la mitad de ellas informa a través de su página web, redes sociales o por otros medios.

G.4.7.2. ¿La empresa ha elaborado una memoria de sostenibilidad/responsabilidad social?



Una última cuestión se refiere a la **información fiscal de la empresa ofrecida con carácter público**. En torno al 60% de las empresas proporcionan información total o parcial sobre los beneficios obtenidos país por país, los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones recibidas. Por otra parte, un 19% de las empresas declara no proporciona información fiscal de carácter público y un 22% no responde a esta cuestión.

G.4.7.3. ¿La empresa proporciona la siguiente información fiscal con carácter público?



Capítulo 5

Situación actual y retos de futuro

5.1.

MOTIVACIÓN DE LAS EMPRESAS PARA LLEVAR A CABO ACTUACIONES DE SOSTENIBILIDAD.

5.2.

LA SITUACIÓN GENERADA CON LA PANDEMIA

5.3.

RETOS DE FUTURO:
HERRAMIENTAS DE APOYO Y BARRERAS





En la encuesta también hemos querido indagar sobre la situación generada por la pandemia y los retos, oportunidades y dificultades que se perciben en el periodo de la post-pandemia que parece que se va iniciando. Las cuestiones que se plantean en este capítulo nos ayudan a conocer mejor los posibles desarrollos futuros y los aspectos que las pueden facilitar o dificultar.

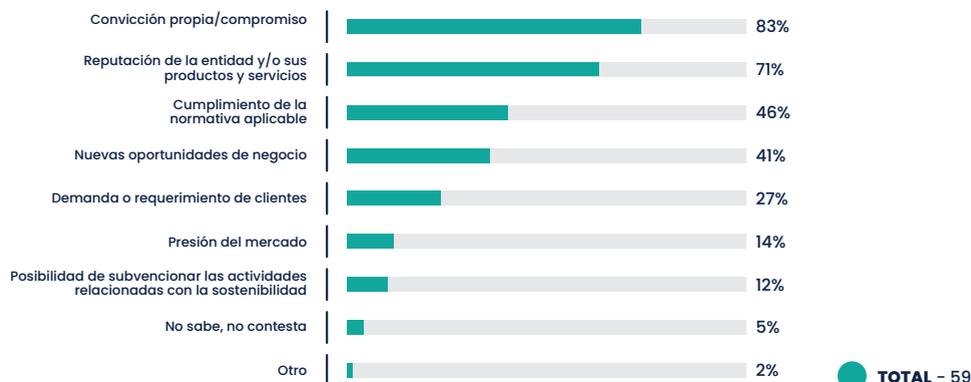
5.1.

MOTIVACIÓN DE LAS EMPRESAS PARA CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD



Con el fin de comprender mejor las actuaciones que se llevan a cabo en sostenibilidad resulta de interés conocer las **principales motivaciones que han impulsado a las empresas a incorporar criterios de sostenibilidad**. El motivo mencionado con más frecuencia es la convicción propia/compromiso (83%) seguido de la reputación de la entidad y de sus productos o servicios (71%). El cumplimiento de la normativa aplicable es otro motivo importante para el 46% de las empresas y el 41% lo hacen por las nuevas oportunidades de negocio. El 27% de las empresas indican que lo hacen a demanda o requerimiento de los clientes; un 14% como consecuencia de la presión de mercado y un 12% con el fin de obtener subvenciones relacionadas con la sostenibilidad.

G.5.1.1. *¿Cuál ha sido la principal motivación para incorporar criterios de sostenibilidad en su organización? (Respuesta multiopción)*

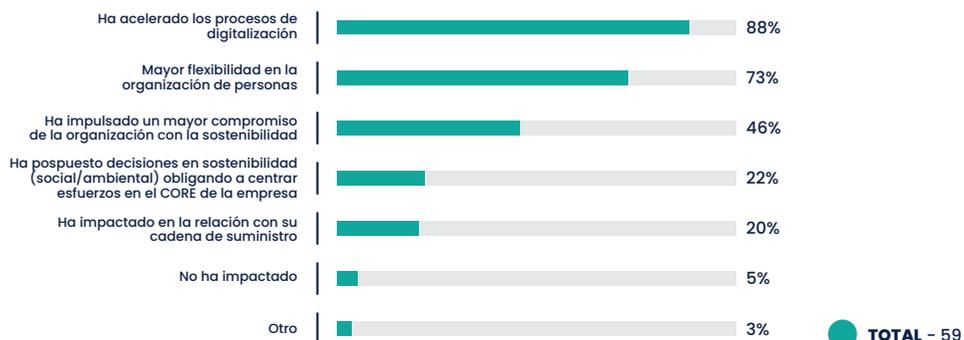


5.2.

LA SITUACIÓN GENERADA CON LA PANDEMIA

Con la inesperada pandemia global producida por el COVID-19, muchas empresas e instituciones **han sufrido cambios disruptivos en múltiples aspectos, y ello podría haber afectado a la aplicación de la sostenibilidad en su modelo de negocio.** Aproximadamente nueve de cada diez empresas han acelerado los procesos de digitalización, y siete de cada diez dicen haber mejorado la flexibilidad en la organización de personas. Se trata de aspectos relacionados, ya que la flexibilidad en la organización de personas puede haberse mejorado por la aceleración experimentada en los procesos de digitalización. Además, la situación debida a la COVID-19 parece haber influido positivamente en materia de sostenibilidad. Casi un 50% de las empresas ha impulsado en este tiempo un mayor compromiso con la sostenibilidad frente al 22% que ha pospuesto sus decisiones en la materia. Por último, en una de cada cinco empresas la pandemia ha impactado en la gestión de la cadena de suministro.

G.5.2.1. ¿Cómo ha impactado la COVID-19 en su desempeño en sostenibilidad? (Respuesta multiopción)



5.3.

HERRAMIENTAS DE APOYO Y BARRERAS

Se trata ahora de conocer las oportunidades con que cuenta las empresas y dificultades que encuentran en sus esfuerzos y actuaciones para sus actuaciones de sostenibilidad. Comprender esos aspectos es fundamental para hacer más eficaces y eficientes esas actuaciones.

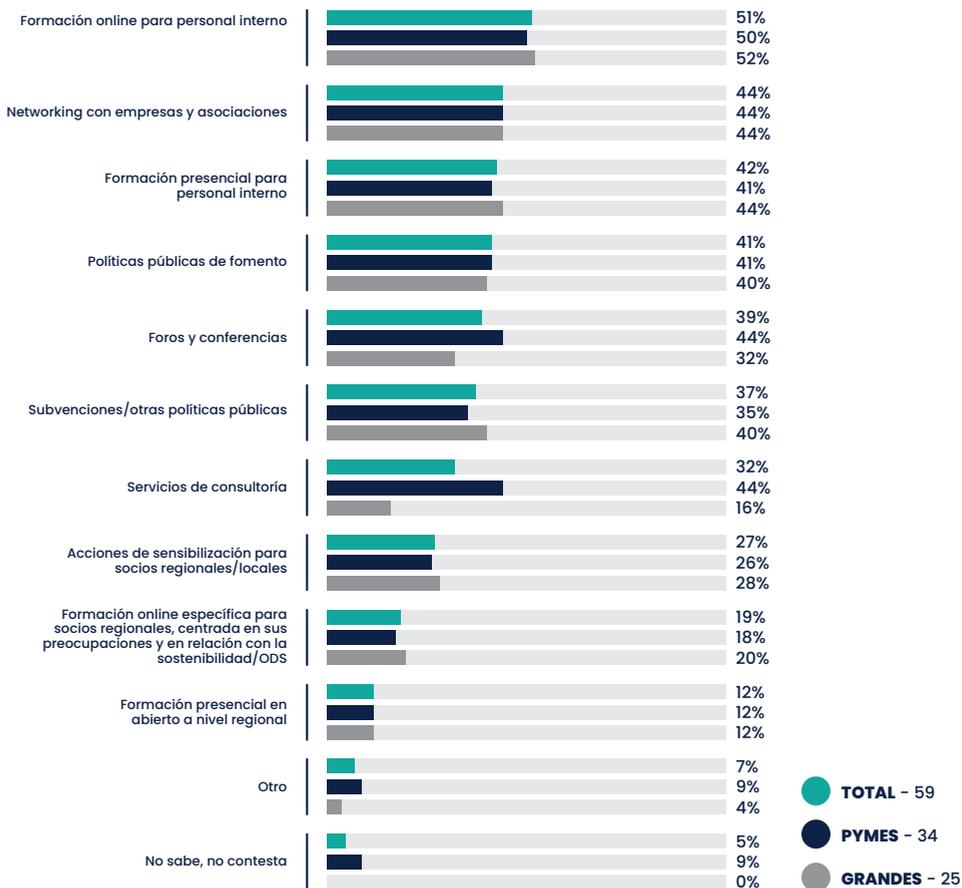
No queremos limitar el análisis a la descripción del estado actual, se busca identificar retos, objetivos y vías de avance. Por esta razón se ha obtenido información sobre **las herramientas que serían de ayuda para impulsar acciones de sostenibilidad**. La mitad de las empresas mencionan la formación online de su personal interno y también un 42% hace una valoración positiva de la formación presencial de su personal. Se mencionan también otras actividades como el networking con empresas y asociaciones (44%), las políticas públicas de fomento (41%) y las subvenciones /otras políticas públicas (37%). Además, se resaltan los foros y conferencias (39%) y los servicios de consultoría (32%). Reciben menos apoyo las actuaciones para sensibilizar a socios regionales/locales o la formación online para esos socios o presencial en abierto. En la opción “otros” algunas empresas han señalado la necesidad de contar con un mayor número de personal especializado en sostenibilidad dentro de la empresa.

La situación actual y retos de futuro

Capítulo 5

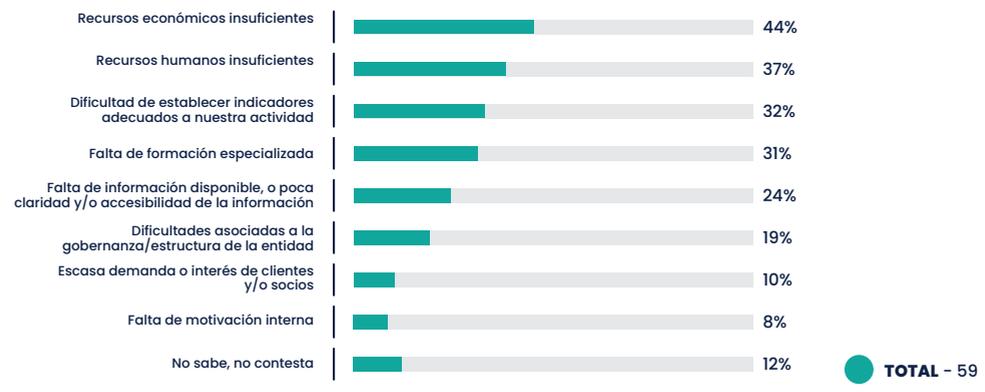
G.5.3.1. ¿Qué herramientas le servirían para impulsar o mejorar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa/ODS/Sostenibilidad?

Señale las opciones que apliquen a su empresa (respuesta multiopción)



Por último, hemos tratado de identificar las **principales barreras que encuentran las empresas**. Como se puede observar en el gráfico G.5.3.2, la barrera más mencionada es la insuficiencia de recursos económicos, seguida de la insuficiencia en recursos humanos. También son bastante frecuentes la dificultad de establecer indicadores, la falta de formación especializada o la falta de información. El resto se mencionan con frecuencias relativamente bajas.

G.5.3.2. ¿Cuáles considera que son las barreras para el desarrollo de la sostenibilidad?
(Respuesta multiopción)



Capítulo 6

Síntesis ejecutiva y recomendaciones

6.1.

CONOCIMIENTOS, POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LAS EMPRESAS EN SOSTENIBILIDAD

6.2.

SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRUCTURA, GOBERNANZA, DECISIONES Y PRESUPUESTO

6.3.

SOSTENIBILIDAD EN LOS DIFERENTES ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

6.4.

SITUACIÓN ACTUAL Y RETOS DE FUTURO.

6.5.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN





A lo largo del presente informe hemos ofrecido una panorámica de las diferentes facetas que caracterizan las actuaciones en sostenibilidad del grupo de empresas integradas en el patronato de la Cátedra de Cultura empresarial y/o en el Club de Empresas Responsables y Sostenibles. Son empresas que actúan en la Comunidad Valenciana y que tienen una sensibilidad e interés que se traduce en actuaciones que buscan desarrollar modelos sostenibles en el cumplimiento de sus misiones.

Vamos a sintetizar aquí los principales resultados de cada uno de los capítulos presentados.

6.1.

CONOCIMIENTOS, POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LAS EMPRESAS EN SOSTENIBILIDAD

Alineación con los ODS. Dos de cada tres empresas realizan acciones en relación con los ODS, especialmente con los ODS de índole social (8, 5, 12 y 3), seguidos de la lucha contra el cambio climático y sus efectos. las grandes empresas mencionan con más frecuencia que las PYMES el medio ambiente y cambio climático (ODS 13) y el partenariado para el desarrollo sostenible (ODS 17).

Política de sostenibilidad. Seis de cada 10 empresas cuentan con una política específica de sostenibilidad (36% la hacen pública). Algo menos cuatro de cada diez tienen una política específica de Derechos Humanos.

Estrategia de sostenibilidad. El 44% de las empresas cuenta con una estrategia específica de sostenibilidad.

Cumplimiento en sostenibilidad. Seis de cada diez empresas cuentan con un programa de cumplimiento en sostenibilidad con claro predominio de las grandes sobre las pymes. Lo mismo ocurre con la integración de la sostenibilidad en el sistema de gestión de riesgos, donde destacan las grandes.



Procedimientos de debida diligencia. El 20% de las empresas no ha implantado procedimientos de debida diligencia en sostenibilidad (29% en el caso de las pymes) y otro 15% no sabe/ no contesta. La formación específica en sostenibilidad en la cadena de suministro, el acompañamiento a proveedores para la mejora en su desempeño en materia social y medioambiental o la aplicación de las medidas anteriores más allá del Tier1 son las opciones más minoritarias, lo que pone de manifiesto el largo camino a recorrer para la implantación de procedimientos de debida diligencia en sostenibilidad en cadenas de suministro alineados con las futuras regulaciones y las tendencias a nivel global.

Evaluación de las políticas de sostenibilidad. Tres de cada cuatro empresas miden el resultado de la política de sostenibilidad (específica o contemplada desde otras políticas). Casi la mitad de las participantes la miden en su totalidad y otro cuarto, parcialmente.

Cuantificación de los impactos en sostenibilidad. El 96% de las grandes empresas cuantifican los impactos de sus actuaciones de sostenibilidad, más de la mitad con arreglo a estándares internacionales. En términos generales, tres de cada diez empresas identifican los impactos positivos, pero no los cuantifican. Predominan en esta situación las PYMES por encima de las grandes empresas.

En síntesis, en este apartado se muestra, los importantes logros de un buen número de empresas en los aspectos analizados, los progresos y esfuerzos de otras muchas que están en diferentes estadios de avance y también el reto que algunas tienen para poner en marcha este tipo de actuaciones. **Cabe, por tanto, proponer las siguientes recomendaciones:**

R1

Alinear las políticas y estrategias de la empresa con los principios de sostenibilidad

R2

Promover el desarrollo y fortalecimiento de las políticas de cumplimiento y debida diligencia, como una fortaleza y ventaja competitiva para la empresa.

R3

Promover la evaluación y cuantificación de los impactos en la sostenibilidad de las políticas y estrategias de la empresa.

6.2.

SOSTENIBILIDAD EN LA ESTRUCTURA, GOBERNANZA, DECISIONES Y PRESUPUESTO

Dirección de sostenibilidad. Casi la mitad de las empresas cuentan con una Dirección específica de sostenibilidad. También el 53%, aproximadamente, supervisa y evalúa el desempeño social y ambiental de la empresa desde la Junta Directiva y/o Consejo de Administración que se reúne al menos una vez al año.

Remuneración en base a resultados en sostenibilidad. El 12% de las empresas relacionan la remuneración de los ejecutivos con el desempeño social y ambiental de la empresa. Esta práctica es mencionada con mayor frecuencia por las empresas grandes que por las PYMES.

Presupuesto específico. Son algo menos de la mitad las empresas que indican tener un presupuesto específico destinado al área de sostenibilidad y/o para acciones concretas en el desarrollo del plan de sostenibilidad. En el 8% de las empresas ese presupuesto supera el 5% de la facturación de la entidad, mientras que en el 37% de las empresas ronda el 1%.

En este campo cabe señalar las recomendaciones siguientes:

R4

Avanzar en el desarrollo de actuaciones proactivas y no solo reactivas en materia de sostenibilidad. Incidir en el re-diseño de la estructura y la gobernanza y recursos de la empresa de forma que se garantice la realización de las políticas de sostenibilidad.

R5

Implicación y compromiso del comité de dirección y los niveles más elevados del gobierno de la empresa en los principios y políticas de la sostenibilidad.



6.3.

SOSTENIBILIDAD EN LOS DIFERENTES ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

Sostenibilidad en la innovación. Ocho de cada diez empresas realizan innovación con atributos sostenibles, siendo la opción mayoritaria la incorporación de criterios de sostenibilidad en los procesos de innovación de la empresa, y, en segundo lugar, los productos o servicios innovadores que parten desde una perspectiva sostenible

Sostenibilidad en la relación con proveedores y clientes. El 41% realiza acciones con clientes en materia de sostenibilidad, de concienciación (46%), innovación responsable conjunta (38%) y solo el 4%, respectivamente, en acción social y voluntariado y publicidad responsable con clientes, aunque aquí destacan las pymes (8%)

Sostenibilidad en la gestión medioambiental. Las diferencias en esa gestión por tamaño presentan datos de interés. Las PYMES presentan con mayor frecuencia temas como gestión y minimización del uso de recursos naturales, embalajes o ecodiseño mientras que las grandes incluyen con mayor frecuencia la reducción y compensación de emisiones de gases. Parece por tanto que medio ambiente en pymes se relaciona con eficiencia (de recursos, de energía, gestión residuos, ecodiseño)

Sostenibilidad en la gestión de personas. Las grandes empresas incluyen mayor número de aspectos que las pequeñas en esta cuestión y ofrecen una mayor ventaja en cuestiones como evaluación de desempeño, respeto a la negociación colectiva y políticas contra el acoso sexual y por razón de sexo que contengan mecanismos y procesos de denuncia y procedimientos disciplinarios. Las pymes, por su parte, mencionan la igualdad, diversidad y no discriminación con mayor frecuencia que las grandes e incluyen, también de manera ligeramente superior a las grandes, cuestiones sobre maternidad, paternidad y permisos familiares más allá de las disposiciones legales en el régimen regulatorio donde opera la empresa.

Voluntariado, cooperación y acción social. El voluntariado corporativo parece ser la opción mayoritaria entre las grandes empresas, mientras que prima la iniciativa de los empleados y la existencia de un comité de voluntariado entre las pymes. Cuatro de cada diez empresas cuentan con un plan de acción social, de las cuales, la mitad (50%) lo tienen alineado con la estrategia de negocio, con los objetivos, las acciones de seguimiento e indicadores de medición, el impacto y el retorno. En general, más de la mitad realizan acción social sin planes y de manera puntual.

Información pública. El 37% de las empresas no presenta un informe de sostenibilidad o RS, aunque el 17% informa a través de página web, redes sociales u otros.

Teniendo en cuenta estos resultados, logros y retos cabe señalar las siguientes recomendaciones:

R6

Alinear las diferentes áreas funcionales y prácticas del modelo de negocio con las políticas y estrategias de la empresa en materia de sostenibilidad.

R7

Planificar e implementar de forma sistemática actuaciones centrales en cada uno de los ámbitos centrales de las empresas integradas en su modelo de negocio.

R8

Promover una aproximación más proactiva para abordar los retos y exigencias de la sostenibilidad, buscando que el cumplimiento de la legislación y la normativa suponga una ventaja competitiva para la empresa.

R9

Incluir en el cuadro de mando indicadores relativos a la sostenibilidad en las diferentes áreas de actuación de la empresa y utilizar esos indicadores como inputs relevantes en la gestión operativa.

R10

Potenciar y cuidar la transparencia en la comunicación de los resultados de la evaluación y en la información a la sociedad.



6.4.

SITUACIÓN ACTUAL Y RETOS DE FUTURO

Motivos para incorporar criterios de sostenibilidad. Ocho de cada diez empresas indican como su principal motivación para incorporar criterios de sostenibilidad en su organización la convicción propia o compromiso. Le sigue la reputación de la entidad y/o sus productos y servicios que lo mencionan siete de cada diez, lejos de las demandas de clientes (27%) y la presión del mercado, que sí parecen sentir en mayor medida las grandes (24%, respecto a los mercados y 36%, a demanda de clientes)

Situación generada por la pandemia. Un buen número de empresas indica que ha impulsado un mayor compromiso de la organización con la sostenibilidad (46%), frente al 22% que han pospuesto decisiones en sostenibilidad, obligando a centrar esfuerzos en los aspectos esenciales de la empresa. Entre otros impactos, la COVID-19 ha acelerado los procesos de digitalización (88%) y mayor flexibilidad en la organización de personas (73%). Solo para un 20% ha impactado en la relación con su cadena de suministro, y un 5%, dice que no ha tenido impacto.

Herramientas de impulso a la sostenibilidad. Entre las herramientas de impulso a la sostenibilidad destaca especialmente la formación, con más de 90%, “on line” o presencial. Le siguen el ‘networking’ y los foros y conferencias, que suman un 83% y las políticas públicas de fomento con subvenciones, que suponen el 37% de las respuestas. La formación y sensibilización a nivel regional supondría el 58%.

R11

Definir los valores y motivos que inspiran las políticas de la empresa en materia de sostenibilidad y cuidar su conocimiento por los miembros de la empresa y su aplicación

R12

Identificar los recursos y las barreras que inciden sobre las actuaciones en materia de sostenibilidad con el fin de diseñar, implementar y evaluar actuaciones eficaces con impactos positivos en la sostenibilidad de la empresa y su entorno.

6.5.

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

Es importante valorar “radiografía y el pulso” que nos ofrece en este informe. Se identifican los **principales aspectos y facetas de la sostenibilidad** en las empresas y por ello, los apartados y contenidos del **informe en su conjunto, puede utilizarse como la base para realizar un chequeo o diagnóstico y plantear una hoja de ruta que permita a las empresas avanzar en sus actuaciones y compromiso, también realizaciones relativas a la sostenibilidad.**

Este informe ofrece los resultados de un **análisis graduado y con diferentes peldaños de progreso en cada aspecto considerado.** Su riqueza informativa es una importante herramienta de estímulo y progreso. Por una parte, se resaltan los logros, por iniciales que sean, y también se indica lo que se puede llegar a conseguir. Además, **existen empresas en los diferentes escalones de desarrollo y ello ha de verse como una invitación a avanzar y progresar,** tomando esos distintos escalones como un indicador que nos permite constatar los avances realizados y los logros conseguidos al tiempo que se identifican los próximos pasos y se vislumbran los niveles óptimos en cada una de las cuestiones analizadas.



Consideradas en su conjunto, el colectivo de empresas estudiadas muestra unos registros muy positivos en sus **progresos y logros**. Ello representa un capital importante por la experiencia adquirida, la adaptación a los sectores y entorno y la capacidad de gestión tanto en las grandes empresas como en las PYMES. Vemos que hay empresas con niveles elevados y una conciencia clara de las respuestas que se han de dar en los aspectos de sostenibilidad. Hay otras empresas, también admirables, que se encuentran en un claro **camino de progreso estando actualmente situadas en niveles intermedios** de desarrollo, y con clara conciencia de lo que les queda por conseguir. Por último, hay **empresas que han avanzado todavía poco** en estos campos. Estas han mostrado, respondiendo a la encuesta con honestidad y sinceridad, su conciencia de atender a estas cuestiones alcanzado mayor claridad al reflexionar sobre ellas y reflejar su situación incipiente.

El informe también señala que **queda mucho por hacer**. Hay que conseguir que todas las empresas alcancen un nivel de compromiso y madurez en la sostenibilidad. Los directores y gerentes de empresas que lean este informe han de considerar los diferentes aspectos incluidos como elementos de una lista de comprobación que permita identificar donde tiene su empresa los retos principales en el proceso y contribuir a la sostenibilidad del entorno en términos económicos, ambientales y sociales.

Para estimular estos procesos proponemos que las dos instituciones que han promovido este informe **organicen y estimulen la realización de sesiones de trabajo, focus groups y seminarios con empresarios de la Comunidad Valenciana**. En ellos pueden analizar y debatir los retos y cuestiones más importantes para promover la sostenibilidad. La participación de expertos en esas sesiones puede ser un elemento de formación e información que proporcionar base experta y evidencia científica a las actuaciones que se consideren para mejorar la situación.





Es necesario tomar conciencia de que nuestro país, Europa y una gran parte del mundo están desarrollando, **directrices, normativas y legislación que va a requerir innovación y esfuerzo por parte de las empresas** para cumplir con las exigencias de respeto y conservación del medio ambiente, la solidaridad intergeneracional y el desarrollo de actuaciones que resulten sostenibles económica, ambiental y socialmente. **La exigencia de cumplimiento de esas normativas necesita un capital humano preparado y con capacidad de innovación (con frecuencia disruptiva)** dentro de la propia organización y en relación con los “partners” con los que se colabora en la cadena de valor y también en un entorno abierto y glo-cal (global+local). Las empresas que están realizando ya esfuerzos de adaptación a las diferentes guías, pactos, y buenas prácticas presentados en este informe, van a contar con una **ventaja competitiva y una preparación y buena forma indiscutibles para mantener su viabilidad y a ser posible liderazgo** en sus entornos, mercados, sectores, y territorios.

Lógicamente para avanzar en todos estos campos, es necesario **formación y atención a los ejemplos de las empresas más innovadoras y también a las experiencias exitosas** para aprender de ellas, respondiendo a las demandas y retos que cada empresa tenga planteados en su entorno.

Conviene tomar en consideración que **Europa ha tomado opción decidida ante la pandemia** de promover, impulsar y acelerar la recuperación, resiliencia y transformación mediante los **programas de Next generation**. Las empresas, también las de la Comunidad Valenciana, tienen que participar de esos recursos para contribuir a los objetivos de una **Europa más verde, más digitalizada, más cohesionada e integrada** y por lo tanto con mayor equidad y evitando las brechas de modo que nadie se quede atrás. Muchos de esos procesos si no se hacen bien pueden profundizar brechas que ya existen. Por ello, uno de los aspectos de los programas de **Next generation es promover la cohesión y la integración respetando la diversidad equidad e inclusión.**

Es importante adoptar un **enfoque de innovación de sistemas**. La economía en rápido movimiento hace que mantener a flote nuestras empresas sea cada vez más difícil. En cuanto gestionamos una crisis, aparece otra. Digitalización, nuevas generaciones de trabajadores, nuevas regulaciones, nueva competencia, agitación política, Inteligencia Artificial, Industria 4.0, Blockchain, economía colaborativa, economía circular, productos sustitutos, etc. Las olas de disrupción vienen cada vez más rápido y cambian la forma en que trabajamos, cómo se generan los beneficios y el tipo de alianzas y competencia.

Teniendo en cuenta que con frecuencia los retos de mercado son globales, es necesario una transformación del sistema, un cambio sistémico del modelo empresarial. Un nuevo enfoque de cara a la supervivencia para buscar nuevas oportunidades importantes para el crecimiento y para detectar y ampliar, la ventaja que inevitablemente surgirá como resultado de las disrupciones que reestructuren el panorama. Todos estos cambios requieren innovación, a veces, disruptiva y ello implica que quienes tienen la responsabilidad de dirigir la empresa han de tener capacidad de dar “golpes de timón” y cambios de rumbos en aspectos relevantes.

Si algo nos han enseñado los acontecimientos de estos dos últimos años es que no podemos prevenir (todos) los cambios, y por ellos es importante aprender a modular la incertidumbre, trabajar en entornos disruptivos, adelantarnos a las previsiones – los riesgos, los nuevos marcos regulatorios..., y hacer de cada nuevo reto una oportunidad.

Dice Larry Fink, CEO de Blackrock, en su carta a inversores de 2021 que:

“No existe ninguna compañía que no vaya a verse profundamente afectada por esta transición a una economía con cero emisiones netas de carbono, esto es, que no emita más dióxido de carbono del que elimina de la atmósfera para 2050, el umbral establecido por la esfera científica necesario para mantener el aumento del calentamiento mundial muy por debajo de los 2 °C. No existe tampoco ninguna compañía cuyo modelo de negocio no se haya visto profundamente afectado por el impacto de la COVID19. A medida que se acelera la transición, las empresas con una estrategia a largo plazo bien articulada y con un plan claro para abordar la transición hacia la economía con cero emisiones netas de carbono destacarán a ojos de sus clientes, de los reguladores, de sus empleados y de sus accionistas, al transmitir confianza en su capacidad para capear esta transformación a escala mundial. Sin embargo, las empresas que no se están preparando con la suficiente celeridad sufrirán una penalización en sus negocios y valoraciones, a medida que estas mismas partes interesadas dejarán de confiar en que estas empresas pueden adaptar sus modelos de negocio a los drásticos cambios que se avecinan.”

Este informe no es el final de un camino sino una expresión de compromiso de las instituciones que lo promueven, y las empresas que han participado en seguir trabajando para mejorar la situación en los ámbitos a su alcance.

Carlos Pascual y Fernando Ibáñez



La Cátedra de Cultura Empresarial ha contado con el patrocinio de la Fundación Bancaria “la Caixa” y gracias al mismo ha podido realizar este estudio

OBJETIVOS Y METAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





CÀTEDRA DE
CULTURA EMPRESARIAL
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Air Nostrum
Avanza Urbana
B·Libe
Balearia
Bonet & Rubio Abogados
Broseta Abogados
Cámara Oficial de Comercio,
Industria y Navegación de Valencia
Coca-Cola European Partners
Compañía Europea de Gestores de
Incentivos
Confederación Empresarial de la
Comunidad Valenciana
Consum
Corvan Rh ETT
Dacsa
Emivasa
Femeval
Fundación Banco Sabadell
Fundación Instituto Valenciano de
Oncología IVO
Fundación Vicky Foods
Galvanizadora Valenciana
Germanía
Grupo Ática
Grupo Aza Valencia
Grupo Bertolín
Grupo Dominguis
Grupo Segura
Helados Estiu
Jeanología
KM 0 Hub Innovación
Libertas 7
Manantiales Del Portell
Masymas
Mercadona
Nunsys
Pavasal
Pinturas Isaval
Realzia
Ribera Salud
RNB
S2 Grupo
Stadler Rail Valencia
Tecnidex
Tiba
Umivale
Xiob Grup
Zubi Labs
Zumex

CE/R+S

CLUB DE EMPRESAS
RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

AGC Flat Glass Ibérica SA
Almacenes Lázaro
Alpesa
Baux
Broseta Abogados
Caixa Popular
Chovi
Colisée
Consum
Cubierta Solar
El Corte Inglés
Ética
Exkal
Foodiverse
Geocivil
Grupo Bertolín
Grupo Eulen
Grupo Gimeno
Grupo Marjal
Hidraqua
Hinojosa
IVI RMA
Ribera Salud
RNB
Royo Group
Simetría
Suavinex
Triangle
Unimat Prevención
Velarte
Zubi Labs



