

PROGRAMA DE ACCIÓN Y MEJORA

Plan de acción para la Integración de
ODS en las PYME

PLAN DE ACCIÓN ODS-PYME

INFORME DE RESULTADOS

2024

CONSEJO DE CÁMARAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA
Noviembre de 2024

IMPORTANTE: NO imprimir si no es necesario. En el caso de que se decida su impresión, asegurarse de hacerlo a doble cara y sobre papel reciclado.

Índice

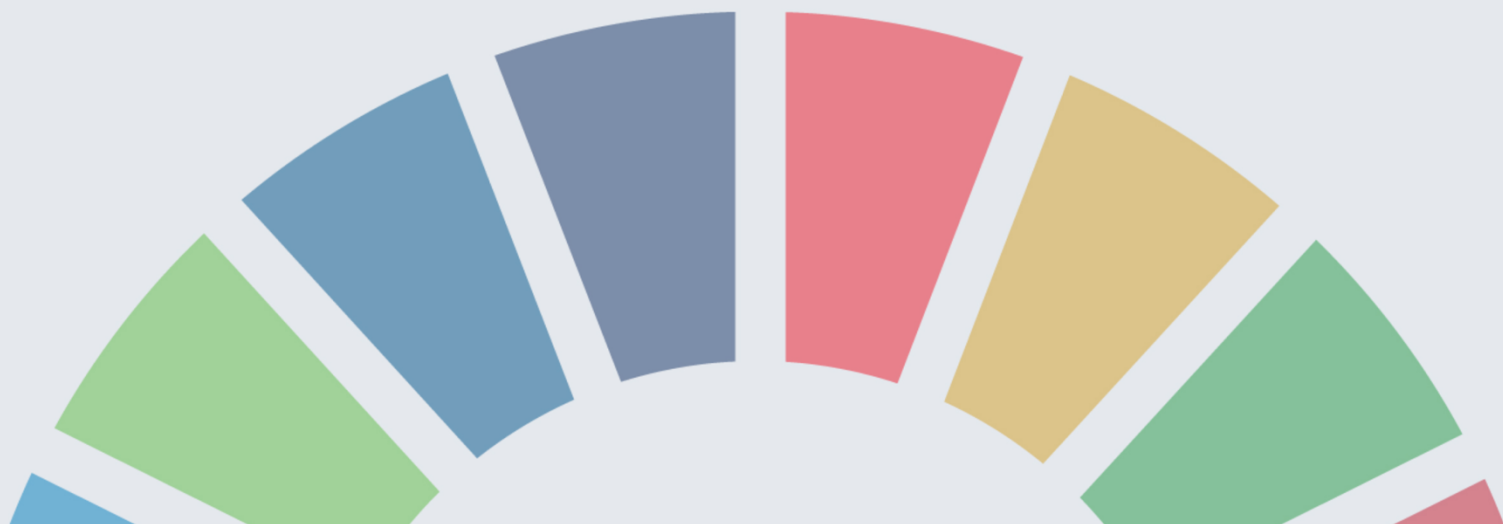
1.	Introducción.....	5
2.	Datos generales.....	9
3.	Resultados.....	12
4.	Consultas.....	61

Valencia a 25 de noviembre de 2024

1. Introducción

Los ODS y la Agenda 2030

OBJETIVOS  **S DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**



1. Introducción.

Los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, se adoptaron por todos los Estados Miembros de **Naciones Unidas** en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.

Este período de 15 años, que empieza en 2015 y finaliza en 2030 es lo que se denomina la **Agenda 2030**.

Como dice la propia UN *...esta nueva agenda tiene por objeto abordar los problemas actuales y futuros. La creciente desigualdad mundial, el aumento de la exposición a los peligros naturales, la rápida urbanización, los nuevos modelos de migración y el consumo excesivo por algunos de energía y recursos naturales amenazan con elevar el riesgo de desastres a niveles peligrosos, con efectos sistémicos a nivel mundial... la agenda para el desarrollo después de 2015 trazará el rumbo de las iniciativas de desarrollo, para los próximos 15 años y años posteriores, hacia la erradicación de la pobreza y el desarrollo sostenible en sus dimensiones social, económica y ambiental. Será una agenda destinada a mejorar la vida de las personas y asegurar el ejercicio de sus derechos humanos, en plena armonía con la naturaleza...*

El 25 de septiembre de 2015, todos los países miembros de UN aprueban la **AGENDA 2030 PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE** comprometiéndose a trabajar en una serie de esferas que se consideran de importancia crítica para la humanidad y el planeta:

- **Las personas:** poner fin a la pobreza y el hambre y que todos los seres humanos puedan desarrollarse en igualdad, con dignidad y en un medio ambiente saludable.
- **El planeta:** proteger el planeta contra la degradación.
- **La prosperidad:** que todos los seres humanos puedan disfrutar de una vida próspera.
- **La paz:** propiciar sociedades justas e inclusivas, libres del temor y la violencia.
- **Las alianzas:** crear una Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible



Se establecen **17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)** y **169 metas**, para cuya redacción intervinieron gobiernos y organizaciones no gubernamentales, en lo que se denominó el Grupo de Trabajo Abierto, entrando en vigor el 1 de enero de 2016.

Naciones Unidas, en su resolución de aprobación de la Agenda 2030, reconoce la importancia de la participación e implicación de **todos los agentes sociales** en su consecución. En primer lugar, países, ya que cada país es *responsable de su propio desarrollo económico y social*...Será necesaria y fundamental la financiación pública, nacional e internacional. Además, se reconoce la importancia del sector privado ... **desde las microempresas y las cooperativas hasta las multinacionales, y la función de las organizaciones de la sociedad civil y las organizaciones filantrópicas.**

En este sentido, no todas las empresas pueden influir de forma igualitaria sobre todos los ODS. Tampoco los recursos son ilimitados. Por ello, tanto desde Naciones Unidas como desde el Pacto Mundial, se recomienda que las empresas prioricen en sus líneas de actuación y seleccionen aquellos ODS sobre los que van a trabajar, contribuyendo de una forma eficaz a los ODS seleccionados.

Desde el **Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana**, con la colaboración de la **Conselleria de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica**, se han seleccionado 5 ODS con un marcado carácter empresarial y ambiental, con el fin de diagnosticar el grado de implicación de las pequeñas y medianas empresas de la Comunitat Valenciana en su cumplimiento poder realizar un Plan de Acción y Mejora (PAM) personalizado para cada empresa participante.

Tanto el diagnóstico como la formulación del Plan de Acción y Mejora se han realizado mediante la aplicación asistida por expertos de una herramienta informática desarrollada para estos 5 ODS, que permite realizar tanto el diagnóstico, como aportar una serie de recomendaciones que ayuden a las PYME a iniciar o potenciar su implicación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y en el cumplimiento de la Agenda 2030.

Los ODS seleccionados y sobre los que se trabaja en Plan de Acción y Mejora son:



El diagnóstico contiene los siguientes apartados:

- **Datos Generales:** incluyendo los datos generales sobre las empresas participantes. Estos datos permiten tanto identificar a las empresas participantes, como introducir datos que luego permitan realizar filtros para diagnosticar el grado de compromiso y de implantación de los ODS tanto a nivel global (Comunitat Valenciana), como por zonas (Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana, provincias), como por tipo de empresa (tamaño, número de trabajadores) o por sectores.

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible:** se incluyen cuestiones relacionadas con los ODS seleccionados en esta etapa del proyecto (ODS 6, 7, 9, 12, 13). Las preguntas van encaminadas principalmente a la posterior formulación de recomendaciones para la contribución de las empresas a los distintos ODS mediante acciones concretas que puedan implantar.

El diagnóstico cuenta con 98 preguntas referentes a los distintos ODS seleccionados, además de los datos generales de la empresa.

Como consecuencia del diagnóstico, se han formulado recomendaciones para cada una de las empresas participantes.

A continuación, se incluyen los resultados obtenidos de la realización del diagnóstico de situación de la PYME en base a los ODS 6, 7, 9, 12 y 13 a las empresas participantes en el año 2024.

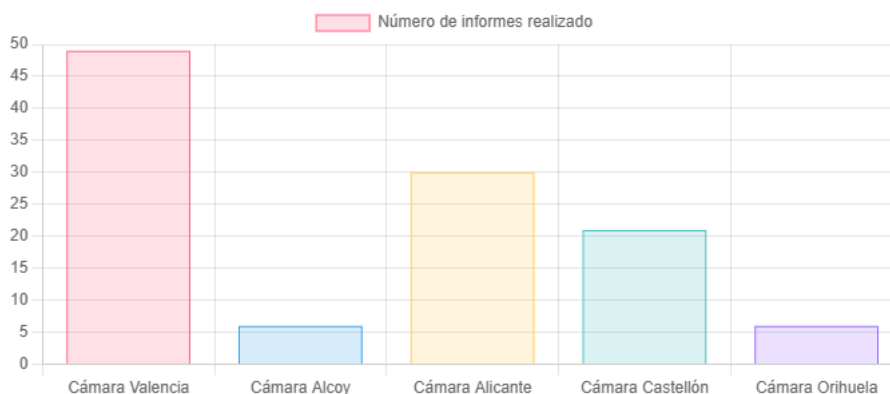
La herramienta informática diseñada permitía también el registro de **consultas** realizadas a cada una de las Cámaras. En el presente informe se incluye también el análisis de las consultas realizadas hasta noviembre de 2024.

2. Datos generales

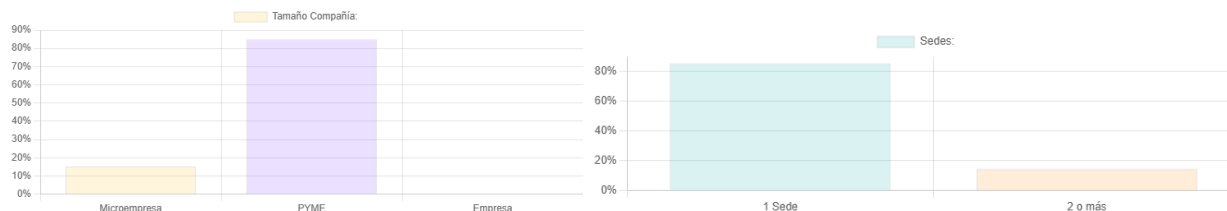
2. Datos generales.

En la primera edición del proyecto han participado un total de 55 empresas, distribuidas de forma desigual entre las diferentes Cámaras de la Comunitat Valenciana (Cámara Alcoy 3, Cámara Alicante 15, Cámara Castellón 10, Cámara Orihuela 3 y Cámara Valencia 24).

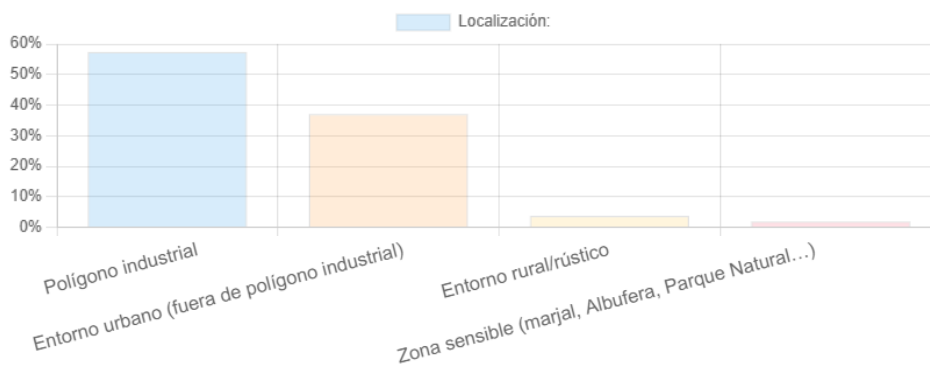
La distribución por provincias ha sido la siguiente: Alicante 21 empresas, Castellón 10 empresas y Valencia 24 empresas.



En cuanto al tamaño de las empresas participantes, no hay ninguna gran empresa, predominando las PYME con cuarenta y cinco (45), siendo el resto microempresas (10). De entre ellas, sólo (8) tienen más de una sede y el resto (47) sólo una.



En cuanto a la localización, observamos una cierta disparidad, ya que, aunque predomine la localización en polígono industrial con treinta y una empresas (31), veinte (20) están en entorno urbano, dos (2) en entorno rústico y una (1) en zona sensible.

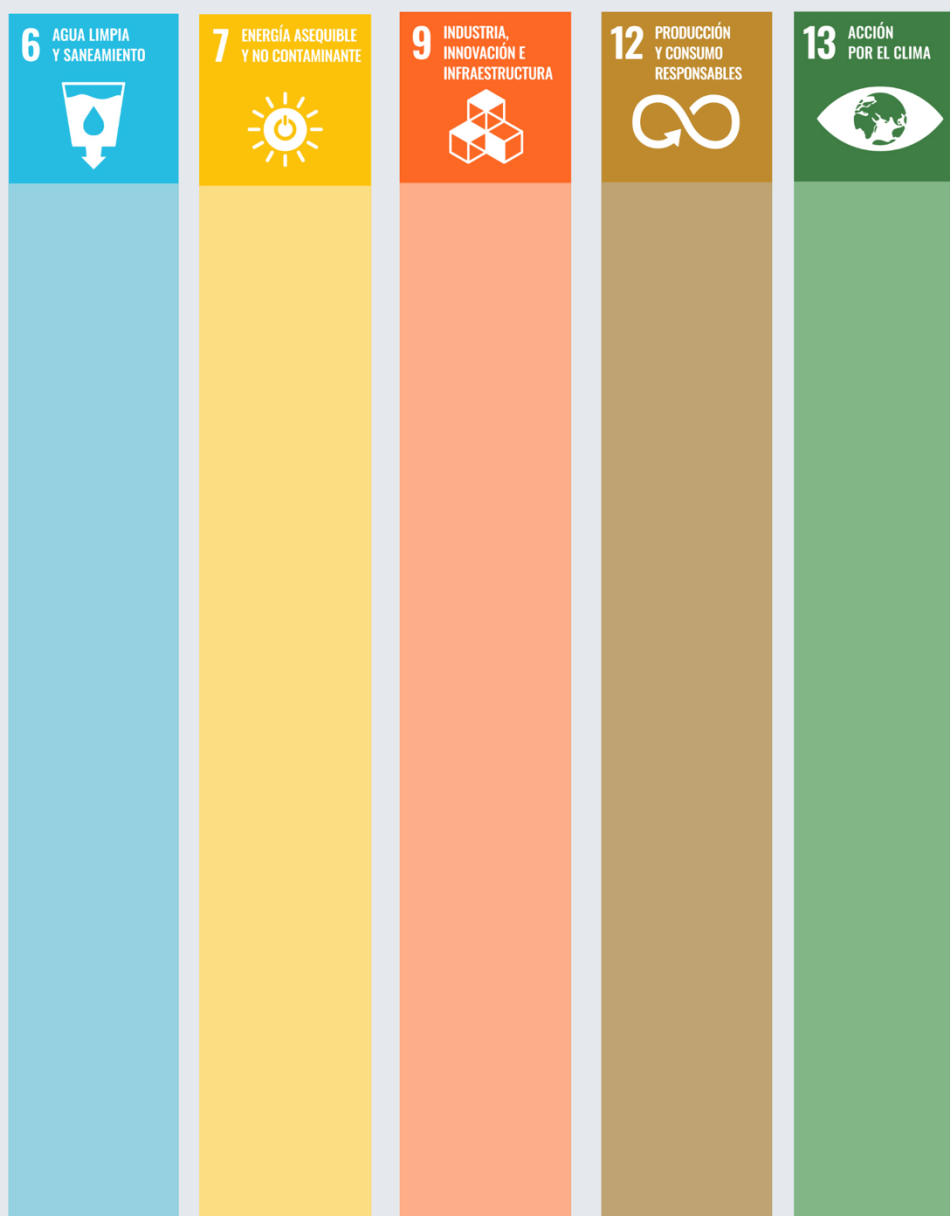


La tipología de empresas es muy variada. Podemos realizar una agrupación de las empresas participantes en los siguientes grupos según los CNAE declarados:

- Alimentación: 1032, 1039, 1083, 1084, 1102,
- Producción Textil: 1310, 1392
- Ganadería: 15110
- Fabricación en Madera/mueble: 1623, 1624, 1629, 3101, 3109
- Artes gráficas: 181, 1811, 1812
- Fabricación productos químicos y plástico: 2016, 2041, 2059, 2229
- Corte, tallado y acabado de la piedra: 2344, 2370
- Industria del metal: 2561, 2740
- Gestión de residuos: 3831
- Construcción: 4121
- Instalaciones: 4321
- Venta y reparación vehículos: 4511, 4520
- Comercio al por mayor: 4619, 4631, 4632, 4633, 4639, 4641, 4662, 4675, 4677
- Comercio al por menor: 4711, 4773
- Fabricación artículos acabados plásticos: 4822
- Transporte mercancías: 4941
- Hostelería y restauración: 5510, 5520, 5530, 5610
- Artes gráficas: 5914, 5915
- Servicios profesionales: 7022, 7112, 7120, 7410, 7990, 8122, 8211, 8431, 8690
- Enseñanza: 9339

Debido a la poca representatividad de las empresas por sectores, no se abordará en este primer análisis una evaluación de los resultados por los sectores identificados, pudiéndose abordar en un futuro cuando el número de empresas por sector sea superior.

3. Resultados



3. Resultados.

A continuación, se analizarán los resultados para los 5 ODS en las 55 empresas diagnosticadas. Durante el análisis se incorporará un sistema de evaluación de progreso visual en aquellos apartados en los que el punto tratado sea evaluable y aporte valor dicha evaluación. Para visualizar el progreso se utilizarán los siguientes iconos:



Grado de implantación/progreso MUY ALTO



Grado de implantación/progreso MEDIO – ALTO



Grado de implantación/progreso NORMAL



Grado de implantación/progreso MEDIO - BAJO



Grado de implantación/progreso MUY BAJO

Se observa, que durante la cumplimentación del diagnóstico algunas empresas optaron por considerar que algunas de las preguntas no les son de aplicación y, por lo tanto, no se rellenó en la plataforma informática. Es por ello que, en ocasiones, la base de cálculo de una respuesta en lugar de ser de 55 empresas (el total de participantes), para algunas respuestas es inferior, dependiendo del número de empresas que finalmente contestó a la pregunta en cuestión.

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO





COMPROMISO CON EL ODS 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

A nivel mundial son muchas las desigualdades derivadas del acceso al agua limpia y al saneamiento: se calcula que casi un tercio de la población mundial no tiene acceso a servicios de agua potable seguros y el 60 % no tiene acceso al saneamiento.

La falta de saneamiento es también un problema medioambiental: más del 80 % de las aguas residuales se vierten a ríos y mares sin tratamiento, contaminándolos.

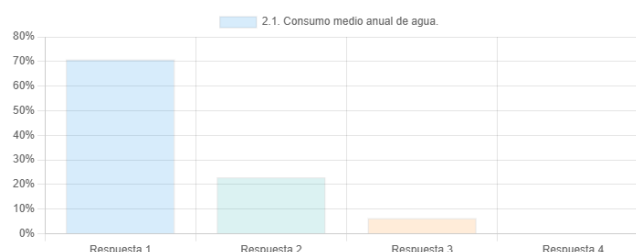
La Comunitat Valenciana cuenta con importantes redes de agua potable y saneamiento que garantizan el acceso universal al agua y su posterior tratamiento. Sin embargo, la concentración de la población en la franja costera hace que el agua sea un recurso escaso y que la prevención de la contaminación de suelos, ríos y acuíferos sea una acción prioritaria.

Las empresas, independientemente de su tamaño, consumen agua para el desarrollo de su actividad, siendo potenciales contaminadores de las mismas, necesitando en muchas ocasiones contar con sistemas de tratamiento de aguas residuales previo a su vertido a redes de alcantarillado o cauce público.

El cuestionario del ODS 6 pretende conocer la gestión del agua de las empresas participantes, con el fin de proponer mejoras que contribuyan a las metas de este objetivo.

Las empresas participantes tienen un **consumo de agua** inferior a 1000 m³ anuales en el 70.8 % de los casos, superando los 10.000 m³ de consumo anual sólo el 3 %, tratándose por tanto de una muestra de empresas cuyo consumo no es muy alto.

	Recuento	Porcentaje
Inferior a 1.000 m ³	34	70.8%
Entre 1.001 y 10.000 m ³	11	22.9%
Entre 10.001 y 50.000 m ³	3	6.3%
Superior a 50.001 m ³	0	0.0%

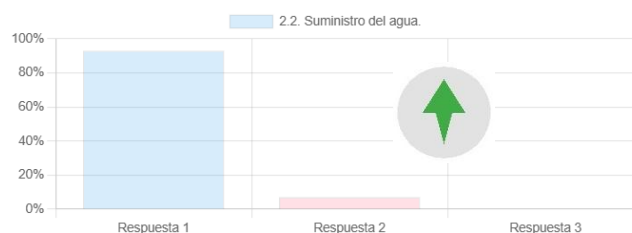


No existe un límite mínimo que pueda marcar si una empresa consume mucha o poca agua. Todos los consumos, por pequeños que estos sean, se deben de considerar importantes. Además, el consumo de agua siempre es relativo según la actividad de la empresa. Así, hay actividades que necesitan de un mayor consumo, mientras que otras no gastan apenas agua. Será muy difícil encontrar una actividad empresarial sin consumo de agua: siempre que tenga algún trabajador, tendrá necesidad de consumir agua.

La **fuerza de suministro de agua** El tipo de suministro de agua puede variar de unas empresas a otras, generalmente relacionado con la ubicación de la empresa y el acceso a infraestructuras. En todos los casos es necesario cuantificar el volumen de agua consumido mediante sistemas de medición (contadores) y abonar el correspondiente canon de saneamiento, por lo que es interesante que las empresas se conecten a la red de suministro de agua potable. En este sentido, observamos que el 93% de las empresas, es decir, la gran mayoría, están conectadas a la red de agua potable. Este dato varía sensiblemente si hacemos un análisis por provincias

(95 % en Alicante, 100 % en Castellón y el 88 % en Valencia). El resto de empresas cuentan con suministro de agua de pozo.

	Recuento	Porcentaje
Red	53	93.0%
Pozo	4	7.0%
Otro (indicar)	0	0.0%



A pesar de ello, la siguiente tabla indica que las empresas ven necesario realizar un **acondicionamiento del agua potable**, hasta en el 32,7 % de los casos. Esto nos indica que el agua potable de red no cumple los requisitos necesarios para estas empresas.

	Recuento	Porcentaje
Sí	18	32.7%
No	37	67.3%

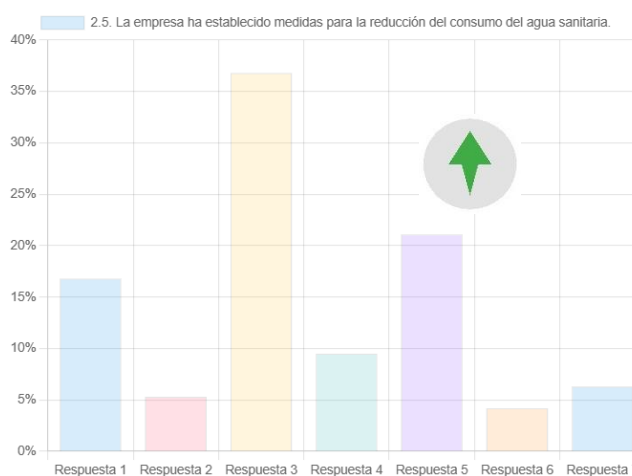


Como se ha indicado con anterioridad, el acondicionamiento del agua para suministro doméstico, para proceso o incluso para producto será necesario siempre que la calidad del agua de suministro así lo determine. En el caso de agua de pozo, es necesario en todos los casos para el suministro a trabajadores y/o clientes.

Las empresas que necesitan acondicionar el agua para poder utilizarla en sus instalaciones realizan en primer lugar operación de **descalcificación** en el 33,3% % de los casos, lo que nos da una idea de la dureza del agua de red.

Continuando con el agua sanitaria, se ha analizado el **número de empresas que han implantado medidas de reducción** del consumo de agua sanitaria, encontrando que sólo el 6 % de las empresas no han implantado alguna medida.

	Recuento	Porcentaje
Grifos con pulsador	16	16.8%
Grifos con sensor	5	5.3%
Cisternas de doble vaciado	35	36.8%
Lavavajillas en cocina/comedor	9	9.5%
Carteles de sensibilización	20	21.1%
Otros (indicar)	4	4.2%
No ha establecido medidas de reducción	6	6.3%



Entre las medidas implantadas, destacan las cisternas de doble descargas, los grifos con pulsador y los carteles de sensibilización.

En cuanto al agua que se suministra por parte de la empresa para el **consumo de los trabajadores** a través de fuentes de agua mediante ósmosis supone un 34 % de los casos, lo que unido al suministro de fuente mediante agua embotellada (28 %), pero de gran volumen, supone el 62 % de los casos, frente al 18 % que suministra el agua embotellada. La utilización de agua de red sin tratar o mediante cloración ronda el 10 % para cada caso. Estos valores nos indican la tendencia a la disminución de la generación de envases gracias a la incorporación de fuentes de ósmosis inversa, pero también indican claramente el rechazo mayoritario a la calidad del agua de red para el consumo de los trabajadores.

	Recuento	Porcentaje
Agua de red sin tratar	5	10.0%
Agua de red tratada (cloración)	5	10.0%
Agua embotellada	9	18.0%
Fuentes de agua embotellada	14	28.0%
Fuentes de agua tratada (ósmosis)	17	34.0%



El uso del agua en las empresas puede ser también para proceso o para incorporar al producto. La **utilización de agua en el proceso industrial** es una fuente importante de consumo de este recurso, por lo que deberán tomarse medidas para su minimización y reciclaje siempre que sea posible. En ocasiones es viable sustituir procesos que utilizan agua por procesos en seco, aunque conlleve la generación de residuos, por lo que deberá evaluarse y determinar la solución idónea.

La incorporación de agua en el producto puede llegar a generar un consumo importante en el global de los consumos de la empresa, necesitándose una calidad de agua determinada, por lo que se acompaña habitualmente de sistemas de acondicionamiento de ésta. Estos sistemas suelen generar vertidos en los procesos de limpieza y regeneración de los equipos que tienen que controlarse y, en su caso, tratarse.

Es este sentido, entre las empresas encuestadas sólo el 17,6 % **incorpora agua al producto** y el 38,8 % **utiliza agua en sus procesos**.

En el caso de las **aguas residuales sanitarias**, el vertido a red de saneamiento hace que no sea necesario que la empresa trate esas aguas residuales, mientras que si vierte a cauce público o al mar sí que tiene que hacer un tratamiento biológico previo. Además, al ser los límites de vertido muy restrictivos en vertidos a cauce público y mar, el rendimiento de la depuradora que se instale tiene que ser muy alto.

Las **aguas sanitarias** se vierten principalmente a **redes de saneamiento**, en un 87,3 %, seguida por la gestión de las aguas a través de gestores autorizados y en menos del 2 % de los casos se vierten directamente a cauce público o al mar. La reutilización completa o parcial de las aguas sanitarias es muy escasa, tan sólo del 3,6 %

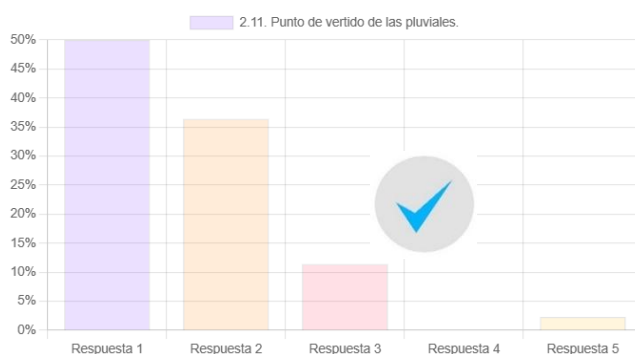
	Recuento	Porcentaje
Red de saneamiento	48	87.3%
Cauce público (indicar si acequia, barranco, río, subsuelo...)	1	1.8%
Mar	0	0.0%
Gestión de las aguas por gestores autorizados	4	7.3%
Reutilización (vertido cero)	1	1.8%
Reutilización parcial	1	1.8%



Dependiendo del punto de vertido, las empresas pueden verter sus aguas residuales con unas características u otras. Así, cuando el vertido es a una red de saneamiento, los parámetros de vertido son siempre menos restrictivos que cuando se vierte a cauce público o al mar, ya que se realizará un tratamiento posterior de esas aguas antes de su vertido definitivo.

Las aguas pluviales se están vertiendo en su mayor parte, el 50 %, de forma diferenciada a las aguas residuales, juntándose en un 36,4 % de los casos entre dos tipos de redes de recogida, pluviales y saneamiento. Tan sólo en un 2,3% de los casos son recogidas para su reutilización y en el 11,4 % van a cauce público o mar.

	Recuento	Porcentaje
Red de saneamiento diferenciada	22	50.0%
Red de saneamiento junto con aguas residuales	16	36.4%
Cauce público (indicar si acequia, barranco, río, subsuelo...)	5	11.4%
Mar	0	0.0%
Recogidas para su reutilización	1	2.3%

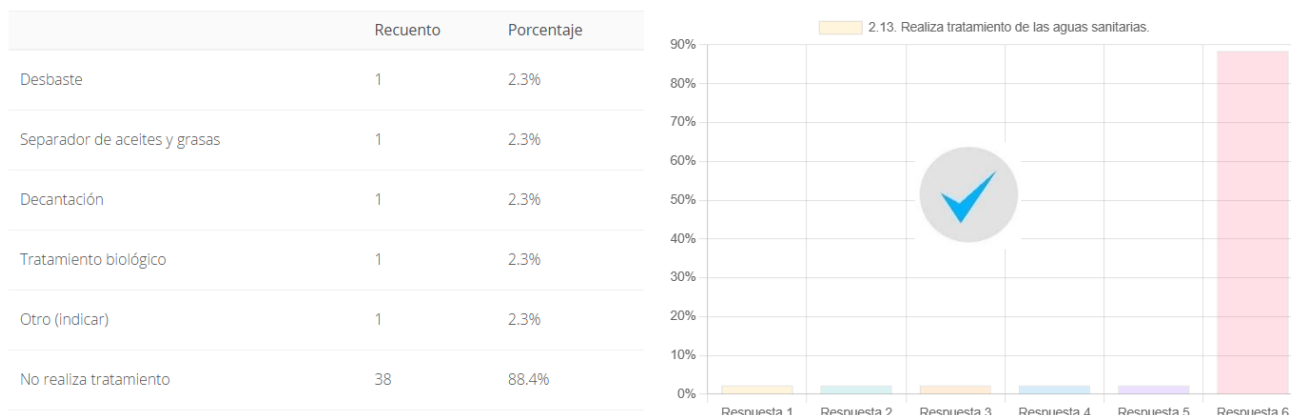


En el 88,9 % de los casos no se realiza ningún tipo de **pretratamiento de las aguas pluviales** previo a su vertido, algo que es habitual para la mayoría de los casos, siendo pocas las empresas obligadas por su proceso a instalar sistemas de desbaste, desarenador o separador de hidrocarburos. Esta necesidad viene determinada por las características de la empresa y la posibilidad de que se generen arrastres de sólidos (grandes y pequeños) y, sobre todo, aceites y grasas.

	Recuento	Porcentaje
Desbaste	0	0.0%
Separador de hidrocarburos	3	8.3%
Desarenador	0	0.0%
Otro (indicar)	1	2.8%
No realiza pretratamiento	32	88.9%

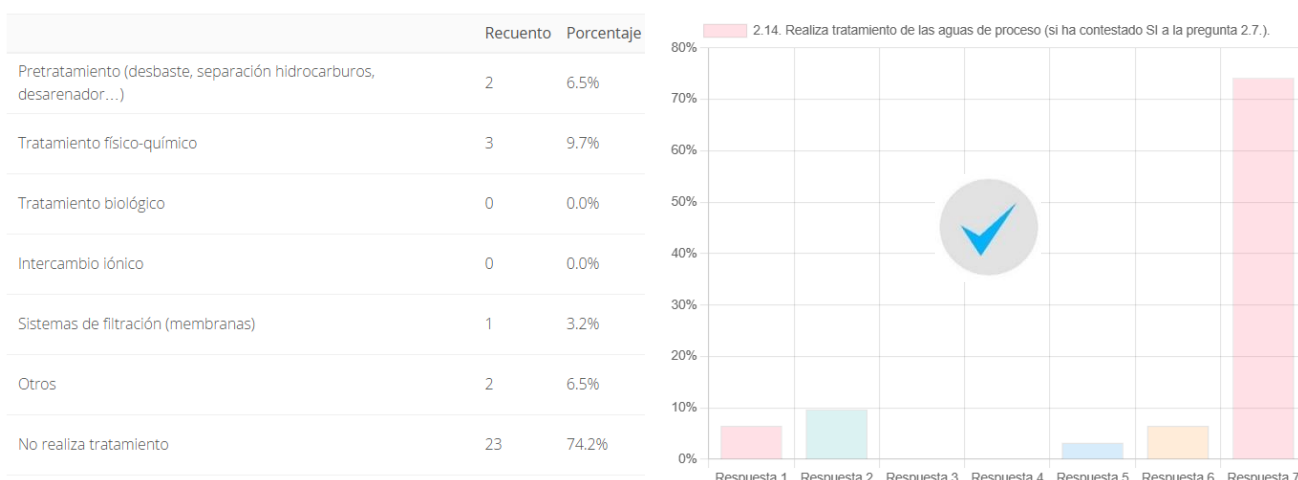


El **tratamiento en la propia empresa de las aguas sanitarias** previo a su vertido no es habitual en el caso de vertidos a redes de alcantarillado, pero sí que es necesario en el caso de vertidos a cauce público o al mar. Los sistemas de tratamiento son variados y dependen del rendimiento de depuración que se necesite, siendo lo más común la instalación de un sistema de desbaste seguido de un tratamiento biológico. Los controles de mantenimiento y rendimiento de la instalación deben ser continuos y vienen establecidos en la autorización de vertido otorgada por el organismo competente. No se realiza tratamiento previo a su vertido en el 88,4 % de los casos, algo que es habitual si su vertido es a la red de saneamiento, lo que concuerda con los datos anteriores. En todo caso, habría que valorar para cada empresa la idoneidad de realizar un pretratamiento previo al vertido a la red de saneamiento.



Las empresas que utilizan **agua en su proceso** suelen incorporar contaminantes a la misma. Estos contaminantes son distintos a los aportados en las aguas sanitarias, por lo que las depuradoras biológicas de los municipios a los que llegarán estas aguas no están capacitadas para su tratamiento. En ocasiones la llegada de estos contaminantes genera grandes problemas en las depuradoras urbanas, llegando a eliminar la flora bacteriana que realiza el tratamiento, con lo que afecta a todas las aguas residuales del municipio.

En el caso de las empresas que utilizan agua para su proceso, se ha analizado el **tipo de tratamiento que realizan al agua de vertido de proceso**, viéndose que el 74,2 % no realiza tratamiento, predominando los tratamientos físico-químicos y de membranas. Si bien no se puede concluir que sea necesario el tratamiento en aquellas empresas que no lo realizan, habría que trabajar en la línea de incrementar el número de tratamientos o pretratamientos para garantizar el funcionamiento de las depuradoras municipales.



El consumo de agua en proceso puede minimizarse considerablemente utilizando ciertas medidas de reducción, control y, en su caso, de recirculación o reciclaje del agua. En empresas cuyo consumo de agua es elevado, la introducción de medidas de este tipo puede generar un grado de ahorro muy alto que repercuta en un ahorro económico, tanto por el coste del agua como por el del canon de saneamiento. Se preguntó si se realiza algún tipo de **sistemas de reducción del consumo de aguas de proceso**, encontrando que las buenas prácticas predominan sobre otros sistemas y en el 68,8 % de los casos no se cuenta con ningún sistema de reducción de consumo.

	Recuento	Porcentaje
Caudalímetros	0	0.0%
Sistemas de enjuagues en cascada/contracorriente	2	10.5%
Sistemas de recuperación y reciclaje de aguas (indicar sistema, indicar porcentaje de agua reciclada)	2	10.5%
Sistemas en circuito cerrado	6	31.6%
Fomento de buenas prácticas entre el personal	5	26.3%
Otros (indicar)	3	15.8%
No cuenta con sistemas de reducción	1	5.3%



El **vertido de las aguas de proceso** es muy similar al de las aguas sanitarias. El 84,6 % vierte a red de saneamiento, si bien en este caso se incrementa el número de empresas que gestionan sus aguas a través de gestores autorizados (7,7%) y el reciclaje total o parcial de las aguas es también de un 7,7 %.

	Recuento	Porcentaje
Red de saneamiento	11	84.6%
Cauce público (indicar si acequia, barranco, río, subsuelo...)	0	0.0%
Mar	0	0.0%
Gestión de las aguas por gestores autorizados	1	7.7%
Reciclaje (vertido cero)	1	7.7%
Reciclaje parcial	0	0.0%



Los **controles analíticos de los vertidos** vienen establecidos en la autorización de vertido otorgada por el organismo competente a las empresas. No obstante, es recomendable la realización de analíticas con una periodicidad mayor a la exigida en las autorizaciones en aquellas empresas en las que los parámetros de vertido estén muy cerca de los límites establecidos, ya que de esta forma se detectará cualquier anomalía y se podrá actuar con rapidez en su resolución. No se realizan en el 71,4 % de los casos.

	Recuento	Porcentaje
Mensualmente/bimensualmente	2	4.8%
Trimestralmente/cuatrimstralmente	3	7.1%
Semestralmente/anualmente	7	16.7%
No se realizan	30	71.4%



El **cálculo de la Huella Hídrica** de una empresa permite tener un indicador del consumo de agua que realiza la entidad y preparar medidas y planes de acción para su reducción. Es importante que el cálculo de la Huella Hídrica se realice de forma ponderada, es decir, relacionándolo con algún índice de producción que permita evidenciar la evolución real de la empresa y la comparativa con empresas de su mismo sector. El 94,1 % de las empresas no han calculado su huella hídrica.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar resultado)	3	5.9%
No	48	94.1%



El **establecimiento de objetivos o programas de reducción del consumo de aguas** en aquellas empresas en las que el consumo de agua sea significativo, o los vertidos generados sean potencialmente contaminantes, es clave para la reducción de los consumos y la disminución de la carga contaminante. Las empresas pueden marcarse objetivos globales de reducción y metas particulares sobre las que trabajar, en proceso o en sensibilización, tal y como se ha visto en este diagnóstico. En este caso, el 74,1% de las empresas no han establecido programas ni objetivos de reducción de sus consumos.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar objetivo de reducción por unidad de producción)	14	25.9%
No	40	74.1%



La **participación en proyectos de ahorro o reciclaje de aguas** permite a las empresas innovar tanto en el aspecto ambiental como en el de procesos, ya que suelen ir ligados a mejoras productivas, tanto en eficiencia como en calidad de proceso o producto.

Consultadas las empresas por su implicación en proyectos relacionados con el agua o en proyectos de colaboración con la entidad local, en el primero de los casos el 82,7 % de las empresas indicó que no ha participado en ningún tipo de proyecto relacionado con el agua y el 90,4 % no ha colaborado con entidades locales en este campo.

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	8	15.4%
Proyectos nacionales (indicar)	1	1.9%
Proyectos internacionales (indicar)	0	0.0%
No ha participado	43	82.7%



	Recuento	Porcentaje
Si (indicar)	5	9.6%
No	47	90.4%



La comunicación es parte fundamental de la actividad de las empresas. Su razón de ser son los clientes, con los cuales deben comunicarse. Pero, además, son muchos otros los grupos de interés que interrelacionan con una empresa. Trabajadores, colaboradores, proveedores, administración, entidades bancarias, vecinos... La comunicación ambiental es ya una parte importante en las relaciones de las empresas con sus grupos de interés. Por ello, la comunicación referente al consumo, uso y tratamiento del agua pasa a ser un factor muy interesante. En cuanto a la **comunicación pública** referente a consumos y vertidos de la empresa, el 77,4 % manifiesta que no realiza ningún tipo de comunicación y tan sólo el 15,1 % sí que lo hace.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar periodicidad y medio de comunicación)	8	15.1%
No	41	77.4%
Está en proceso de implementario.	4	7.5%



7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE





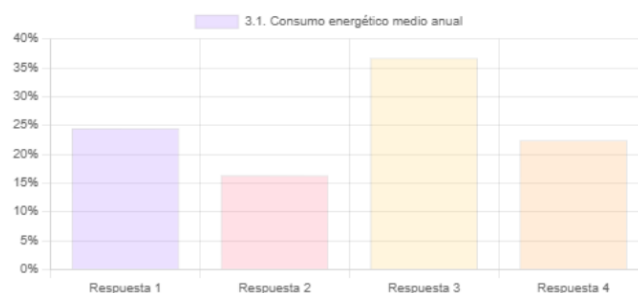
COMPROMISO CON EL ODS 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

El consumo energético se está manifestando como uno de los grandes problemas a nivel mundial con los acontecimientos de los últimos años. La transición hacia energías renovables es una realidad que se está viendo acelerada. Y las empresas son parte importante de esta transición energética. La adopción de medidas de eficiencia energética, con importantes ahorros económicos, y el cambio de las fuentes de energía van a ser acciones prioritarias en los próximos años. Y van a contar con importantes apoyos económicos de la Unión Europea.

El cuestionario del ODS 7 pretende conocer el grado en que las empresas participantes han implantado medidas para reducir y controlar su consumo energético, con el fin de proponer mejoras que contribuyan a las metas de este objetivo.

Las empresas participantes tienen un **consumo energético** muy repartido entre las tres franjas seleccionadas: un 24,5 % consumen menos de 5.000 kWh, el 16,3 % está entre los 5.000 y los 20.000 kWh, el 36,7 % está entre los 20.001 y los 150.000 kWh y el 22,4 % superan los 150.000 kWh. Se trata pues de una muestra de empresas bastante homogénea que nos permitirá conocer de una forma muy fiable el nivel de progreso de las empresas en este campo.

	Recuento	Porcentaje
Inferior a 5.000 kWh	12	24.5%
Entre 5.001 y 20.000 kWh	8	16.3%
Entre 20.001 y 150.000 kWh	18	36.7%
Superior a 150.001 kWh	11	22.4%



Existen diversas opciones para que las empresas obtengan energía. Las empresas pueden optar por un consumo tradicional a través de la red eléctrica o por obtenerla por fuentes menos convencionales, como una instalación de autoconsumo, propia o mancomunada. En otros casos, por la ubicación de la actividad, sin acceso a red eléctrica, el autoconsumo es necesario. Pero todavía está muy extendido que se trate de autoconsumo a través de equipos de generación de energía por combustión (grupos electrógenos), empezando a introducirse la energía fotovoltaica o la biomasa como fuentes alternativas.

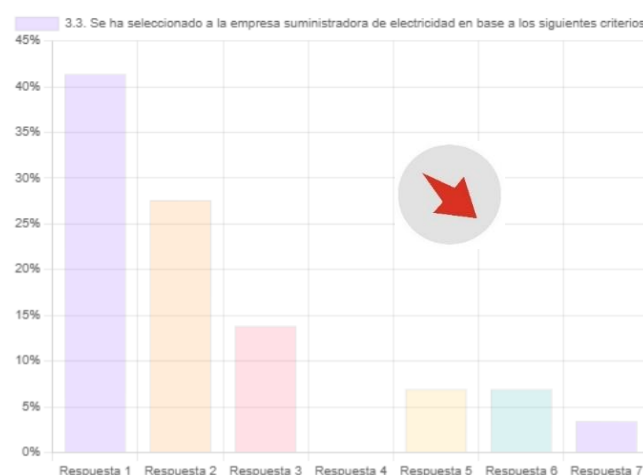
Las **fuentes de energía eléctrica** seleccionada por las empresas nos dan una idea del grado de implantación de las energías renovables. En este sentido, vemos que el 63,8 % de las empresas optan por suministro convencional a través de la red, mientras que el 32 % restante han optado por las energías renovables de una u otra forma, predominando las instalaciones de sistemas de autoconsumo energético.

	Recuento	Porcentaje
Red eléctrica	51	63.8%
Instalación autoconsumo	21	26.3%
Cooperativa eléctrica de autoconsumo (indicar nombre)	4	5.0%
Otro (indicar)	0	0.0%
Cooperativa eléctrica de autoconsumo o comunidad energética (indicar nombre).	0	0.0%
Energía renovable contratada a través de la red.	4	5.0%



Las alternativas de empresas suministradoras en el mercado son grandes. Las empresas pueden optar por una u otra empresa suministradora en base a criterios como el precio y/o la fuente de generación. En cuanto a los **criterios de selección de la empresa suministradora de energía eléctrica**, vemos que la prioridad es el precio del suministro (el 41,4 % de las empresas basan su selección en este factor), mientras que el 34,5 % de las empresas tienen en cuenta la fuente de suministro (energías renovables), en muchos casos con garantía de origen.

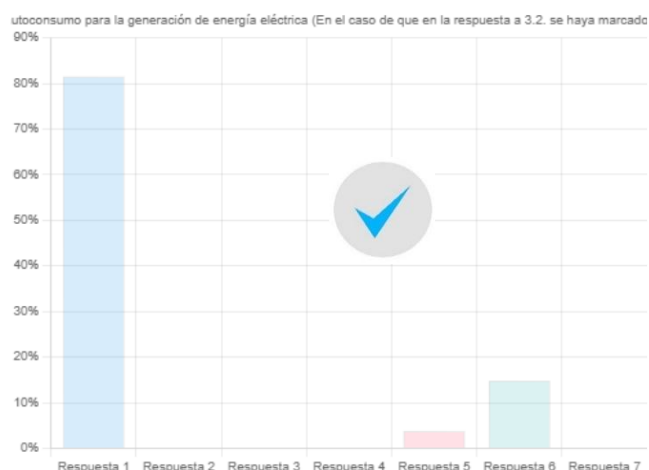
	Recuento	Porcentaje
Precio del suministro	12	41.4%
Fuente de generación de la energía	8	27.6%
Se dispone de garantía de origen de la energía eléctrica consumida.	4	13.8%
Otros (indicar)	0	0.0%
No se han establecido criterios de selección	2	6.9%
Garantía de origen de la energía eléctrica consumida.	2	6.9%
No se han establecido criterios de selección.	1	3.4%



La selección del **tipo de autoconsumo energético** puede variar dependiendo de la tipología de empresa, e incluso de su ubicación u orientación. Cualquiera de las alternativas seleccionadas será adecuada para incrementar la sostenibilidad de la empresa. La combinación de varias fuentes de generación eléctrica entre ellas puede ser viable, con lo que se optimiza la generación eléctrica aprovechando al máximo las fuentes de energía renovables disponibles para una actividad.

En el caso de las empresas que declaran que tienen **autoconsumo de energía eléctrica**, el 81,5 % lo hacen de energía fotovoltaica, es decir, por medio de instalación de placas solares, lo que confirma esta tecnología como la más extendida entre las empresas.

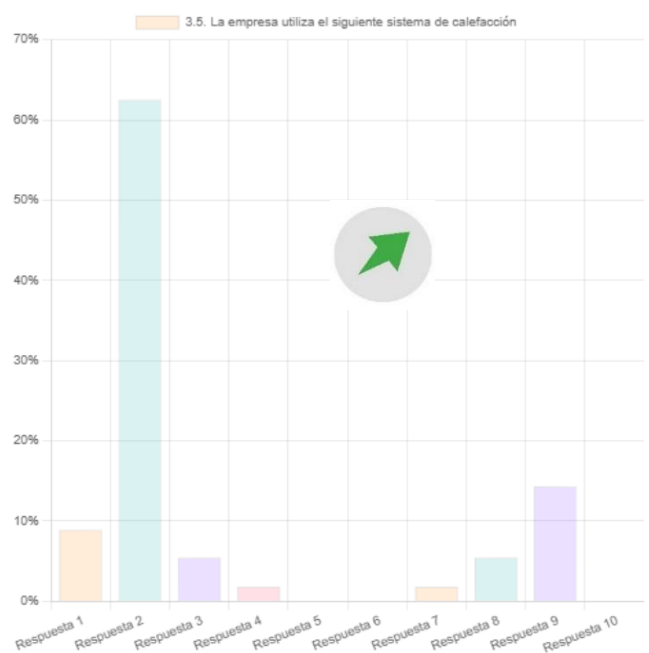
	Recuento	Porcentaje
Fotovoltaica	22	81.5%
Energía eólica	0	0.0%
Biocombustible (indicar)	0	0.0%
Cogeneración	0	0.0%
Hidroeléctrica	1	3.7%
Otro (indicar)	4	14.8%
Geotermia	0	0.0%



Mientras que para algunas empresas el **consumo energético en el sistema de calefacción** es un porcentaje muy pequeño dentro del consumo general de su actividad, para otras constituye una de las principales fuentes de necesidades energéticas. La selección adecuada del sistema de calefacción, dependiendo de la actividad y necesidades de la empresa, permitirá en todos los casos un ahorro energético y, por lo tanto, un ahorro económico. Esto hace que la sustitución de sistemas de calefacción tradicionales, por ejemplo, por bomba de calor, por otros de mayor rendimiento energético, como la aerotermia o la biomasa, se amorticen rápidamente. Las empresas pueden contar, además, con ayudas de las distintas administraciones para la sustitución de equipos antiguos por más eficientes o para la instalación de sistemas de calefacción más eficientes.

El **sistema de calefacción** utilizado por las empresas más común es la bomba de calor (62,5 %), frente al resto de sistemas. Teniendo en cuenta la alta eficiencia de las bombas de calor, el indicador no es malo, teniendo en cuenta que están seguidas por la biomasa con casi el 8 % de los casos. Un porcentaje muy alto lo presentan las calderas de gasóleo (6,3 %) por encima de las de gas y al nivel de los radiadores eléctricos.

	Recuento	Porcentaje
Radiadores eléctricos	5	8.9%
Bomba de calor	35	62.5%
Calderas de gas	3	5.4%
Calderas de gasóleo	1	1.8%
Geotermia	0	0.0%
Aerotermia	0	0.0%
Biomasa	1	1.8%
Otro (indicar)	3	5.4%
Ninguna de las anteriores	8	14.3%
Calefacción solar:	0	0.0%

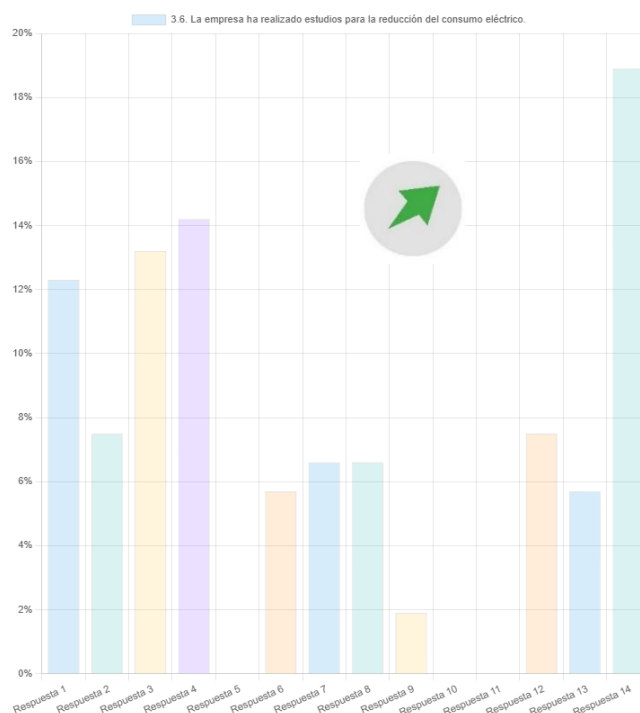


La reducción del consumo eléctrico, como hemos visto a lo largo de este informe, es un objetivo de alta rentabilidad ambiental y económica para las empresas. Para iniciar este proceso, es recomendable realizar estudios o proyectos que garanticen que el trabajo realizado sea el adecuado. Dependiendo del tamaño de la empresa y de sus consumos energéticos, pueden realizarse estudios sencillos, en algunos casos gratuitos, o proyectos más complejos que necesiten de un asesoramiento especializado.

Se han identificado una serie de posibilidades de mejora para las empresas para la reducción del consumo eléctrico. Desde estudios, políticas, sistemas de gestión o sensibilización de los trabajadores, hasta medidas de ahorro en climatización, proceso, aislamiento, oficina...

A continuación, se reflejan los resultados obtenidos en las empresas participantes. En primer lugar, en cuanto a **estudios o medidas generales**. Lo primero que nos encontramos es que sólo el 6,6 % de las empresas no ha realizado ningún tipo de estudios. Las principales recomendaciones vienen aportadas por el asesoramiento de las propias empresas suministradoras (15 %), seguidos por auditorías energéticas (12,3 %) y análisis de procesos (13,2 %). En este sentido, el 18,9 % realizan un monitoreo continuo del consumo energético.

	Recuento	Porcentaje
Auditoría energética	13	12.3%
Cuenta con una política energética.	8	7.5%
Se han analizado los procesos productivos para su optimización en base a la minimización del consumo eléctrico.	14	13.2%
Asesoramiento por empresas suministradoras	15	14.2%
Se ha implantación y certificado un sistema de gestión de la energía (ISO 50001)	0	0.0%
Cuenta con una metodología de adaptación o renovación del equipamiento e instalaciones para la mejora de la eficiencia energética.	6	5.7%
Imparte formación a los empleados relacionada con el consumo energético responsable.	7	6.6%
No ha realizado ningún estudio/acción	7	6.6%
Otros (indicar)	2	1.9%
Análisis de procesos productivos para optimizar el consumo eléctrico.	0	0.0%
Implantación y certificación de un sistema de gestión de la energía (ISO 50001).	0	0.0%
Adaptación o renovación de equipamiento e instalaciones para mejorar la eficiencia energética.	8	7.5%
Formación a los empleados sobre consumo energético responsable.	6	5.7%
Monitoreo continuo del consumo energético.	20	18.9%



El establecimiento de objetivos o programas de reducción del consumo energético permiten planificar de forma organizada, con plazos, responsables y recursos asignados, la transición hacia la sostenibilidad y la eficiencia energéticas. Consultadas las empresas sobre el establecimiento de objetivos o programas de reducción del consumo energético, encontramos que en su mayoría (55,8 %) no se marcan objetivos de reducción.

	Recuento	Porcentaje
Sí (indicar objetivo de reducción por unidad de producción)	23	44.2%
No	29	55.8%

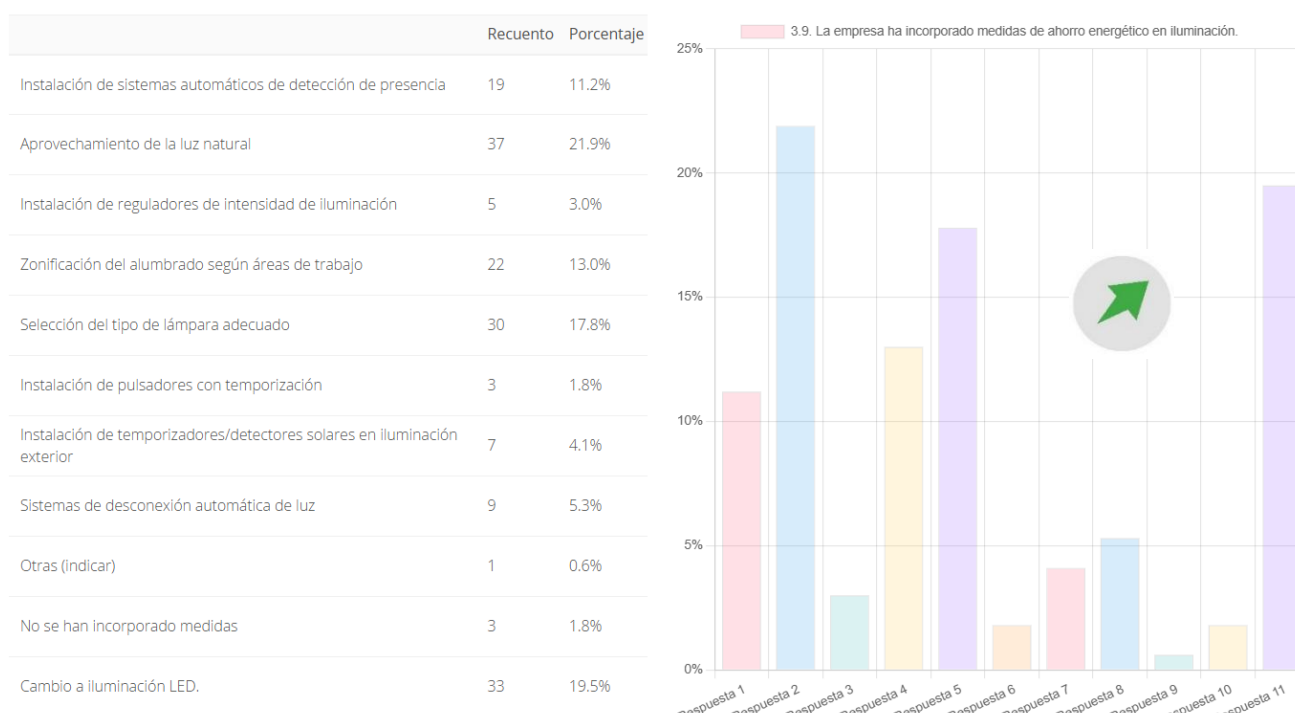


Un primer paso podría ser empezar por las propias instalaciones de la empresa. La **Calificación de Eficiencia Energética** de un Edificio permite asignar a cada edificio, o unidad independiente del mismo, una clasificación o etiqueta que da información sobre el consumo de energía y las emisiones de CO2 del mismo, clasificándolo dentro de una escala, siendo A el tipo más eficiente y bajando en eficiencia hasta los tipos F o G, menos eficientes energéticamente. En este sentido, el 83 % de las empresas desconoce la **calificación energética** de sus instalaciones y sólo un 6 % cuenta con instalaciones con calificación tipo A.



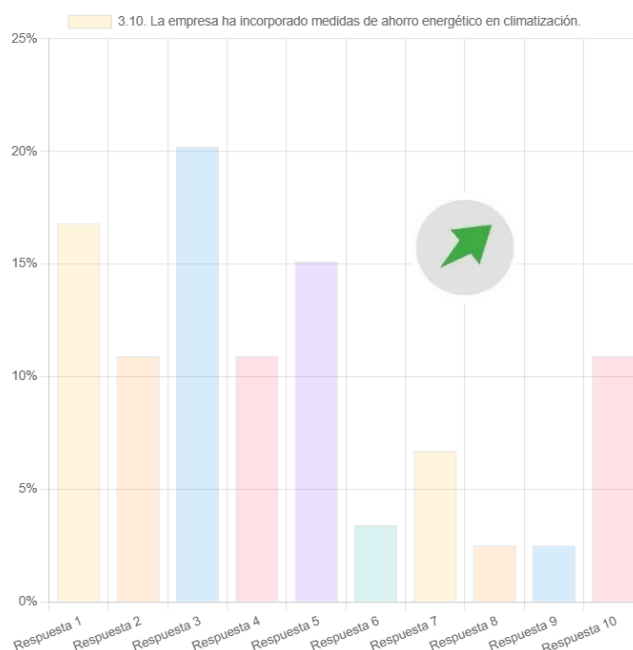
Los **ahorros en iluminación** son importantes en todo tipo de actividades (consiguiendo ahorros de hasta el 10 % en industrias), ya que el uso de luz artificial para realizar la actividad es en casi todos los casos necesaria, bien porque los trabajos se realicen por la noche, bien porque es necesario un apoyo a la luz natural. Pero en algunas actividades la iluminación puede incluso constituir el mayor consumo energético (más del 50 % en locales comerciales), por lo que incluir medidas de reducción o de optimización de la iluminación es crucial.

En cuanto a los **ahorros en iluminación**, prácticamente todas las empresas han incorporado medidas (no lo ha hecho el 1,8 %), pero el porcentaje de empresas que ha incorporado cada una de las medidas es pequeña. Destaca el aprovechamiento de la luz natural (21,9 %), el cambio a iluminación led (19,5 %) o la selección de la lámpara adecuada para cada instalación o estancia (17,8 %).



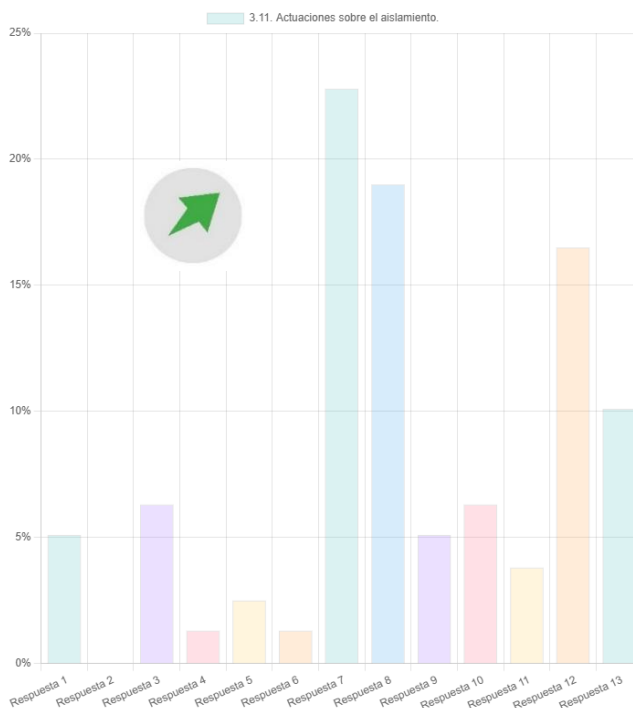
Las empresas han incorporado en su mayoría medidas de **ahorro en la climatización**. Sólo un 2,5 % no ha realizado ninguna acción y la mayoría pasa por la regulación de la temperatura en verano e invierno (20.2 %) e instalación sistemas eficientes de climatización (16,8 %).

	Recuento	Porcentaje
Instalación de sistemas eficientes de climatización	20	16.8%
Instalación de climatización por bomba de calor centralizado	13	10.9%
Regulación de las temperaturas máximas y mínimas de verano/invierno	24	20.2%
Se han instalado termostatos por zonas de trabajo	13	10.9%
Se utiliza ventilación natural forzada	18	15.1%
Se cuenta con un sistema de recuperación de calor residual	4	3.4%
Sistemas de desconexión automática de aire acondicionado	8	6.7%
Otras (indicar)	3	2.5%
No se han incorporado medidas	3	2.5%
Instalación de ventanas y puertas aislantes.	13	10.9%

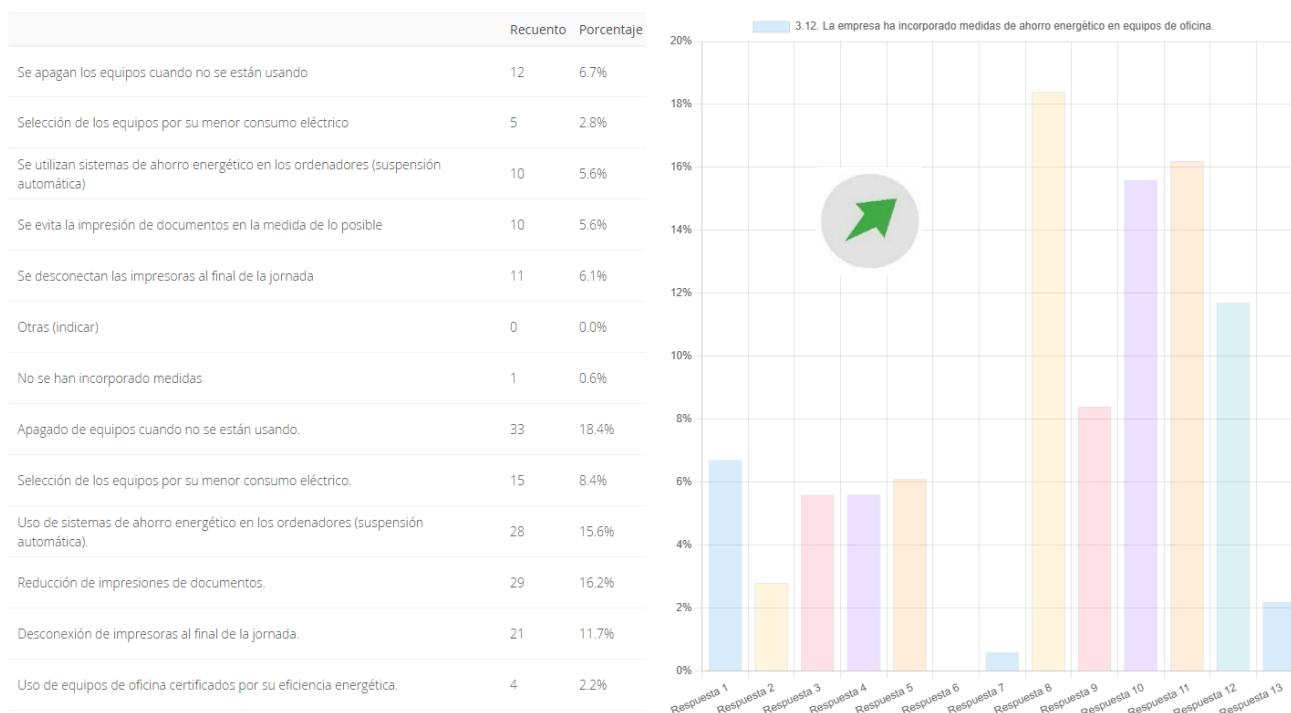


En una línea parecida están las actuaciones que las empresas han ejecutado en cuanto al **aislamiento**. Gran parte de la pérdida de eficiencia energética se debe al deficiente aislamiento de las instalaciones de las empresas. Al igual que en las viviendas, se están acometiendo importantes programas de rehabilitación energética para edificios, las empresas (oficinas, comercios, hostelería...) también deberían en muchos casos iniciar acciones de este tipo. Tan sólo el 22,8 % de las empresas no ha incorporado ninguna medida de aislamiento, destacando entre las medidas el aislamiento de muros y fachadas ((19 %) y la instalación de ventanas con etiquetado energético (16,5 %).

	Recuento	Porcentaje
La fachada y muros del edificio disponen de aislamiento térmico	4	5.1%
Las tuberías del edificio disponen de aislamiento térmico	0	0.0%
Se han instalado sistemas de cierre automático de puertas	5	6.3%
Se han instalado sistemas de cortinas de aire en puertas	1	1.3%
Las ventanas disponen de etiqueta energética	2	2.5%
Otras (indicar)	1	1.3%
No se han incorporado medidas de aislamiento	18	22.8%
Aislamiento térmico en la fachada y muros del edificio.	15	19.0%
Aislamiento térmico en las tuberías del edificio.	4	5.1%
Sistemas de cierre automático de puertas.	5	6.3%
Se han instalado sistemas de cortinas de aire en puertas.	3	3.8%
Ventanas con etiqueta energética.	13	16.5%
Mejoras en el aislamiento del techo y suelos.	8	10.1%



Las empresas tienen un gasto energético que en muchas ocasiones no se tiene en cuenta, derivado del consumo de los elementos de la oficina. Para algunas actividades puede suponer un porcentaje alto de su gasto energético. Las empresas sí que incorporan **medidas de ahorro en los equipos de oficina**. Sólo un 0,6 % no ha incorporado ninguna medida. Sin embargo, al igual que ocurría en los apartados anteriores, ninguna de las medias está extendida en la totalidad de las empresas. La principal y más implantada es la medida de apagar los equipos que no se usan (18,4 %) seguida de la de evitar imprimir documentos (16,2 %), también por el ahorro de papel que supone.

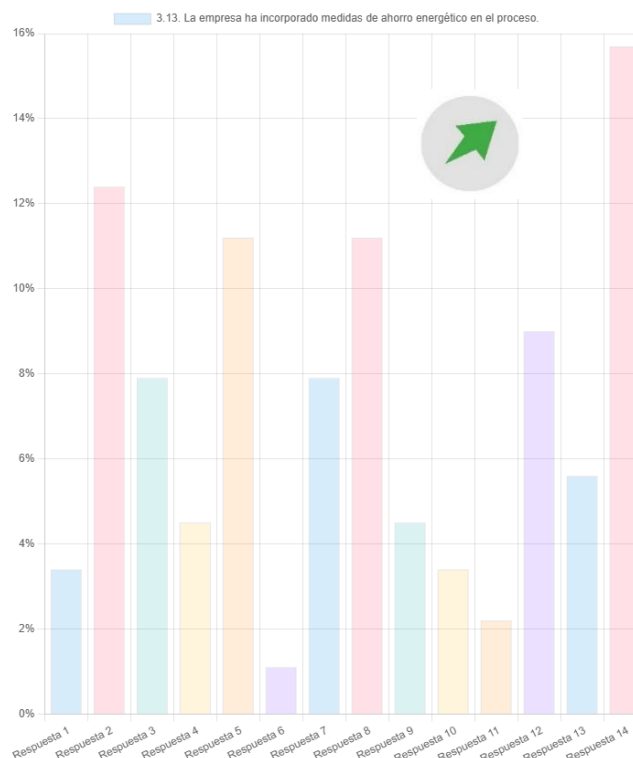


Las medidas de **ahorro energético en el proceso** pueden ser muy variadas dependiendo del tipo de empresa y su proceso productivo. La incorporación de medidas en el mismo también es muy variopinta y está, por lo tanto, muy personalizada. Al no entrar en el detalle de los distintos procesos productivos de la gran variedad de actividades empresariales que se desarrollan en la Comunitat Valenciana, sólo pueden darse algunas pinceladas en este diagnóstico.

Es por ello que a pesar de que se han propuesto una gran batería de posibles medidas, cada empresa deberá adaptar unas en base a su proceso productivo. Un análisis pormenorizado por cada actividad nos permitiría observar el grado de implantación de medidas aplicables a cada sector. Sin embargo, el limitado muestreo del proyecto en esta fase hace que los datos no sean extrapolables (en algún caso resulta que el 100 % de las empresas de un sector incorporan una serie de medidas, lo que no es real al haber tan sólo una empresa del sector en concreto).

En la tabla puede observarse como dato más relevante que casi el 16 % de las empresas no han incorporado ninguna medida para el ahorro energético en su proceso o servicio, lo que evidencia la posibilidad de mejora del indicador.

	Recuento	Porcentaje
Se han instalado equipos de medición del consumo en proceso	3	3.4%
Se monitoriza el consumo energético de los distintos equipos/maquinaria	11	12.4%
Se ha seleccionado correctamente la potencia de los motores	7	7.9%
Se han instalado motores de alta eficiencia	4	4.5%
Se han instalado variadores de velocidad ajustables	10	11.2%
Se han instalado conductores para corregir la caída de tensión en los alimentadores	1	1.1%
Se evita el arranque y operación simultánea de motores	7	7.9%
Se realizan revisiones periódicas del rendimiento del sistema de generación de aire comprimido	10	11.2%
Los hornos/sistemas de calor no funcionan a temperaturas superiores a lo necesario	4	4.5%
Los hornos/sistemas de calor funcionan siempre a plena carga	3	3.4%
Se evita el enfriamiento excesivo de hornos/sistemas de calor entre operaciones	2	2.2%
Se controla la temperatura de las cámaras frigoríficas	8	9.0%
Otras (indicar)	5	5.6%
No se han incorporado medidas	14	15.7%



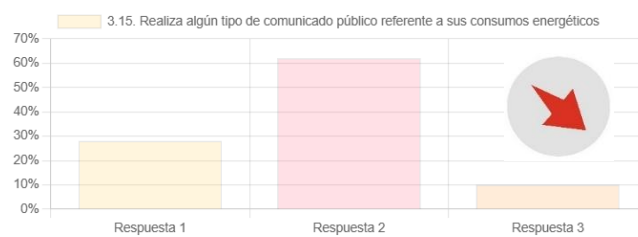
La **participación en proyectos relacionados con la energía**, bien de ahorro energético, de aprovechamiento de la energía, o de incorporación de energías renovables, permite a las empresas innovar en el aspecto ambiental pero además lleva aparejado en la práctica totalidad de los casos importantes ahorros económicos. En este sentido, el 85,7 % de las empresas no ha participado en ningún tipo de proyecto. Cuatro (5) empresas han participado en proyectos regionales, dos (2) en nacionales y ninguna en algún proyecto internacional.

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	5	10.2%
Proyectos nacionales (indicar)	2	4.1%
Proyectos internacionales (indicar)	0	0.0%
No ha participado	42	85.7%



La comunicación referente al consumo energético, a las medidas de ahorro y eficiencia incorporadas en la empresa o a las fuentes de energía seleccionadas o instaladas, es una información ambiental muy relevante para su transmisión a Trabajadores, colaboradores, proveedores, administración, entidades bancarias, vecinos... La comunicación puede ser de muchas formas, con inclusión en sus comunicados, en su página web, en revistas. La redacción y publicación de su Memoria de Sostenibilidad es el paso más importante que puede dar la empresa en comunicación ambiental. En cuanto a la **comunicación ambiental relacionada con los consumos energéticos**, el 28 % de las empresas ha realizado algún tipo de comunicado a sus grupos de interés y el 10 % está en proceso de realizarlo, lo que evidencia una tendencia al alza.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar)	14	28.0%
No	31	62.0%
Está en proceso de implementarlo.	5	10.0%



9

INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA





COMPROMISO CON EL ODS 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA.

El cambio climático y el calentamiento global es un problema de equilibrio medioambiental que incide en ámbitos muy diferentes, desde conservación del patrimonio y los recursos naturales, a la economía, el acceso al agua, la alimentación, la salud, los aspectos sociales, el comercio, la planificación territorial, las infraestructuras y la movilidad, entre otros. Es un reto urgente que, por un lado, requiere de una transformación profunda del modelo energético, productivo y de consumo y, por otro lado, de la prevención y adaptación a los impactos del cambio climático que actualmente ya se están apreciando.

Es posible concebir modelos económicos de sociedad alternativos que, a través de las reformas políticas y de la debida reorientación de las actividades económicas, usos de la tecnología y del desarrollo científico, reduzcan la huella ecológica y las emisiones de GEI a niveles asimilables. La industrialización de sectores tradicionales, la incorporación de nuevas tecnologías, el uso de energías renovables, la eficiencia en los procesos... son algunos de los caminos que las empresas van a recorrer.

En este apartado se medirá el grado de desarrollo de la innovación, la cultura de la innovación y la innovación sostenible en las empresas.

En cuanto a la **estrategia y cultura de la innovación** en la empresa, vemos que en el 85 % de los casos las empresas una preocupación por la innovación y por transmitirla a los trabajadores. En ningún caso se ha detectado desinterés por la innovación.

	Recuento	Porcentaje
La cultura de la empresa no es innovadora. No existe una línea de reflexión sobre innovación ni se atisba en la memoria histórica de la empresa un esfuerzo constante en innovación	0	0.0%
La dirección de la empresa intenta crear una cultura innovadora entre el personal, pero existen contradicciones en la práctica cotidiana	6	11.5%
Han existido proyectos de innovación, pero se localizan en el pasado de la organización y actualmente no hay excesiva inclinación a seguir un proceso continuo de innovación	1	1.9%
Existe una corriente histórica clara de la innovación que genera comportamientos innovadores. La organización se preocupa por implicar al personal en la generación de innovación, en la transmisión de la cultura de innovación y obtiene como resultado proyectos de innovación interesantes.	45	86.5%



El **proceso de desarrollo de nuevos productos o servicios** no siempre está sistematizado, ya que las empresas realizan estos procesos de forma muy distinta, en ocasiones partiendo de intuiciones y sin objetivos claramente definidos, lo que condiciona el inicio de los proyectos innovadores y la propuesta de nuevas soluciones. Vemos que las empresas incorporan **nuevos desarrollos, bien sean de producto o bien de servicio**, principalmente ante demandas de sus clientes o del mercado (38,3 %). En un 30,9 % de los casos se realiza un estudio de mercado y en el 27,2 % se planifica el desarrollo.

	Recuento	Porcentaje
El desarrollo de nuevos productos o servicios parte de las necesidades expresadas por el mercado, prestando especial atención a lo expresado por sus clientes	31	38.3%
El desarrollo del producto se deriva de una investigación de mercado y del contacto con el cliente.	25	30.9%
El desarrollo de nuevos productos o servicios se inicia sin especificar características, requerimientos y condiciones, simplemente se acomete su desarrollo sin un estudio previo	3	3.7%
En los nuevos desarrollos, se parte de una lista de necesidades y de requisitos, se marcan objetivos comerciales y financieros y se planifica por hitos el desarrollo del producto	22	27.2%



El **diseño** es otro de los factores claves analizados, en concreto, su grado de incorporación a la innovación, es decir, la sistematización y utilización que las empresas hacen del diseño como herramienta para innovar. Vemos que las empresa no aplican el diseño de forma sistematizada. Para el desarrollo de proyectos de innovación relacionados con la mejora en el producto o servicio, las empresas pueden incorporar herramientas de diseño, de forma puntual o de manera sistemática. No todas las empresas tienen la capacidad de incorporar técnicos o departamentos de diseño, por lo que en muchas ocasiones este proceso puede estar externalizado. En otros casos la innovación surge de manera más espontánea, sin procesos de diseño estandarizados. En este punto se analiza el grado de interiorización del diseño en la empresa.

En el 30,3 % de las empresas diagnosticadas el diseño es un elemento clave y el 28,9 % cuentan con responsables de diseño. En cuanto a la introducción del **ecodiseño**, todavía no está muy extendido, estando presente en el 19,7 % de las empresas.

	Recuento	Porcentaje
En las innovaciones de producto desarrolladas apenas contemplan la perspectiva del diseño	6	7.9%
Se asume que el diseño puede ayudar al éxito del producto, no obstante, no se dispone de capacidades en este ámbito	10	13.2%
El diseño industrial está presente en la actividad innovadora de la empresa y se convierte en un elemento clave a lo largo de todas las etapas del desarrollo	23	30.3%
Existe un responsable o un departamento de diseño que participa en la fase de desarrollo del producto	22	28.9%
Introduce el Ecodiseño en el diseño de productos o servicios.	15	19.7%



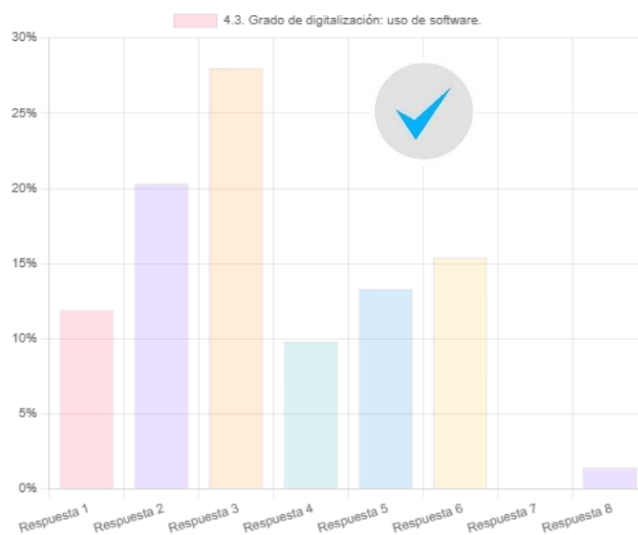
Uno de los pilares de la innovación promovidos por Naciones Unidas es la **digitalización**. En este sentido, se ha analizado el grado de digitalización de las empresas participantes dividiéndolo en varios aspectos: uso del software, marketing y comunicación y la venta on line.

Implantación de software: En la actualidad, existen sistemas informáticos específicamente diseñados para la gestión de la empresa. La gran diversidad de sistemas y la gran variabilidad de las actividades de las empresas hace que se necesario analizar y determinar de forma personalizada el sistema informático idóneo para cada empresa. de este tipo hace recomendable tener muy claras las necesidades de la empresa, así como sus expectativas respecto a una herramienta de este tipo. En cualquier caso, resulta fundamental que ésta cumpla con la función de aportar información en tiempo real del estado de cada una de las partes de la empresa, facilitando así la toma de decisiones.

en 38 de las 55 empresas encuestadas, es decir, en prácticamente el 69 %, se incorporan herramientas de gestión integrada, lo que contrasta con el grado de utilización de herramientas ofimáticas (43 %), considerablemente menor. El uso de software básico o las hojas de cálculo, ronda el 23 % en cada caso.

Diecinueve (19) empresas han manifestado que analizan la información a través de herramientas digitalizadas, lo que supone un 13,3 % de las herramientas empleadas. Ninguna empresa han implantado un sistema de gestión de la seguridad. En la gráfica siguiente pueden verse los porcentajes de priorización de cada una de las soluciones implementadas.

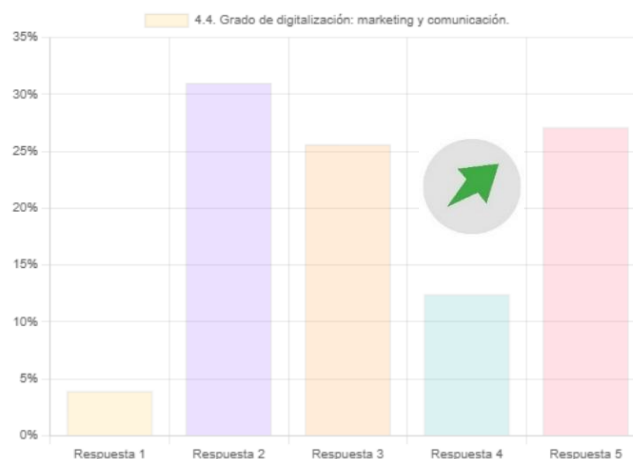
	Recuento	Porcentaje
Utiliza un software básico para la realización de actividades de gestión	17	11.9%
Utiliza herramientas ofimáticas generalistas para realizar actividades de gestión	29	20.3%
Dispone de una herramienta de gestión integral (ERP)	40	28.0%
Utiliza una hoja de cálculo para registrar y analizar los datos de forma manual	14	9.8%
Analiza la información a través de herramientas digitalizadas, solución de Business Analytics	19	13.3%
Incorpora soluciones tecnológicas de última generación de forma continuada	22	15.4%
Se ha implantado y certificado un sistema de gestión de la seguridad de la información (ISO 27001)	0	0.0%
Ninguna de las anteriores	2	1.4%



Marketing y comunicación: El marketing se refiere a todas las técnicas, recursos, estudios, etc. destinados a que las empresas se posicionen en un mercado y consigan vender sus productos. Siguiendo las metas del ODS 9, la digitalización en acciones de marketing es un factor que las empresas se están viendo obligadas a introducir. Son muchas las acciones on line que pueden realizarse, siendo la presencia en internet casi una obligación para las empresas. La utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), Las alternativas de presencia en redes sociales, la presencia en plataformas colaborativas, son algunas de las alternativas, debiendo la empresa evaluar y seleccionar aquellas que sean más acordes a su negocio, focalizando sus recursos.

40 de las 55 empresas encuestadas (73 %) manifiestan que cuentan con un portal web corporativo y están presentes en redes sociales. Aunque es un porcentaje alto, sorprende que el 27% de las empresas no cuenten con presencia en internet. En la misma línea, sólo cerca del 60 % de las empresas utilizan las TIC o las redes sociales para analizar sus relaciones con los clientes. En la gráfica siguiente pueden verse los porcentajes de priorización de cada una de las acciones propuestas.

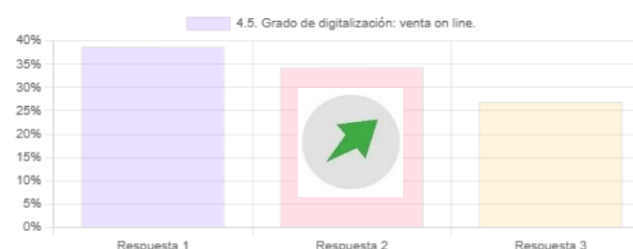
	Recuento	Porcentaje
Los clientes no utilizan las TIC, de modo que la empresa mantiene sus relaciones satisfactoriamente siguiendo métodos convencionales	5	3.9%
La empresa mantiene un portal Web corporativo y está desarrollando herramientas innovadoras para mejorar las relaciones con los clientes: módulo de e-commerce, sistemas de acceso online para clientes, etc.	40	31.0%
La empresa utiliza las TIC con intensidad en sus relaciones con clientes, proveedores, partner, etc. y si surgen incorpora otras novedades	33	25.6%
La empresa contempla un modelo de gestión de las relaciones con el cliente basada en la estrategia de e-business, implementando aplicaciones TIC a medida que le permiten diferenciarse de sus competidores.	16	12.4%
Utiliza la actividad en redes sociales para analizar cómo se habla de la empresa y qué percepción tienen sus clientes	35	27.1%



Venta on line: Además de la presencia on line, muchas empresas pueden vender sus productos a través de internet, comercializando sus productos en plataformas de comercio electrónico o disponiendo de su propia web de comercio electrónico. No todos los productos o servicios son comercializables a través de internet, por lo que la empresa debe analizar la necesidad real de realizar transacciones a través de la red.

El 65,7 % de las empresas participantes realiza ventas o reservas on line, bien a través de web propia, bien a través de portales especializados. Llama la atención, sin embargo, el 34 % de empresas que todavía no cuenta con estos canales de venta.

	Recuento	Porcentaje
Realiza venta o reservas on line a través de su propia web	26	38.8%
No realiza venta o reservas on line	23	34.3%
Está dado de alta en plataformas de comercio electrónico o marketplaces (plataformas de venta online de productos o portales de reservas)	18	26.9%



Las empresas deben de tener una **estrategia de innovación** que les ayude a estar en continua evolución. En este sentido, se han hecho una serie de reflexiones sobre la estrategia adoptada por la empresa frente a la innovación, complementaria a los dos puntos anteriores. El resultado es que más del 90 % de las empresas asumen la necesidad de innovar como mecanismo de reacción ante los cambios, e incluso el 53 % ya tiene una estrategia definida.

	Recuento	Porcentaje
La empresa considera que su competitividad radica en su buen hacer, no necesita incorporar nuevas líneas o nuevos procesos.	2	4.1%
La empresa ha anticipado algunos cambios en el sector, pero son mínimos y se responderá cuando lleguen.	1	2.0%
La empresa asume que habrá cambios y que deberá reaccionar con anticipación, asume que es necesario reaccionar y revisar su estrategia de negocio.	20	40.8%
La empresa es consciente de que el entorno es cambiante. Tiene una estrategia definida y revisa las herramientas tecnológicas de apoyo.	26	53.1%



En los procesos de innovación la **participación e implicación del personal** es un factor clave. Más del 60 % de las empresas (30) manifiestan que la dirección intenta transmitir estos valores y no llega al 50 % (25) indican que el personal asume la importancia de su contribución a la innovación, frente a 16 empresas que manifiestan realizar acciones puntuales para motivar a su personal, las mismas que sí que establecen metodologías sistematizadas. Nos encontramos pues en un punto en el que la implicación del personal está todavía incipiente.

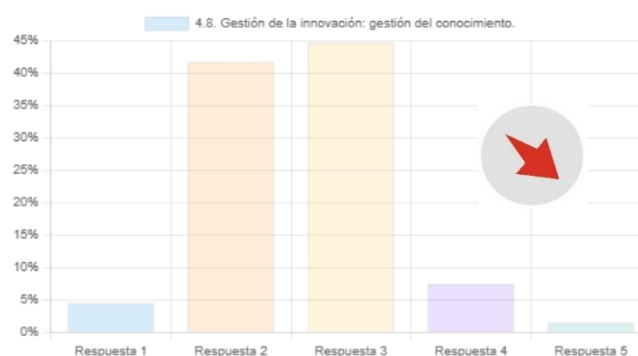
	Recuento	Porcentaje
Los valores y la visión de futuro de la empresa no están claramente definidos, no son por tanto transmitidos ni asimilados, ni siquiera por la dirección	0	0.0%
Los valores, objetivos y visión de futuro de la empresa están definidos y a disposición del personal; la dirección los transmite, pero no de forma sistemática	15	13.4%
La dirección se esfuerza por transmitir periódicamente la visión de futuro de la empresa y por incorporar la perspectiva de los trabajadores.	30	26.8%
Puntualmente se realizan actividades para aumentar la motivación del personal implicado	16	14.3%
El personal asume la importancia de su contribución en el desarrollo de la innovación en la empresa	25	22.3%
La dirección establece una metodología e instrumentos para facilitar la fluidez de ideas innovadoras entre el personal de la empresa	26	23.2%



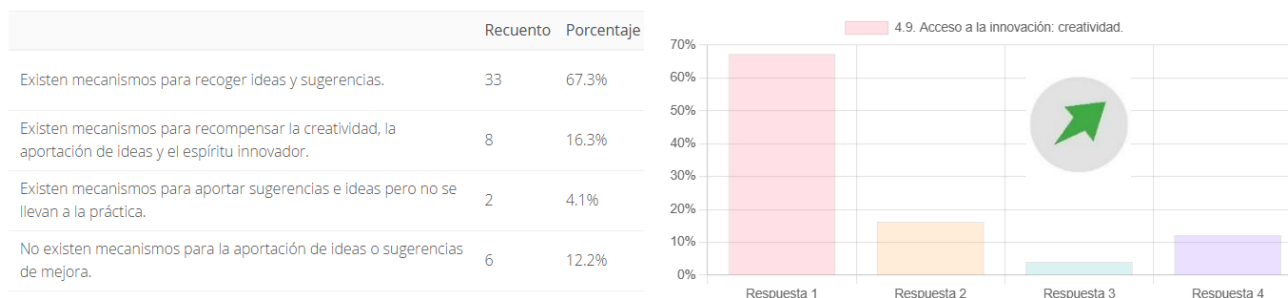
Muy relacionado con la gestión del personal está la **gestión del conocimiento**. La gestión del conocimiento hace referencia a la transmisión del saber hacer (know how) entre los trabajadores, valorándose y protegiéndose el conocimiento como propiedad intelectual de la empresa. La propiedad intelectual y la propiedad industrial están formadas por un conjunto de normas que regulan la adquisición y el uso de derechos sobre bienes intangibles susceptibles de uso comercial. Los procesos de innovación pueden dirigirse a la gestión del conocimiento, algo que no conlleva grandes recursos económicos, pero tiene grandes repercusiones en la empresa.

En este sentido, tan sólo el 51 % de las empresas (28) realiza un plan de formación, una cifra demasiado baja. En el mismo sentido, el 45 % (30 empresas) indica como estratégico el desarrollo de los trabajadores. La incorporación de titulados o tecnólogos no está presente más que en 6 del total de las empresas.

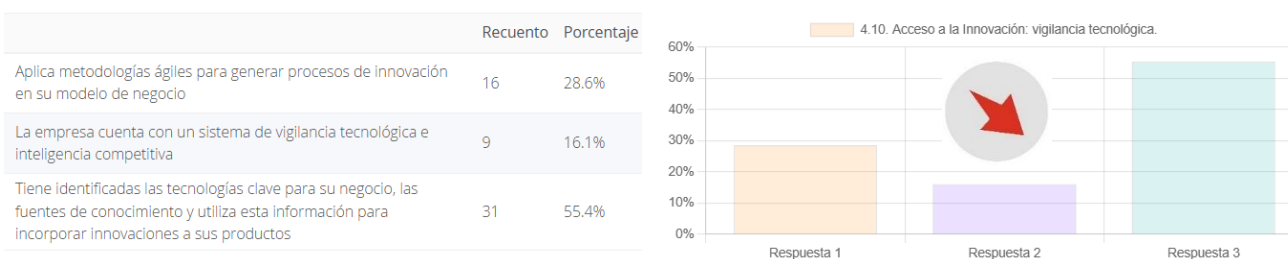
	Recuento	Porcentaje
No hay un plan definido para la mejora competitiva	3	4.5%
Se garantiza un plan de formación para algunos trabajadores clave existiendo un presupuesto para su formación	28	41.8%
El desarrollo de los trabajadores, de cualquier nivel jerárquico, es estratégico para la empresa	30	44.8%
Existe una estrategia tecnológica que se traduce en la incorporación de titulados y doctores	5	7.5%
No hay una preocupación fija por la incorporación de nuevos tecnólogos	1	1.5%



Otro aspecto ligado al personal es la **creatividad** y el modo en que las empresas la promueven y la gestionan. Para impulsar la innovación en una empresa es imprescindible crear un entorno creativo, gracias al cual se genere un flujo continuo de generación de ideas que llegan a transformarse en un buen servicio al cliente y/o producto tangible. Es necesario disponer de procesos internos que faciliten la generación de innovaciones o nuevos modelos de negocio en la empresa. En este caso, el 67,3 % indica la existencia de mecanismo para recoger ideas y sugerencias, si bien sólo en el 16,3 % se recompensa la creatividad.



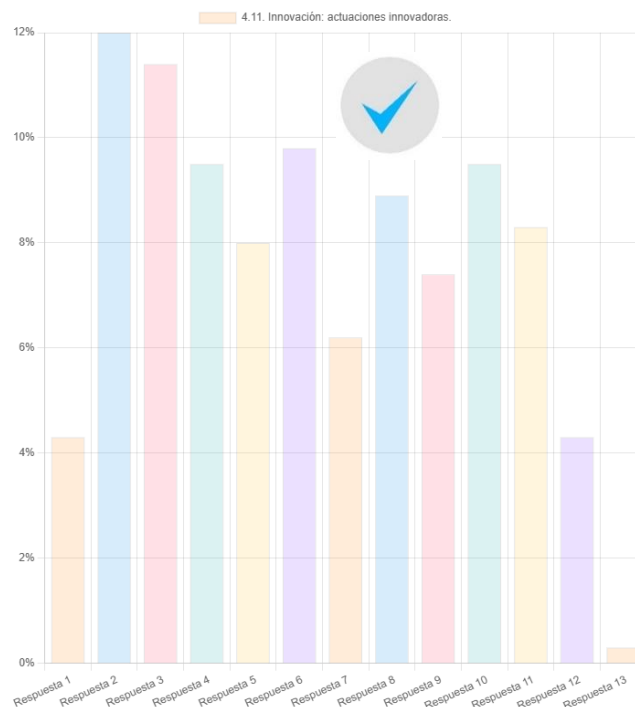
Se ha analizado la capacidad de **vigilancia tecnológica** de las empresas como herramienta para la innovación. El proceso de la vigilancia de las soluciones y tendencias tecnológicas, así como de las necesidades de sus clientes es indispensable para mantener el nivel competitivo de cualquier negocio. La obtención de la información para la innovación puede darse por muchas vías, siendo la vigilancia tecnológica la más completa y compleja de ellas. Sólo el 16,1% de las empresas cuentan con sistemas de vigilancia tecnológica, siendo lo más habitual que tengan identificadas las tecnologías clave y las fuentes de información (55,4 %), pero sin un método sistematizado.



Si entendemos la innovación como la introducción de un cambio que, suponiendo una novedad para la empresa, introduzca una mejora sobre lo ya existente, son muchas las actuaciones innovadoras que pueden acometer las empresas. En cualquier caso, la empresa deberá determinar las acciones más adecuadas y con mayor repercusión sobre su negocio, teniendo en cuenta que muchas de las cuales tan apenas llevan aparejados costes económicos.

El destino de las inversiones, es decir, las **actividades de innovación** realizadas han sido muy variadas, predominando y las mejoras en los procesos existentes y la introducción de nuevos procesos más eficientes que permitan incrementar la productividad.. adquisición de maquinaria y equipos y el desarrollo de aplicaciones internas por encima del resto.

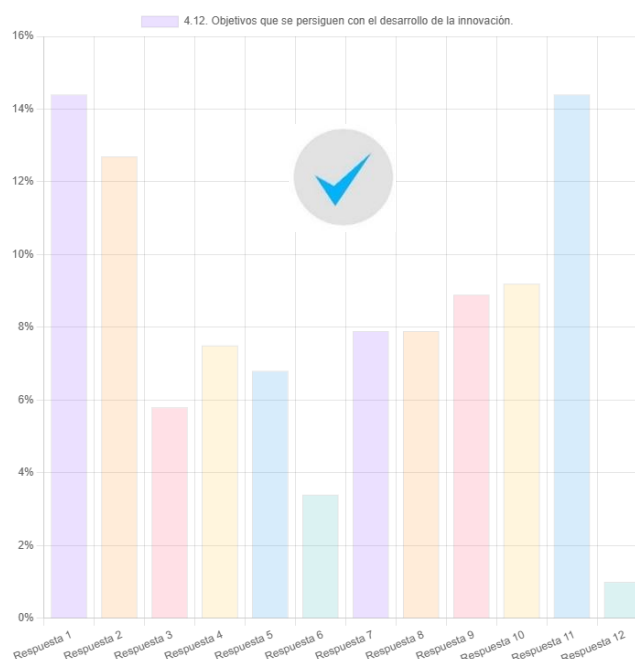
	Recuento	Porcentaje
Incrementar la flexibilidad de los sistemas productivos	14	4.3%
Realizar mejoras en los procesos existentes	39	12.0%
Introducir nuevos procesos más eficientes, incrementando la productividad	37	11.4%
Acciones encaminadas a reducir costes productivos	31	9.5%
Aumentar la diversificación de productos	26	8.0%
Cumplir exigencias medioambientales	32	9.8%
Implantar las mejores tecnologías disponibles (MTD)	20	6.2%
Mejorar las condiciones laborales	29	8.9%
Mejorar la estructura organizativa de la empresa	24	7.4%
Incorporar mejoras al producto	31	9.5%
Diseño y puesta en el mercado de productos innovadores	27	8.3%
Análisis del ciclo de vida del producto y ecodiseño	14	4.3%
Ninguna de las anteriores	1	0.3%



Pero ¿cuál es realmente el **objetivo** que persiguen las empresas con la innovación? Son muchas y muy variadas las razones que impulsan a las empresas a innovar.

Del diagnóstico realizado se deduce que el primero de los motivos que impulsan a una empresa a innovar es la mejora en la calidad del producto en la mayoría de las empresas (42 empresas), pero destaca la importancia que se da a reducir el impacto ambiental, también con 42 empresas. En segundo lugar, las empresas pretenden incrementar las ventas aumentando su cuota de mercado (32 empresas). Y en tercer lugar nos encontramos como objetivo la reducción en el consumo de materiales (27 empresas).

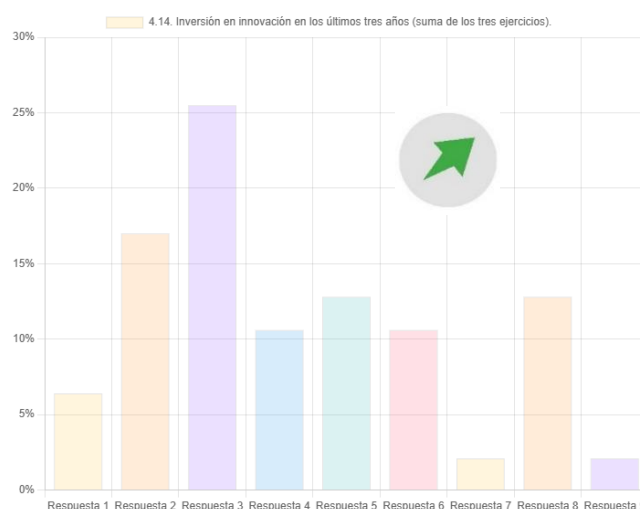
	Recuento	Porcentaje
Mejorar la calidad del producto	42	14.4%
Aumentar cuota de mercado	37	12.7%
Reemplazar productos o procesos	17	5.8%
Reducir tiempo de fabricación	22	7.5%
Aumentar la flexibilidad Introducirse en nuevos mercados (dentro de la UE)	20	6.8%
Reducir costes salariales	10	3.4%
Crear nuevos mercados dentro del propio país	23	7.9%
Crear nuevos mercados en otros países	23	7.9%
Diversificar la producción	26	8.9%
Reducir el consumo de materiales	27	9.2%
Reducir el impacto ambiental	42	14.4%
Reducir pagos por transferencia de tecnología al exterior	3	1.0%



Una medida del nivel de innovación es el **grado de inversión en innovación** por parte de las empresas. Evidentemente, este índice irá ligado al tamaño y volumen de facturación de las empresas, por lo que inversiones no muy altas pueden suponer un esfuerzo muy grande en microempresas, mientras que una inversión que a priori parezca muy alta puede suponer un porcentaje mínimo en la facturación de otra sociedad distinta, por lo que los datos aquí representados deberán analizarse con cautela.

Observamos que salvo una empresa que no han realizado inversiones en innovación, el resto sí que han invertido en los tres últimos años. Pero vemos que la inversión en la suma de los tres años no ha sido muy elevada. El 50 % de las empresas que han contestado a esta cuestión no ha invertido más de 50.000 euros en tres años.

	Recuento	Porcentaje
Inferior a 5.000 euros	3	6.4%
Entre 5.001 y 15.000 euros	8	17.0%
Entre 15.000 y 50.000 euros	12	25.5%
Entre 50.001 y 100.000 euros	5	10.6%
Entre 100.001 y 200.000 euros	6	12.8%
Entre 200.001 y 500.000 euros	5	10.6%
Entre 500.001 y 1.000.000 euros	1	2.1%
Superior a 1.000.001 euros	6	12.8%
No ha realizado inversión en innovación en los últimos tres años	1	2.1%



El desarrollo de proyectos de innovación cuenta con ayudas de diversas entidades. Conocer y acceder a estas ayudas es una ventaja para las empresas, ya que disminuyen considerablemente los costes de innovación, pudiendo en ocasiones estar subvencionados prácticamente en su totalidad. En muchas ocasiones, las empresas condicionan la realización de proyecto innovadores a la obtención de algún tipo de **financiación**. En el caso de las empresas diagnosticadas, más del 50 % ha utilizado líneas de financiación, si bien manifiesta el 30 % que no han sido determinantes.

	Recuento	Porcentaje
La empresa conoce la existencia de líneas de financiación, pero nunca ha recurrido a ellas	10	19.6%
La empresa conoce la existencia de líneas de financiación y ha intentado acceder a ellas para financiar algunos proyectos, pero la experiencia no se finalizó o no resultó positiva	9	17.6%
La empresa ha recurrido a líneas de financiación pública y la concesión de estas ha sido lo que ha posibilitado embarcarse en el proyecto de innovación concreto	17	33.3%
La empresa utiliza las líneas de financiación disponibles, pero no son determinantes para acometer el plan de innovación	15	29.4%



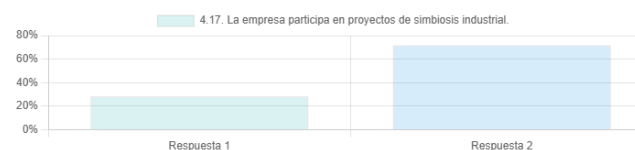
La innovación puede realizarse de forma individual o en cooperación. El desarrollo de **proyectos en cooperación** es un valor añadido para las empresas. La mayoría de las empresas han participado en proyectos de cooperación, principalmente con entidades de la Comunitat Valenciana. Tan sólo 22 empresas han manifestado que no han participado en proyectos de cooperación.

	Recuento	Porcentaje
Con empresas de igual o menor tamaño	10	10.4%
Con empresas de mayor tamaño	12	12.5%
Con participación de entidades locales	15	15.6%
Con participación de entidades de la Comunidad Valenciana	23	24.0%
Con participación de entidades españolas (no incluye a las de la CV)	11	11.5%
Con participación de entidades europeas	3	3.1%
No ha participado en proyectos de cooperación	22	22.9%



La **Simbiosis Industrial** es la actividad empresarial estratégica que permite a las empresas aplicar políticas reales de economía circular. La Simbiosis Industrial concreta las ideas de la economía circular y la hace posible en los ámbitos industriales o empresariales. Es, por tanto, una oportunidad con un gran beneficio ambiental, social y económico, que contribuye a mejorar los resultados de las empresas, a crear puestos de trabajo de calidad y la sostenibilidad ambiental. El porcentaje de empresas que han participado en proyectos de simbiosis industrial es muy bajo, manifestando que no han participado en proyectos de este tipo el 71,7 % de las empresas.

	Recuento	Porcentaje
Sí (describir el/los proyectos)	13	28.3%
No	33	71.7%

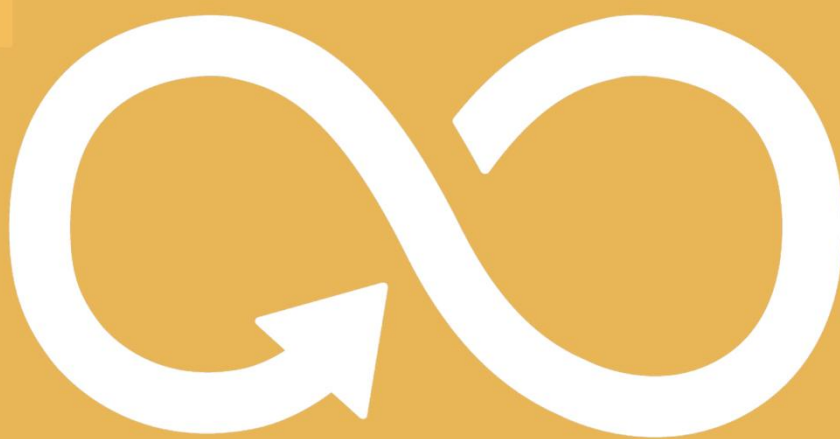


Analizamos para cada ODS el grado de **comunicación de la innovación**. En este caso, se ha visto que el 52 % de las empresas ha comunicado o está en proceso de comunicar aspectos referentes a las innovaciones realizadas.

	Recuento	Porcentaje
Sí (indicar)	23	46.0%
No	24	48.0%
Está en proceso de implementarlo.	3	6.0%



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES





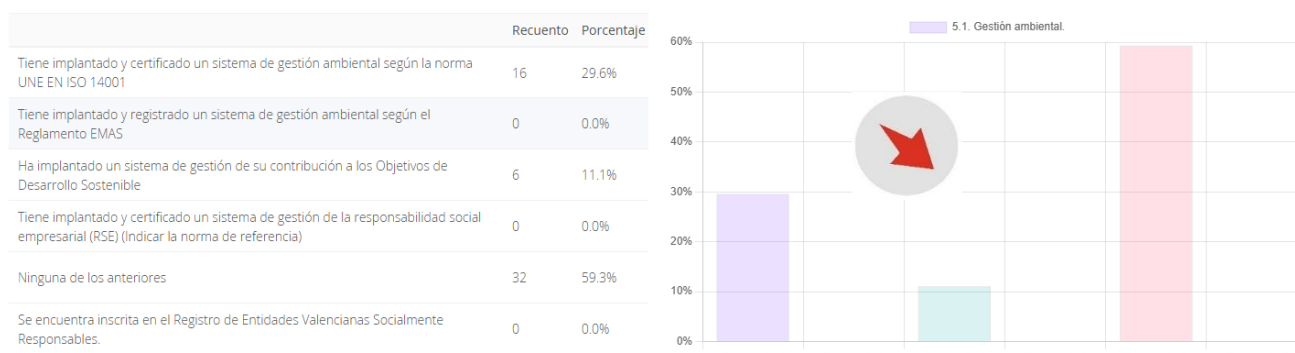
COMPROMISO CON EL ODS 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE.

Es necesario un consumo responsable y una producción sostenible, aumentando la eficiencia de recursos y realizando cambios hacia un estilo de vida sostenible, que contribuya además a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono.

Reciclar, reutilizar, reducir el consumo de todo tipo de recursos, son actuaciones que las empresas deben asumir en el camino a la nueva Economía Circular. Y liderar.

El ODS 12 nos va a permitir medir el grado de compromiso ambiental de las empresas participantes, especialmente en referencia a la generación y gestión de residuos y al consumo de recursos materiales.

En primer lugar, se ha analizado si las empresas cuentan con algún **sistema de gestión implantado**, bien de tipo ambiental, de sostenibilidad o de responsabilidad social. De las cincuenta y cinco (55) empresas diagnosticadas, treinta y dos (32) no tienen implantado ningún tipo de sistema de gestión. Esto constituye el 58 % de las empresas participantes. Entre las que sí que tienen un sistema de gestión implantado, predomina la norma ISO 14001. Sólo seis (6) empresas han implantado un sistema de gestión de sostenibilidad basado en el cumplimiento de los ODS.



Independientemente de si las empresas tienen implantado un sistema de gestión ambiental o de la sostenibilidad, redactar y publicar su **Memoria de Sostenibilidad** es un importante ejercicio de transparencia que además puede ayudarles a planificar objetivos y a mejorar de forma continua en este campo. Las memorias o informes de sostenibilidad podríamos considerarlos como un documento en el que se expone la información sobre el estado no financiero de una organización, relacionado con su desempeño ambiental y social. El objetivo, por tanto, de una Memoria de Sostenibilidad es informar a todas las partes interesadas sobre la contribución de la empresa al desarrollo sostenible en todas sus facetas, relacionando cómo afecta esto a su desarrollo económico.

El 74,5 % de las empresas participantes no publican su Memoria de Sostenibilidad. Tres (3) empresas publican y verifican la Memoria y otras 10 la publican sin verificación.

	Recuento	Porcentaje
Está obligada a realizar el Informe de Estados de Información No Financiera (EINF)	0	0.0%
Publica su Memoria de Sostenibilidad de forma voluntaria.	6	11.8%
Publica su Memoria de Sostenibilidad de forma voluntaria basada en la metodología GRI o similar (indicar)	4	7.8%
Publica y verifica por entidad independiente su Memoria de Sostenibilidad de forma voluntaria basada en la metodología GRI o similar (indicar)	3	5.9%
Ninguna de los anteriores	38	74.5%



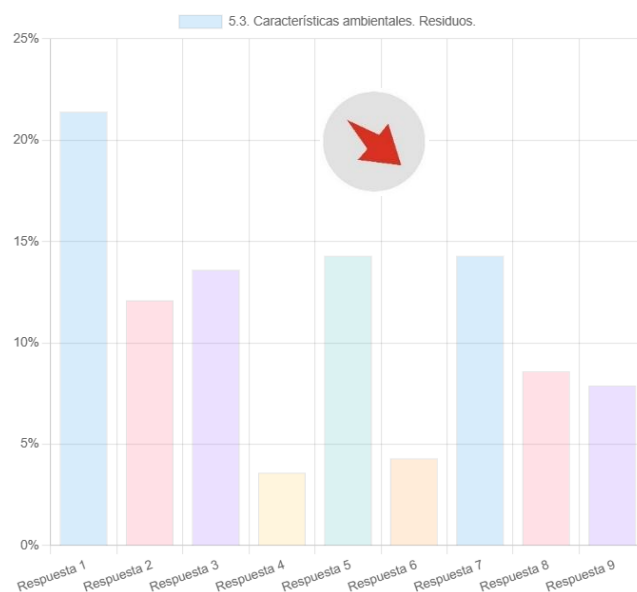
Se ha preguntado a las empresas sobre su desempeño ambiental en los siguientes campos: residuos, envases y embalajes, recursos, productos, procesos y proveedores. A continuación, vamos a analizar los resultados para todos estos aspectos.

Residuos: La generación de residuos es uno de los aspectos ambientales más relevantes de las actividades empresariales y sobre los que se tiene un amplio margen de acción. Simplificando, los residuos pueden clasificarse en dos grandes categorías: peligrosos y no peligrosos, si bien podemos distinguir también los residuos domésticos, incluyendo los de comercios y oficinas, los cuales asimilamos a no peligrosos a efectos del presente diagnóstico. La cantidad de residuos generados nos da una idea de la magnitud de la gestión de los mismos y de la capacidad de la empresa de incidir sobre este aspecto de forma relevante para el ODS 12.

En cuanto a las empresas diagnosticadas, vemos que el 54 % genera más de diez (10) toneladas de residuos no peligrosos al año y sólo el 30 % genera más de diez (10) toneladas de residuos peligrosos al año. Se trata pues de empresas con bajo impacto ambiental en la generación de residuos. El 36 % de las empresas realizan algún tipo de opresión de reciclaje, acondicionamiento o tratamiento de residuos en sus instalaciones, mientras que sólo el 11 % realiza algún tipo de venta de subproductos.

En cuanto al destino de los residuos generados, el 36 % los destina a valorización, mientras que el 22 % a eliminación. Preguntadas las empresas si han realizado algún tipo de estudio de minimización de la generación de sus residuos, tan solo el 20 % manifiesta que ha realizado ningún estudio.

	Recuento	Porcentaje
Genera menos de 10 tn de residuos no peligrosos al año	30	21.4%
Genera más de 10 tn de residuos no peligrosos al año	17	12.1%
Generación de menos de 10 tn de residuos peligrosos al año	19	13.6%
Generación de más de 10 tn de residuos peligrosos al año	5	3.6%
Realiza operaciones de reciclaje/acondicionamiento/tratamiento de residuos	20	14.3%
Ha desclasificado residuos para su venta como subproductos	6	4.3%
Los residuos retirados por el gestor son destinados a operaciones de revalorización	20	14.3%
Los residuos retirados por el gestor son destinados a operaciones de eliminación	12	8.6%
Se ha realizado un análisis de los procesos encaminado a la minimización en la producción de residuos	11	7.9%



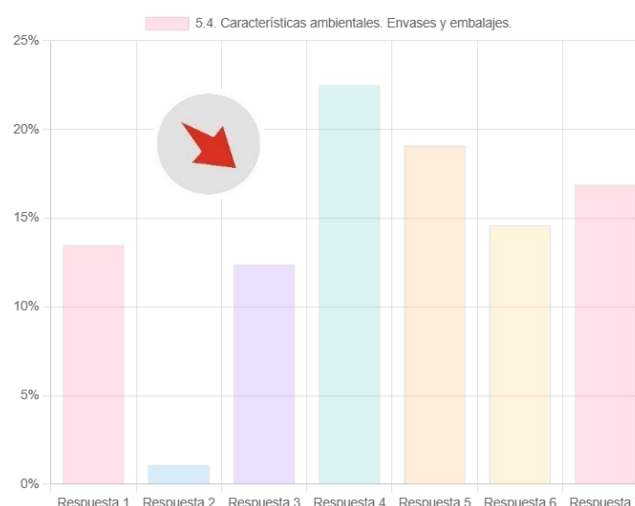
Envases y embalajes: La problemática de la generación de residuos de envases y embalajes ha hecho que se establezca una legislación específica para regular tanto la fabricación de envases de plástico de un solo uso, como la gestión global de los residuos de envases y embalajes, con independencia de su composición, procedencia o características.

El resultado ha sido muy bajo para todos los aspectos analizados. Sólo trece (11) de las empresas diagnosticadas ha realizado algún estudio para la reducción de los envases y embalajes, siendo doce (12) también las empresas que están adheridas a algún sistema de gestión de envases y sólo una a un SDDR.

La composición de los envases con material reciclable aparece en tan sólo 17 de las empresas y de material reciclado en 20.

Por otra parte, 13 empresas manifiestan que utilizan envases o embalajes de papel y cartón certificado FSC o PEFC.

	Recuento	Porcentaje
La empresa se ha adherido a un Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor para los envases/embalajes de sus productos SCRAP (Indicar cuales)	12	13.5%
Ha implantado un sistema de devolución retorno para los envases/embalajes de sus productos (SDDR) (Indicar para qué producto/envase)	1	1.1%
Ha realizado estudios para la reducción de los residuos finales de sus envases/embalajes	11	12.4%
Los envases/embalajes, o parte de ellos, están fabricados con material reciclado (Indicar porcentaje medio)	20	22.5%
Los envases/embalajes, o parte de ellos, están fabricados con materiales reciclables (Indicar porcentaje medio)	17	19.1%
Los envases/embalajes de papel o cartón están certificados con FSC o PEFC	13	14.6%
Ninguna de las anteriores	15	16.9%



Recursos: incorporación de materias primas recicladas en el proceso. Las empresas productivas pueden incorporar en su proceso materias primas procedentes de procesos de reciclaje. El grado de incorporación de dichas materias primas será un indicador del grado de sostenibilidad de la empresa en este aspecto y su margen de mejora. Podemos observar que el 41 % de las empresas no utilizan materias primas recicladas en el proceso y que de las empresas que sí que las incorporan, en el 70 % de los casos no suponen más del 50 % del total de materias primas empleadas.

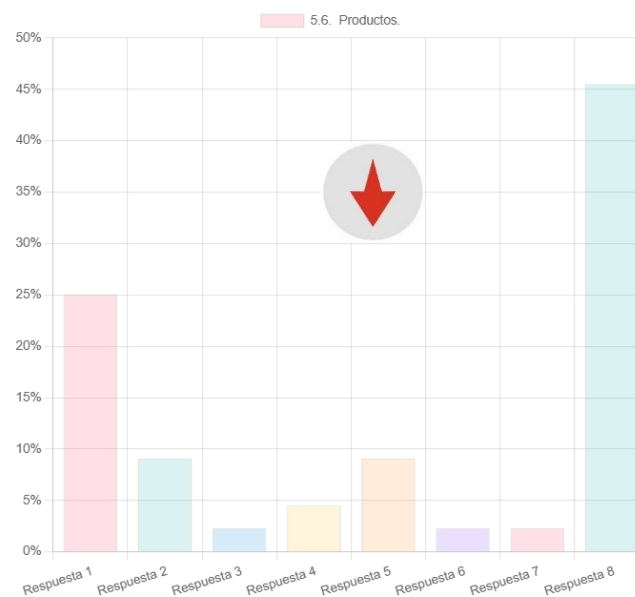
	Recuento	Porcentaje
Menos del 10 % del total de materias primas	7	17.9%
Entre el 11 y el 25 % del total de materias primas	4	10.3%
Entre el 26 y el 50 % del total de materias primas	5	12.8%
Entre el 51 y el 75 % del total de materias primas	0	0.0%
Entre el 76 y el 100 % del total de materias primas	7	17.9%
No utiliza materias primas recicladas	16	41.0%



Producto: se trata de analizar en este punto el grado de incorporación de criterios ambientales en el producto, en sus fases de diseño, con la incorporación de criterios de ecoetiquetado, análisis del ciclo de vida o ecodiseño. La empresa puede incluir criterios de sostenibilidad en el momento de diseñar un producto o un servicio que quiere introducir en el mercado. O hacer variaciones sobre los productos o servicios actuales para hacerlos más sostenibles. Para ello, puede emplear metodologías propias o métodos estandarizados. Ambos procesos son correctos, si bien los métodos estandarizados garantizan todo el proceso al estar más que contrastados y su certificación avala el trabajo realizado.

Podemos observar que en el 45,5 % de los casos no se ha incorporado ningún criterio, predominando en aquellos que sí realizan alguna acción sobre el producto, el análisis del ciclo de vida. Tan sólo dos empresas cuenta con productos con etiqueta ecológica.

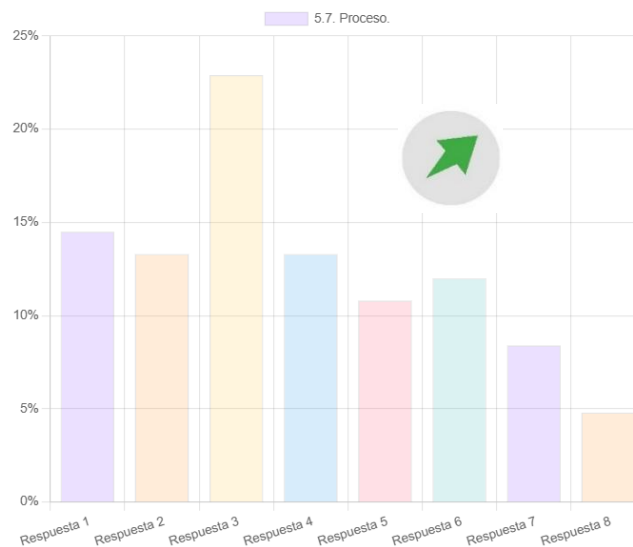
	Recuento	Porcentaje
Realiza un Análisis del Ciclo de Vida del producto/servicio en el diseño del mismo	11	25.0%
Ha implantado un sistema de gestión del Ecodiseño	4	9.1%
Tiene certificado un sistema de gestión del Ecodiseño según la norma ISO 14006	1	2.3%
Tiene implantado un sistema de trabajo basado en la economía circular, tipo Cradle to Cradle o similar. (Indicar el sistema implantado)	2	4.5%
Fabrica algún producto con etiqueta ecológica tipo I (verificados por tercera parte). (Indicar el porcentaje sobre el total de productos fabricados)	4	9.1%
Fabrica algún producto con etiqueta ecológica tipo II (autodeclaración). (Indicar el porcentaje sobre el total de productos fabricados)	1	2.3%
Fabrica algún producto con etiqueta ecológica tipo III (Declaración Ambiental del Producto). (Indicar el porcentaje sobre el total de productos fabricados)	1	2.3%
Ninguna de las anteriores	20	45.5%



Proceso: El proceso es el nudo principal de las empresas, lo que desarrolla su actividad productiva. Es, por tanto, la parte en la que más podemos incidir para realizar un correcto control ambiental y contribuir a las metas del ODS 12. La gran variabilidad de empresas y procesos productivos, de fabricación y de servicios, hace que sea muy complicado estandarizar y concretar unas medidas de incidencia ambiental sobre el proceso. En el presente diagnóstico se han incluido algunos conceptos que ayudan a las empresas al control de los procesos, siendo aplicables dependiendo de la actividad de la empresa, con lo que hay que ser cautos a la hora de la interpretación de los resultados.

Tan sólo las 4 empresas no han realizado ninguna acción relacionada con sus procesos. Destaca la monitorización de los procesos y la implantación de las mejores tecnologías disponibles (MTB). Destaca la incorporación de indicadores ambientales, las mediciones de ruidos y vertidos, por encima de las de emisiones y el diseño de los procesos atendiendo a criterios de eficiencia.

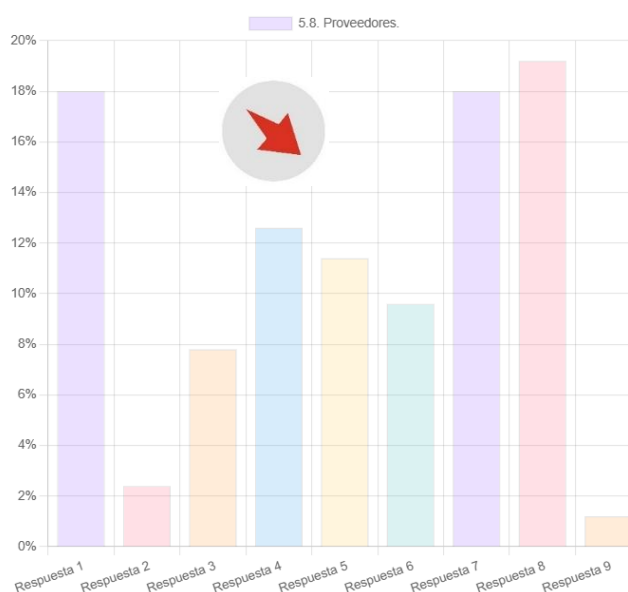
	Recuento	Porcentaje
Ha incorporado las mejores tecnologías disponibles (MTD) en su proceso	12	14.5%
Realiza el diseño de su proceso atendiendo a criterios de eficiencia ambiental	11	13.3%
Monitoriza las distintas etapas de su proceso controlando consumos eléctricos, de materias primas, materias primas y generación de residuos	19	22.9%
Ha incorporado indicadores ambientales del proceso	11	13.3%
Realiza analíticas periódicas de los vertidos (indicar periodicidad)	9	10.8%
Realiza mediciones periódicas de los ruidos (indicar periodicidad)	10	12.0%
Realiza analíticas periódicas de las emisiones (indicar periodicidad)	7	8.4%
Ninguna de las anteriores	4	4.8%



Proveedores: La contribución a un consumo responsable, tal y como se entiende en el ODS 12, debe incidir en una compra responsable y en una selección de proveedores atendiendo a criterios de sostenibilidad. La selección de productos o materias primas con etiquetados ecológicos, recicladas o reciclables o la compra a proveedores locales son algunas de las medidas de sostenibilidad que se pueden implantar.

En este sentido, el 55 % de las empresas cuentan con criterios de selección de proveedores, coincidiendo con el porcentaje que realiza compra o subcontratación a proveedores locales de km 0 (menos de 100 km de distancia). En línea con lo analizado en puntos anteriores, la compra de productos o materias primas recicladas, reciclables o con etiquetados ecológicos no está muy desarrollado entre las empresas, rondando el 35 %.

	Recuento	Porcentaje
Ha incorporado criterios ambientales para la selección de proveedores	30	18.0%
Los proveedores deberán estar certificados en ISO 14001 o registrados con EMAS de forma obligatoria	4	2.4%
Se prioriza la compra de productos/materias con etiquetado ecológico	13	7.8%
Se prioriza la compra de productos/materias reciclados	21	12.6%
Se prioriza la compra de productos/materias reciclables	19	11.4%
Se prioriza la compra de productos/materias de madera, papel o cartón, que estén certificados en FSC o PEFC	16	9.6%
Se prioriza la compra de productos y materias primas locales (km 0)	30	18.0%
Se prioriza la subcontratación de servicios a proveedores locales (km 0)	32	19.2%
Ninguna de las anteriores	2	1.2%

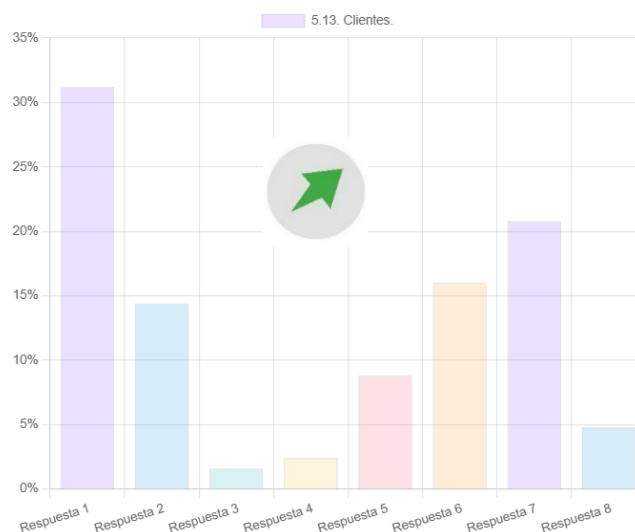


Uno de los principales grupos de interés son los clientes. Se ha analizado la **percepción de los clientes** en concreto sobre la sostenibilidad de las empresas y el **interés** real que éstos tienen en el medioambiente, la sostenibilidad y el comportamiento de la empresa con respecto a ellos. Se han analizado tres aspectos independientes: la incorporación de criterios de sostenibilidad en la selección de la empresa como proveedor de productos o servicios, la percepción sobre el grado de sostenibilidad y la detección de tendencias en el mercado hacia la sostenibilidad.

En el primero de los casos, se considera en general que los clientes valoran positivamente el grado de sostenibilidad de una empresa, con treinta y nueve (39) que han contestado en este sentido, el 71 % de los participantes. Catorce (18), manifiestan que los clientes incorporan la sostenibilidad como criterio de selección de la empresa y tan sólo 2 empresas indican que los clientes no incorporan la sostenibilidad como criterio de selección.

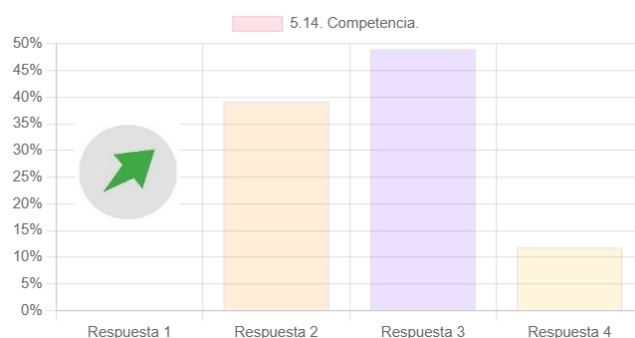
En cuanto a la percepción que los clientes tienen de la empresa, la mayoría (20) manifiestan que sus clientes consideran que tienen un grado de sostenibilidad alto, frente a 11 que piensan que es medio y sólo 3 que es bajo.

	Recuento	Porcentaje
Los clientes valoran positivamente el grado de sostenibilidad de la empresa	39	31.2%
Los clientes incorporan la sostenibilidad como criterio para la selección de la empresa	18	14.4%
Los clientes no incorporan la sostenibilidad como criterio para la selección de la empresa	2	1.6%
La percepción de los clientes sobre el grado de sostenibilidad de la empresa es bajo	3	2.4%
La percepción de los clientes sobre el grado de sostenibilidad de la empresa es medio	11	8.8%
La percepción de los clientes sobre el grado de sostenibilidad de la empresa es alto	20	16.0%
La empresa ha detectado un cambio en el mercado hacia productos/empresas sostenibles	26	20.8%
La empresa no ha detectado ningún cambio en el mercado hacia productos/empresas sostenibles	6	4.8%



Preguntadas las empresas por su **comparación con la competencia**, la mayoría (49 %) indica que considera que su grado de sostenibilidad es alto frente al de su competencia y el 39,2 % piensa que es medio. Un 11,8 % manifiesta que lo desconoce.

	Recuento	Porcentaje
El grado de sostenibilidad ambiental de la empresa frente a su competencia es bajo	0	0.0%
El grado de sostenibilidad ambiental de la empresa frente a su competencia es medio	20	39.2%
El grado de sostenibilidad ambiental de la empresa frente a su competencia es alto	25	49.0%
No conoce el grado de sostenibilidad ambiental frente a la competencia	6	11.8%



El análisis de las expectativas, intereses y necesidades de los distintos grupos de interés que se relacionan con la empresa es un proceso necesario para determinar los ODS prioritarios sobre los que la empresa puede

trabajar y para la realización del consiguiente Programa de Acción y Mejora. A continuación, se analiza el grado de relación entre la empresa y sus grupos de interés relacionados con la sostenibilidad.

Las empresas participantes reflexionaron sobre la **percepción del comportamiento ambiental** que piensan que tienen los **grupos de interés** sobre ellas. En treinta y tres (33) de los casos, es decir, en el 60 % de las empresas, consideran que la percepción de los trabajadores es alta, en el 50 % que está considerada la empresa como preocupada y concienciada en temas ambientales y sostenibles y, de forma general, en el 71 % la dirección está implicada en una transformación sostenible. En la gráfica se puede ver la priorización de estas percepciones.

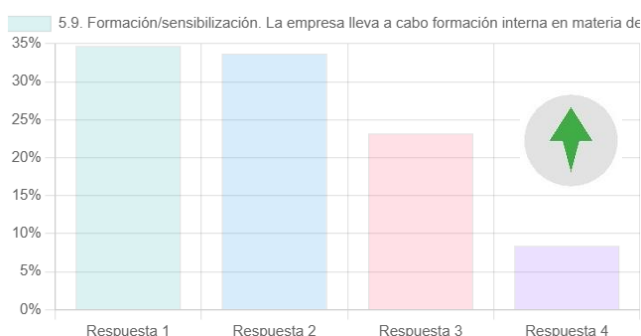
	Recuento	Porcentaje
Los trabajadores consideran que la empresa fomenta valores sostenibles	33	31.7%
Está considerada en su entorno inmediato como una empresa preocupada y concienciada con la sostenibilidad, especialmente en la minimización de los impactos ambientales	28	26.9%
Está considerada por su entorno inmediato como una empresa problemática por temas ambientales	2	1.9%
La dirección de la empresa está implicada en la transformación hacia una empresa sostenible	39	37.5%
Ninguna de las anteriores	2	1.9%



El desempeño ambiental de una empresa viene también determinado por el grado de **formación y sensibilización de sus trabajadores**. En este sentido, han sido ocho (8) las empresas que han manifestado no realizar ningún tipo de sensibilización o formación ambiental a sus trabajadores, con lo que el 86 % de las empresas sí que está realizando acciones de este tipo.

En cuanto a la formación impartida, destaca la general en sostenibilidad por encima de la medioambiental y por último la temática referente a innovación.

	Recuento	Porcentaje
Sostenibilidad	33	34.7%
Medio ambiente	32	33.7%
Innovación	22	23.2%
Ninguna de las anteriores	8	8.4%



La **participación en proyectos** relacionados con la producción o gestión de residuos, con la incorporación de materiales reciclados en el proceso o con el ecodiseño y la puesta en el mercado de productos sostenibles y/o reciclables, permite a las empresas innovar tanto en el aspecto ambiental como en el de procesos, ya que suelen ir ligados a mejoras productivas, tanto en eficiencia como en calidad de proceso o producto y, por supuesto, genera un incremento en las ventas y la apertura de nuevos mercados. Vemos en este caso que el

63 % de las empresas no han participado en proyectos de este tipo (35 empresas). Los que lo han hecho, han participado principalmente en proyectos locales o regionales.

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	14	23.7%
Proyectos nacionales (indicar)	7	11.9%
Proyectos internacionales (indicar)	3	5.1%
No ha participado	35	59.3%



La **comunicación ambiental** puede entenderse como una acción que contribuya al posicionamiento en el mercado de la empresa. Las empresas que trabajen en el camino de la sostenibilidad deben comunicarlo para que los clientes puedan seleccionar sus servicios o productos frente a otras sociedades que no inviertan en ello. En 31 empresas la sostenibilidad se incorpora en la comunicación comercial de la empresa, incluso en el 15,4 % de las empresas es el principal valor comercial, pero encontramos que casi el 20 % de las empresa no incorporan todavía la sostenibilidad ni hacen ninguna referencia a ella.

	Recuento	Porcentaje
La comunicación comercial e institucional de la empresa contempla la sostenibilidad como un valor de la misma	31	59.6%
La comunicación comercial e institucional de la empresa está basada en la sostenibilidad como el principal valor de la misma	8	15.4%
No se incluye en la comunicación de la empresa ninguna referencia a la sostenibilidad	10	19.2%
Está en proceso de implementarlo.	3	5.8%



13 ACCIÓN POR EL CLIMA





COMPROMISO CON EL ODS 13: ACCIÓN POR EL CLIMA

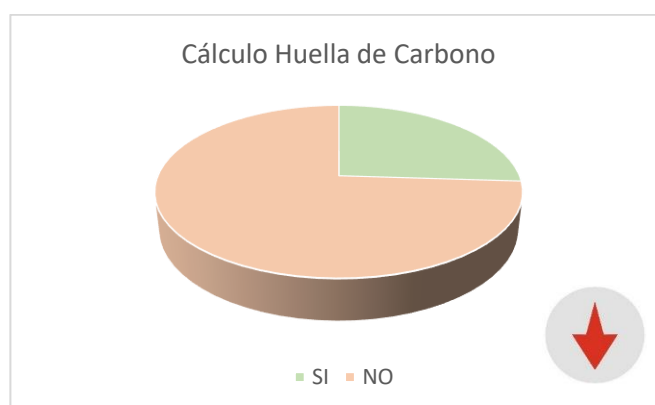
El Cambio Climático es un hecho indiscutible y sus efectos ya se están haciendo notar. Se están produciendo cambios en el clima que afectan a la agricultura y a la biodiversidad, el nivel del mar está subiendo, amenazando a territorios enteros y cada vez tenemos fenómenos meteorológicos más extremos.

El papel de las empresas en la lucha contra el Cambio Climático va a ser clave. Desde la mejora en su eficiencia energética, que les permite además ahorros económicos directos, hasta el desarrollo de productos y servicios innovadores, con bajo nivel de emisiones de carbono, con cadenas de suministro adaptadas al Cambio Climático.

El ODS 13 nos dará un indicador del grado de compromiso de las empresas en la lucha contra el cambio climático. Aunque este ODS está muy ligado al ODS 7 de energía o al ODS 12 de consumo responsable, en este punto se analizan aspectos como las emisiones y la huella de carbono de las organizaciones.

El primer aspecto es conocer si las empresas han calculado su Huella de Carbono. La Huella de Carbono de una empresa consiste en la cuantificación de la totalidad de los gases de efecto invernadero emitidos por ella como consecuencia del desarrollo de su actividad. Se calcula multiplicando los datos de consumo (consumo de combustibles fósiles, de electricidad, pérdidas de gases de refrigeración...) por el factor de emisión (cantidad de gases de efecto invernadero emitidos por cada uno de esos parámetros de actividad, normalmente establecido de forma estándar). La medida de la Huella de Carbono son las Toneladas de CO₂ Equivalente emitidas, por lo que todos los gases de efecto invernadero se miden, por conversión, en toneladas de CO₂.

Vemos que en el 73,6 % de los casos las empresas no tienen la Huella de Carbono calculada.



La Huella de Carbono puede ser registrada en el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Con ello, las empresas hacen pública su Huella de Carbono, permitiendo la comparación entre sociedades con la misma actividad. El registro de la Huella de Carbono permite varias posibilidades: registrar el cálculo,

registrar además la reducción generada o registrar también la compensación que se realiza de la misma, con el efecto de neutralizar las emisiones que la empresa genera cuando no tiene más posibilidades de reducción.

De las empresas que han calculado su huella de carbono, la han registrado solamente ocho empresas. Por tanto, el registro de la huella de carbono en el total de la muestra es sólo del 17,5 % de las empresas, no habiendo registrado su huella el 82,5 %. Ninguna empresa ha compensado la huella, pero cuatro han obtenido el registro de reducción.

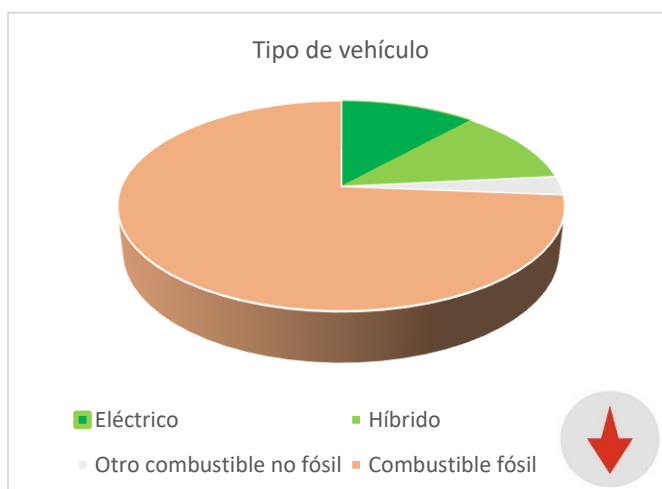
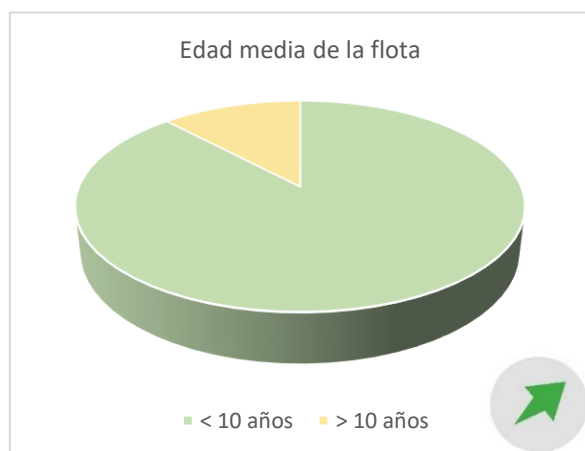
	Recuento	Porcentaje
Cálculo	3	7.5%
Cálculo y reducción	4	10.0%
Cálculo y compensación	0	0.0%
Cálculo, reducción y compensación	0	0.0%
No la ha registrado	33	82.5%



En el caso de que la empresa cuenta con una **flota de vehículos** propia, se podrá calcular la Huella de Carbono generada por cada uno de los vehículos que la componen y actuar sobre ellos con el fin de reducirla. La flota puede incluir tanto vehículos comerciales o de servicio, como vehículos para el transporte de mercancías. El 67% de las empresas cuentan con flota propia.

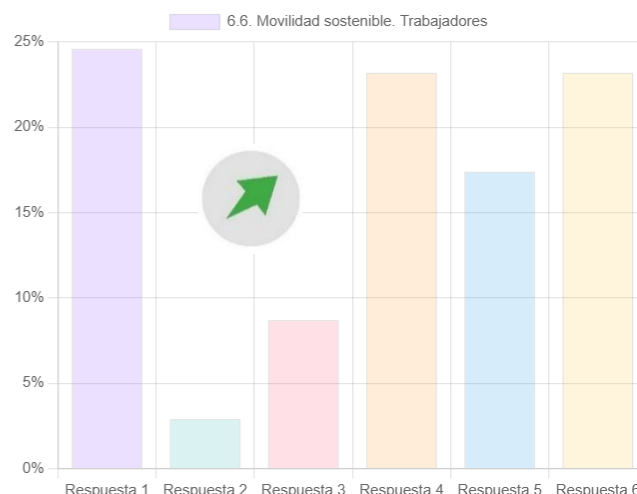
Movilidad sostenible: flota propia. En aquellas empresas que sí que cuentan con vehículos propios, se analiza la edad media de los mismos y el tipo de vehículos. El tipo y edad del vehículo influye sobre las emisiones de gases de efecto invernadero. Por ello, es necesario determinar, además de la edad del vehículo para ir planificando su sustitución, el grado de introducción de vehículos eléctricos o híbridos en la flota de la empresa.

El número de empresas con una flota con menos de 10 años de media es del 88 %. En cuanto al tipo de vehículos, los motores de combustión predominan ampliamente sobre el resto.



Movilidad sostenible: trabajadores. Una parte de la Huella de Carbono indirecta (Alcance 3) es la generada por los trabajadores para acudir al puesto de trabajo. Se han revisado las prácticas que tienen las empresas en este aspecto, encontrando que en el 29 % de los casos no hay ninguna medida al respecto y en el resto predomina la existencia de transporte público y los aparcamientos para bicicletas. Es muy escaso el transporte colectivo propio de la empresa (sólo 2 empresas) y sí que se empieza a fomentar el vehículo compartido (12 empresas). Aún son pocas las empresas que disponen de cargadores para vehículos eléctricos.

	Recuento	Porcentaje
Existe transporte público para llegar hasta las instalaciones de la empresa (indicar el tipo)	17	24.6%
La empresa suministra transporte colectivo para acceder al puesto de trabajo	2	2.9%
Pone a disposición de los trabajadores cargadores de vehículos eléctricos (coches, motos, bicicletas, patines)	6	8.7%
Pone a disposición de los trabajadores aparcamientos para bicicletas	16	23.2%
Fomenta el uso del vehículo compartido	12	17.4%
Ninguna de las anteriores	16	23.2%



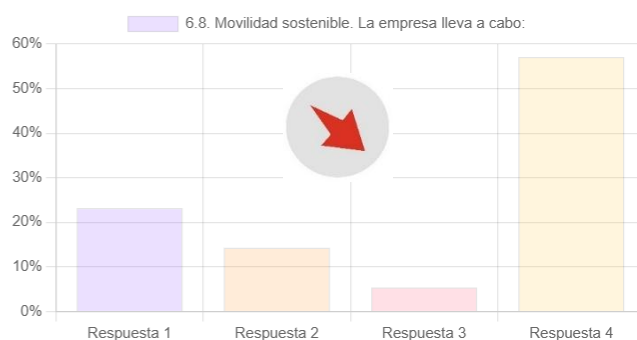
Movilidad sostenible: proveedores. Las empresas pueden mitigar parte de su Huella de Carbono actuando sobre sus proveedores, tanto de servicios como de productos y materias primas. En cuanto a los proveedores, se observa que el 86 % de las empresas no conocen ni incorporan la huella de carbono de sus proveedores como un criterio de selección.

	Recuento	Porcentaje
En la selección de proveedores se considera la huella de carbono como criterio para su evaluación	8	16.7%
Se conoce la huella de carbono generada por los proveedores	1	2.1%
Ninguna de las anteriores.	39	81.3%



Movilidad sostenible: acciones. Se ha hecho una propuesta de acciones para las empresas, pero se observa que no suelen estar implantadas (57 %) y, en su caso, priman las acciones para promover el transporte sostenible de los trabajadores.

	Recuento	Porcentaje
Acciones que promueve el transporte Sostenible entre sus trabajadores.	13	23.2%
Acciones que promueve el transporte Sostenible de las mercancías	8	14.3%
Otra	3	5.4%
Ninguna de las anteriores	32	57.1%



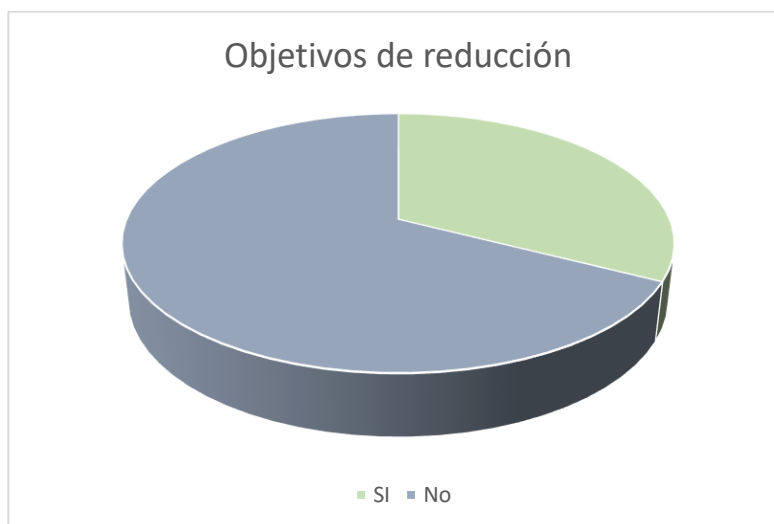
El **tipo de combustible** utilizado en el proceso productivo de la empresa es importante, ya que, dependiendo del utilizado, la Huella de Carbono es mayor o menor. Incluiremos como proceso productivo los gases utilizados para la climatización en aquellas empresas en las que ésta constituya parte de su proceso productivo, como pueden ser comercios, restauración, oficinas u hostelería.

Entre las empresas analizadas se observa que la mayoría no utiliza ningún tipo de combustible y entre el resto predomina el gasoil sobre el gas.

	Recuento	Porcentaje
Gas	6	14.0%
Gasoil	12	27.9%
Biocombustible (indicar)	0	0.0%
Cogeneración	0	0.0%
Otro (indicar)	5	11.6%
No utiliza combustibles en proceso	20	46.5%



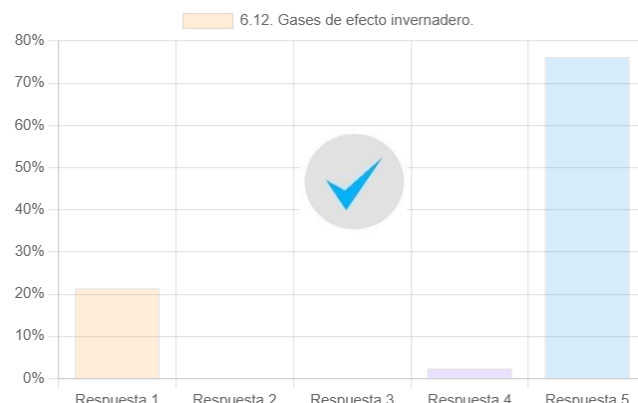
Con el fin de reducir su Huella de Carbono, las empresas pueden establecer **objetivos o programas de reducción**. Se observa el bajo número de empresas que han puesto en marcha algún tipo de planificación, con objetivos o programas de reducción.



Si bien las emisiones debidas al consumo eléctrico o al consumo de combustibles son fácilmente detectables por las empresas, la ir ligadas a consumos de recursos, en el desarrollo de la actividad pueden generarse **otros gases de efecto invernadero**. El primer paso es identificar la generación de estos otros gases, con el fin de cuantificarlos e iniciar acciones para su minimización.

Principalmente se trata de gases de refrigeración y el problema se genera en las fugas de estos gases. El 21,4 % de las empresas ha identificado sus fugas de gases de refrigeración.

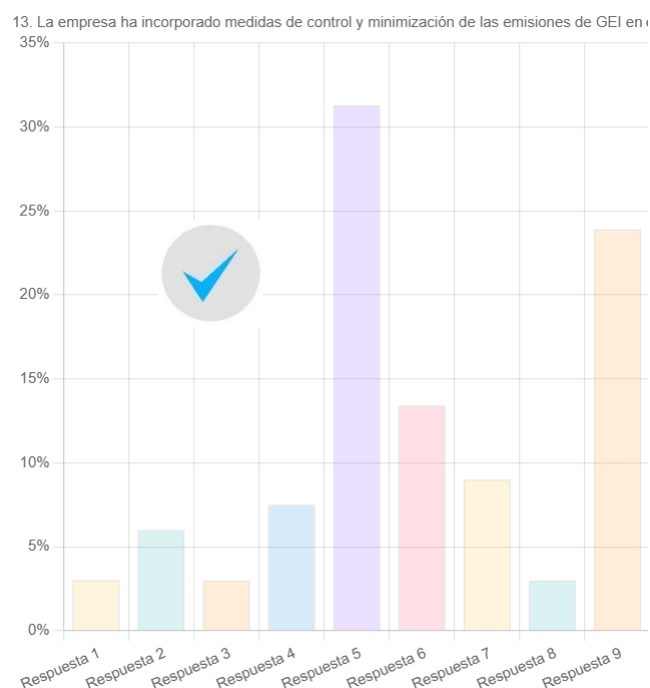
	Recuento	Porcentaje
La empresa ha identificado las pérdidas de gases de refrigeración	9	21.4%
Los procesos industriales de la empresa generan Óxido nitroso (N2O)	0	0.0%
Los procesos industriales de la empresa generan Metano (CH4)	0	0.0%
Los procesos industriales de la empresa generan Gases fluorados	1	2.4%
Ninguna de las anteriores.	32	76.2%



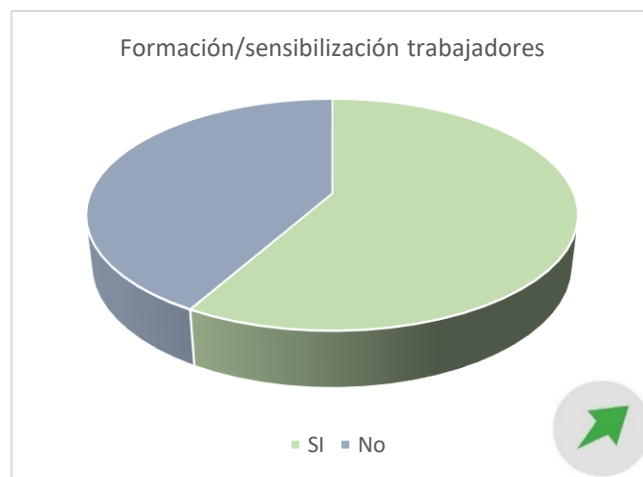
Una vez identificados los gases de efecto invernadero (GEI) que se generan durante la actividad empresarial, el paso siguiente es el **control de las emisiones y su minimización** siempre que sea posible. A continuación se realiza un análisis de las distintas posibilidades para el control y minimización de las emisiones de gases de efecto invernadero.

En este sentido, el **control y minimización de las emisiones de GEI** es muy importante. Las empresas han incorporado medidas para controlar esto en el 76 % de las empresas. Entre las medidas destacan las revisiones de los sistemas de aire acondicionado y de las cámaras frigoríficas. Algunas empresas han sustituido gases refrigerantes y equipos por más eficientes y menos contaminantes y otras controlan la temperatura de las cámaras.

	Recuento	Porcentaje
Se han instalado equipos de medición en planta	2	3.0%
Se ha sustituido el gas utilizado por uno menos contaminante	4	6.0%
Se utilizan las mejores tecnologías disponibles (MTD)	2	3.0%
Se han sustituido equipos/procesos por más eficientes en la minimización de emisiones	5	7.5%
Se realizan revisiones periódicas de los sistemas de aire acondicionado	21	31.3%
Se realizan revisiones periódicas de las cámaras frigoríficas	9	13.4%
Se controla la temperatura de las cámaras frigoríficas	6	9.0%
Otras (Indicar)	2	3.0%
No se han incorporado medidas	16	23.9%



Como ya se ha comentado con anterioridad, las medidas **de formación y sensibilización a los trabajadores** tienen una eficacia muy alta en la implantación de la sostenibilidad. En cuanto a la formación y sensibilización de los trabajadores en temas relacionados con el cambio climático y la Huella de Carbono, en el 58,2 % de los casos se imparte algún tipo de formación de este tipo. En cuanto al tipo de formación impartida, predominan temas relacionados con la movilidad sostenible.



La **participación de la empresa en proyectos ambientales** aporta generalmente, de forma directa o indirecta, acciones relacionadas con la mitigación del Cambio Climático. Además, las empresas pueden participar en proyectos que incidan directamente sobre la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero y de la Huella de Carbono.

Al igual que en el resto de ODS, se ha analizado el grado de **participación en proyectos**, en este caso relacionados con la Huella de Carbono de la empresa, cambio climático o gases de efecto invernadero. El 78 % de las empresas no han participado en ningún proyecto de este tipo, predominando los proyectos locales o regionales.

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	5	9.8%
Proyectos nacionales (indicar)	2	3.9%
Proyectos internacionales (indicar)	0	0.0%
No ha participado	43	84.3%
Proyectos de colaboración con universidades o centros de investigación.	1	2.0%

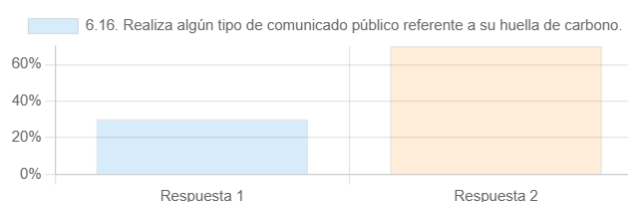


La sensibilidad de la sociedad hacia la problemática del Cambio Climático es cada vez mayor. Por ello, las empresas deben de comunicar las acciones que realizan encaminadas al conocimiento, control y minimización de su Huella de Carbono y la contribución que con ello hacen al cumplimiento del ODS 13.

La **comunicación** puede realizarse de forma muy variada, con inclusión en los comunicados que realice la empresa, en su información comercial, en su página web, en revistas, etc. La redacción y publicación de su Memoria de Sostenibilidad es el paso más importante que puede dar la empresa en comunicación ambiental.

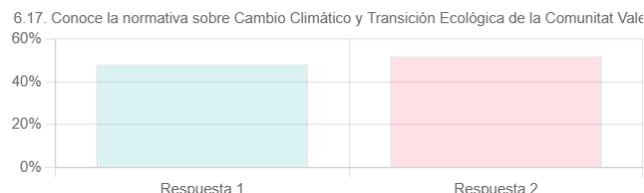
En cuanto a la **comunicación a los grupos de interés** relativa a la Huella de Carbono, el 70 % de las empresas no realiza ningún tipo de comunicación.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar)	15	30.0%
No	35	70.0%



La Comunitat Valenciana cuenta con normativa propia que ayude a la transición ecológica y a mitigar el Cambio Climático y, con ello, al cumplimiento del ODS 13. Pero en muchas ocasiones las empresas desconocen la normativa y las acciones que desde la administración se ponen en marcha en aras de la sostenibilidad. En este apartado se pretende si las empresas tienen conocimiento sobre esta normativa, resultando en que prácticamente la mitad de las empresas la conocen.

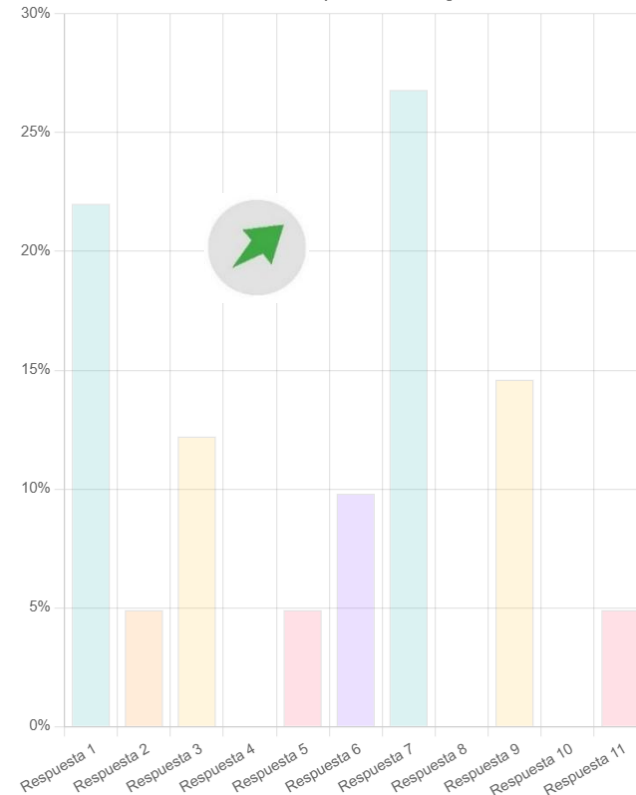
	Recuento	Porcentaje
Si	25	48.1%
No	27	51.9%



La Generalitat Valenciana ha propuesto toda una serie de medidas que ayuden a la mitigación del Cambio Climático en nuestra Comunitat. Un gran número de ellas afectan a las empresas, como actores principales en el camino hacia la Transición Ecológica. En el caso de que la conocieran, se preguntó por su opinión al respecto, obteniéndose que en su mayoría se considera que son adecuadas y que afectarán positivamente a las empresas, tratándose de una oportunidad. Destaca la sensación de las empresas de que son adecuadas y que suponen una oportunidad para las empresas de la Comunitat Valenciana.

	Recuento	Porcentaje
Son adecuadas	9	22.0%
No son las adecuadas	2	4.9%
Son insuficientes	5	12.2%
Son excesivas	0	0.0%
Son realistas	2	4.9%
No se ajustan a la realidad	4	9.8%
Afectarán positivamente a las empresas de la CV al tratarse de una oportunidad	11	26.8%
Afectarán negativamente a las empresas de la CV	0	0.0%
Afectarán positivamente a mi empresa	6	14.6%
Afectarán negativamente a mi empresa	0	0.0%
No afectarán a mi empresa	2	4.9%

Respuestas en la normativa sobre Cambio Climático y Transición Ecológica de la Comunitat Valenciana



4. Consultas

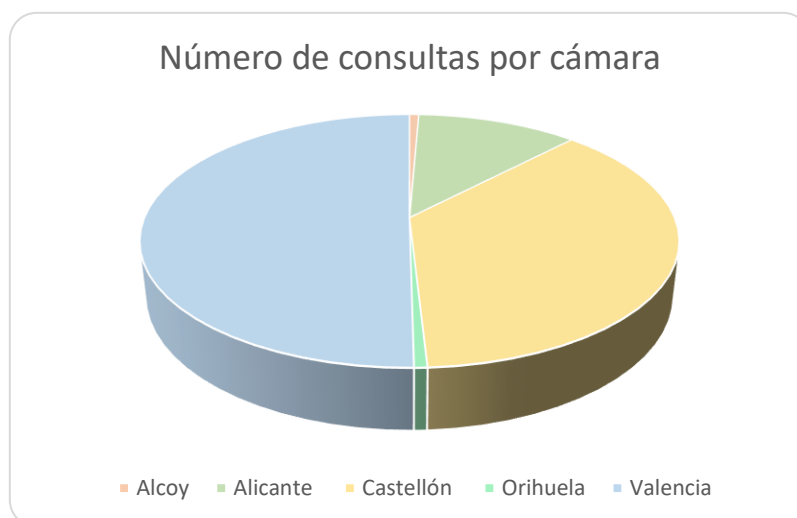
4. Consultas.

La herramienta informática desarrollada permite, además, el registro de todas las consultas relacionadas con sostenibilidad que se realizan a las diferentes cámaras.

A continuación se incluye un resumen de los datos más relevantes relacionados con las consultas realizadas durante 2024.

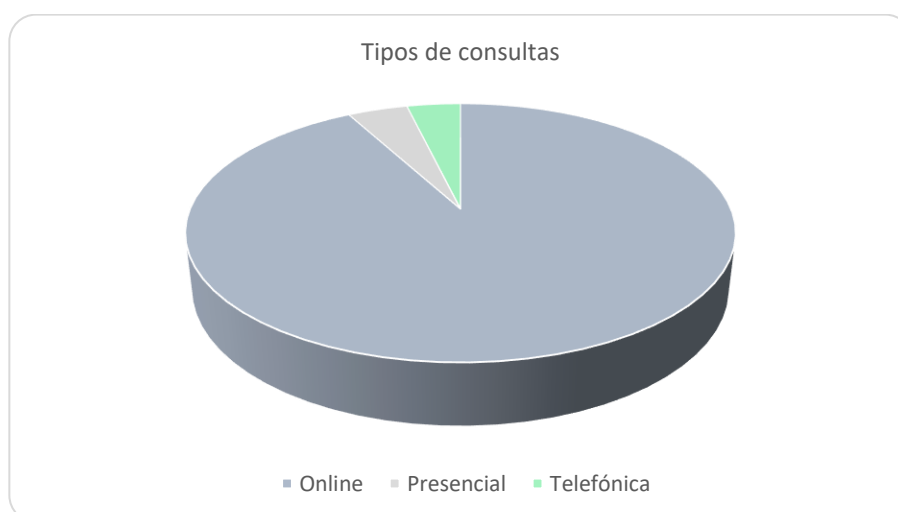
Número de consultas recibidas por cada Cámara:

Cámaras	Total	%
Alcoy	3	0,66
Alicante	52	11,50
Castellón	167	36,95
Orihuela	3	0,66
Valencia	227	50,22



Tipo de consultas:

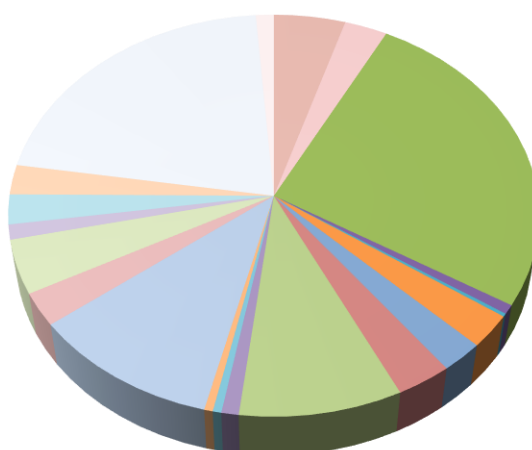
Tipo	Total	%
Online	416	92,04
Presencial	19	4,20
Telefónica	17	3,76



Número de consultas recibidas por sector:

Sector	Total	%
Grupo A: AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA	20	4,42
Grupo B: INDUSTRIAS EXTRACTIVAS	12	2,65
Grupo C: INDUSTRIA MANUFACTURERA	109	24,12
Grupo D: SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO	18	3,98
Grupo E: SUMINISTRO DE AGUA, ACTIVIDADES DE SANEAMIENTO, GESTIÓN DE RESIDUOS Y DESCONTAMINACIÓN	12	2,65
Grupo F: CONSTRUCCIÓN	11	2,43
Grupo G: COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS DE MOTOR Y MOTOCICLETAS	10	2,21
Grupo H: TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	13	2,88
Grupo I: HOSTELERÍA	38	8,41
Grupo J: INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES	4	0,88
Grupo K: ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS	2	0,44
Grupo L: ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	2	0,44
Grupo M: ACTIVIDADES PROFESIONALES CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	49	10,84
Grupo N: ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y SERVICIOS AUXILIARES	11	2,43
Grupo O: ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; SEGURIDAD SOCIAL OBLIGATORIA	18	3,98
Grupo P: EDUCACIÓN	5	1,11
Grupo Q: ACTIVIDADES SANITARIAS Y DE SERVICIOS SOCIALES	10	2,21
Grupo R: ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, RECREATIVAS Y DE ENTRENIMIENTO	12	2,65
Grupo S: OTROS SERVICIOS	91	20,13
Grupo U: ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ORGANISMOS EXTRATERRITORIALES	5	1,11

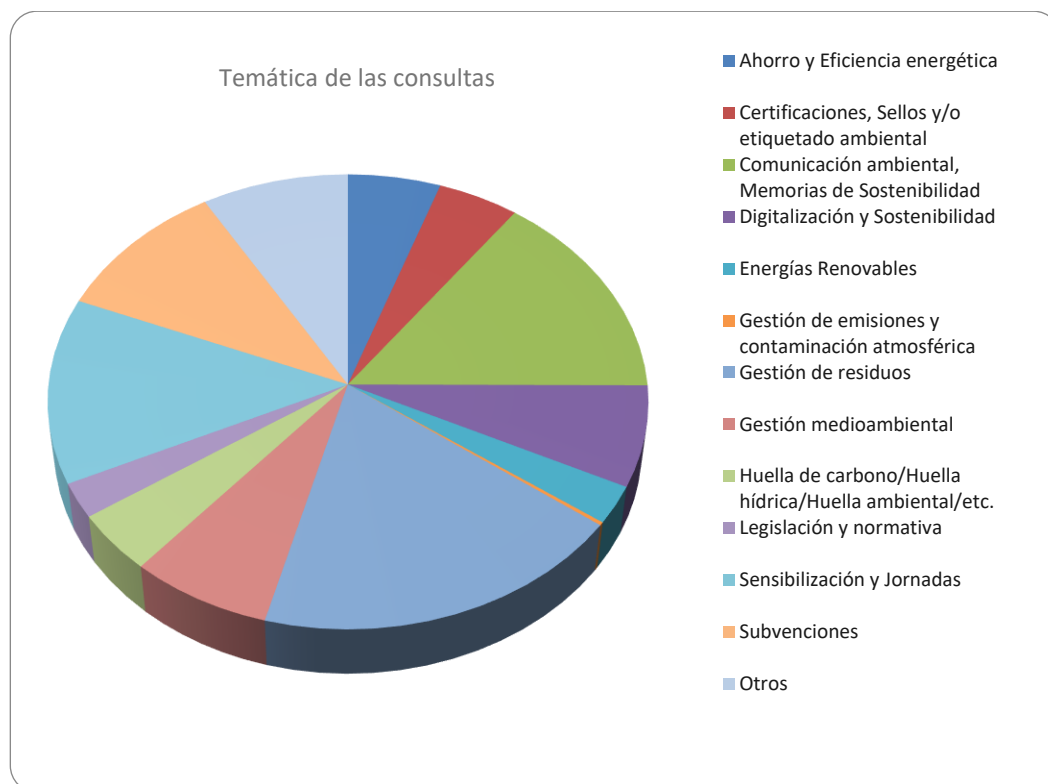
Consultas por sector de actividad



■ Grupo A ■ Grupo B ■ Grupo C ■ Grupo D ■ Grupo E ■ Grupo F ■ Grupo G
 ■ Grupo H ■ Grupo I ■ Grupo J ■ Grupo K ■ Grupo L ■ Grupo M ■ Grupo N
 ■ Grupo O ■ Grupo P ■ Grupo Q ■ Grupo R ■ Grupo S ■ Grupo U

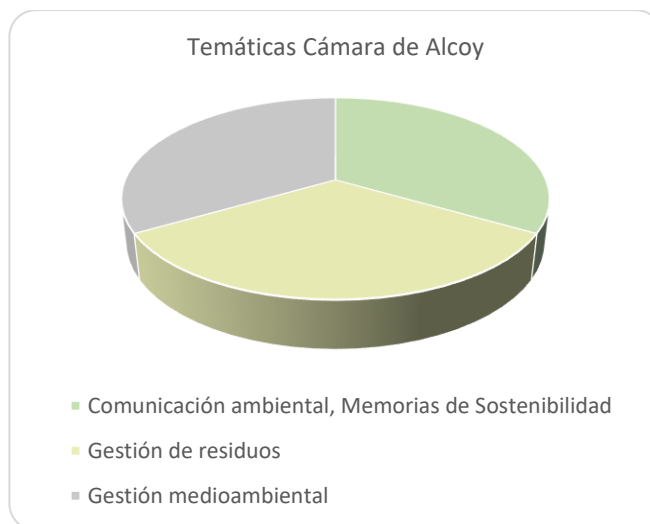
Tipo de consultas por temática:

Temática	Total	%
Ahorro y Eficiencia energética	24	5,31
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	21	4,65
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad	67	14,82
Digitalización y Sostenibilidad	32	7,08
Energías Renovables	14	3,10
Gestión de emisiones y contaminación atmosférica	1	0,22
Gestión de residuos	85	18,81
Gestión medioambiental	32	7,08
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.	19	4,20
Legislación y normativa	11	2,43
Sensibilización y Jornadas	60	13,27
Subvenciones	48	10,62
Otros	38	8,41

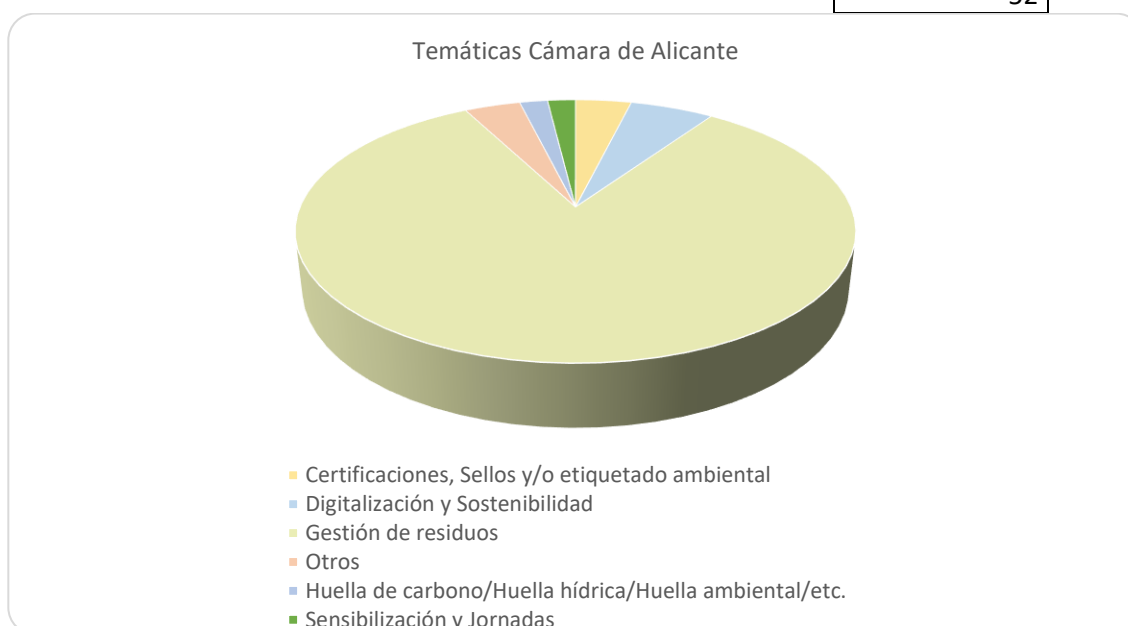


Tipo de consultas por Cámara:

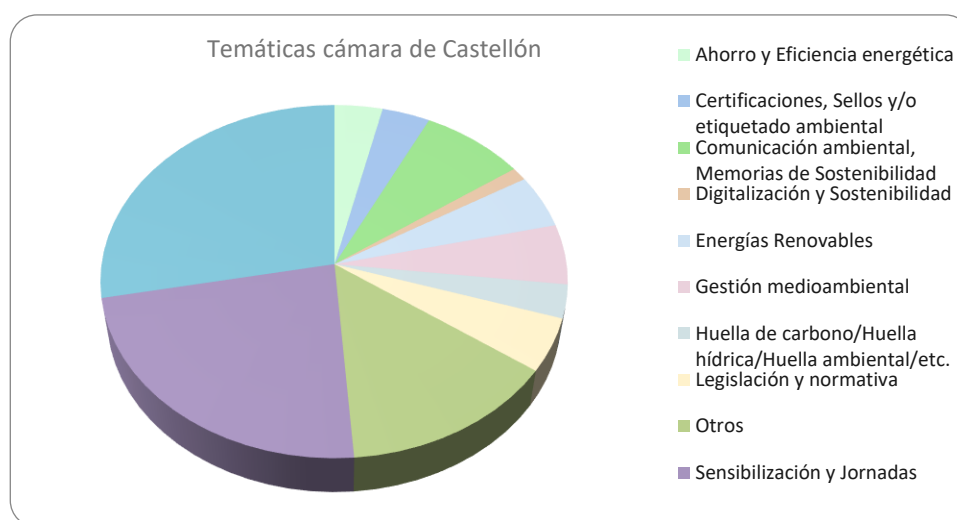
Cámara de Alcoy	Total
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad	1
Gestión de residuos	1
Gestión medioambiental	1
	3



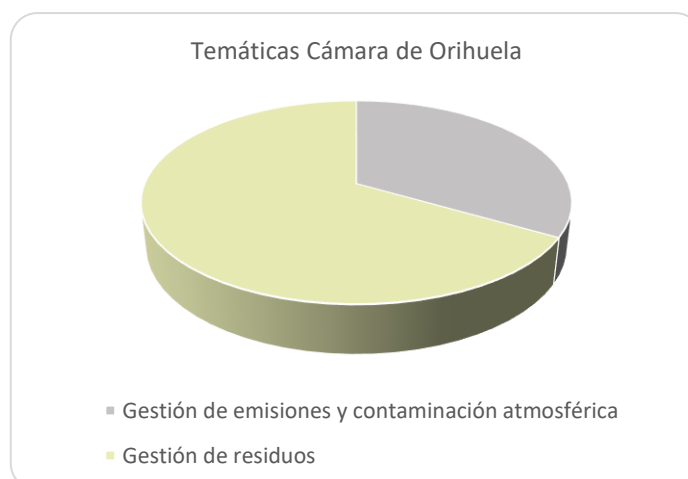
Cámara de Alicante	Total
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	2
Digitalización y Sostenibilidad	3
Gestión de residuos	43
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.	1
Otros	2
Sensibilización y Jornadas	1
	52



Cámara de Castellón	Total
Ahorro y Eficiencia energética	6
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	6
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad	13
Digitalización y Sostenibilidad	2
Energías Renovables	9
Gestión medioambiental	9
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.	5
Legislación y normativa	8
Otros	23
Sensibilización y Jornadas	38
Subvenciones	48
	167



Cámara de Orihuela	Total
Gestión de emisiones y contaminación atmosférica	1
Gestión de residuos	2
	3



Cámara de Valencia	Total
Ahorro y Eficiencia energética	18
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	13
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad	53
Digitalización y Sostenibilidad	27
Energías Renovables	5
Gestión de residuos	39
Gestión medioambiental	22
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.	13
Legislación y normativa	3
Otros	13
Sensibilización y Jornadas	21
	227

