

La acción climática en las empresas españolas

2024

Este informe ha sido elaborado para Alinnea por Abay Analistas.

Alinnea es un Think & Tank de acción climática auspiciado por Fundación Instituto de Empresa (IE Foundation) y apoyado por European Climate Foundation (ECF).



Equipo de trabajo Abay Analistas

María Isabel Martínez Martín

Rosa Santero Sánchez

César Herreros Castillo

Equipo de Trabajo Alinnea

Ana Belén Sánchez, Directora

Imanol Zabaleta, Director Ejecutivo

Sara Candela, Junior Manager

Los hallazgos, análisis y conclusiones presentados en este informe se basan en la información disponible (obtenida de fuentes primarias o de otras investigaciones citadas en el informe, consideradas precisas y fiables) y en las metodologías aplicadas durante el proceso de investigación. Ninguna de las personas e instituciones colaboradoras se harán responsables de la interpretación que se haga de la información contenida en el presente documento, así como tampoco de ninguna pérdida consecuencia de la toma de decisiones de ningún tipo, sobre la base de la información contenida en el presente informe. Igualmente, el reconocimiento y/o agradecimiento a cualquier organización no implica su respaldo al texto final.

Auspiciado por:



Apoyado por:



El presente informe ha sido elaborado con el apoyo de la Fundación Europea para el Clima. La responsabilidad de la información y los puntos de vista expuestos en este informe recae en los autores. La Fundación Europea para el Clima no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida o expresada en el presente documento.

Citar como:

Fundación Instituto de Empresa (2025) La acción climática en las empresas españolas 2024. Estudio elaborado para Alinnea (IE Foundation) por Abay Analistas.

Índice

— Prólogo	5
— Alinnea	7
— Introducción	8
— 01. Principales resultados	11
1.1 El cambio climático en el contexto empresarial español	12
1.2 Nivel de desarrollo de la acción climática empresarial	13
1.3 Impacto de la acción climática sobre la competitividad empresarial	14
1.4 Obstáculos al desarrollo de la acción climática	14
— 02. Características básicas del tejido empresarial español	15
— 03. Percepciones sobre el cambio climático	19
3.1 Cambio climático y contexto empresarial	20
3.2 Plazo estimado para percibir los efectos del cambio climático en la empresa	23
3.3 Capacitación empresarial para abordar el cambio climático	25
— 04. Nivel de desarrollo de la acción climática empresarial	26
4.1 Iniciativas desarrolladas por las empresas	27
4.2 Estrategias e instrumentos en el ámbito de la acción climática empresarial	31
4.3 Motivaciones para el desarrollo de la acción climática empresarial	36
— 05. Impacto de la acción climática sobre la competitividad empresarial	05
5.1 Procesos de innovación empresarial	40
5.2 Procesos productivos y las cadenas de suministro	43
5.3 Procesos de internacionalización empresarial	45
5.4 Financiación empresarial	48
5.5 Resultados económicos y la posición competitiva de la empresa	48
5.6 Empleo	51
5.7 Principales vías de impacto de la acción climática en la competitividad empresarial	57
— 06. Balance coste-beneficio del desarrollo de la acción climática	55
— 07. Obstáculos al desarrollo de la acción climática	57
7.1 Medidas demandadas para facilitar la acción climática empresarial	60
Anexo. Ficha técnica de la encuesta	62
Referencias bibliográficas	63

Índice de figuras y tablas

- 17 Figura 1.** Empresas españolas de tres o más personas empleadas por sector (1.1), tamaño (1.2), grado de innovación (1.3) e internacionalización (1.4)
- 21 Figura 2.** Grado de acuerdo neto con determinadas afirmaciones relacionadas con el cambio climático y el contexto empresarial
- 22 Figura 3.** Indefinición frente al cambio climático: empresas sin posición definida frente a determinadas afirmaciones relacionadas con él y el contexto empresarial
- 23 Figura 4.** Previsión del plazo para percibir el impacto del cambio climático en la empresa
- 24 Figura 5.** Empresas que ya perciben el impacto del cambio climático: diferencias por sectores y tamaño
- 25 Figura 6.** Empresas que se consideran, o no, capacitadas para abordar el cambio climático, detalle por sectores
- 28 Figura 7.** Iniciativas desarrolladas por las empresas para abordar el cambio climático
- 29 Figura 8.** Desarrollo por parte de las empresas de iniciativas para abordar el cambio climático, detalle por sectores
- 32 Figura 9.** Utilización por las empresas de los distintos instrumentos para abordar el cambio climático
- 33 Figura 10.** Utilización por las empresas de los distintos instrumentos para abordar el cambio climático; diferencias en función de sus estrategias
- 34 Figura 11.** Grado de desarrollo de las estrategias de acción climática en las empresas españolas; detalle por tramos de tamaño empresarial
- 35 Figura 12.** Aplicación de los distintos tipos de estrategias de acción climática en las empresas españolas; diferencias por sectores
- 37 Figura 13.** Principales motivaciones para el desarrollo de iniciativas de acción climática empresarial
- 41 Figura 14.** Empresas innovadoras que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre su actividad innovadora
- 42 Figura 15.** Empresas innovadoras que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre su actividad innovadora; detalle en función de las estrategias
- 43 Figura 16.** Empresas que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la implementación de acciones climáticas sobre los procesos productivos y las cadenas de suministro
- 44 Figura 17.** Empresas que señalan un impacto alto o muy alto en la implementación de acciones climáticas sobre los procesos productivos y las cadenas de suministro; detalle en función de las estrategias
- 46 Figura 18.** Empresas internacionalizadas que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la implementación de acciones climáticas sobre su proceso de internacionalización
- 47 Figura 19.** Empresas internacionalizadas que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre su internacionalización; detalle en función de las estrategias
- 49 Figura 20.** Empresas que señalan un impacto positivo medio, alto o muy alto de la implementación de acciones climáticas en sus resultados empresariales
- 50 Figura 21.** Empresas que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre sus resultados económicos; detalle en función de las estrategias
- 52 Figura 22.** Empresas que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre el empleo en su compañía
- 52 Figura 23.** Empresas que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre los puestos de trabajo y el empleo; detalle en función de las estrategias
- 54 Figura 24.** Principales vías por las que la acción climática afecta a la competitividad empresarial (porcentaje de empresas que señala un impacto alto o muy alto sobre el total de empresas, salvo en innovación (total empresas innovadoras) e internacionalización (total empresas con ventas en mercados extranjeros))
- 56 Figura 25.** Balance coste-beneficio del desarrollo de la acción climática en las empresas españolas; detalle por tipo de estrategia
- 59 Figura 26.** Principales obstáculos en el desarrollo de la acción climática en las empresas españolas
- 61 Figura 27.** Principales medidas demandadas por las empresas españolas para apoyar el desarrollo de la acción climática
-
- 30 Tabla 1.** Principales iniciativas desarrolladas por las empresas para abordar el cambio climático, detalle por sectores (porcentaje sobre el total de encuestadas de cada sector)
- 62 Tabla A1.** Ficha técnica del trabajo de campo

Prólogo



Isabela del Alcázar Benjumea,
*Chief Purpose and
Sustainability Officer de
IE University*

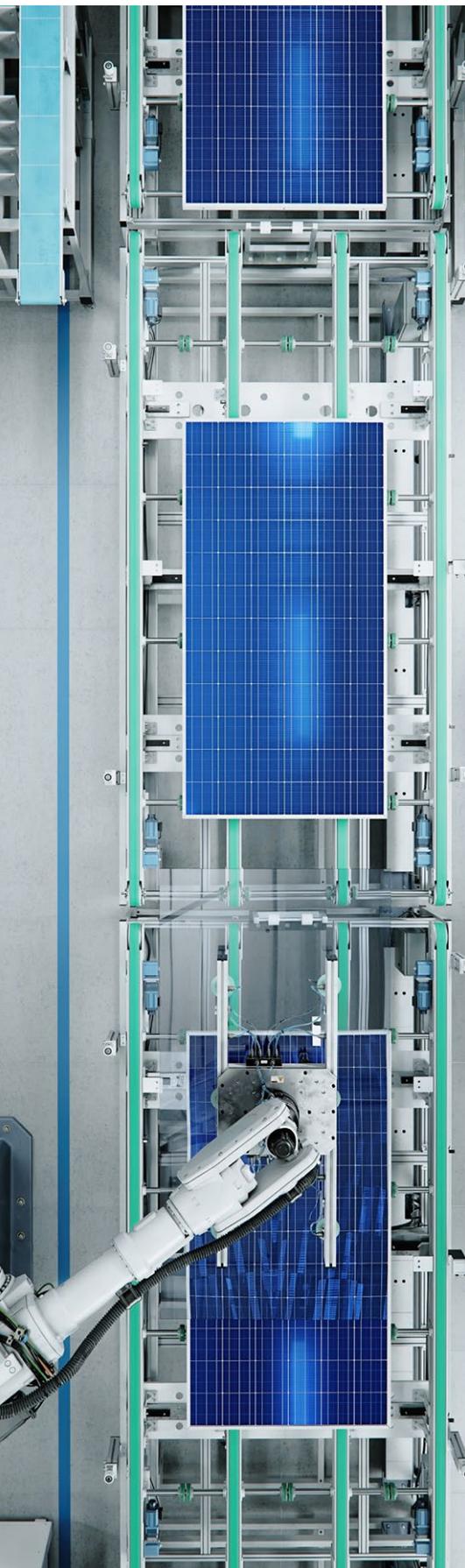
En un contexto europeo marcado por la urgencia climática y la creciente presión regulatoria sobre el sector empresarial, la necesidad de comprender y fortalecer la acción climática de las empresas nunca ha sido tan apremiante. La Unión Europea ha establecido un marco ambicioso con el **Pacto Verde Europeo**, la **Ley de Restauración de la Naturaleza** y la **Nueva Política Agrícola Común (PAC) 2023-2027**, que buscan transformar la economía hacia un modelo sostenible y resiliente. En este marco, el sector privado no solo debe adaptarse a las nuevas regulaciones, sino que también tiene la oportunidad de liderar la transición climática a través de la innovación y la competitividad.

Es aquí donde nace **Alinnea**, un Think & Action Tank que, desde su creación en 2024 en el seno de la **IE University** y con el respaldo de la **ECF (European Climate Foundation)**, busca generar soluciones prácticas para acelerar la acción climática en el sector privado. Alinnea se distingue por su enfoque multidisciplinario e inclusivo, facilitando un **diálogo entre actores clave** y proporcionando **recomendaciones accionables** en el ámbito económico, financiero y regulatorio.



Ana Belén Sánchez,
Director Alinnea

A pesar de su relevancia y representatividad en la economía, el estudio de la transición climática empresarial se ha centrado principalmente en las grandes corporaciones, que, además de estar más reguladas, cuentan con mayores recursos para adaptarse. Como resultado, las pymes, que constituyen el 99,8% del tejido empresarial español y generan el 61,8% del empleo, han quedado en gran medida fuera del análisis, a pesar de su papel fundamental en la transición hacia una economía baja en carbono. Esta exclusión representa un vacío crítico que debía abordarse y para ello se ha llevado a cabo este exhaustivo trabajo de análisis.



Este informe, «**La acción climática en las empresas españolas 2024**», es una contribución esencial para comprender cómo las empresas españolas están abordando la transición climática, con un enfoque pionero que no solo mide el nivel de acción climática empresarial, sino que también **explora su relación con la competitividad**. A través de una muestra representativa de 800 empresas, el estudio ofrece una radiografía de las estrategias de sostenibilidad en distintos sectores y tamaños empresariales, permitiendo identificar **barreras, oportunidades y mecanismos de acción climática efectiva**.

La relevancia de este estudio radica en dos aspectos fundamentales:

- 1. Representatividad:** La diversidad de empresas analizadas permite obtener una visión global del estado actual de la acción climática en España.
- 2. Vinculación entre sostenibilidad y competitividad:** Se examina no solo la implementación de estrategias climáticas, sino también su impacto en la innovación, eficiencia productiva y rentabilidad empresarial.

Los resultados muestran una clara transición hacia modelos de negocio más sostenibles, aunque con diferencias notables según el tamaño de la empresa y el sector de actividad. Se evidencia un **impacto positivo de la acción climática en la competitividad**, con empresas que integran estrategias sostenibles logrando mayor innovación, internacionalización y estabilidad financiera. Sin embargo, también persisten barreras significativas, como la falta de financiamiento accesible y la percepción de altos costos iniciales.

Este informe ofrece un **marco de referencia clave para gobiernos, inversores y empresas**, proporcionando datos y recomendaciones para acelerar la transición climática desde un enfoque pragmático y basado en evidencias. En un momento en que la sostenibilidad se convierte en un factor estratégico de competitividad global, los hallazgos de este estudio pueden orientar tanto políticas públicas como estrategias empresariales para una economía más verde y resiliente.

Confiamos en que este análisis inspire el **diálogo y la acción** entre los distintos actores del ecosistema empresarial y político, facilitando la construcción de un futuro donde la rentabilidad, la sostenibilidad y la innovación vayan de la mano.

Alinnea es un Think & Action Tank dinámico, colaborativo e inclusivo centrado en el cambio climático. Desde su creación en 2024, en el seno de IE University y con el respaldo de la ECF (European Climate Foundation), persigue fortalecer el ecosistema de acción climática y servir como un actor clave para avanzar en los retos que plantea.

Su compromiso es identificar y ofrecer soluciones prácticas a través de un diálogo entre múltiples actores y un amplio conocimiento interdisciplinar. Su objetivo es abordar los obstáculos que retrasan la acción por el clima ofreciendo recomendaciones de incentivos económicos, financieros, sociales y de otro tipo. Fomenta la colaboración a través de la investigación, el diálogo y la participación de las partes interesadas.



En un contexto global en el que los Gobiernos, las organizaciones internacionales y la sociedad civil se esfuerzan por mitigar las emisiones de carbono y adaptarse a los efectos del cambio climático, la acción empresarial en esta materia se configura como un pilar fundamental.

Las compañías desempeñan un papel decisivo en la transición hacia una economía baja en carbono, así como también en el liderazgo de una innovación orientada a obtener productos más sostenibles que contribuya a reforzar las medidas adoptadas por otros actores.

Se entiende por *acción climática empresarial* (en adelante también referida simplemente como *acción climática*) el conjunto de iniciativas y estrategias que las empresas implementan con el fin de abordar y mitigar los impactos del cambio climático (Red Española del Pacto Mundial y ECODES 2023). Estas pueden abarcar una amplia gama de actividades (por ejemplo, relacionadas con la eficiencia energética, la economía circular, el desarrollo de productos más sostenibles...) y, en general, se alinean con los objetivos de sostenibilidad y las políticas climáticas tanto nacionales como internacionales.



En España existen múltiples iniciativas que promueven la acción climática liderada por las compañías, miden su evolución y evalúan su contribución a la sostenibilidad,¹ pero la mayoría de ellas se centran en empresas grandes o muy grandes. Sin embargo, tal como se verá más adelante, el tejido empresarial español está configurado en su mayor parte por pymes (que representan el 99,8% del total y generan el 61,8% del empleo²) y, por tanto, los avances en esta materia requieren necesariamente conocer su realidad. Cualquier medición y valoración que busque proporcionar una visión de conjunto del tejido productivo de nuestro país solo es posible si se incluye a las pymes y se considera su peso relativo en la economía nacional.

El tejido empresarial español está configurado en su mayor parte por pymes que representan el 99,8% del total y generan el 61,8% del empleo¹.

El presente informe muestra los resultados de la encuesta **La acción climática en las empresas españolas 2024**, impulsada por Alínea, que tiene como objetivo principal realizar una aproximación global a la acción climática empresarial en la que se consideren todos los sectores y tamaños existentes en España. De hecho, se apoya en una muestra representativa de 800 compañías con 3 o más empleados (véase la ficha técnica de la encuesta en el Anexo.).

-
- 1 Entre ellas destacan los informes anuales de sostenibilidad elaborados por grandes consultoras y organismos como la Red Española del Pacto Mundial (2024) o los retos que se plantean y se discuten en el Foro Latinoamericano de la Economía Verde (efeverde.com/foro-latinoamericano-de-economia-verde), que examinan cómo las empresas integran en su estrategia criterios ambientales, sociales y de gobernanza (criterios ASG). Además, plataformas como el Observatorio de la Sostenibilidad (www.observatoriosostenibilidad.org) realizan estudios sobre la transición energética y las estrategias de descarbonización en sectores clave. Otro referente lo constituye el trabajo del Club de Excelencia en Sostenibilidad (club sostenibilidad.org), que promueve la innovación y divulga casos de éxito en acción climática corporativa. Asimismo, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), en su Boletín Trimestral Transición Ecológica (www.ceoe.es/es/publicaciones/sostenibilidad/boletin-trimestral-transicion-ecologica-tercer-trimestre-2024), revisa sus actuaciones relacionadas con esa materia, tanto a nivel europeo, en torno al Pacto Verde Europeo, como a nivel nacional, con inclusión de referencias a distintos análisis con contenido sectorial. Por último, en el ámbito de las pymes, cabe señalar las investigaciones y actuaciones realizadas por Climate Strategies (climatestrategy.com/es). Todas las iniciativas mencionadas reflejan un interés creciente por medir la contribución de la acción climática en términos de reducción de emisiones y generación de valor en la economía española.
- 2 Directorio Central de Empresas (DIRCE). INE- Empresas por estrato de asalariados y condición jurídica. Año 2024. www.ine.es/dyngs/Prensa/es/DIRCE2024.htm
Encuesta de Población Activa (EPA). INE. 2024. www.ine.es/dyngs/Prensa/es/EPA4T24.htm

Este estudio es inédito por la representatividad de sus resultados y por abordar los vínculos entre la acción climática y la competitividad empresarial.

Esta segmentación constituye, de forma clara, un primer elemento diferencial del proyecto; el segundo es su foco en la competitividad. El estudio se ha centrado no solo en conocer y medir el contenido que las organizaciones españolas están dando a la acción climática, sino también en profundizar en su relación con la competitividad y en identificar los mecanismos a través de los cuales las iniciativas y estrategias de sostenibilidad impactan en los resultados económicos y en la posición competitiva de las empresas.

Por tanto, aunque el área de interés es común con el de otras investigaciones, la **relevancia** del presente **análisis** radica en dos aspectos principales. El primero es la **representatividad** de sus **resultados**, ya que la muestra de compañías en la que se basa refleja tanto el conjunto de los sectores productivos como los distintos tramos de tamaño³ que se encuentran en el tejido empresarial español. El segundo es su capacidad para **abordar vacíos críticos en el conocimiento actual**, al ofrecer datos y conclusiones que fortalecen la comprensión de los vínculos entre la acción climática y la competitividad empresarial.

Desde el punto de vista estructural, el informe se ha organizado en siete apartados: El primero muestra de forma breve ciertas características del entramado empresarial de nuestro país, que contextualizan de modo claro su posición y su situación frente a la acción climática. El segundo presenta algunas percepciones clave de las compañías en relación con el cambio climático y la sostenibilidad. El tercero se adentra en el contenido central del proyecto: conocer y medir las iniciativas y las estrategias de acción climática, así como sus diferencias en función de distintos perfiles empresariales. Su impacto sobre los factores de competitividad y sobre los resultados se presenta en el cuarto bloque, y el balance coste-beneficio, en el quinto. El sexto se centra en identificar los obstáculos encontrados por las empresas en el desarrollo de sus estrategias de sostenibilidad, así como en recoger las demandas de apoyo que formulan. Por último, las principales conclusiones se recogen en el séptimo apartado.

³ Con la excepción de las empresas con menos de tres empleados, que no se incluyen en la muestra.

Principales resultados

01



Se presenta a continuación un resumen de los principales resultados del estudio realizado.



1.1 El cambio climático en el contexto empresarial español

- * **Avance de los consensos en torno al cambio climático en el tejido empresarial.** En relación con el cambio climático y el contexto empresarial, se observan niveles de acuerdo intermedios-altos en algunas percepciones o valoraciones en el ámbito español (alrededor del 60 % de las compañías considera que acción climática es una oportunidad para modernizarse y abrir nuevas líneas de negocio y más del 50 % estima que el coste de no abordar los riesgos climáticos en las empresas es muy superior al de hacerlo). No obstante, existe todavía un porcentaje muy significativo sin una opinión, lo cual denota **falta de información o neutralidad** (entienden que se trata de una cuestión que no les concierne).
- * **El impacto del cambio climático se percibe ya en las empresas.** Casi **4 de cada 10** compañías así lo señalan, mientras que cerca de **2 de cada 10** declaran no tener información para evaluar el plazo del impacto. Las grandes y medianas y, por sectores, las dedicadas a la agricultura son las que en la actualidad manifiestan percibir el referido impacto con mayor intensidad.



1.2 Nivel de desarrollo de la acción climática empresarial

- * El análisis de la acción climática empresarial en España durante 2024 muestra un **panorama de transición**, en el que el 89,2% de las compañías implementa alguna iniciativa de esta naturaleza, aunque con **diferentes niveles de intensidad y compromiso**. La gran mayoría prioriza las acciones de mitigación (89,7%) sobre las de adaptación al cambio climático (54,3%), y se centran de forma especial en medidas que tienen un impacto directo en la reducción de los costes operativos, como la mejora de la eficiencia energética (71,5%) y la adopción de prácticas de economía circular (67,5%).
- * Las **motivaciones principales** por las que las empresas desarrollan la acción climática son de **orden moral, legal** o reputacional, pero **las motivaciones puramente económicas** (importancia para los clientes, gestión de riesgos o identificación de oportunidades de negocio) avanzan y son señaladas ya, según el caso, por un porcentaje de compañías que oscila entre el 45% y el 59%. Además, las que implementan una acción climática refuerzan sus motivaciones iniciales, lo que apunta al cumplimiento de sus expectativas en relación con esta.
- * Un hallazgo relevante es el que establece la **diferenciación** entre empresas que solo desarrollan estrategias de cumplimiento (88,8%) y aquellas que las combinan con **estrategias transformadoras** (42,0%), que buscan un cambio de carácter estructural y a largo plazo en favor de la sostenibilidad.
- * El **sector de actividad** y el **tamaño empresarial** emergen como **factores determinantes** en la acción climática. El sector primario muestra una mayor percepción del impacto del cambio climático (el 54,2% de las compañías de ese sector ya percibe sus efectos) y un mayor desarrollo de iniciativas de adaptación (75,0%). Por su parte, las grandes empresas presentan niveles más elevados de implementación de estrategias transformadoras (85,7%) en comparación con las microempresas (44,5%).



1.3 Impacto de la acción climática sobre la competitividad empresarial

- * Se confirma un **impacto positivo significativo** de la acción climática sobre los principales **factores de competitividad** analizados: la innovación, la mejora de procesos productivos, la internacionalización y el cumplimiento normativo. El mayor efecto se refleja sobre los dos primeros.
- * El impacto es significativo también sobre la **imagen corporativa y otros activos** intangibles y, aunque más moderado, sobre la mayoría de las variables relacionadas con los resultados y la posición competitiva de la empresa, como **la productividad o la facturación**. El efecto sobre el empleo es positivo, pero relativamente pequeño.
- * Las **empresas que integran estrategias transformadoras y de cumplimiento** obtienen **mejores resultados en innovación, internacionalización y competitividad**. Además, estas reportan una valoración más positiva en el balance coste-beneficio de sus acciones climáticas, de modo que un 46,4% indica que los beneficios superan a los costes, frente al 36,2% en el grupo de las que solo implementan estrategias de cumplimiento.
- * El **tamaño empresarial** aparece como el **factor clave en el impacto de la acción climática**, con una influencia muy superior a la del sector u otras variables de clasificación. Así, las organizaciones más grandes muestran una mayor capacidad de obtener mejoras en competitividad y resultados económicos a partir de estas acciones de sostenibilidad.



1.4 Obstáculos al desarrollo de la acción climática

- * Los **principales obstáculos** para el desarrollo de la acción climática son **económicos** y de **conocimiento**. El 59,4% de las empresas señala que los clientes no demandan productos sostenibles o no están dispuestos a pagar más por ellos, mientras que el 53,9% menciona la falta de financiación atractiva para afrontar las inversiones necesarias. En respuesta a tales dificultades, las compañías **demandan** sobre todo **subvenciones** para inversiones y tecnologías sostenibles (57,8%) y la **simplificación** de normativas y procesos administrativos (54,3%).

Características _____ 02

básicas del tejido empresarial español



Características básicas del tejido empresarial español 02

El 75,2% de las aproximadamente 649 000 empresas españolas que tienen 3 o más empleados son microempresas, dedicadas en su mayoría al sector servicios. No obstante, sus niveles de innovación y de internacionalización resultan significativos.

El ámbito de análisis de este informe se centra en las empresas con tres o más empleados. Esta selección se ha realizado para focalizar el esfuerzo de recogida de información en el segmento que, a priori, parece de mayor interés, ya que se supone que las organizaciones de menor tamaño cuentan con limitaciones importantes para el desarrollo de iniciativas de acción climática. Con el objetivo de conocer mejor el **tejido productivo en el que se enfoca el estudio** y ayudar a **contextualizar** los resultados de los apartados siguientes, a continuación, se presentan algunas características básicas de este grupo.

En España hay en torno a 1 583 708 empresas,⁴ excluidos los trabajadores autónomos, y, de ellas, aproximadamente **649 000 cuentan con 3 o más empleados** (el 41,0%). Este tramo de organizaciones se dedica principalmente al sector servicios (aproximadamente 449 112, el 69,2%), mientras que la distribución en el resto de los sectores es más equilibrada: el de la construcción aglutina el 11,0%; el de la industria y la energía, el 10,8%; y el de la agricultura, el 9,0% (véase la **Figura 1**).

En lo que se refiere al empleo y a la facturación, las distribuciones de ambas variables muestran el **reducido tamaño medio** empresarial español, con una **escasa presencia** relativa no solo de **grandes empresas** sino también de las **medianas** (véase la **Figura 1**). En concreto, el 75,2% son microempresas, es decir, tienen menos de 10 personas empleadas; un 20,8% son pequeñas (entre 10 y 49); otro 3,2% son medianas (entre 50 y 249); y solo un 0,8% son grandes (250 o más empleados)⁵. En términos de facturación, casi la mitad registra menos de 600 000 euros anuales y solo el 9,5% más de 5 millones⁶.

4 Elaboración propia por Abay Analistas a partir de los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) (www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=54&capsel=3920) y Cifras Pyme del Ministerio de Industria y Turismo (DG Pyme) (ipyme.org/es-es/publicaciones/Paginas/estadisticaspyme.aspx). La DIRCE no incluye PYMES de agricultura que se han obtenido de la DG Pyme. Año 2023.

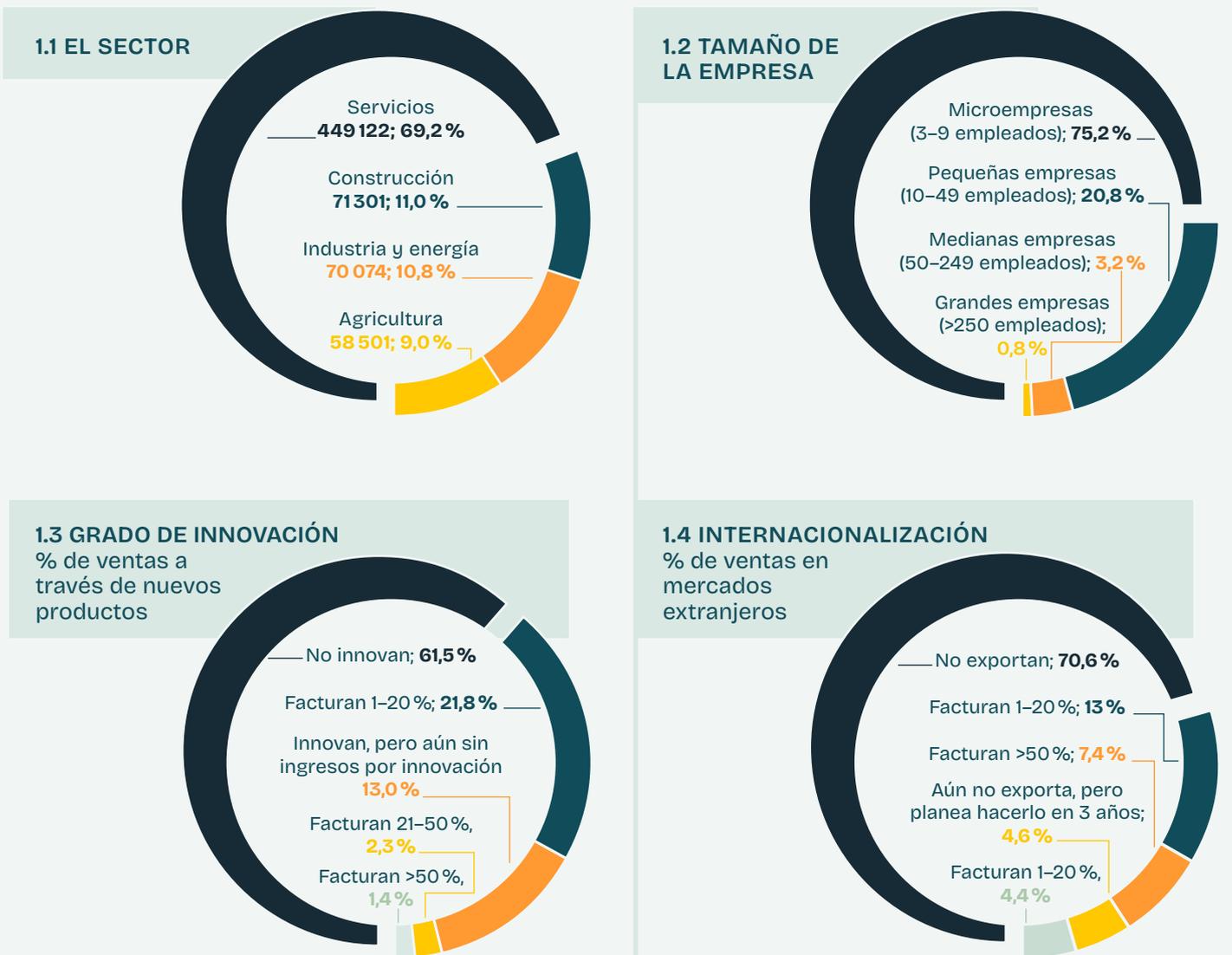
5 Elaboración propia por Abay Analistas a partir de los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) y Cifras Pyme del Ministerio de Industria y Turismo. Año 2023.

6 Encuesta "La acción climática empresarial en España 2024" (de un total de 800 empresas encuestadas).

Un aspecto de gran interés en relación con la acción climática radica en conocer qué proporción de estas **compañías son innovadoras**. Según los resultados de la encuesta, un notable 38,5% de las consultadas señala que realiza algún tipo de actividad de innovación, aunque el retorno de esta sea aún moderado (véase la **Figura 1**). Así, el 13,0% indica que todavía no obtiene ingresos vinculados a la innovación y el 21,8% refiere que su facturación derivada de nuevos productos se sitúa entre el 1% y el 20%.

Figura 1. Empresas españolas de tres o más personas empleadas por sector (1.1), tamaño (1.2), grado de innovación (1.3) e internacionalización (1.4).

Fuente gráficos 1.1 y 1.2: Elaboración propia a partir de datos de DIRCE y DG Pyme. Fuente gráficos 1.3 y 1.4: Encuesta "La acción climática empresarial en España 2024" (de un total de 800 empresas encuestadas).



Otro factor que condiciona el comportamiento empresarial es el **grado de internacionalización**. Las empresas que venden en los mercados extranjeros, en especial si su cuota exportadora⁷ es elevada, adoptan estrategias con visiones más globales que las no internacionalizadas. La base exportadora⁸ en el segmento de compañías de 3 o más empleados se sitúa en el 24,8%, es decir, casi 1 de cada 4 vende en los mercados extranjeros, y un 4,6% adicional piensa hacerlo en los próximos 3 años (véase la **Figura 1**). Además, aunque en la mayoría de los casos la cuota exportadora es relativamente reducida (el 13% de ellas registra entre el 1% y el 4,4% de la facturación del extranjero), el 7,4% señala que más del 50% de su facturación procede de los mercados extranjeros.



En resumen, el ámbito empresarial en el que se centra este informe se caracteriza por la elevada presencia de pymes de reducido tamaño, en su mayoría dedicadas al sector servicios, pero con niveles de innovación y de internacionalización relevantes.

7 Porcentaje de la facturación que procede de los mercados extranjeros.

8 Porcentaje de pymes que vende bienes o servicios en el extranjero bajo cualquiera de los modelos de internacionalización empresarial (exportaciones directas, establecimientos en destino o mercados electrónicos).

Percepciones sobre el cambio climático

03



Antes de entrar en el análisis de la concreta acción climática de las empresas, conviene poner en contexto la cuestión mediante el examen de las percepciones de las compañías encuestadas en relación con ciertos aspectos del cambio climático y del impacto que este fenómeno tiene en su actividad.

3.1 Cambio climático y contexto empresarial

Más de la mitad de las empresas españolas percibe el cambio climático como una oportunidad. La potencial reducción de costes es el principal catalizador de la acción climática empresarial, y los inversores emergen como actores relevantes.

Las percepciones reflejan el modo en el que las empresas valoran y entienden los riesgos y las oportunidades relacionados con el cambio climático, a la vez que permiten determinar su grado de concienciación frente a este fenómeno. En esta línea, ayudan también a contextualizar sus decisiones estratégicas y operativas, lo cual constituye el foco central del análisis de este informe.

Sobre la base de los resultados de la encuesta, comienzan a observarse niveles de acuerdo intermedios o altos en algunos aspectos relacionados con el cambio climático, mientras que en otros existen todavía fuertes disparidades (véase la **Figura 2**). Así, **más de la mitad de las encuestadas consideran que la acción climática supone una oportunidad para modernizarse y abrir nuevas líneas de negocio** (el 61,1% está de acuerdo o muy de acuerdo); que el aumento de los **precios de la energía y de las materias primas** favorece el desarrollo de la acción climática empresarial (el 59,9%); y que el coste de no **abordar los riesgos climáticos** resulta muy superior al de hacerlo (el 53,8%). Además, los saldos netos⁹ en estos 3 ítems son claramente positivos y el porcentaje en desacuerdo se sitúa en torno al 20% o es inferior a este valor.

Los inversores comienzan también a emerger como actores importantes en la acción climática (el 44,3% de las empresas

⁹ Diferencia entre el porcentaje de empresas que señala estar «muy de acuerdo» o «de acuerdo» y el que señala estar «en desacuerdo» y «muy en desacuerdo».

considera que la sostenibilidad es clave para ellos), en contraste con el **escaso protagonismo** que aún parecen tener los **consumidores** (aunque el 31% de las compañías encuestadas está de acuerdo o muy de acuerdo con que estos son exigentes frente a la sostenibilidad, el 32,4% está en desacuerdo o muy en desacuerdo con tal aseveración).

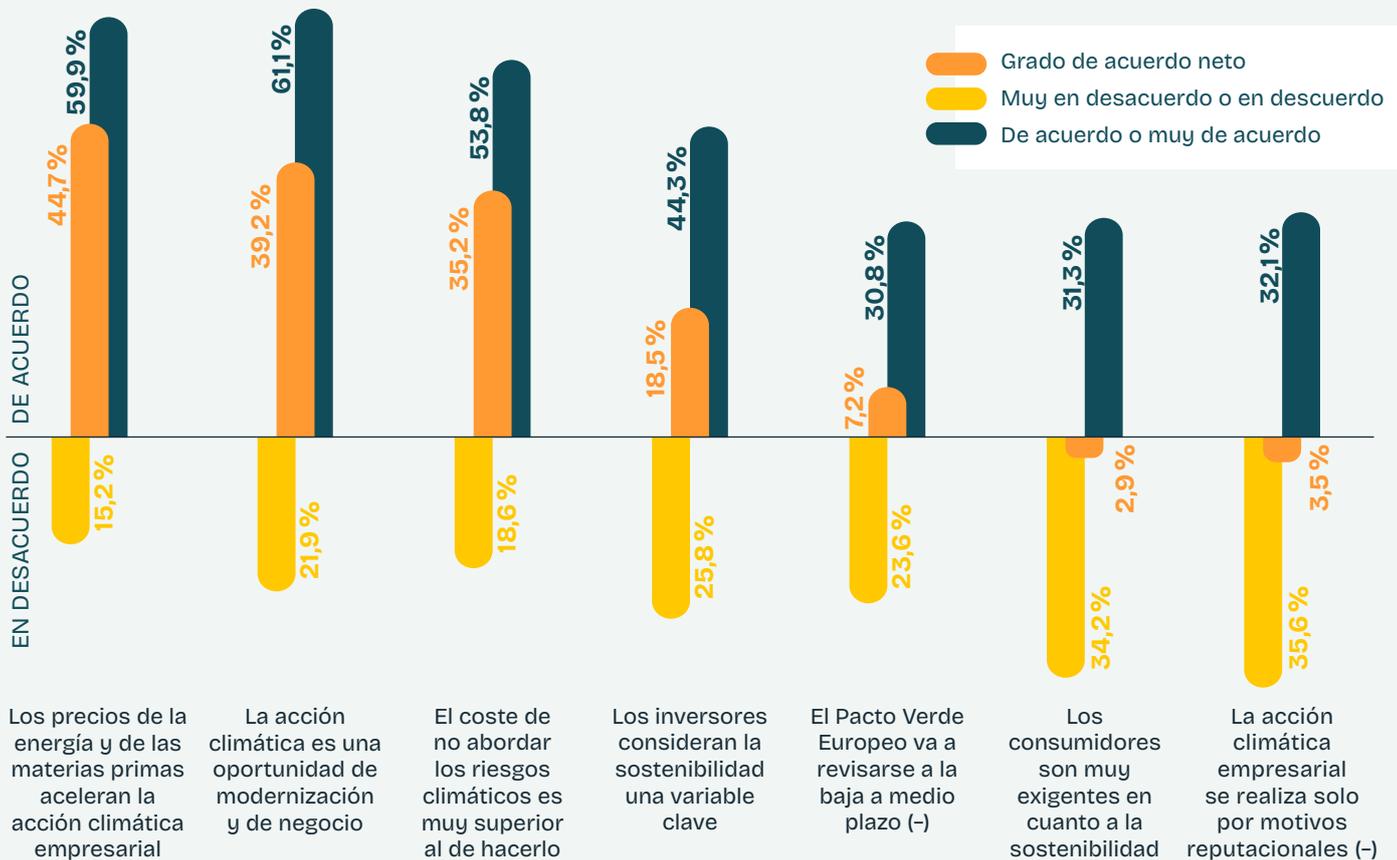
Tampoco existen posiciones claramente definidas en relación con dos afirmaciones desfavorables para la acción climática empresarial como son, por un lado, la expectativa de que se revisen a la baja los objetivos climáticos y la hoja de ruta hacia la neutralidad climática en 2050 en la Unión Europea; y, por otro lado, la vinculación de tal acción de manera exclusiva con la imagen empresarial, sin un compromiso real al respecto. En ambos aspectos, los saldos netos son muy reducidos, lo que muestra la disparidad de opiniones en torno a ellos.

Figura 2.

Grado de acuerdo neto con determinadas afirmaciones relacionadas con el cambio climático y el contexto empresarial (n=800*).

*Esta cifra representa el número de observaciones para cada pregunta.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

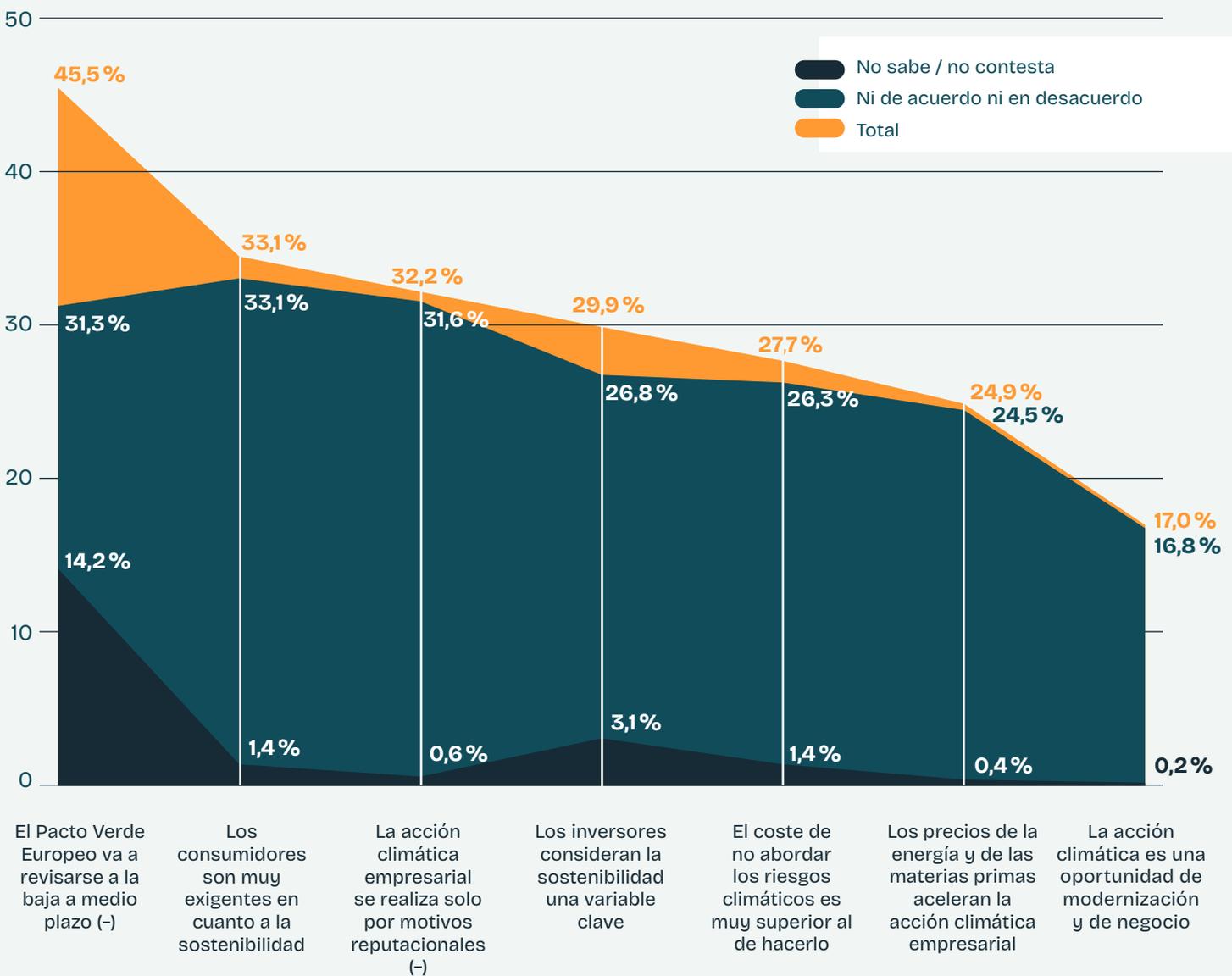


No obstante, los niveles de indefinición frente al cambio climático son aún elevados en el tejido empresarial español.

Otro aspecto relevante relativo a las percepciones de las empresas españolas recogidas en la encuesta es el elevado porcentaje de entidades **sin una posición clara** en cuanto a las afirmaciones sobre las que se les ha interrogado. Este oscila entre el 23% y el 45% en la mayor parte de los ítems considerados, lo cual refleja su **indefinición frente al cambio climático** (es decir, que no se sienten concernidas) o su falta de información sobre este fenómeno (véase la **Figura 3**).

Figura 3. Indefinición frente al cambio climático: empresas sin posición definida frente a determinadas afirmaciones relacionadas con él y el contexto empresarial (n=800).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



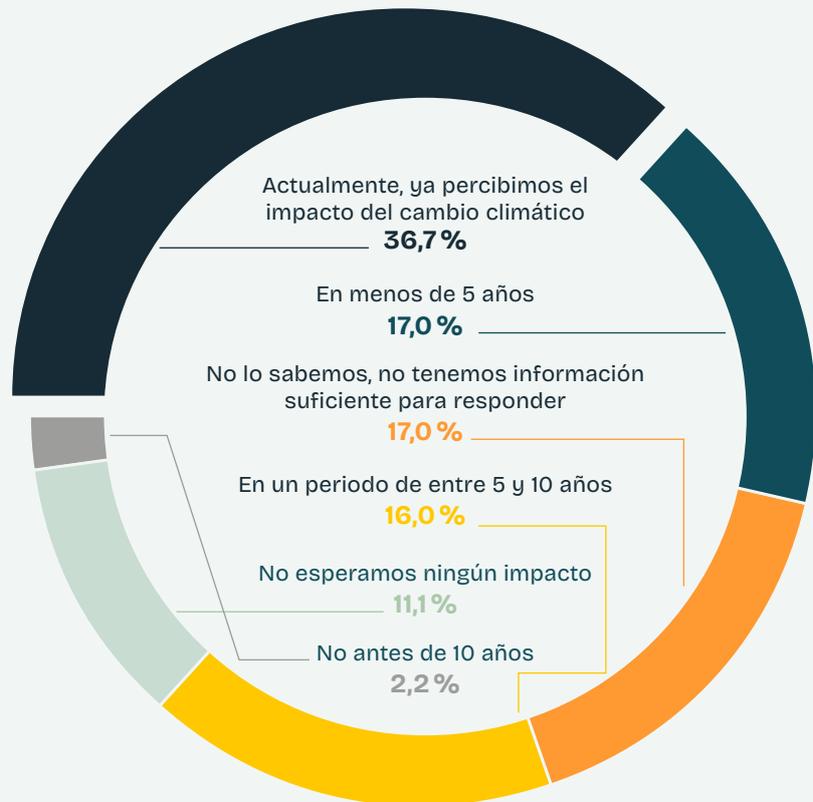
3.2 Plazo estimado para percibir los efectos del cambio climático en la empresa

El 36,8% de las compañías ya perciben los efectos del cambio climático, pero hay fuertes diferencias por sector y, sobre todo, por tamaño empresarial: este porcentaje aumenta hasta el 54,2% en el sector primario y hasta el 83,3% en el grupo de grandes empresas.

Resulta también un aspecto clave para comprender la posición de las empresas españolas en relación con el **cambio climático** conocer **en qué medida este es percibido como un fenómeno actual o futuro**. Los resultados indican que el 36,8% de los directivos entrevistados afirma que ya perciben sus efectos en la actividad de sus compañías.¹⁰ Un 17,0% cree que los percibirá en los próximos 5 años; otro 16,0%, en un plazo de entre 5 y 10 años; y un 2,1%, no antes de 10 años. El 11,1% no espera ningún efecto y el 17,0% señala no tener información para estimar este plazo. Estos dos últimos valores suman un 28,2%, cifra que, con independencia de la falta de conocimiento, apunta, de nuevo, a una posición de indefinición frente al cambio climático en ese conjunto de empresas (véase la **Figura 4**).

Figura 4. Previsión del plazo para percibir el impacto del cambio climático en la empresa (n=800)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



¹⁰ Resulta importante señalar que las entrevistas de la encuesta se han realizado con anterioridad a la DANA (depresión aislada en niveles altos) que afectó a la Comunidad Valenciana el 29 de octubre de 2024, un acontecimiento que, tal como se verá en próximas oleadas de esta encuesta, podría alterar el porcentaje indicado.

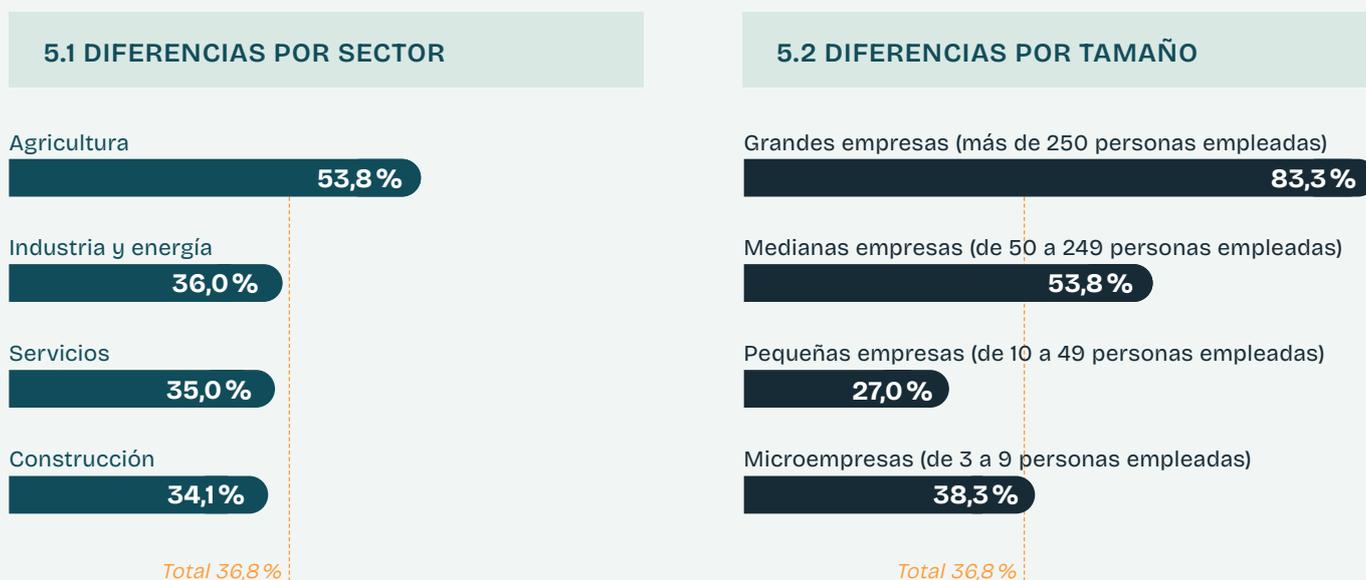
Esta percepción del plazo en el que el cambio climático afectará a las empresas varía de forma significativa según el sector de actividad y el tamaño de las organizaciones.¹¹ La agricultura¹² es, con diferencia, el sector que en mayor medida percibe ya los efectos de este fenómeno, tal como señalan el 54,2% de las que en él operan, mientras que en el resto las variaciones son pequeñas y este porcentaje se sitúa en torno al 35% (véase la Figura 5).

Por otra parte, las **diferencias** resultan muy **notables** en función del **tamaño** y reflejan, seguramente, niveles de concienciación y de información muy dispares. Así, el 83,3% de las grandes empresas afirma que ya percibe los efectos del cambio climático; este porcentaje se reduce hasta el 53,8% en las medianas y al 27,3% en las pequeñas. En el caso de las microempresas, la cifra se eleva hasta el 38,3% debido al mayor peso relativo de las actividades agrarias en este grupo (véase la **Figura 5**).

Figura 5.

Empresas que ya perciben el impacto del cambio climático: diferencias por sectores y tamaño (n=300).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



¹¹ Con carácter general, siempre que en el informe se señalen diferencias por sectores, tamaño empresarial o estrategias seguidas por las empresas, se está haciendo referencia a diferencias estadísticamente significativas al 5% o al 10% ($p < 0,05$ o $p < 0,10$).

¹² Aunque aquí se refiera como *agricultura*, téngase en cuenta que se está haciendo referencia a todo el sector primario, es decir, tal denominación incluye la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca.

3.3 Capacitación empresarial para abordar el cambio climático

La mayoría de las empresas se sienten preparadas para abordar el cambio climático, pero se observan diferencias por sector y tamaño: el sector de la industria y la energía y las microempresas expresan las mayores dudas.

En relación con la percepción que tienen las empresas respecto a su preparación para abordar la acción climática y, en especial, la adaptación al cambio climático, el 61,9% de ellas considera que está lista en términos de capacitación y competencias (véase la **Figura 6**). No obstante, se observan diferencias significativas según el sector y el tamaño empresarial.

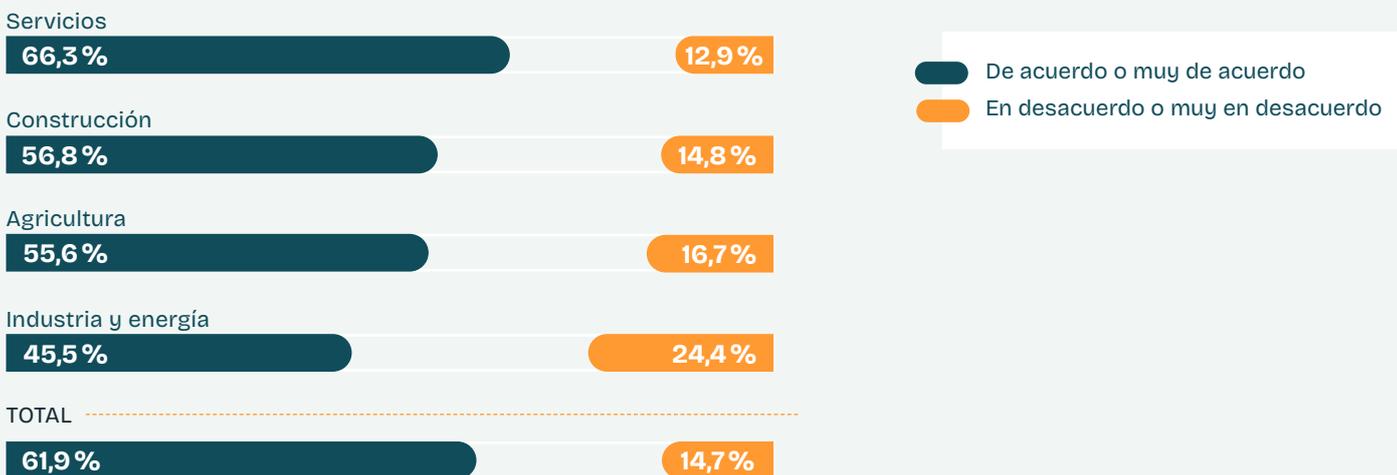
Por sectores, el sector de **la industria y la energía es el que expresa mayores dudas en lo que se refiere a su preparación para afrontar este fenómeno**, ya que solo el 45,5% de las encuestadas que operan en ese ámbito está de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación de que su organización está capacitada para ello y un 24,4% está en desacuerdo o muy en desacuerdo. En el ámbito de la agricultura y en el de la construcción, el 55,6% y el 56,8% de las encuestadas, respectivamente, se muestran de acuerdo o muy de acuerdo con su capacidad para abordar el cambio climático, mientras que el sector servicios es el que, en principio, se declara mejor preparado (66,3%).

Por **tamaño empresarial**, las **diferencias** resultan también **significativas** y el porcentaje de compañías que consideran estar preparadas para afrontar este fenómeno oscila entre el 83,4% en el grupo de las grandes y el 63,7% en el de las microempresas.

Figura 6.

Empresas que se consideran, o no, capacitadas para abordar el cambio climático, detalle por sectores (n=800).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



Nivel de desarrollo de la acción climática empresarial

04



Nivel de desarrollo _____ 04 de la acción climática empresarial

Las empresas españolas desarrollan un amplio abanico de iniciativas para mitigar su influencia en el cambio climático y adaptarse a sus impactos. Las actuaciones más frecuentes son las relativas a la eficiencia energética y a la economía circular.

Las percepciones de las empresas en relación con el cambio climático contextualizan la aproximación que se realiza en este apartado en cuanto al nivel de desarrollo que las compañías españolas están concediendo a la acción climática en términos de iniciativas, estrategias y herramientas. Asimismo, se analizan también las motivaciones que las llevan a actuar en ese ámbito.

4.1 Iniciativas desarrolladas por las empresas

La acción climática empresarial se considera crucial para cumplir con los compromisos climáticos internacionales y para avanzar hacia una economía global más sostenible y menos dependiente de los combustibles fósiles. En atención a su contenido, se plantea como un enfoque multidimensional que no solo busca reducir las emisiones de carbono, sino también preparar a las empresas para un entorno económico que valora cada vez más la sostenibilidad y la resiliencia ante el cambio climático.

Los resultados de la encuesta muestran que, en efecto, **el 89,8% de las empresas españolas están desarrollando alguna iniciativa** en las distintas líneas consideradas, principalmente en el eje de **mitigación**, que persigue la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) (el 89,8% de las compañías lleva a cabo una o más iniciativas de este concreto tipo), pero también en el de adaptación al cambio climático (el 54,3% de las encuestadas actúa en este sentido) (véase la **Figura 7**). No obstante, es preciso señalar también que **el 10,2% de las que cuentan con 3 o más personas empleadas**, es decir, casi 65 000 entidades, no implementa **ninguna iniciativa** ni de mitigación ni de adaptación.

Las principales actuaciones de mitigación desarrolladas por las compañías españolas están relacionadas con la mejora de la **eficiencia energética** (el 71,5% de ellas), con la adopción de prácticas de **economía circular** (67,5%), con el fomento del

transporte sostenible (51,8 %) y con el aumento del uso de fuentes de **energía renovable** (47,3 %). Entre las de adaptación destaca la promoción de la eficiencia hídrica (45,3 %). Estos resultados indican que se han priorizado las acciones que presentan una incidencia más directa en la reducción de costes operativos y que, en algunos casos, cuentan con apoyo público.

Figura 7.

Iniciativas desarrolladas por las empresas para abordar el cambio climático (n=800).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

DESARROLLA INICIATIVAS ACCIÓN CLIMÁTICA

89,8 %

MITIGACIÓN

89,8 %

Mejorar la eficiencia energética

71,5 %

Adoptar prácticas de economía circular

67,5 %

Fomentar el transporte sostenible

51,8 %

Incrementar el uso de fuentes de energía renovable

47,3 %

Desarrollar productos y servicios más sostenibles

45,0 %

Reducir huella carbono en cadena de suministro

36,2 %

Electrificar procesos industriales

9,0 %

ADAPTACIÓN

54,3 %

Promover la eficiencia hídrica

45,3 %

Gestionar adecuadamente los riesgos climáticos

35,5 %

Otras

2,0 %

NO DESARROLLA NINGUNA INICIATIVA ACCIÓN CLIMÁTICA

10,2 %

El **sector primario**, que, tal como se ha visto, es el que percibe con mayor intensidad el impacto del cambio climático, muestra **niveles relativamente elevados** en el desarrollo de iniciativas tanto de **mitigación** como de **adaptación** (por ejemplo, el 75% de las encuestadas adscritas a este sector afirma desarrollar una o más medidas de adaptación frente al 54,2% que lo hace en el conjunto de la economía) (véase la **Figura 8**). El sector de la industria y la energía también muestra niveles algo superiores a la media en lo que se refiere a estas actuaciones (56,2%), pero cuenta con un importante porcentaje de empresas (12,4%) que aún no han puesto en marcha ninguna medida de esta naturaleza y que se concentran en actividades con un menor consumo relativo de energía.

Por otro lado, en todos los sectores examinados, las iniciativas más generalizadas son aquellas relacionadas con la eficiencia energética y la economía circular, pero el sector de la industria y la energía destaca también por las vinculadas a la descarbonización de las cadenas de suministro y al desarrollo de productos más sostenibles (véase la **Tabla 1**). En la agricultura y los servicios, en especial en los relacionados con la hostelería, son relevantes también las actuaciones dirigidas a promover la eficiencia hídrica.

Figura 8.
Desarrollo por parte de las empresas de iniciativas para abordar el cambio climático, detalle por sectores (n=800).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

- Iniciativas de mitigación
- Iniciativas de adaptación
- No desarrolla iniciativas

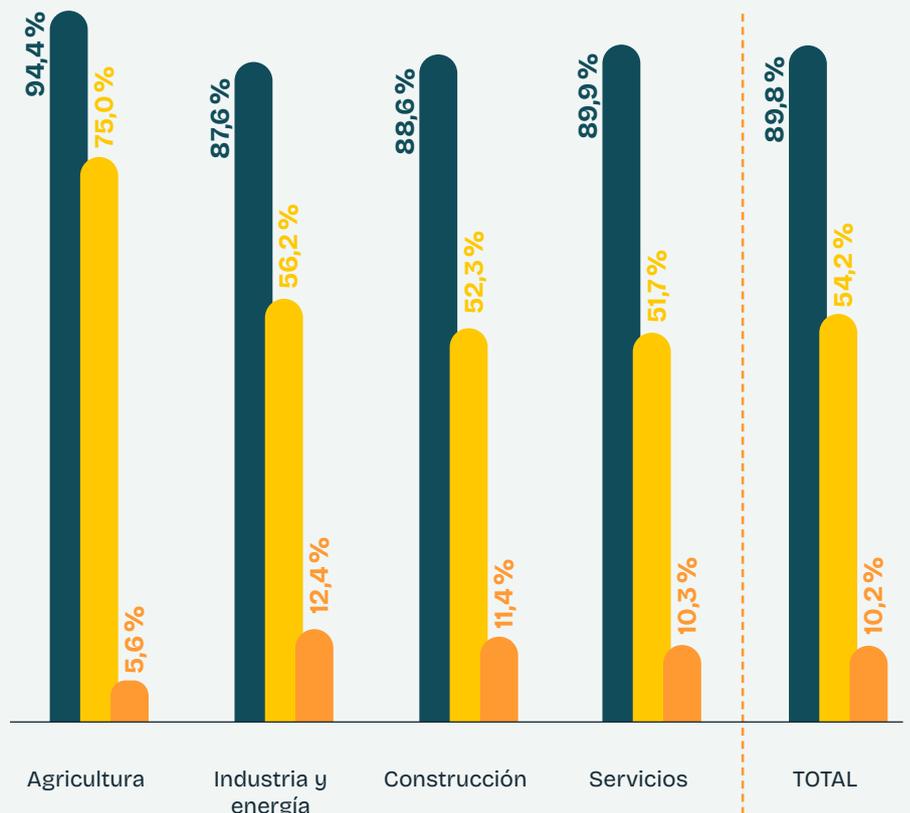


Tabla 1.

Principales iniciativas desarrolladas por las empresas para abordar el cambio climático, detalle por sectores (porcentaje sobre el total de encuestadas de cada sector)

Agricultura	Industria y energía	Construcción	Servicios
<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar la eficiencia energética (76,4%). * Adoptar prácticas de economía circular (70,8%). * Incrementar el uso de fuentes de energía renovable (68,1%). * Promover la eficiencia hídrica (66,7%). 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar la eficiencia energética (71,9%). * Adoptar prácticas de economía circular (70,0%). * Promover la reducción de la huella de carbono en toda la cadena de suministro (58,4%). * Desarrollar nuevos productos más sostenibles (55,1%). 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar la eficiencia energética (72,7%). * Adoptar prácticas de economía circular (61,4%). * Incrementar el uso de fuentes de energía renovable (59,1%). * Promover el transporte sostenible (59,1%). 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar la eficiencia energética (70,7%). * Adoptar prácticas de economía circular (67,5%). * Promover el transporte sostenible (52,0%). * Promover la eficiencia hídrica (42,8%). * Desarrollar nuevos servicios más sostenibles (42,8%).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



4.2 Estrategias e instrumentos en el ámbito de la acción climática empresarial

El 42,0% de las empresas utiliza una o más herramientas transformadoras, entre las cuales la inversión en I+D+i para el desarrollo de productos más sostenibles resulta la más habitual. El porcentaje de compañías que se sirve de una o más herramientas de cumplimiento se eleva hasta el 88,8%, y las más frecuentes son el cumplimiento de la normativa y la reglamentación ambiental y la implementación de normas y certificaciones ambientales.

En el apartado previo se han analizado las iniciativas desarrolladas por las empresas españolas en torno a los ejes de mitigación y adaptación. En este, a partir de los instrumentos utilizados, se profundiza en el **tipo de estrategias** seguidas. En concreto, estos se han clasificado *ad hoc* en torno a dos categorías: los que se basan en **estrategias de cumplimiento** y los que lo hacen en **estrategias transformadoras**¹³. Las primeras incluyen los de carácter más reactivo, centrados en el cumplimiento normativo y en la visibilidad, más fáciles de llevar a cabo y con un impacto limitado en la estrategia empresarial a largo plazo. Las segundas aglutinan aquellos que reflejan un cambio estructural, estratégico y orientado hacia la sostenibilidad a largo plazo; suelen implicar inversiones significativas y, por tanto, son más costosos en términos monetarios y requieren más tiempo; además, conllevan una apuesta por alinear la actividad innovadora tanto con los objetivos de descarbonización como con la prospección de nuevas oportunidades en los mercados.

Así pues, la encuesta ha recogido los **niveles de utilización de 13 instrumentos** relacionados con la acción climática, de los que 4 se han etiquetado como herramientas propias de estrategias transformadoras: inversiones en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), ya sean para reducir las emisiones de GEI en los procesos productivos o para el desarrollo de nuevos productos más sostenibles; la apertura de nuevas líneas de negocio relacionadas con la sostenibilidad; y la participación en los mercados de carbono¹⁴. El resto de los instrumentos se han aglutinado en el grupo de estrategias de cumplimiento (véase la **Figura 9**).

Los resultados muestran que el **42,0% de las empresas utilizan una o más herramientas transformadoras**, entre las cuales la más frecuente es la inversión en I+D+i para el desarrollo de productos (bienes o servicios) más sostenibles (27,6%). El porcentaje de compañías que se sirven de uno o más instrumentos de cumplimiento se eleva hasta el 88,8%. Entre los más habituales se encuentran el cumplimiento de la normativa y la reglamentación ambiental (72,2%), la implementación de normas ambientales o la certificación de su cumplimiento (por ejemplo, la ISO 14001

¹³ Una primera referencia a las estrategias transformadoras puede encontrarse en Boschee (2022).

¹⁴ Mercados de carbono. www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/temas/el-proceso-internacional-de-lucha-contra-el-cambio-climatico/naciones-unidas/mercadoscarbono.html

sobre sistemas de gestión medioambiental, la ISO 50001 sobre gestión de la energía o la ISO 14046 sobre la huella hídrica) (42,8%), el aumento de la transparencia en relación con los impactos climáticos y las actuaciones de la empresa (29,4%) y la adopción de políticas ASG (29,3%).

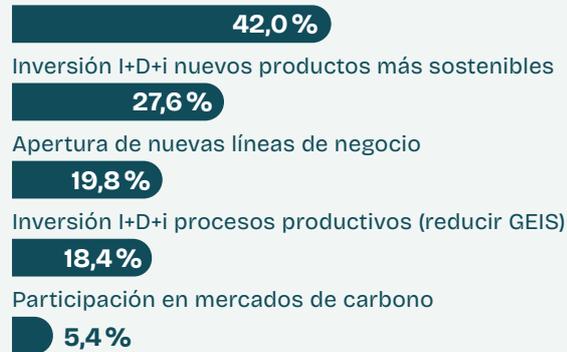


Figura 9.

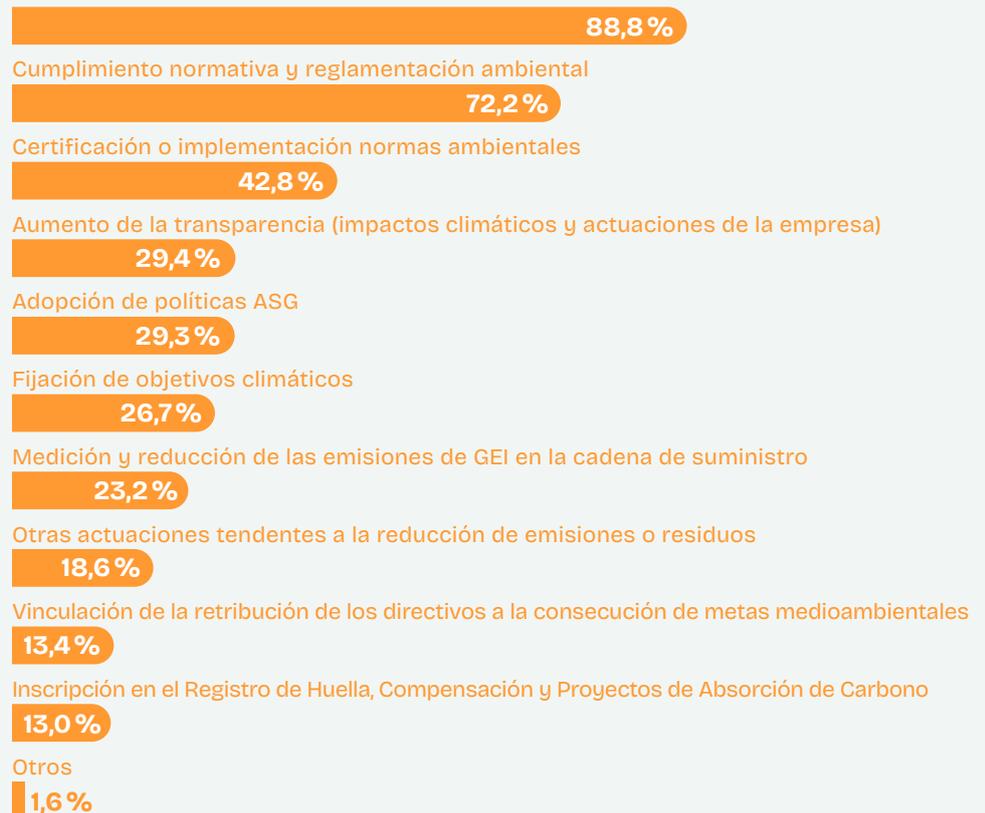
Utilización por las empresas de los distintos instrumentos para abordar el cambio climático (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

INSTRUMENTOS TRANSFORMADORES



INSTRUMENTOS DE CUMPLIMIENTO



En la práctica, en atención a la combinación de instrumentos que utilizan, las empresas se pueden categorizar en dos grupos: las que **realizan solo actuaciones de cumplimiento** (estrategias de cumplimiento exclusivamente) y las que **combinan las de cumplimiento y con las transformadoras** (estrategias transformadoras y de cumplimiento). Se observa, además, que estas últimas no solo trabajan en ambas líneas, sino que también hacen un uso más intensivo de la totalidad de las herramientas de cumplimiento, es decir, tienen una acción más desarrollada en esa área (véase la **Figura 10**). De ello se deduce que **el uso de estrategias transformadoras supone un estadio más avanzado en el desarrollo de la acción climática empresarial** y, tal como se verá a continuación, con implicaciones de un alcance mucho mayor.

Figura 10. Utilización por las empresas de los distintos instrumentos para abordar el cambio climático; diferencias en función de sus estrategias (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



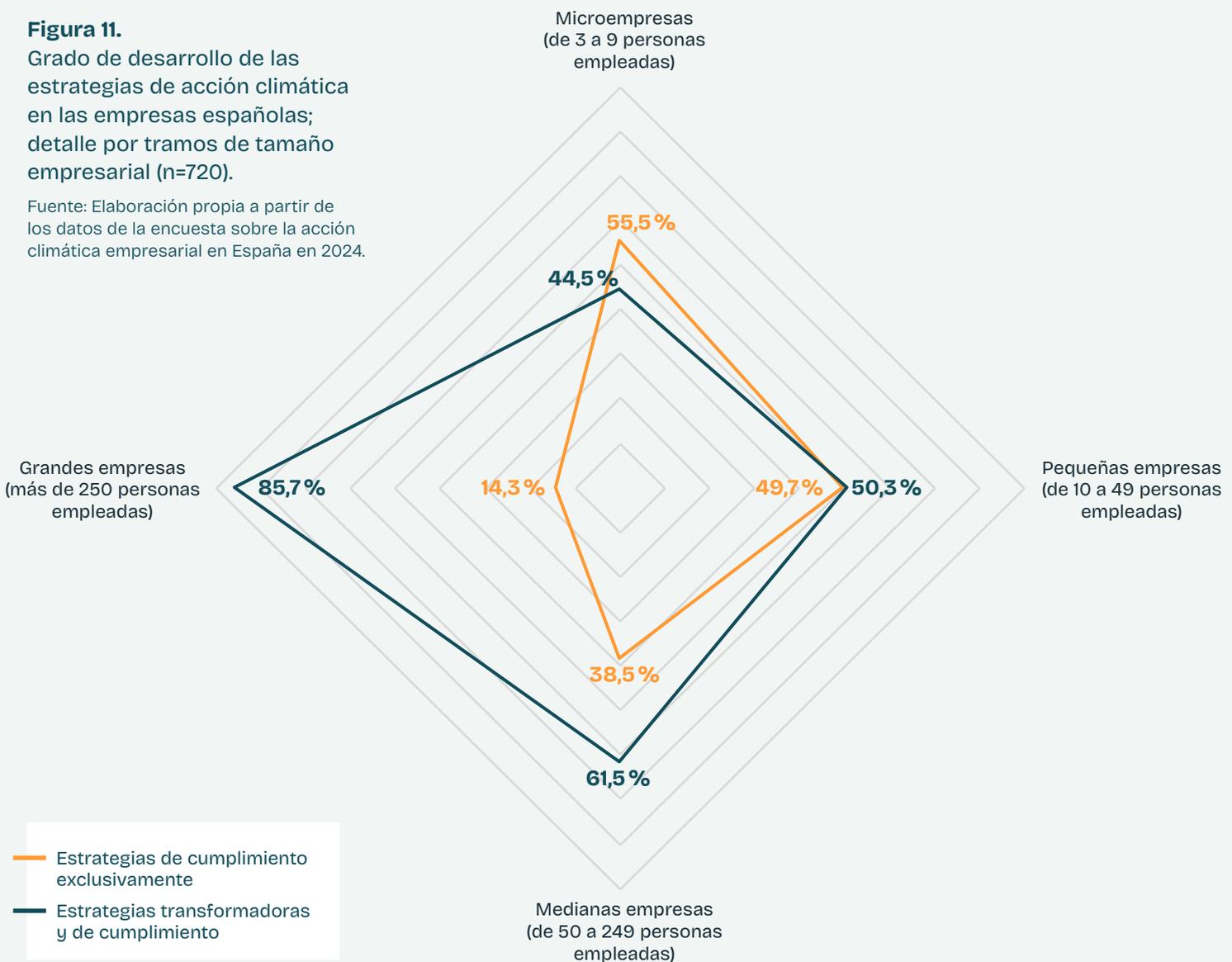
El desarrollo de estrategias transformadoras varía ampliamente según el tamaño empresarial y el sector de actividad; es mayoritario en las grandes y medianas empresas y, por sectores, en la industria y la energía además de la agricultura.

El desarrollo de un tipo u otro de estrategias en la acción climática **varía de forma significativa** en función de algunas características, entre ellas, el **tamaño empresarial** y el **sector** de actividad.

Se observa una clara **relación positiva entre el tamaño y el desarrollo de estrategias transformadoras**: el 85,7% de las compañías de más de 250 empleados implementa este tipo de estrategias frente al 44,5% de las microempresas o el 50,3% de las pequeñas (véase la **Figura 11**). Aunque estos dos últimos valores pueden considerarse notables, el diferencial apunta a la **limitación de capacidades, conocimiento e información** que las **organizaciones más pequeñas** encuentran en la integración del impacto del cambio climático en sus estrategias a medio y largo plazo.

Figura 11. Grado de desarrollo de las estrategias de acción climática en las empresas españolas; detalle por tramos de tamaño empresarial (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



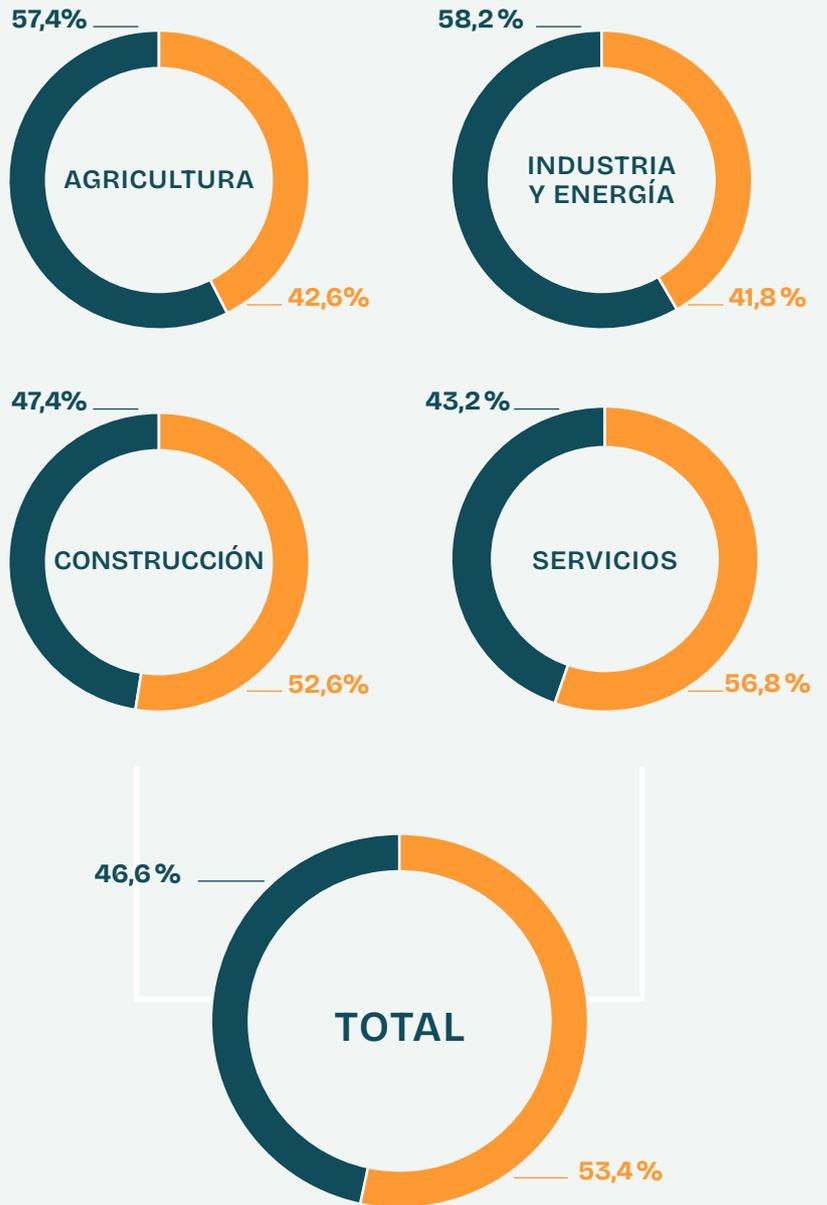
El análisis también pone de manifiesto diferencias por sectores. El de la industria y la energía y el primario, en línea con la mayor percepción del impacto del cambio climático que presenta este último, son los más avanzados en el desarrollo de la acción climática empresarial: el 58,2% y el 57,4% de las empresas a ellos dedicados, respectivamente, implementan estrategias transformadoras y de cumplimiento, mientras que en el ámbito de la construcción y en el de los servicios representan aún una mayoría las que se centran en estrategias de cumplimiento (véase la **Figura 12**).



Figura 12.

Aplicación de los distintos tipos de estrategias de acción climática en las empresas españolas; diferencias por sectores (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



- Estrategias de cumplimiento exclusivamente
- Estrategias transformadoras y de cumplimiento

4.3 Motivaciones para el desarrollo de la acción climática empresarial

Las principales motivaciones para desarrollar la acción climática empresarial son de carácter moral, reputacional o legal. Las de carácter económico, aunque ocupan aún una posición de segundo orden, parecen ser también relevantes.

La encuesta ha permitido ahondar en las razones por las que las empresas incorporan la acción climática en sus estrategias y sus decisiones; o bien, en los casos en los que todavía no la han integrado, en aquellas que las llevarían a hacerlo.

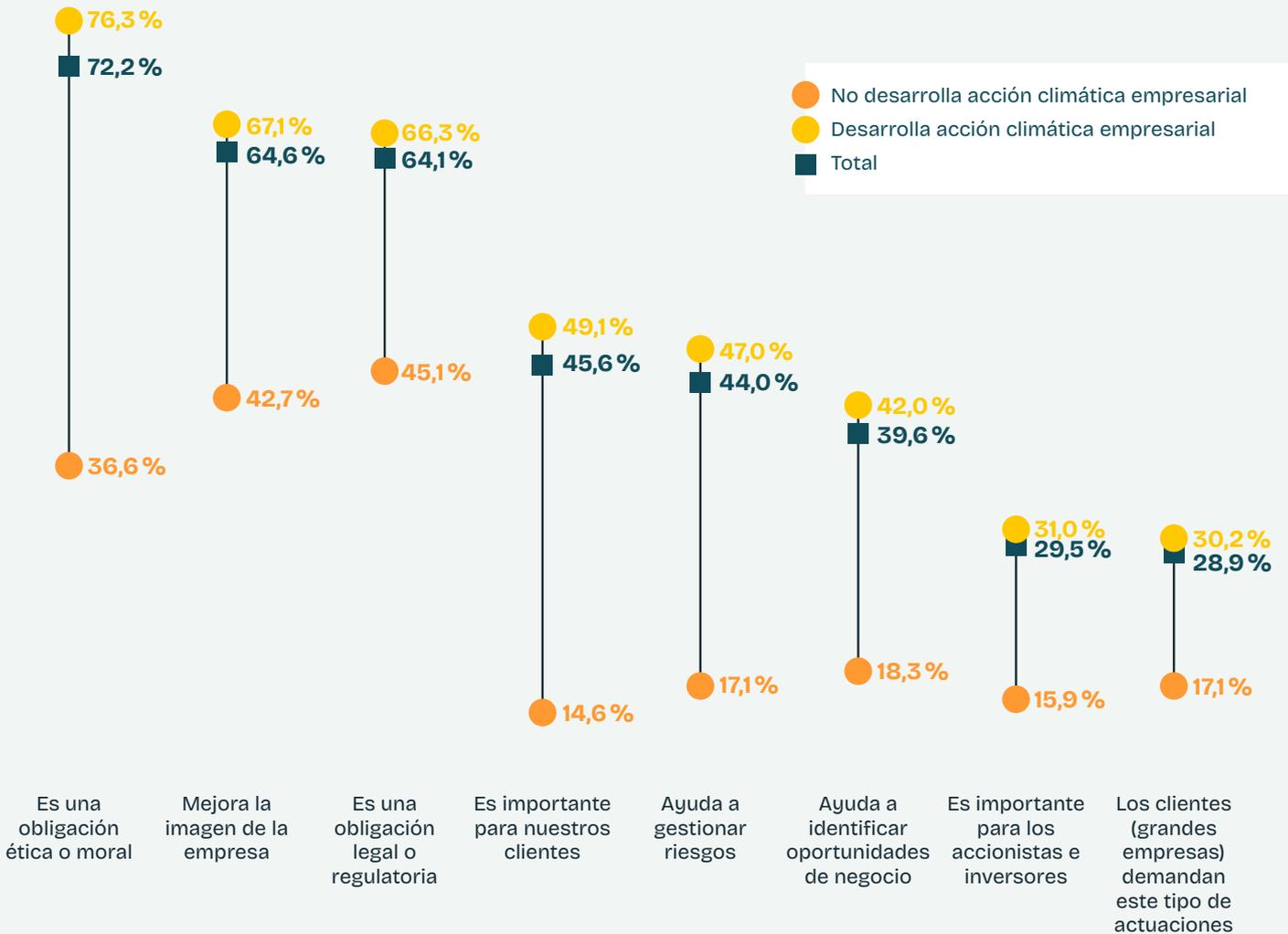
Los resultados indican que **las principales motivaciones** para desarrollar la acción climática empresarial, tanto en las compañías que ya la llevan a cabo como en las que aún no lo hacen, son (o serían) de **carácter moral** (señaladas por el 72,2% de las encuestadas), reputacional (por el 64,6%) o legal (por el 64,1%), mientras que las motivaciones de carácter económico ocupan aún una posición de segundo orden, pero ya muy notable (véase la Figura 13). Entre estas últimas, destacan la importancia que le otorgan los clientes (45,6%), el hecho de que faciliten la gestión de riesgos (44,0%) y que favorezcan la identificación de oportunidades de negocio (39,6%). En menor medida, se señala como motivación la sensibilidad al respecto de los accionistas o los inversores (29,5%) y la exigencia de las grandes empresas clientes, lo que se conoce como *efecto tractor de las grandes empresas en sus cadenas de valor* (citado por el 28,9% de las encuestadas).



Un aspecto muy relevante radica en que, ante la pregunta de cuáles son las principales motivaciones que les mueven (o les moverían, a aquellas que aún no la realizan) a llevar a cabo la acción climática, las empresas que ya desarrollan alguna actuación muestran valores muy superiores en todas ellas en comparación con aquellas que aún no han tomado ninguna medida. Por ejemplo, «es importante para nuestros clientes» se cita como una razón importante por el 49,1% de las compañías del primer grupo mencionado, frente a solo el 14,6% de las del segundo. Este diferencial positivo evidencia que **las empresas que desarrollan una acción climática ven cumplidas sus expectativas iniciales**, lo que refuerza sus motivaciones para continuar en esa línea.

Figura 13. Principales motivaciones para el desarrollo de iniciativas de acción climática empresarial (n=800).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



Impacto de la acción climática sobre la competitividad empresarial

05



Impacto de la acción climática sobre la competitividad empresarial _____ 05

Desde el punto de vista académico, el análisis de la relación entre la sostenibilidad y la empresa se ha focalizado sobre todo en las motivaciones y las iniciativas que dan contenido a la acción climática y en la influencia de distintos actores (accionistas, inversores, ejecutivos y clientes, principalmente) en su desarrollo. Sin embargo, las referencias vinculadas a la competitividad empresarial resultan más escasas y la abordan de manera parcial; aún así, algunas investigaciones han revelado que las compañías que integran estrategias climáticas en sus operaciones no solo contribuyen a mitigar el cambio climático, sino que también fortalecen su posición competitiva en el mercado (Porter, 2008).

Bajo la consideración de que la **competitividad** es un aspecto central en el impulso de la actividad empresarial (Gareche *et al.*, 2019), uno de los objetivos principales de este proyecto ha sido conocer en qué medida la acción climática apoya la posición competitiva, así como comprender mejor los mecanismos a través de los cuales se produce esta interrelación.

Si se entienden los **factores de competitividad** como las capacidades y los procesos que una empresa desarrolla para diferenciarse y sobresalir en su mercado (Martínez Martín *et al.*, 2009), la acción climática es uno más de aquellos, con una importancia creciente ante la evidencia del impacto del cambio climático. Por tanto, comprender mejor su interacción con otros de estos factores clave (por ejemplo, la eficiencia operativa, la internacionalización, la innovación, la financiación, la adaptación al marco regulatorio...) resulta determinante para vincularla con la posición competitiva de la compañía, que se concreta en su capacidad para atraer clientes, generar ingresos y obtener beneficios de manera sostenible.



5.1 Procesos de innovación empresarial

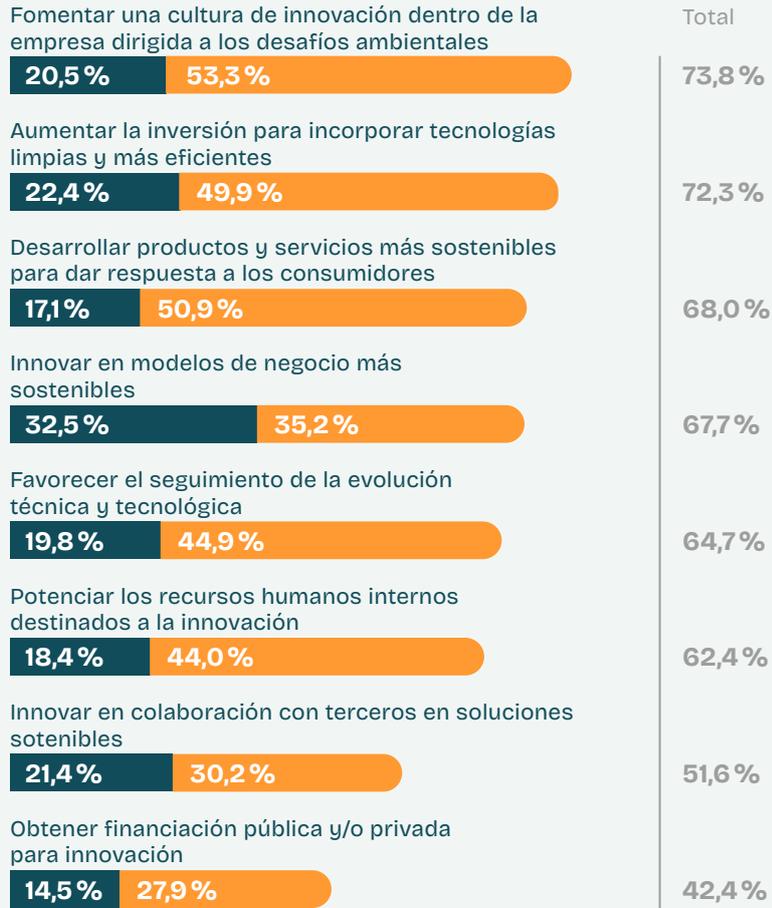
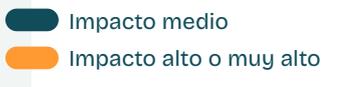
Según se desprende de los resultados de las empresas innovadoras, que representan en torno al 38,5% de la muestra (véase la **Figura 1**), **la innovación emerge como un pilar fundamental en la relación entre acción climática y competitividad**. La necesidad de enfrentar los desafíos de la sostenibilidad de manera proactiva implica focalizar la capacidad de innovación de la compañía en los retos de la descarbonización, la eficiencia en la utilización de insumos y la adaptación a las nuevas demandas observadas en los mercados a través de nuevos modelos de negocio.

En opinión de las empresas innovadoras, **son múltiples las vías a través de las cuales la acción climática refuerza los procesos de innovación** (véase la **Figura 14**). Entre las principales, se encuentran el fomento de la **cultura de la innovación** dirigida a afrontar los desafíos ambientales (el 73,8% de las encuestadas considera que el impacto sobre este aspecto es medio, alto o muy alto y el 53,3% que es alto o muy alto); el **aumento de la inversión** para incorporar tecnologías limpias y más eficientes (medio, alto o muy alto para el 72,3% y alto o muy alto para el 49,9%); el impulso a la **innovación de producto para su mayor sostenibilidad** con el fin de dar respuesta a los consumidores (medio, alto o muy alto para el 68,0%); y la **innovación en modelos de negocio más sostenibles** (medio, alto o muy alto para el 67,7%). Asimismo, más del 60% de las compañías consultadas considera también que resulta relevante el impacto de la acción climática a la hora de favorecer el seguimiento de la evolución técnica y tecnológica y potenciar los recursos humanos internos dedicados a la innovación.

La acción climática empresarial impulsa la innovación en las empresas a través de múltiples vías, entre las que destacan el impulso de la cultura de innovadora y de la inversión en tecnologías limpias y más eficientes.

Figura 14. Empresas innovadoras que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre su actividad innovadora (n=300).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



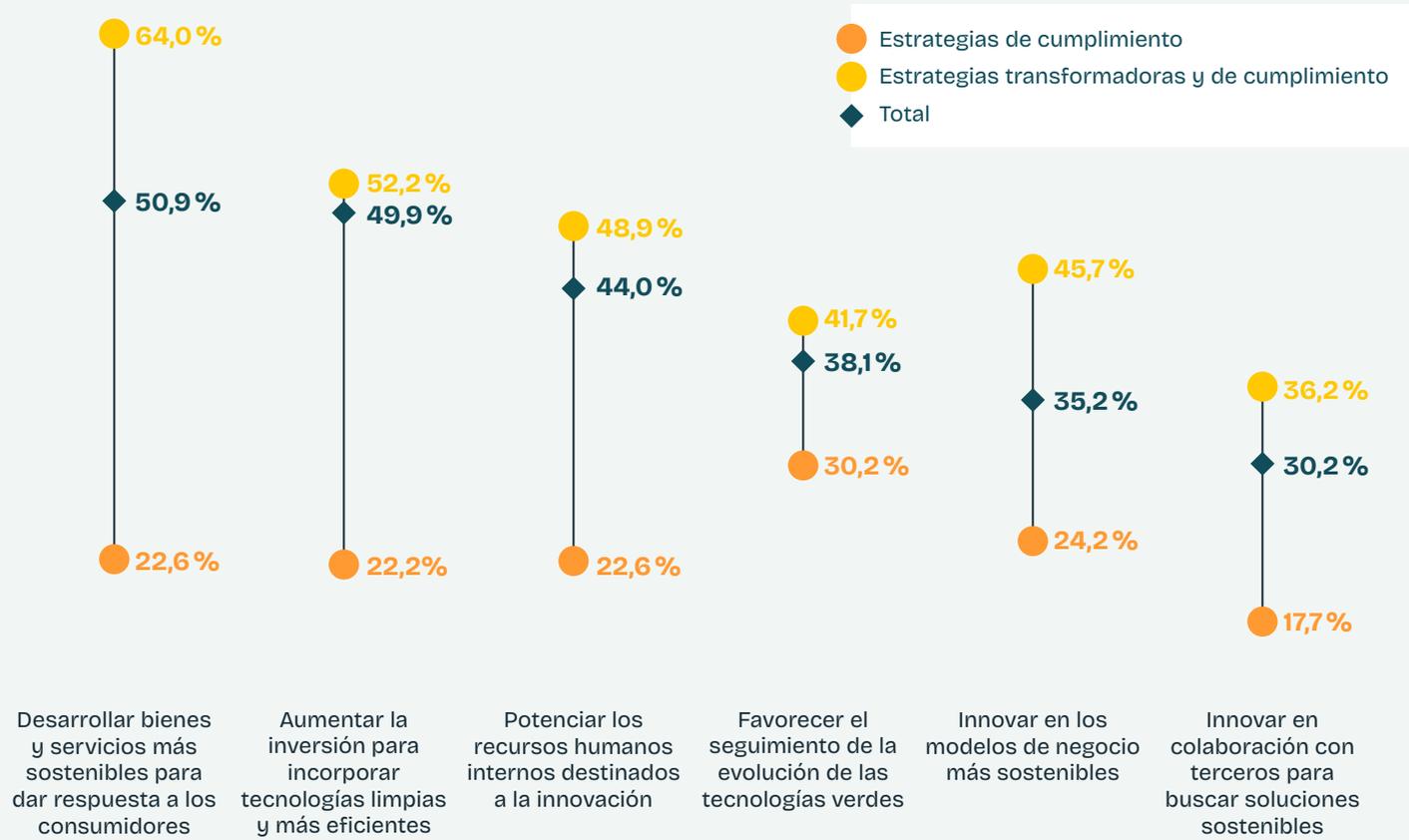
El efecto de la acción climática sobre la actividad innovadora de la empresa **se amplía de forma significativa cuando se incluyen**, junto a las actuaciones de cumplimiento, **estrategias transformadoras** (véase la **Figura 15**). Entre las compañías que incorporan ambos aspectos, el porcentaje que señala un impacto alto o muy alto es superior en todas las acciones consideradas, pero los diferenciales son especialmente pronunciados en cuanto al desarrollo de nuevos productos, al aumento de la inversión en tecnologías limpias y más eficientes, al aumento de los recursos humanos internos dedicados a la innovación y a la innovación en colaboración con terceros.

Estos resultados subrayan la importancia de integrar la acción climática con la estrategia de innovación.

Figura 15.

Empresas innovadoras que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre su actividad innovadora; detalle en función de las estrategias (n=300).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



5.2 Procesos productivos y las cadenas de suministro

El impacto de la acción climática sobre la eficiencia en los procesos productivos y las cadenas de suministro es claramente positivo, en especial en cuanto a la calidad de los productos y a la digitalización y la robotización de dichos procesos.

La transición hacia modelos operativos más sostenibles conlleva indudables **beneficios** en términos de **eficiencia en los procesos productivos y en las cadenas de suministro** (véase la **Figura 16**). Así, el 58,0% de las empresas encuestadas señala que la acción climática ha tenido un impacto positivo sobre la **mejora** de sus **bienes o servicios** y un 40,5% considera que este ha sido alto o muy alto. Un 53,3% manifiesta que las iniciativas climáticas han supuesto un incremento de los **niveles de digitalización o robotización** de sus procesos (el 36,3% declara que su impacto en este aspecto ha resultado alto o muy alto), lo cual confirma la relación positiva entre sostenibilidad y modernización de procesos. Asimismo, un 51,2% indica que el efecto sobre la reducción de los costes operativos resulta importante (alto o muy alto para el 22,3%). Por último, las iniciativas que incentivan el uso de fuentes de energía renovable también **protegen** a las empresas de las **fluctuaciones en los precios** de la **energía** y de las crecientes regulaciones ambientales y así lo señalan un 44,0% de estas.

Sin embargo, las encuestadas también apuntan la existencia de algunos impactos negativos, como el alza de los costes de la cadena de suministro (relevante para un 51,1%), motivado seguramente tanto por las mayores exigencias como, en algún caso, por la escasez de oferta local de proveedores.

Figura 16.

Empresas que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la implementación de acciones climáticas sobre los procesos productivos y las cadenas de suministro (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

Impacto medio
Impacto alto o muy alto

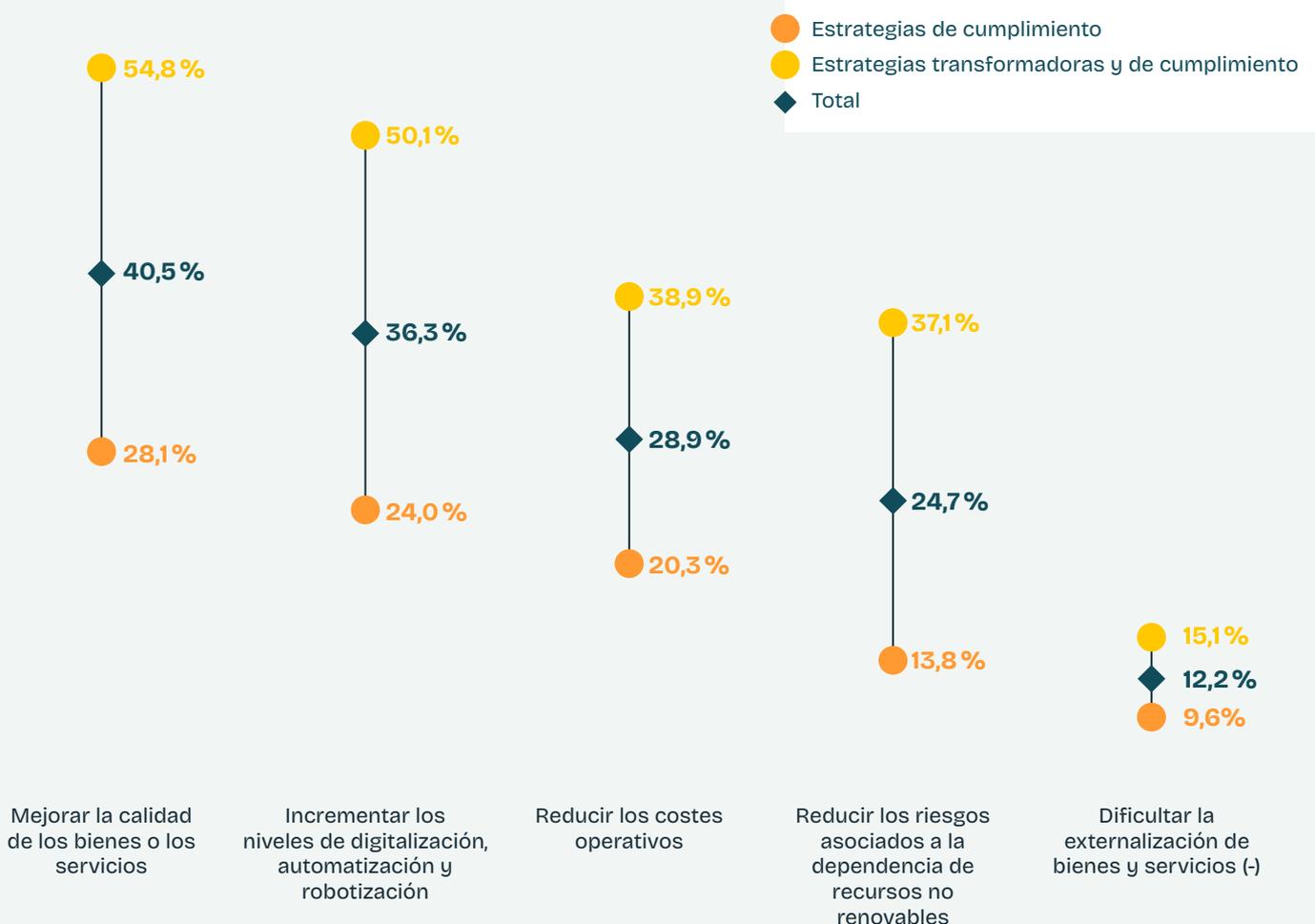


El impacto de la acción climática sobre la mejora de la eficiencia de los procesos productivos muestra **diferencias relevantes** entre el grupo de empresas que solo sigue estrategias de cumplimiento y el que incorpora, además, **estrategias transformadoras** (véase la **Figura 17**). Aquel es muy superior en el segundo grupo y el diferencial entre los porcentajes de compañías que, en cada uno de ellos, señalan impactos altos o muy altos es muy elevado en lo que se refiere a la mejora de la calidad de los bienes o servicios, el incremento de los niveles de digitalización y robotización y en la reducción de los riesgos vinculados a la dependencia de recursos no renovables.

Figura 17.

Empresas que señalan un impacto alto o muy alto en la implementación de acciones climáticas sobre los procesos productivos y las cadenas de suministro; detalle en función de las estrategias (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



5.3 Procesos de internacionalización empresarial

El papel de la sostenibilidad ha cobrado relevancia en los procesos de internacionalización de las empresas e influye en varias de las dimensiones de estos. La adopción de prácticas sostenibles no solo está alineada con las crecientes demandas sociales y regulatorias, sino que también puede ofrecer ventajas competitivas y oportunidades en los mercados globales.

Las organizaciones internacionalizadas, que representan en torno al 29,4% de la muestra (véase la **Figura 1**), señalan que **la acción climática favorece los procesos de internacionalización** empresarial. Lo hace, sobre todo, a través de la generación de una **ventaja reputacional** (como compañía ética, innovadora, responsable...) en los mercados extranjeros (el 48,6% considera que el impacto sobre este aspecto es medio, alto o muy alto) y del favorecimiento de la **diferenciación** de la competencia en mercados sensibles al medioambiente (el 44,5% le atribuye un impacto relevante) (véase la **Figura 18**). Otros beneficios, como ayudar a superar barreras regulatorias de entrada en mercados exigentes en materia de sostenibilidad, minimizar los riesgos legales en mercados extranjeros o favorecer el desarrollo de las cadenas de suministro verdes a nivel global son identificados también por cerca del 40% de las empresas con venta en mercados extranjeros. Sin embargo, al igual que en relación con los procesos productivos, un 36,4% de las internacionalizadas señalan también un efecto negativo sobre las cadenas de suministro establecidas.

La acción climática favorece también los procesos de internacionalización empresarial, fundamentalmente a través de la generación de una ventaja reputacional y de la diferenciación de productos en mercados sensibles al medioambiente.

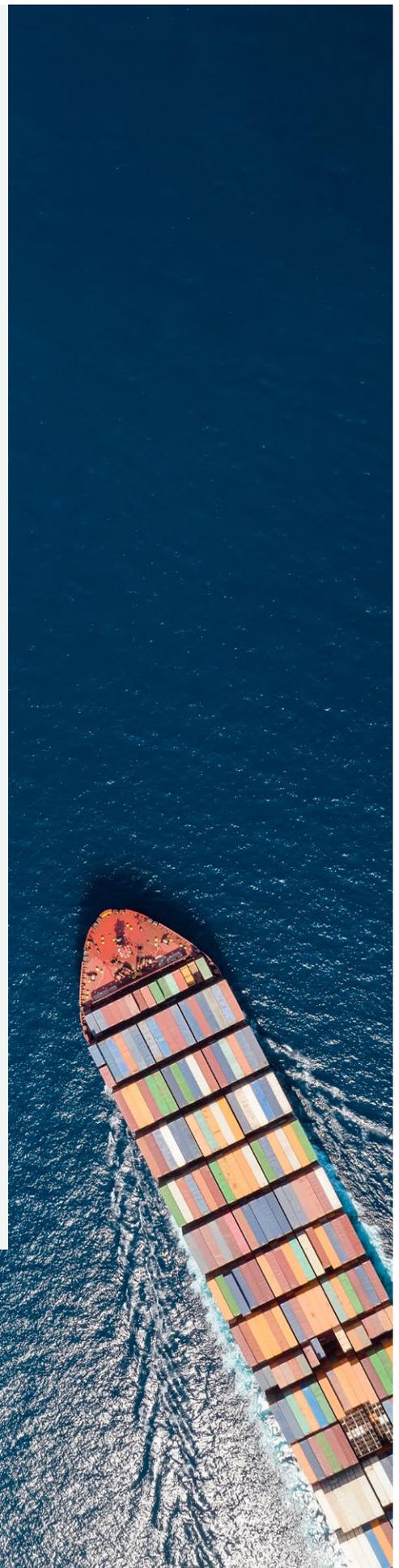
Figura 18.

Empresas internacionalizadas que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la implementación de acciones climáticas sobre su proceso de internacionalización (n=185).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



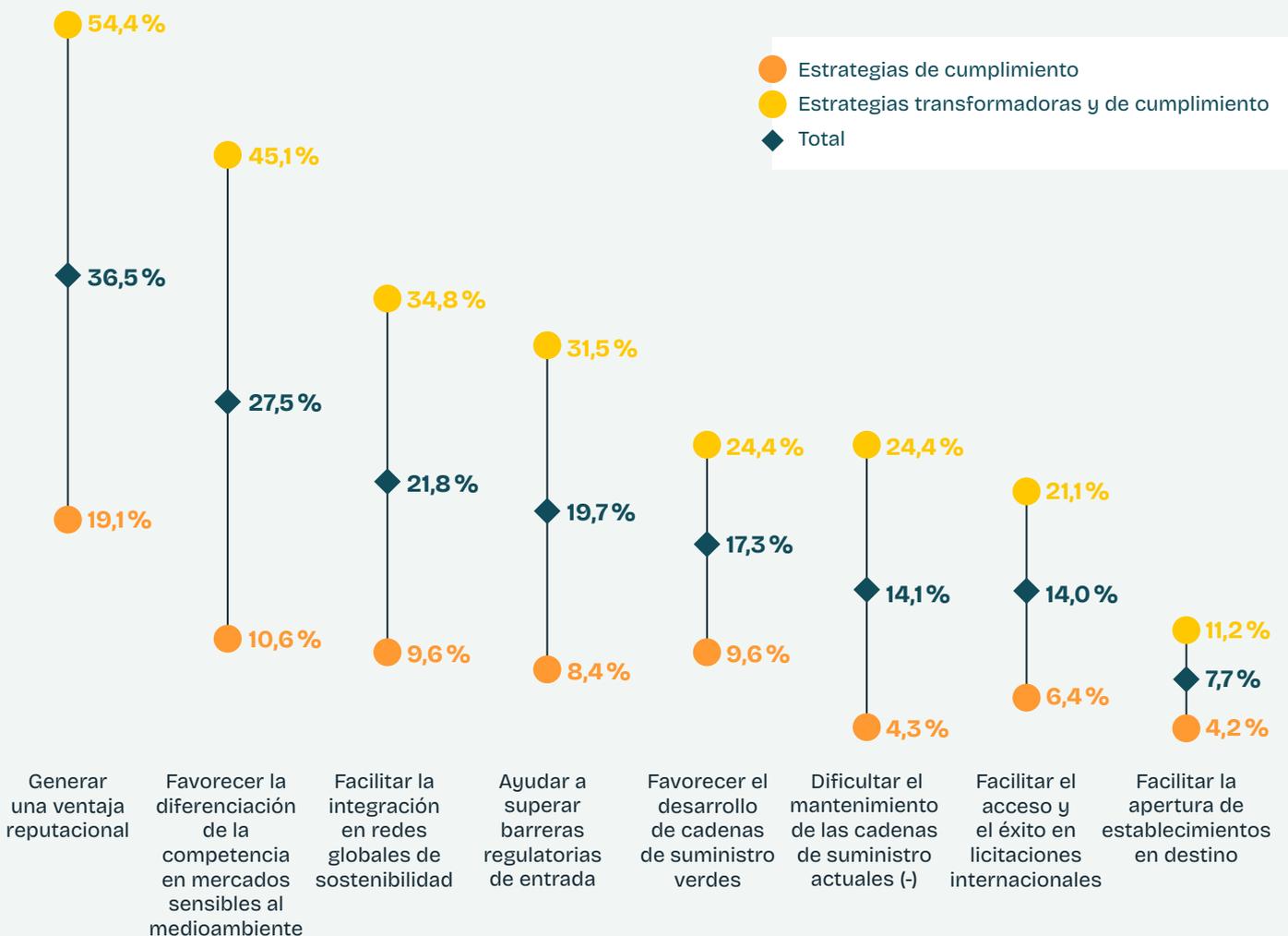
■ Impacto medio
■ Impacto alto o muy alto



Al igual que ocurre en otros factores de competitividad, la **combinación de estrategias de cumplimiento y transformadoras potencia el impacto de la acción climática sobre la internacionalización**, sobre todo en cuanto a la generación de una ventaja reputacional y el favorecimiento de la diferenciación en mercados sensibles a la sostenibilidad (véase la **Figura 19**). El 54,4% de las empresas que conjugan ambas estrategias señala que su impacto sobre la ventaja reputacional es alto o muy alto, frente a solo el 19,1% en el caso de las que desarrollan solo las de cumplimiento. En el caso de la diferenciación en mercados sensibles a la sostenibilidad estos porcentajes son del 45,1% y del 10,6%, respectivamente.

Figura 19. Empresas internacionalizadas que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre su internacionalización; detalle en función de las estrategias (n=185).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



5.4 Financiación empresarial

Además de los factores de competitividad antes señalados, se ha indagado también en el potencial **impacto de la acción climática** sobre el **acceso** a la **financiación empresarial** y su **coste**, y los resultados indican que este es **moderado**. Un 29,4% de las empresas señala un impacto medio, alto o muy alto en el acceso a la financiación verde (procedente tanto de inversores privados como de organismos públicos, nacionales e internacionales), pero solo el 12,9% afirma que este ha sido alto o muy alto. Un 26,9% indica que ha favorecido la reducción del coste de la financiación ajena (como consecuencia de la mejor gestión de su riesgo climático), pero solo el 9,6%, considera alto o muy alto el impacto en esta variable.

5.5 Resultados económicos y la posición competitiva de la empresa

La acción climática se manifiesta sobre todo en la reducción de la huella ambiental de la empresa, pero también aumenta el valor de sus activos intangibles (imagen corporativa y marcas, sobre todo). Asimismo, los impactos sobre el valor añadido, la productividad y la rentabilidad son relevantes, en especial cuando se adoptan estrategias transformadoras.

En el análisis del impacto de la acción climática sobre la competitividad empresarial —entendida como la posición relativa de la compañía frente a sus competidores— se observa que la **mejora del impacto ambiental de la empresa**, junto con la **reducción de los riesgos reputacionales y el consiguiente fortalecimiento de la imagen corporativa** son los dos factores más beneficiados. En ambos casos, el 65,1% de las encuestadas considera que el impacto es importante, con una alta concentración en la categoría de impacto alto o muy alto (42,3% y 42,1%, respectivamente) (véase la **Figura 20**). Le siguen en importancia los impactos sobre el **valor de las marcas** (57,4%) y el **valor añadido** generado por la empresa (52,1%). Este patrón, en el que los beneficios intangibles (imagen, marca) son los más señalados, refleja la complejidad de la relación entre sostenibilidad y beneficio empresarial.

En el caso de los **impactos** positivos sobre la **productividad**, la **rentabilidad**, el **acceso a nuevos segmentos** del mercado y la **facturación**, estos son refrendados por entre un 32% y un 41% de las empresas, aunque con una distribución más equilibrada entre impactos medios y altos. Ello sugiere una **influencia positiva, pero más moderada**, de la acción climática sobre estas variables, que, en parte, puede estar motivada por el plazo requerido para que las estrategias transformadoras tengan un reflejo en los resultados empresariales.

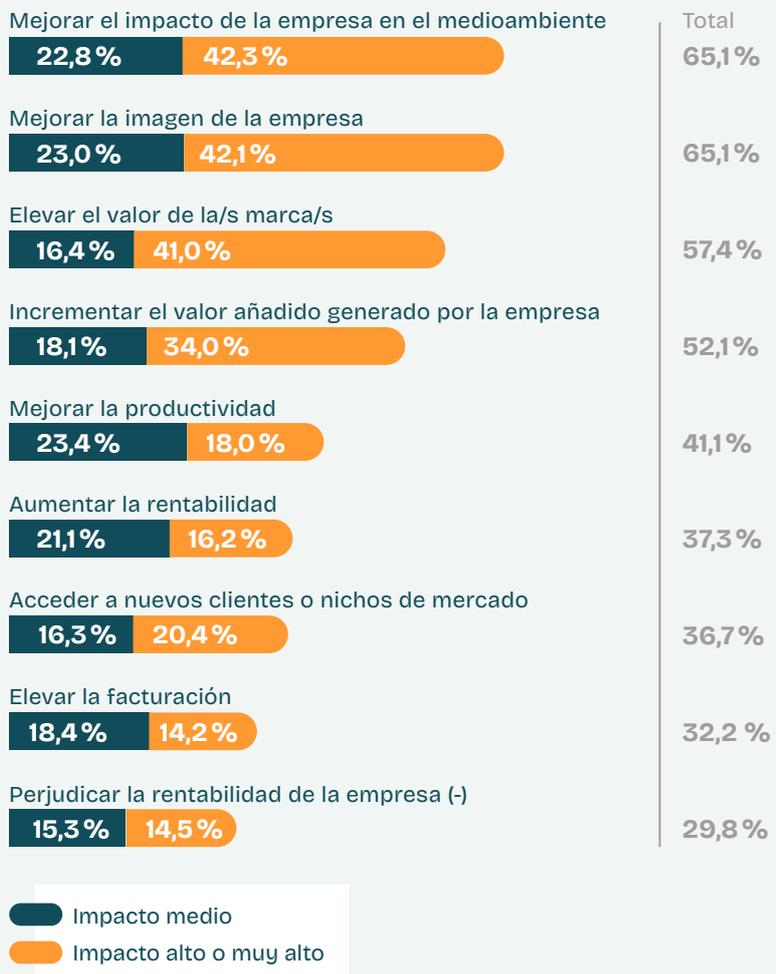
Por último, en torno al 29,8% de las compañías consultadas considera que la acción climática afecta de forma negativa a su rentabilidad porque el retorno de las inversiones no ha sido el esperado, aunque solo un 14,5% valora este impacto como alto o muy alto. Un análisis más detallado de este grupo indica que, en su mayoría (81,0%), se trata de microempresas con una elevada representación del sector de la agricultura y el de la construcción, así como de las innovadoras que aún no están obteniendo ingresos por sus nuevos productos. Todo ello podría explicar la percepción descrita.



Figura 20.

Empresas internacionalizadas que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre su internacionalización; detalle en función de las estrategias (n=185).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

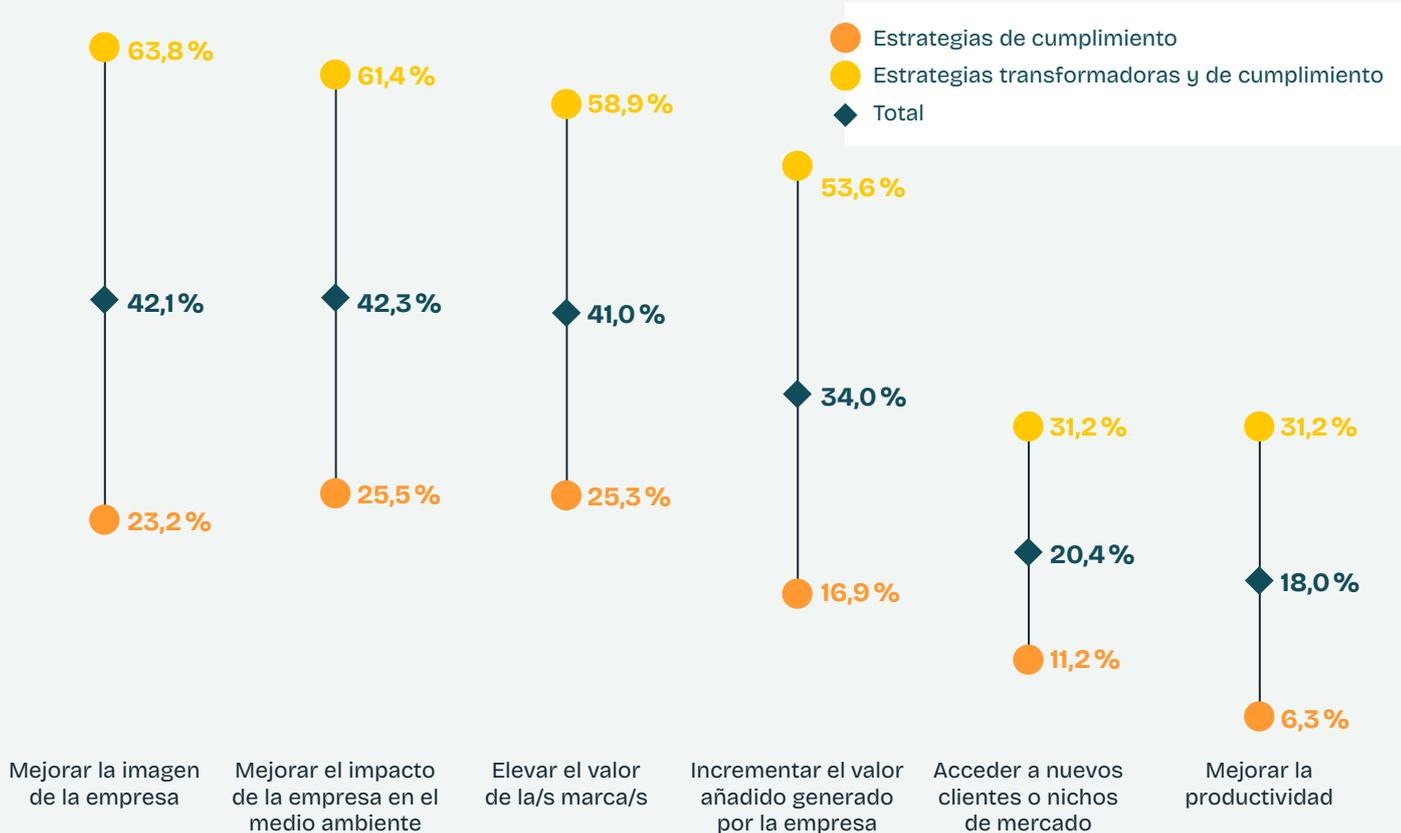


Por otro lado, el análisis del impacto de la acción climática sobre la competitividad según el tipo de estrategias adoptadas al respecto revela diferencias notables en varios aspectos clave (véase la **Figura 21**). La combinación **de estrategias de cumplimiento y transformadoras amplifica** de manera muy importante **los impactos** sobre la **imagen empresarial**, la reducción del **impacto ambiental** de las empresas, el **valor de las marcas** y el **valor añadido** de la compañía. En este punto cabe señalar que, tal como se ha visto con anterioridad, este grupo se diferencia del que solo implementa estrategias de cumplimiento no solo por incorporar iniciativas transformadoras, sino también por un mayor desarrollo de las de cumplimiento, y todo ello parece tener un efecto muy positivo en las cuestiones relacionadas con la imagen corporativa externa. En el resto de los aspectos analizados, el diferencial en favor de las compañías que conjugan estrategias resulta también positivo, aunque menos acusado

Figura 21.

Empresas que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre sus resultados económicos; detalle en función de las estrategias (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



El mayor efecto la acción climática empresarial sobre el empleo parece centrarse en el incremento de las necesidades de recualificación y de actualización de competencias: el 40,6% de las encuestadas señalan este impacto como medio, alto o muy alto.

5.6 Empleo

Una de las cuestiones que suscita mayor interés en el debate público tiene que ver con el potencial impacto de la acción climática empresarial en el empleo, no solo en lo referido a la creación o la destrucción de puestos de trabajo, sino también en cuanto al contenido de estos últimos, es decir, el conjunto de tareas que definen las ocupaciones y las competencias idóneas para desempeñarlas con éxito.

Los resultados de la encuesta confirman que **los mayores impactos de la acción climática empresarial**, en línea con su vinculación a la modernización de los procesos, se observan en la **necesidad de recualificar y actualizar las competencias** (véase la **Figura 22**): el 40,6% de las empresas encuestadas lo señala como importante y un 22,2% como alto o muy alto. Un 30,0% del total encuestado manifiesta asimismo un impacto relevante sobre la mejora en la incorporación y la retención de talento, resultado también coherente con el efecto positivo de la acción climática sobre distintas dimensiones de la reputación corporativa. Por último, en relación con la **creación o la destrucción de puestos de trabajo**, el 23,8% indica que las actuaciones esta materia han contribuido a crear empleo (bien en perfiles específicos relacionados con la sostenibilidad, bien en el conjunto de la plantilla por el crecimiento de la facturación) y, de hecho, un 14,0% considera que este impacto ha sido alto o muy alto; por el contrario, el 12,5% estima que ha conducido a destruirlo (principalmente, por las inversiones en nuevos equipos). Resulta reseñable también el hecho de que un 6,5% de las empresas señalan **impactos importantes tanto sobre la creación de empleos como sobre su destrucción**, de forma simultánea, lo que implica una activación de la **dinámica ocupacional**; es decir, se genera ocupación en unos puestos de trabajo y se suprime en otros.



Figura 22.

Empresas que señalan un impacto medio, alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre el empleo en su compañía (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

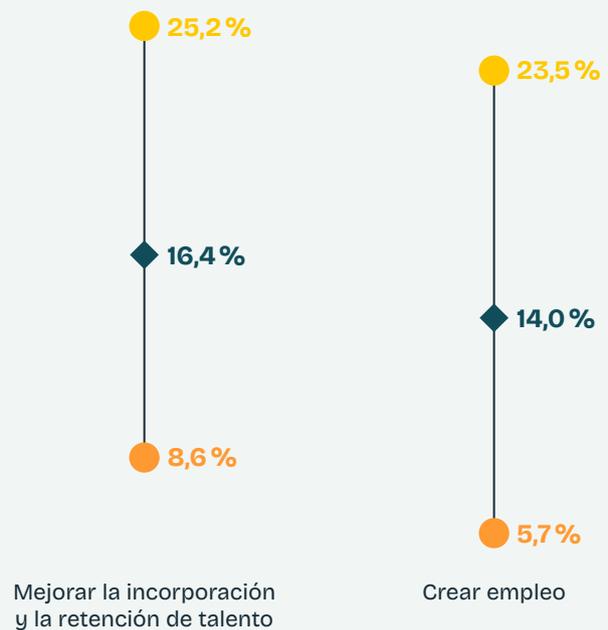
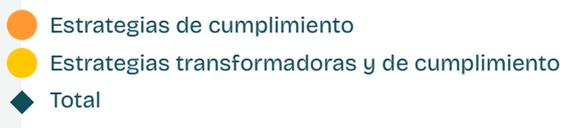


En cuanto a las diferencias observadas en el impacto sobre el empleo en función del tipo de estrategias adoptadas, de nuevo se pone de manifiesto que, también sobre esta variable, la combinación de las de cumplimiento y las transformadoras resulta la más positiva, con mayores efectos sobre la recualificación y la actualización de competencias, la adquisición y la retención de talento y la creación de empleo (véase la **Figura 23**). El impacto favorable sobre esta última variable indica que, a pesar de que parte de las inversiones motivadas por la acción climática conllevan en algunos casos mayores niveles de digitalización y robotización, el efecto positivo sobre los resultados de la empresa compensa su potencial incidencia negativa sobre el empleo.

Figura 23.

Empresas que señalan un impacto alto o muy alto de la acción climática empresarial sobre los puestos de trabajo y el empleo; detalle en función de las estrategias (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



5.7 Principales vías de impacto de la acción climática en la competitividad empresarial

A continuación, a modo de resumen, se señalan las **vías principales por las que la acción climática impacta en la posición competitiva** de las empresas españolas (véase la **Figura 24**). Con el fin de identificarlas, se han seleccionado aquellos **factores de competitividad en los que la acción climática tiene impactos positivos mayores** según la valoración realizada por las encuestadas, a saber: la innovación, la eficiencia de los procesos productivos y la cadena de suministro y la internacionalización. En cuanto a los ítems elegidos dentro de cada factor, son aquellos en los que más del 35% de las compañías reporta un efecto favorable alto o muy alto.

El impulso de la acción climática sobre la innovación y la modernización de los procesos productivos son las dos vías principales de impacto en la competitividad empresarial.

Sobre la base de los resultados presentados en los apartados anteriores, **la primera vía de influencia de la acción climática en la competitividad empresarial es la innovación**. Las iniciativas climáticas impactan de forma positiva en múltiples dimensiones relacionadas con la actividad innovadora (véase la **Figura 23**). La segunda es la mejora de la eficiencia en los procesos productivos y las cadenas de suministro, principalmente mediante la mejora de la calidad de los bienes y servicios y el incremento en la digitalización y la robotización de los procesos empresariales. La tercera vía en importancia en la canalización de los efectos de la acción climática en la competitividad es la **internacionalización** y, más en concreto, la generación de una ventaja reputacional.

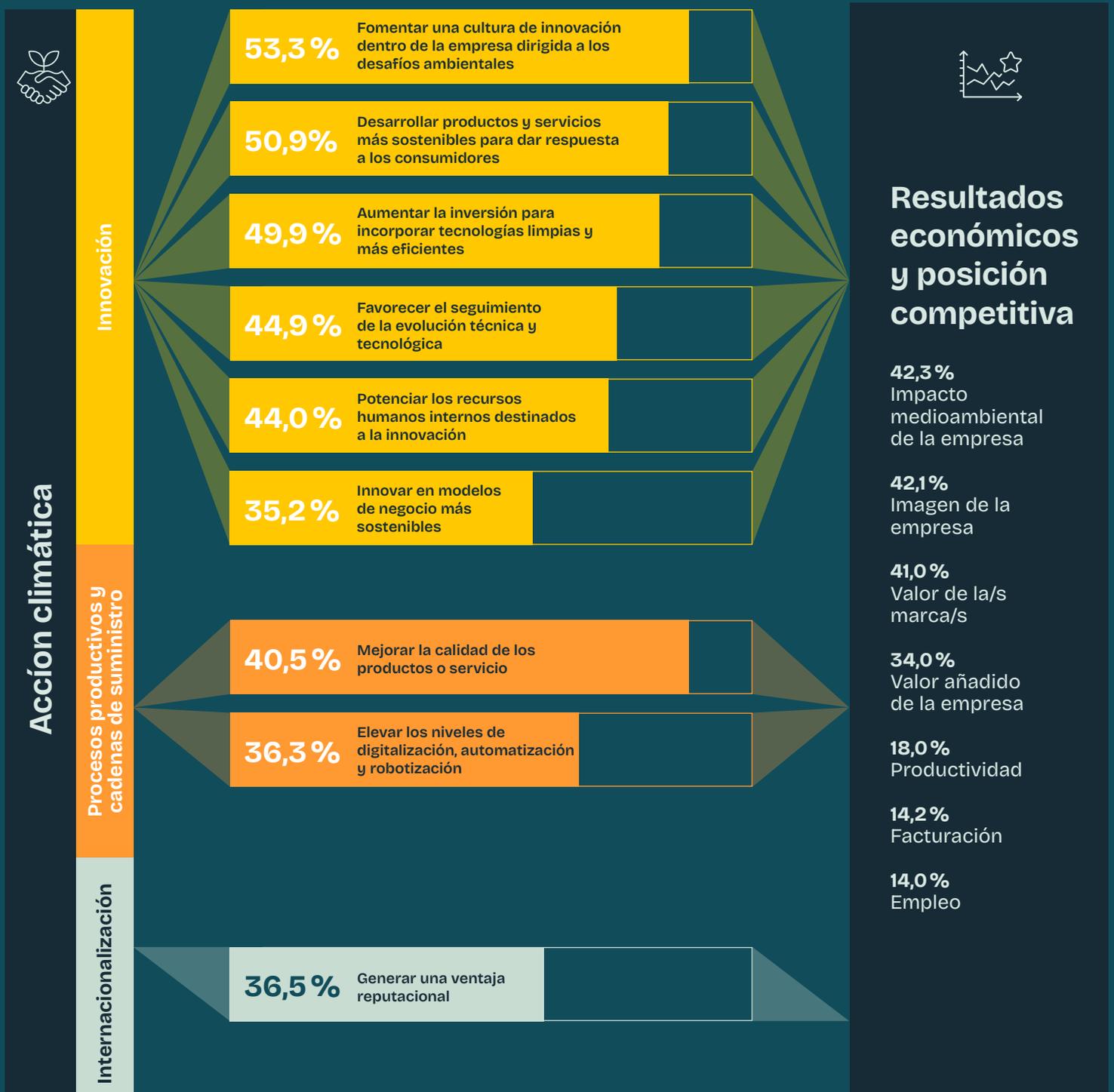
En definitiva, el impacto de la acción climática sobre los factores de competitividad se traslada a los resultados ambientales y económicos de la compañía, así como a su posición competitiva, que se mide a través de distintos indicadores (imagen corporativa, facturación, productividad y empleo).

Figura 24.

Principales vías por las que la acción climática afecta a la competitividad empresarial. Empresas que señalan impacto alto o muy alto sobre el total de empresas.* Selección de ítems con porcentajes superiores al 35%.

*Empresas que señalan impacto alto o muy alto sobre el total de empresas (n=720), salvo en el caso de la innovación e internacionalización, donde el denominador son empresas innovadoras (n=300) y empresas internacionalizadas (n=185) respectivamente.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



Balance coste-beneficio _____ 06 del desarrollo de la acción climática



Balance coste-beneficio _____ 06 del desarrollo de la acción climática

El 41,0% de las empresas consideran que los beneficios de la acción climática superan a los costes, pero el resultado del balance es aún moderado.

El 41,0% de las empresas consultadas que desarrollan iniciativas de acción climática considera que los beneficios de estas superan a sus costes, el 12,0% de forma amplia y el 29,0% ligeramente. En este grupo se encuentran sobrerrepresentadas las de tamaño grande y mediano, las innovadoras y las de elevada internacionalización (que venden más del 50,0% de su producción en los mercados extranjeros). Un 34,6% de las encuestadas señala que los beneficios son equivalentes a los costes y otro 24,4% que estos últimos son mayores que los primeros.

Sin embargo, cabe destacar que la valoración coste-beneficio señalada varía en función de las estrategias que aplican las empresas. Así, aquellas **que combinan las de cumplimiento y las transformadoras manifiestan mejores valoraciones** (el 46,4% considera que los beneficios son superiores a los costes), en comparación con las que solo realizan actuaciones de cumplimiento (el balance positivo en esos casos se reduce al 36,2% de las opiniones) (véase la **Figura 25**). Estas diferencias sugieren, una vez más, que el tipo de estrategias podría resultar un factor clave para maximizar el retorno de la acción climática empresarial.

Figura 25.
Balance coste-beneficio del desarrollo de la acción climática en las empresas españolas; detalle por tipo de estrategia (n=720).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.

Estrategias transformadoras y de cumplimiento



Estrategias de cumplimiento exclusivamente



TOTAL



- Los beneficios superan ampliamente los costes
- Los beneficios superan ligeramente los costes
- Los beneficios son equivalentes a los costes
- Los beneficios son menores que los costes

Obstáculos al desarrollo de la acción climática



Obstáculos al desarrollo de la acción climática

07

Los principales obstáculos en el desarrollo de la acción climática empresarial son de carácter económico y de conocimiento.

El análisis de los **obstáculos** en el desarrollo de la acción climática que encuentran tanto las empresas que ya implementan iniciativas como las que todavía no lo hacen revela que los **factores económicos y de conocimiento son los más importantes** (véase la **Figura 26**). La **atonía de la demanda** de productos más sostenibles constituye un escollo fundamental, pues el 59,4% de las consultadas señalan que los clientes no los reclaman o bien no están dispuestos a pagar un mayor precio por ellos. Un segundo obstáculo en importancia es la **carencia de financiación atractiva** para afrontar las inversiones necesarias para la descarbonización (el 53,9% de las consultadas así lo señalan) y un tercero, la **falta de información y conocimiento**: el 53,8% de las consultadas indica que carece de conocimiento suficiente sobre cómo desarrollar la acción climática y sobre el beneficio de esta en el plano empresarial.

Un segundo grupo de inconvenientes también importantes, citados por más del 40% de las compañías, **se asocian a la dificultad para medir y reportar de manera estandarizada los avances corporativos en el ámbito de la sostenibilidad y a la falta de herramientas para ello**, así como a la complejidad de las propias iniciativas de acción climática. Ambos aspectos están relacionados, seguramente, con la relativa novedad de la normativa sobre reporte en esta materia, por lo que, con el tiempo, cabe esperar una mejora en cuanto a estos puntos.

Por último, una tercera categoría incluiría obstáculos menos frecuentes, aunque afectan a más de un tercio de las organizaciones. Entre ellos se incluyen la **carencia de tecnologías disponibles** y las **limitaciones de personal**, si bien es cierto que este último aspecto varía de modo significativo en función del tamaño empresarial.

Figura 26.

Principales obstáculos en el desarrollo de la acción climática en las empresas españolas (n=800).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



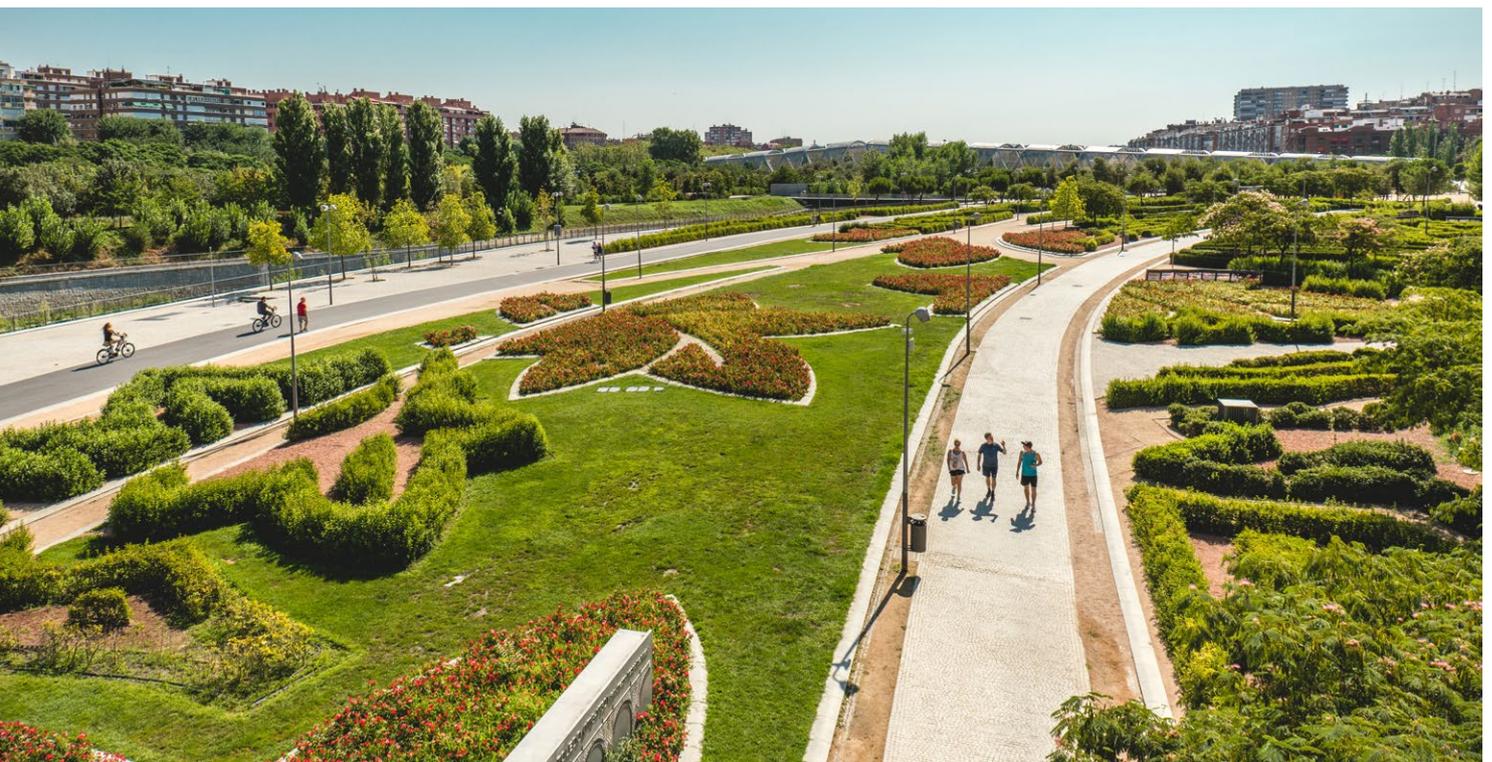
7.1 Medidas demandadas para facilitar la acción climática empresarial

En línea con los obstáculos identificados, la medida más solicitada es el establecimiento de ayudas directas destinadas a abordar las inversiones requeridas para la descarbonización. No obstante, la simplificación normativa y administrativa es una demanda casi tan importante como la de las subvenciones.

El análisis de las medidas demandadas para facilitar el desarrollo de la acción climática revela que las **subvenciones para inversiones y tecnologías sostenibles** constituyen la principal solicitud de las empresas, señalada por el 57,8% de estas, lo cual refleja la importancia que otorgan al apoyo financiero directo para avanzar en la transformación sostenible (véase la **Figura 27**).

Sin embargo, la **simplificación de normativas y procesos administrativos** emerge como una demanda casi **tan importante como el apoyo financiero directo**, ya que se destaca por el 54,3% de las encuestadas. Ello pone de manifiesto que la complejidad administrativa puede suponer un freno a la incorporación de más compañías a la acción climática.

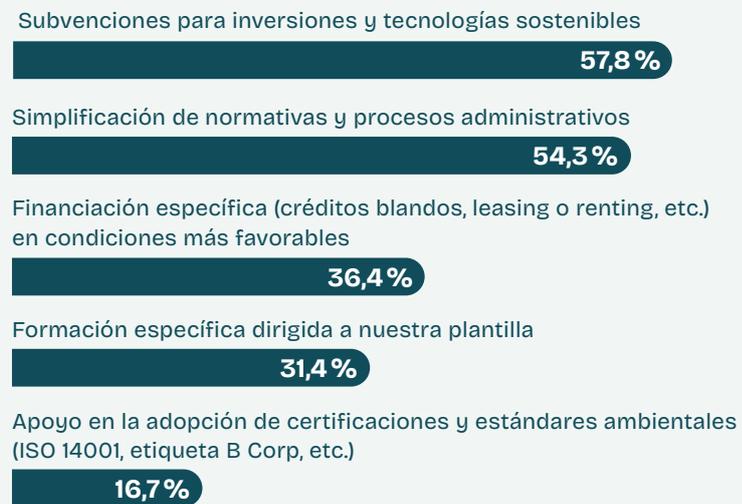
Por otra parte, la obtención de financiación específica en condiciones más favorables (señalada por el 36,4% de las empresas), la formación específica (31,4%) y el apoyo en la adopción de certificaciones y estándares ambientales (16,7%) aparecen como reclamaciones menos prioritarias frente a las necesidades de simplificación y de apoyo económico público.



Las medidas solicitadas resultan similares para todas las empresas con independencia del tipo de estrategias adoptadas por estas en materia de acción climática, si bien cabe destacar que, en línea con su mayor esfuerzo inversor, las que combinan el enfoque transformador y el de cumplimiento manifiestan una mayor demanda de subvenciones para inversiones y acceso a tecnologías sostenibles (70,2%) en comparación con aquellas que se limitan a las estrategias de cumplimiento (45,7%).

Figura 27.
Principales medidas demandadas por las empresas españolas para apoyar el desarrollo de la acción climática (n=800).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre la acción climática empresarial en España en 2024.



Anexo.

Ficha técnica de la encuesta

La encuesta sobre la acción climática en las empresas españolas en 2024 es una operación estadística diseñada *ad hoc* para esta investigación. A continuación, se detallan sus principales características (véase la **Tabla A1**).

Tabla A1.

Ficha técnica del trabajo de campo.

ENCUESTA SOBRE LA ACCIÓN CLIMÁTICA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN 2024

Universo	Empresas de 3 o más personas empleadas pertenecientes a todos los sectores de actividad y a todas las comunidades autónomas. Según estimaciones propias, apoyadas en el DIRCE y la DG Pyme ¹⁵ de datos del 2023, este universo está integrado por unas 648 998 empresas económicamente activas.
Tamaño muestral	<p>El ámbito geográfico es el conjunto del territorio nacional.</p> <p>Se ha utilizado una técnica de muestreo por cuotas cruzadas por sector de actividad y tramo de tamaño empresarial.</p> <p>El tamaño de la muestra es de 800 entrevistas. El error muestral, en las condiciones habituales de muestreo (nivel de confianza del 95,5% y probabilidad de $p = q = 0,5 - 2$ sigma) es del $\pm 3,5\%$.</p>
Sistema de encuestación	Entrevista telefónica con los/las responsables de las empresas (CEO) o con los responsables de sostenibilidad.
Contenido del cuestionario	Características de las empresas, contenido de la acción climática empresarial, impacto de esta sobre otros factores de competitividad y sobre los resultados, obstáculos encontrados en el desarrollo de iniciativas y estrategias vinculadas a la acción climática y preferencias de apoyo.
Duración de la entrevista	Entre 15 y 20 minutos.
Periodicidad	Anual.
Fechas del trabajo de campo	1.ª oleada: del 7 de octubre al 7 de noviembre de 2024.

Fuente: Elaboración propia.

¹⁵ (DIRCE) (www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=54&capsel=3920) y Cifras Pyme del Ministerio de Industria y Turismo (DG Pyme) (ipyme.org/es-es/publicaciones/Paginas/estadisticaspyme.aspx).

Referencias bibliográficas

Boschee, Pam. 2022. «Comments: Climate Change Ambitions vs. Actions». *Journal of Petroleum Technology* 74 (2): 8-9.
doi.org/10.2118/0222-0008-JPT.

Gareche, Manijeh, Seyed Mahmoud Hosseini y Masoud Taheri. 2019. «A Comprehensive Literature Review in Competitive Advantages of Businesses». *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science* 8 (3): 223-240.
doi.org/10.33945/SAMI/IJASHSS.2019.3.1.

Martínez Martín, María Isabel, Rosa Santero Sánchez, Luis Sánchez Henríquez y Miguel Ángel Marcos Calvo. 2009. *Factores de competitividad de la pyme española 2008*. Fundación EOI.
dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=926841.

Porter, Michael E. 2008. *On competition: Updated and Expanded Edition*. Harvard Business School Publishing.

Red Española del Pacto Mundial. 2024. *El liderazgo de las empresas del Pacto Mundial de la ONU España*.
info.pactomundial.org/liderazgo-empresas-pacto-mundial-onu.

Red Española del Pacto Mundial y ECODES (Fundación Ecología y Desarrollo). 2023. *Anuario climático 2023: Acción de las empresas españolas en la Agenda Climática*.
ecodes.org/images/que-hacemos/01.Cambio_Climatico/Movilizacion_accion/Empresas_porelclima/Anuario_Climatico_2023.pdf.

Alinnea constituye una plataforma colaborativa que reúne a diversos grupos de interés para fomentar el intercambio de conocimientos, fortalecer capacidades, identificar barreras e impulsar ideas transformadoras para la acción climática.

Auspiciado por:



Apoyado por:



European
Climate
Foundation

