

Informe de resultados de la encuesta sobre la implantación de la sostenibilidad en las empresas de Burgos

NET
ZERO



**IV ACUERDO
PARA LA COMPETITIVIDAD
E INNOVACIÓN EMPRESARIAL
DE CASTILLA Y LEÓN**

NOS
IMPULSA

 **Junta de
Castilla y León**

CEOE
Castilla y León

FÁE Empresas
Burgalesas



Índice

1. Presentación	2
2. Informe sobre los resultados, provincia de Burgos.....	5
2.1. La Sostenibilidad en la empresa.....	6
2.2 Gestión de las Condiciones Laborales, Diversidad y Bienestar.....	11
2.3 Colaboración en Proyectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	13
2.4. Acciones en sostenibilidad en la empresa.....	17
2.5. Canales para Comunicar el Impacto Social y Ambiental.....	19
2.6. Sistemas de Gestión Ambiental.....	20
2.7. Decisiones de Compra Basadas en Criterios Sociales y Ambientales.....	22
2.8. Desafíos y futuro de la Sostenibilidad.....	28
3. Conclusiones.....	33

1. Presentación

Desde FAE Burgos estamos desarrollando una serie de actuaciones con el fin de alcanzar una amplia difusión, seguimiento y desarrollo del IV Acuerdo Marco para la Competitividad y la Innovación Empresarial de Castilla y León 2021-2027, suscrito en el ámbito del Diálogo Social. Este acuerdo fija las líneas prioritarias de actuación en materia de política empresarial de la Junta de Castilla y León.

Esta encuesta forma parte de estas acciones desarrolladas por FAE Burgos para apoyar y difundir los objetivos del IV Acuerdo Marco para la Competitividad y la Innovación Empresarial de Castilla y León 2021-2027, especialmente en el ámbito de la Transición a una Economía Circular, Sostenibilidad y Eficiencia Energética (Eje 10). El acuerdo marco establece las bases para que las empresas de la comunidad adopten modelos de negocio más sostenibles y resilientes, fomentando prácticas que no solo reduzcan el impacto ambiental, sino que también impulsen la competitividad y la eficiencia en el uso de los recursos.

Este informe de resultados de la encuesta sobre la implantación de la sostenibilidad en las empresas de Burgos y Castilla y León, una iniciativa que nos permite obtener una visión integral sobre el compromiso empresarial con la sostenibilidad. Con 78 respuestas obtenidas en Burgos, las cifras reflejan una destacada participación y un interés creciente en prácticas sostenibles, mostrando que la sostenibilidad está cada vez más integrada en la estrategia de empresas de todos los tamaños, desde micropymes hasta grandes compañías.

Los resultados obtenidos muestran una diversidad en los enfoques hacia la sostenibilidad entre las empresas participantes, reflejando los distintos niveles de implementación y adaptación a prácticas sostenibles. Desde políticas de eficiencia energética hasta la gestión de residuos y el uso de energías renovables, las empresas están adoptando una variedad de estrategias, aunque con desafíos y oportunidades específicas según su tamaño y sector.

Entre las micropymes, la tendencia hacia la sostenibilidad está en auge, aunque muchas de estas pequeñas empresas expresan la necesidad de mayor apoyo y asesoramiento para cumplir con los estándares y regulaciones ambientales. En el caso de las medianas y grandes empresas, la integración de prácticas sostenibles es más avanzada, destacando la inversión en tecnologías sostenibles y en formación para empleados, así como la inclusión de la sostenibilidad en sus cadenas de suministro.

Este informe refleja el compromiso del tejido empresarial de Burgos y Castilla y León con un desarrollo más sostenible y competitivo, y subraya la importancia de seguir trabajando en conjunto para superar las barreras que dificultan una transición total a modelos de negocio sostenibles. Las acciones y el compromiso empresarial son esenciales para que Castilla y León avance hacia una economía más circular y eficiente en el uso de recursos, tal y como se establece en el IV Acuerdo Marco.

Desde FAE Burgos, agradecemos la participación de todas las empresas y esperamos que los resultados de esta encuesta sirvan como un punto de partida para fortalecer la sostenibilidad, promoviendo buenas prácticas y fomentando el intercambio de experiencias. Estamos convencidos de que, mediante el apoyo mutuo y la colaboración, podremos avanzar hacia una economía más sostenible, impulsando tanto la competitividad como el bienestar en nuestra comunidad empresarial.

La encuesta se llevó a cabo a través de una campaña integral que incluyó correos electrónicos, plataformas de redes sociales, mensajes de WhatsApp y llamadas telefónicas a empresas de Burgos y Castilla y León. **El resultado fue un conjunto de datos significativo y diverso, con un total de 78 respuestas de empresas con sede en Burgos y un grupo de 662 respuestas de empresas de Castilla y León.**

2. Informe sobre los resultados, provincia de Burgos

Este informe presenta un análisis detallado de los datos obtenidos en la encuesta que incluyó 22 preguntas, de las cuales las tres primeras abordaron aspectos generales, como la provincia de Castilla y León en la que se encuentra el principal centro de trabajo, el sector o actividad principal de la empresa y el número total de empleados. Estas preguntas iniciales permitieron contextualizar cada empresa participante y segmentar la información para un análisis más preciso. Las preguntas restantes se centraron en evaluar diversos aspectos específicos de la sostenibilidad en el ámbito empresarial.

La metodología empleada en el análisis de la encuesta se ha enfocado en identificar las preguntas más relevantes para obtener una visión clara de la situación de la sostenibilidad en las empresas de Burgos. Se han evaluado tanto los números de respuesta como los porcentajes correspondientes a estas preguntas clave, extrayendo conclusiones específicas para la provincia.

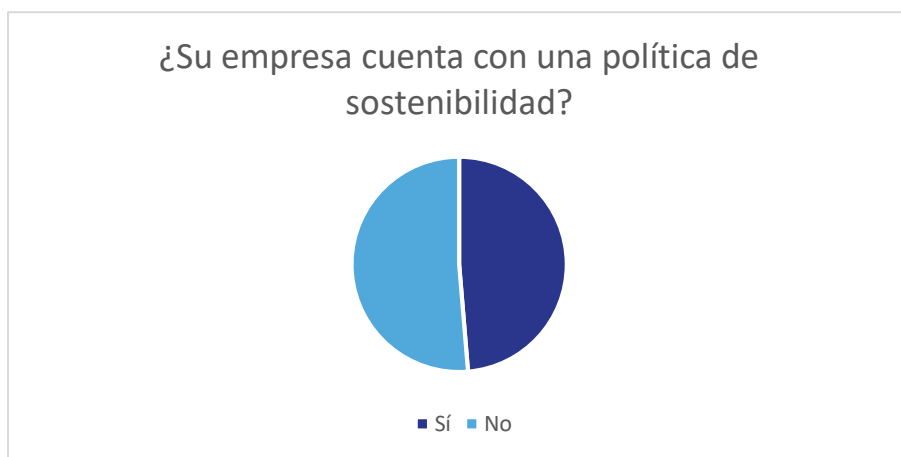
El alto nivel de participación, con 78 empresas de todos los tamaños involucradas, desde micropymes hasta grandes corporaciones, refleja el interés del tejido empresarial burgalés en la sostenibilidad. Los resultados de este análisis proporcionan una visión integral sobre el estado de la sostenibilidad en las empresas de Burgos, identificando tanto áreas de avance como oportunidades de mejora.

2.1. La Sostenibilidad en la empresa.

¿Su empresa cuenta con una Política de Sostenibilidad?

Sí: 48.68%

No: 51.32%



Casi la mitad de las empresas encuestadas han implementado una política de sostenibilidad, lo que indica un creciente compromiso hacia la integración de prácticas sostenibles. Estas empresas reconocen el valor de alinear la sostenibilidad con sus objetivos estratégicos, integrando aspectos como la eficiencia energética y la gestión de residuos en sus operaciones diarias.

El 51.32% de empresas que no cuentan con una política de sostenibilidad refleja que todavía hay una barrera considerable para su adopción, posiblemente por falta de conocimiento o recursos. Sin embargo, esto representa una oportunidad para sensibilizar a estas organizaciones sobre los beneficios a largo plazo de contar con políticas formales de sostenibilidad.

A nivel de Castilla y León cerca del 60% de las empresas no disponen de Política de Sostenibilidad.

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

Respuestas Sí, 31 empresas

Respuestas No, 47 empresas

Un 40 % de las empresas destinan presupuesto a la sostenibilidad, lo que permite realizar inversiones en tecnologías limpias y mejoras en la eficiencia energética. Este compromiso económico es clave para fomentar la innovación sostenible dentro de las empresas, y es probable que estas organizaciones logren ventajas competitivas en términos de reducción de costes y cumplimiento normativo.

No obstante, casi un 60% de empresas no tienen presupuesto asignado, lo que evidencia un desafío importante. Para muchas organizaciones, la sostenibilidad aún no es una prioridad en términos financieros, lo cual podría limitar su capacidad para llevar a cabo transformaciones significativas en esta área.

A nivel de Castilla y León más del 70% de las empresas no disponen de presupuesto destinado a la implantación de mejoras en materia de sostenibilidad.

Estos dos indicadores reflejan que en la provincia de Burgos está más implantada la sostenibilidad que la media en las empresas de Castilla y León.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en la estrategia general de la empresa?

Prioridad alta: 38.16%

Prioridad moderada: 25%

Prioridad baja: 23.68%

No es una prioridad: 13.16%

El 38.16% de las empresas que consideran la sostenibilidad una prioridad alta en su estrategia muestra una clara tendencia hacia la adopción de un enfoque más responsable y consciente en su modelo de negocio. Estas organizaciones suelen beneficiarse de un mejor posicionamiento de mercado, atracción de talento y fidelización de clientes preocupados por el impacto ambiental y social.

Sin embargo, el 23.68% que considera la sostenibilidad como una prioridad baja, y el 13.16% que no la priorizan, sugiere que aún existe un grupo considerable de empresas que no han integrado de forma significativa estos valores en su estrategia. Esto podría deberse a barreras económicas o a la percepción de que los beneficios no compensan la inversión.

¿Quién es el responsable de la sostenibilidad en la empresa?

No hay una responsabilidad clara: 35 empresas

Departamento específico: 13 empresas

CEO/Alta dirección: 24 empresas

Comité de sostenibilidad: 5 empresas

El hecho de que cerca del 30 % de las empresas la sostenibilidad sea liderada por la alta dirección refleja un alto nivel de compromiso estratégico. Estas empresas probablemente integran los principios de sostenibilidad en la toma de decisiones clave y se esfuerzan por inculcar una cultura organizacional que valora el impacto social y ambiental.

Sin embargo, sobre el 45 % de las empresas no hay una responsabilidad clara respecto a la sostenibilidad, lo que indica que esta área aún no está institucionalizada ni priorizada dentro de sus estructuras organizativas. Esto puede limitar la efectividad de cualquier esfuerzo en sostenibilidad, ya que sin un liderazgo claro es difícil que se traduzca en acciones concretas.

¿Cuenta su empresa con un compromiso de buen gobierno y transparencia fiscal?

Sí: 51.32%

No: 48.68%

Un poco más de la mitad de las empresas han implementado compromisos de buen gobierno y transparencia fiscal, lo que demuestra un enfoque creciente hacia la ética empresarial. Estas prácticas son clave para fortalecer la confianza entre los stakeholders, incluyendo clientes, empleados y reguladores, quienes cada vez más exigen a las empresas cumplir con normativas éticas y sostenibles.

El 48.68% que no tiene un compromiso formal en esta área sugiere que muchas organizaciones aún no ven la transparencia fiscal como parte integral de su estrategia de sostenibilidad. Esto podría deberse **a la percepción de que este tipo de prácticas no están directamente relacionadas con la sostenibilidad, lo que evidencia la necesidad de promover una visión más holística del desarrollo sostenible.**

2.2 Gestión de las Condiciones Laborales, Diversidad y Bienestar.

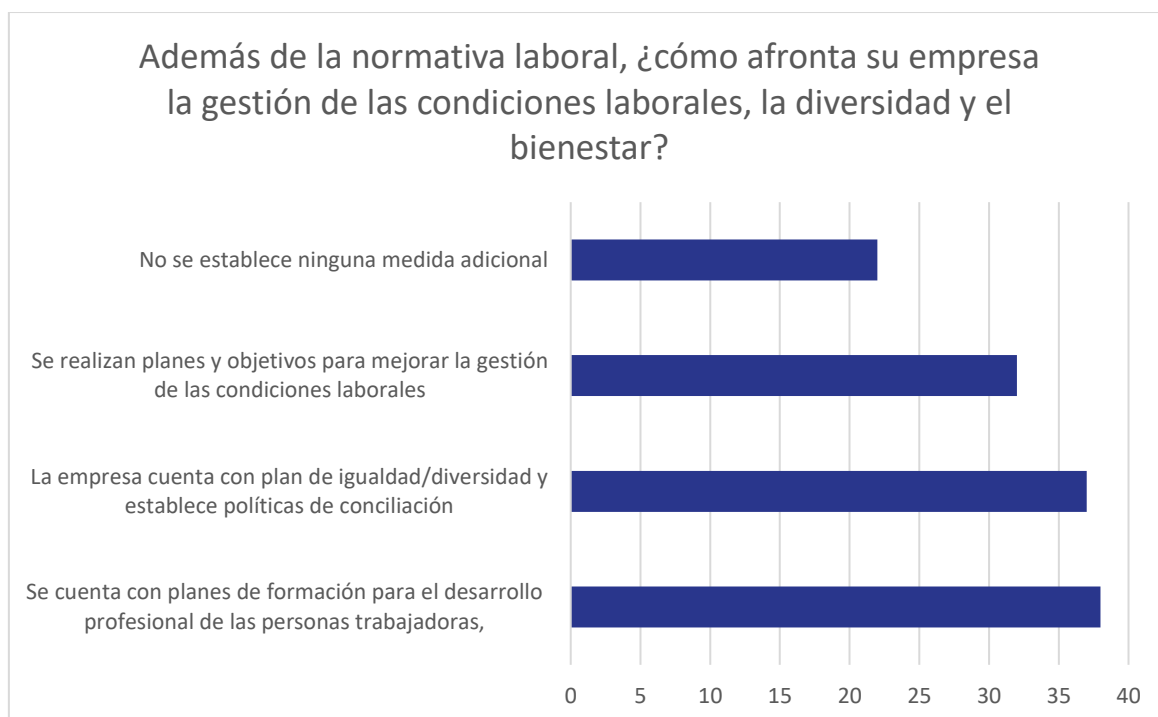
Además de la normativa laboral, ¿cómo afronta su empresa la gestión de las condiciones laborales, la diversidad y el bienestar?

Se cuenta con planes de formación para el desarrollo profesional de las personas trabajadoras, 38 respuestas

La empresa cuenta con plan de igualdad/diversidad y establece políticas de conciliación, 37 respuestas.

Se realizan planes y objetivos para mejorar la gestión de las condiciones laborales, 32 respuestas.

No se establece ninguna medida adicional, 22 respuestas.



El análisis de los resultados sobre la gestión de las condiciones laborales, la diversidad y el bienestar en las empresas de Burgos muestra un panorama positivo en cuanto a la implementación de políticas y planes de acción. Con 38 respuestas afirmativas, **la mayoría de las empresas cuenta con planes de formación para el desarrollo profesional de sus trabajadores**. Esta cifra sugiere que muchas empresas están comprometidas con el crecimiento y capacitación de su personal, lo que no solo fomenta el desarrollo de habilidades, sino que también contribuye a mejorar la motivación y la retención de talento dentro de la organización.

En cuanto a la igualdad y la conciliación, 37 empresas señalaron contar con un plan de igualdad y diversidad, así como con políticas de conciliación laboral. Este resultado **refleja un interés significativo en fomentar entornos laborales inclusivos y flexibles, adaptados a las necesidades personales y familiares de los empleados**. La implementación de políticas de igualdad y conciliación es clave para crear una cultura organizacional diversa y justa, y responde a una demanda creciente tanto del entorno laboral como de la sociedad. Estas medidas posicionan a las empresas de Burgos a la vanguardia en la adopción de prácticas responsables y alineadas con la sostenibilidad social.

Por otro lado, 22 empresas indicaron que no establecen medidas adicionales para la gestión de condiciones laborales, diversidad y bienestar, lo cual representa una oportunidad de mejora para estas organizaciones. Aunque una parte significativa de las empresas ya implementa políticas de desarrollo, igualdad y bienestar, es importante incentivar a aquellas que aún no han adoptado medidas para que avancen hacia prácticas que beneficien a sus trabajadores. Estos datos resaltan la importancia de seguir promoviendo el bienestar en el lugar de trabajo y el desarrollo de un entorno inclusivo y equitativo en todas las empresas de la provincia.

2.3 Colaboración en Proyectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La empresa colabora con otras organizaciones (ONGs, instituciones educativas, ¿etc) en proyectos de RSE?

Respuestas Sí: 51 empresas

Respuestas No: 27 empresas

Una proporción significativa de empresas (el 65 %) colabora con ONGs o instituciones educativas en proyectos de responsabilidad social, lo que refleja un compromiso fuerte con el impacto positivo más allá de sus operaciones internas. Estas colaboraciones pueden enfocarse en áreas como la educación, el bienestar comunitario o el medio ambiente, lo cual es un indicativo del papel cada vez más amplio de las empresas en la sociedad.

Sin embargo, cerca de un 35 % de empresas no participan en iniciativas de RSE, lo que representa una oportunidad perdida para contribuir a las comunidades locales y mejorar su reputación. La participación en estos proyectos puede ser una herramienta estratégica para las empresas, ayudándolas a alinearse con los valores de sus consumidores y fortalecer sus relaciones con los actores clave.

¿La empresa apoya iniciativas comunitarias y sociales?

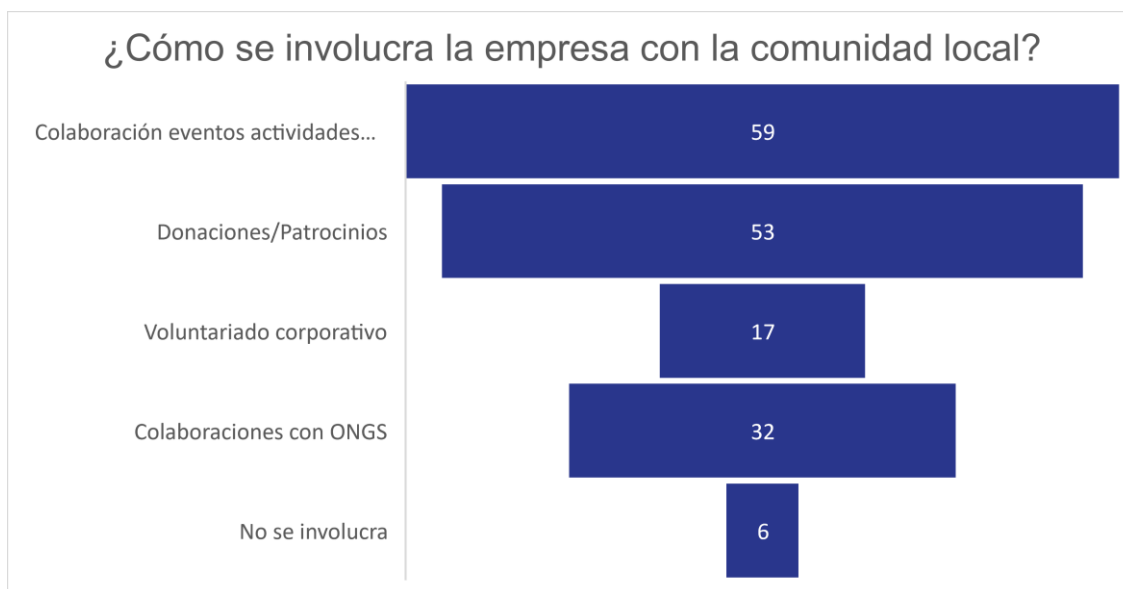
Respuestas No: 17

Respuestas Sí: 61

El análisis de los resultados sobre el apoyo de las empresas de Burgos a iniciativas comunitarias y sociales revela una tendencia positiva, con un total de 60 empresas indicando que sí participan en este tipo de actividades. Este elevado número de respuestas afirmativas sugiere un compromiso significativo por parte del tejido empresarial burgalés con la responsabilidad social corporativa (RSC). Al involucrarse en iniciativas comunitarias, estas empresas no solo contribuyen al desarrollo social y económico de su entorno, sino que también fortalecen su imagen y su relación con la comunidad, generando un impacto positivo y fomentando la cohesión social en Burgos.

Por otro lado, 17 empresas señalaron que no apoyan actualmente iniciativas comunitarias y sociales, lo cual representa un área de oportunidad para mejorar el compromiso con la RSC en una parte del sector empresarial. La falta de participación podría estar relacionada con limitaciones de recursos o desconocimiento sobre el tipo de iniciativas en las que podrían involucrarse. Sin embargo, dada la importancia creciente de la responsabilidad social, existen oportunidades para que estas empresas exploren formas de contribuir, incluso a través de pequeñas acciones, que pueden generar beneficios tanto para la comunidad como para la propia empresa en términos de reputación y valor social.

¿Cómo se involucra la empresa con la comunidad local?



El análisis sobre la forma en que las empresas de Burgos se involucran con la comunidad local muestra un compromiso significativo con el entorno en el que operan. La mayoría de las empresas, 59 en total, afirmaron colaborar en eventos y actividades locales, lo que sugiere un esfuerzo considerable por parte del tejido empresarial para integrarse activamente en la vida comunitaria. Participar en estos eventos no solo fortalece los lazos entre las empresas y la comunidad, sino que también mejora la percepción de estas como actores responsables y comprometidos con el desarrollo local, generando un impacto positivo en su reputación y cercanía con el público.

Además, 53 empresas indicaron realizar donaciones o patrocinios, mientras que 32 colaboran con ONGs. Estas acciones reflejan un enfoque hacia la responsabilidad social corporativa (RSC) mediante el apoyo financiero y la colaboración con organizaciones que buscan impactar en la comunidad de manera positiva. Las donaciones y los patrocinios permiten a las empresas contribuir al bienestar de la comunidad de forma tangible, mientras que las colaboraciones con ONGs

muestran un interés en trabajar en conjunto con organizaciones que cuentan con experiencia en proyectos sociales y medioambientales, ampliando el alcance del impacto de las empresas.

Por otro lado, solo 17 empresas participan en programas de voluntariado corporativo, y 6 no se involucran con la comunidad en absoluto. Aunque la participación general es alta, estos datos sugieren que existe margen para que más empresas exploren y desarrollen programas de voluntariado, una práctica que fortalece el compromiso de los empleados y su conexión con la comunidad. Incentivar a más empresas a participar en voluntariado y RSC activa puede ayudar a consolidar un tejido empresarial comprometido, cercano y orientado al desarrollo sostenible en Burgos, beneficiando a todos los actores involucrados.

2.4. Acciones en sostenibilidad en la empresa

¿Invierte en tecnologías y prácticas innovadoras para mejorar la sostenibilidad?

Sí: 38.16%

No: 61.84%

El 38.16% de las empresas están invirtiendo en tecnologías y prácticas innovadoras para mejorar su sostenibilidad. Estas inversiones pueden incluir la implementación de tecnologías limpias, procesos más eficientes y energías renovables, lo que no solo ayuda a reducir su impacto ambiental, sino que también mejora la eficiencia operativa y reduce costos a largo plazo.

El 61.84% de las empresas que no están invirtiendo en innovación en sostenibilidad podrían estar perdiendo una oportunidad importante para mejorar su competitividad en un mercado cada vez más orientado hacia prácticas responsables. La falta de inversión podría estar vinculada a restricciones presupuestarias o una falta de conocimiento sobre las tecnologías disponibles.

¿Realiza su empresa acciones relativas a la reducción del impacto en el medio ambiente?

Sí: 67.11%

No: 32.89%

Casi el 70 % de las empresas llevan a cabo acciones para reducir su impacto ambiental, tales como la reducción del consumo energético o la implementación de campañas de reciclaje. Esto demuestra un esfuerzo considerable por parte de las organizaciones para mitigar su huella ecológica, contribuyendo así a los objetivos globales de sostenibilidad.

Más de un 30 % no realiza acciones específicas, lo cual indica que una proporción importante de empresas no está abordando este aspecto clave de la sostenibilidad. Este grupo de empresas corre el riesgo de quedar rezagado a medida que las normativas y expectativas del mercado continúan empujando hacia prácticas empresariales más sostenibles.

2.5. Canales para Comunicar el Impacto Social y Ambiental

¿A través de qué canales comunica la empresa su impacto social y ambiental?

No utiliza ninguna vía de comunicación: 35 respuestas

En los propios productos o servicios de la empresa: 20 respuestas

A través de la web de la empresa y/o redes sociales: 35 respuestas

A través de anuncios y/o campañas publicitarias (radio, televisión...): 5 respuestas

35 empresas sobre 77 utilizan sus páginas web y redes sociales como el principal medio para comunicar su impacto social y ambiental. Esta es una estrategia efectiva en la era digital, ya que las redes sociales permiten a las empresas llegar a una audiencia más amplia y diversa, facilitando la difusión de sus esfuerzos en sostenibilidad. Además, 5 de las empresas comunican su impacto directamente en sus productos o servicios, lo que les permite informar a los consumidores en el punto de compra sobre las características sostenibles de sus productos.

Sin embargo, es preocupante que **35 de las 78 empresas no utilicen ningún canal de comunicación para transmitir su impacto social y ambiental**. Esto sugiere una falta de transparencia o una oportunidad perdida para mejorar la percepción de marca, ya que la comunicación sobre sostenibilidad se está convirtiendo en un factor decisivo para los consumidores y otros stakeholders.

2.6. Sistemas de Gestión Ambiental

¿Tiene implementados sistemas de gestión ambiental?

Sí (por ejemplo, ISO 14001): 23.68%

No: 76.32%

Más del 23.68% de las empresas han implementado sistemas de gestión ambiental como la certificación ISO 14001. Esto es indicativo de un alto nivel de compromiso con la sostenibilidad, ya que estos sistemas requieren un enfoque sistemático para medir y mejorar el desempeño ambiental de una organización. Las empresas que cuentan con estas certificaciones tienen una ventaja competitiva al poder demostrar su cumplimiento con las normativas ambientales y su mejora continua en el manejo de sus recursos.

Por otro lado, la mayoría de las empresas (76.32%) no cuentan con un sistema de gestión ambiental implementado. Esto podría deberse a la falta de recursos o desconocimiento sobre los beneficios que estas certificaciones aportan. Para muchas organizaciones, implementar un sistema de este tipo podría ayudarles a reducir riesgos ambientales y mejorar su eficiencia operativa.

¿Realiza regularmente la empresa auditorías ambientales?

Sí: 17.11%

No: 82.89%

Solo un 17.11% de las empresas realizan auditorías ambientales regulares, lo que significa que una minoría de las empresas está monitoreando y evaluando sistemáticamente su impacto ambiental. Las auditorías permiten a las organizaciones identificar áreas de mejora y cumplir con las normativas, además de mostrar transparencia a los stakeholders.

El 82.89% que no realiza auditorías ambientales podría estar perdiendo oportunidades para mejorar su desempeño ambiental y reducir riesgos asociados con incumplimientos normativos o con impactos negativos en el medio ambiente. Además, la falta de auditorías podría dificultar la implementación de planes de mejora continua en términos de sostenibilidad.

2.7. Decisiones de Compra Basadas en Criterios Sociales y Ambientales

¿En las decisiones de compra en su empresa tiene en cuenta aspectos sociales y ambientales?

	Burgos	Castilla y León	% Burgos	% Castilla y León
No	25	163	24,5 %	27,5 %
Se cumple la regulación en materia de contratación	30	201	29,4 %	33,9 %
Se incorporan criterios sociales y ambientales en las condiciones de compra y contratación	24	102	23,5 %	17,2 %
La gestión del impacto social y ambiental de los proveedores forma parte de la estrategia de la empresa	23	126	22,5 %	21,3 %

El análisis de los resultados de la pregunta sobre la consideración de aspectos sociales y ambientales en las decisiones de compra de las empresas muestra una realidad variada tanto en Burgos como en el conjunto de Castilla y León. A nivel de Burgos, 25 empresas afirmaron no tener en cuenta estos aspectos en sus decisiones de compra, lo que representa una parte considerable del total y señala una oportunidad de mejora en la integración de la sostenibilidad en la cadena de suministro. A nivel de Castilla y León, esta cifra asciende a 163 empresas, lo que sugiere que, aunque existe una conciencia creciente sobre la importancia de la sostenibilidad, todavía hay una porción significativa de empresas que no priorizan estos criterios en sus compras y contrataciones.

La respuesta más común en ambas áreas fue el cumplimiento de la regulación en materia de contratación, con 30 respuestas en Burgos y 201 en Castilla y León. Esto indica que, en general, las empresas se aseguran de cumplir con las normativas vigentes, pero este cumplimiento mínimo podría no ser suficiente para lograr una sostenibilidad plena en las prácticas empresariales. El hecho de que este sea el aspecto más considerado podría estar relacionado con la presión normativa y la necesidad de evitar sanciones, pero también resalta una posible falta de iniciativas voluntarias que vayan más allá del cumplimiento legal.

Por otro lado, 24 empresas en Burgos y 102 en Castilla y León indicaron que incorporan criterios sociales y ambientales en sus condiciones de compra y contratación. Este resultado muestra que un número considerable de empresas en ambas áreas está empezando a integrar aspectos sostenibles en sus decisiones, lo cual representa un avance positivo hacia una economía más responsable. Sin embargo, estos números también sugieren que aún queda camino por recorrer para que estas prácticas sean la norma en lugar de la excepción. La adopción de criterios sociales y ambientales en las decisiones de compra puede ayudar a las empresas a reducir su impacto negativo y contribuir a una cadena de valor más sostenible.

Finalmente, en cuanto a la gestión del impacto social y ambiental de los proveedores como parte de la estrategia empresarial, 23 empresas en Burgos y 126 en Castilla y León señalaron que este aspecto forma parte de su estrategia. Esto demuestra un enfoque más avanzado y estratégico hacia la sostenibilidad, integrando la gestión de los impactos de sus proveedores como parte de su modelo de negocio. Esto es especialmente importante en sectores donde los impactos sociales y ambientales de la cadena de suministro son significativos. En general, los resultados sugieren que, aunque la sostenibilidad está comenzando a ganar espacio en las decisiones de compra, aún hay un amplio margen de mejora para

que un mayor número de empresas en Burgos y Castilla y León adopten prácticas que promuevan el desarrollo sostenible en toda su cadena de valor.

Los porcentajes de las respuestas sobre la consideración de aspectos sociales y ambientales en las decisiones de compra reflejan patrones similares tanto en Burgos como en Castilla y León. En Burgos, el 29.4% de las empresas indicó que cumplen con la regulación en materia de contratación, mientras que en Castilla y León este porcentaje es ligeramente mayor, con un 34%. Este enfoque en el cumplimiento normativo sugiere que, para muchas empresas, la sostenibilidad en la compra está impulsada principalmente por la necesidad de adherirse a la legislación vigente. Sin embargo, un porcentaje considerable de empresas (aproximadamente el 24.5% en Burgos y el 27.5% en Castilla y León) no tiene en cuenta criterios sociales y ambientales, lo que indica un área de mejora en la adopción de prácticas sostenibles en la cadena de suministro.

Por otro lado, el 23.5% de las empresas en Burgos y el 17.2% en Castilla y León integran criterios sociales y ambientales en las condiciones de compra, lo que muestra una base en crecimiento de empresas comprometidas con la sostenibilidad. Además, un 22.5% en Burgos y un 21.3% en Castilla y León afirman que la gestión del impacto social y ambiental de sus proveedores forma parte de su estrategia. Estos datos indican que, aunque la sostenibilidad es un factor relevante para una porción significativa de empresas, aún queda trabajo por hacer para que estas prácticas se generalicen y se integren en mayor medida en la estrategia empresarial.

¿Cómo afronta su empresa los asuntos relacionados con el cliente?

Se cumple con la regulación en relación con el cliente: 51 respuestas.

Se buscan objetivos para la mejora de los estándares de su producto en relación con la seguridad e información del producto: 27 respuestas.

La salud y la seguridad en la fabricación y el uso del producto forman parte de la estrategia de la empresa: 32 respuestas.

El análisis de las respuestas sobre cómo las empresas de Burgos gestionan los asuntos relacionados con el cliente muestra un enfoque predominantemente orientado al cumplimiento normativo. Con 51 empresas indicando que cumplen con la regulación en relación con el cliente, es evidente que la mayoría de las empresas asegura que sus productos y servicios se ajusten a los estándares legales. Este compromiso con el cumplimiento normativo es crucial para evitar riesgos legales y mantener la confianza del cliente, aunque puede reflejar un enfoque básico que no necesariamente incorpora elementos adicionales de valor para el cliente.

Por otro lado, 27 empresas señalaron que, además del cumplimiento, buscan objetivos específicos para mejorar los estándares de su producto en términos de seguridad e información. Este enfoque proactivo muestra un interés creciente por avanzar más allá de los requisitos legales, promoviendo la transparencia y asegurando que los clientes estén bien informados sobre los productos que adquieren. Estas prácticas pueden contribuir a la satisfacción y lealtad del cliente, posicionando a las empresas como actores responsables en el mercado.

Además, 32 empresas afirman que la salud y seguridad en la fabricación y el uso del producto forman parte de su estrategia. Este enfoque integrado sugiere un compromiso más profundo con la sostenibilidad y el bienestar del cliente, al considerar estos aspectos como elementos estratégicos. Estas empresas están apostando por una relación de largo plazo con sus clientes, enfocándose no solo en cumplir con la normativa, sino en crear productos que minimicen riesgos para la salud y ofrezcan beneficios adicionales en términos de seguridad y calidad.

¿Cómo afronta su empresa los asuntos relacionados con el cliente?

	Burgos	Castilla y León	% Burgos	% Castilla y León
Se buscan objetivos para la mejora de los estándares de su producto en relación con la seguridad e información del producto,	40	165	32,5 %	18,7 %
La salud y la seguridad en la fabricación y el uso del producto forman parte de la estrategia de la empresa	32	297	26 %	33,7 %
Se cumple con la regulación en relación con el cliente	51	420	41,5 %	47,6 %

Los datos muestran que, tanto en Burgos como en el conjunto de Castilla y León, la mayor parte de las empresas enfocan sus esfuerzos en cumplir con la regulación en relación con el cliente. En Burgos, el 41.5% de las empresas prioriza este aspecto, mientras que en Castilla y León este porcentaje es aún mayor, alcanzando el 47.6%. Este énfasis en el cumplimiento normativo indica que las empresas de la comunidad consideran la alineación con los estándares legales como un aspecto fundamental para asegurar la confianza del cliente y evitar posibles riesgos legales. Sin embargo, esta prioridad podría limitar el enfoque de algunas empresas en iniciativas adicionales que aporten mayor valor al cliente.

Por otro lado, el 32.5% de las empresas en Burgos y el 18.7% en Castilla y León indicaron que buscan mejorar los estándares de sus productos en relación con la seguridad e información. Este porcentaje más alto en Burgos sugiere que las empresas de esta provincia están adoptando un enfoque más proactivo, buscando ir más allá del cumplimiento básico y priorizando la transparencia y la seguridad en sus productos. Estas mejoras pueden resultar en una ventaja competitiva, al posicionar a las empresas como actores responsables y enfocados en la satisfacción y protección del cliente.

En cuanto a la incorporación de la salud y la seguridad en la fabricación y el uso del producto como parte de la estrategia empresarial, el 26% de las empresas en Burgos y el 33.7% en Castilla y León afirmaron que este aspecto es clave en su estrategia. Este dato refleja un compromiso considerable, especialmente en el ámbito de Castilla y León, donde un tercio de las empresas incluye estos criterios como elementos estratégicos. Esta diferencia sugiere que, a nivel regional, un mayor número de empresas está integrando estos factores de manera estructural en su modelo de negocio, lo cual es fundamental para construir relaciones de largo plazo basadas en la confianza y el bienestar del cliente.

En conclusión, aunque el cumplimiento de la normativa sigue siendo la principal prioridad para las empresas tanto en Burgos como en Castilla y León, un número significativo de empresas está empezando a integrar prácticas adicionales que van más allá de los requisitos legales. Las empresas en Burgos parecen estar algo más enfocadas en la mejora continua de los estándares de seguridad e información, mientras que las de Castilla y León muestran un enfoque más fuerte en la integración de la salud y seguridad como parte de su estrategia global. Estos datos sugieren que existe una base sólida para fortalecer aún más el enfoque hacia el cliente en toda la comunidad, promoviendo prácticas que combinen el cumplimiento normativo con estrategias centradas en el bienestar y la satisfacción del cliente.

2.8. Desafíos y futuro de la Sostenibilidad.

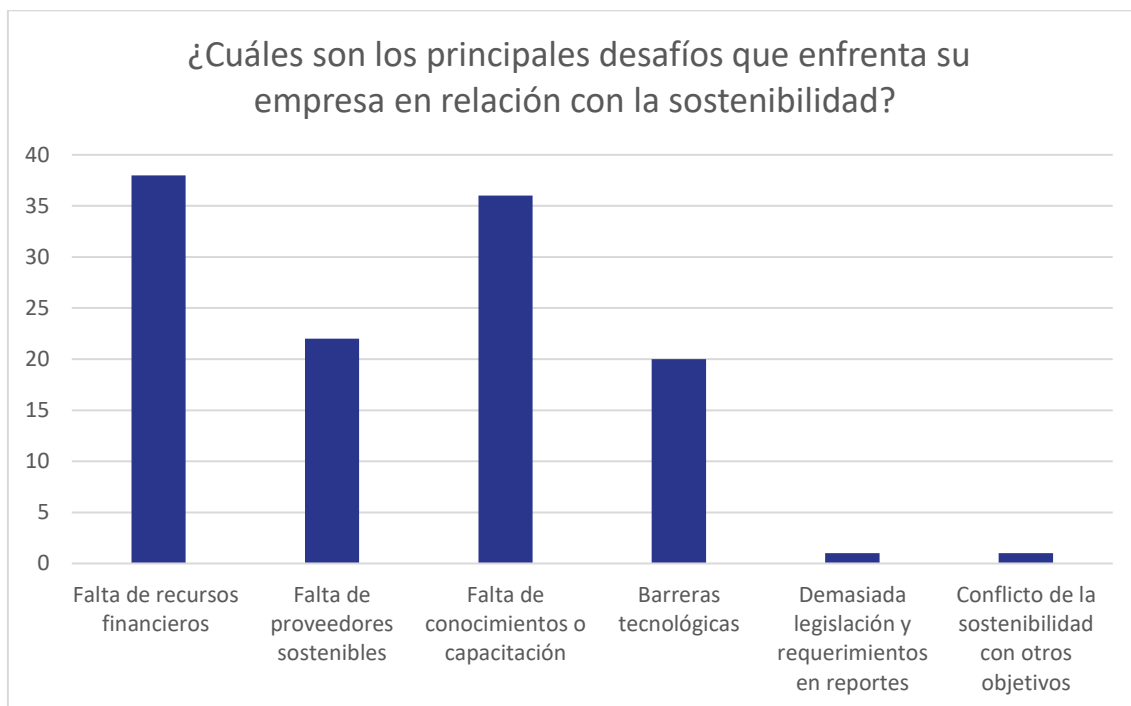
¿Tiene objetivos de sostenibilidad a largo plazo?

El análisis sobre los objetivos de sostenibilidad a largo plazo en las empresas de Burgos muestra una distribución equilibrada, con 40 empresas afirmando que sí tienen metas sostenibles a largo plazo y 37 que no cuentan con estos objetivos. Este dato refleja que una parte significativa de las empresas ha adoptado una visión de sostenibilidad a largo plazo, lo que sugiere una apuesta firme por prácticas sostenibles como parte de su estrategia empresarial. La existencia de objetivos a largo plazo suele estar vinculada con una planificación que va más allá de las operaciones diarias, orientada a la adaptación a regulaciones futuras, la optimización del uso de recursos y el fortalecimiento de la imagen corporativa.

Por otro lado, el hecho de que 37 empresas no tengan objetivos de sostenibilidad a más de cinco años indica que una parte importante del tejido empresarial todavía enfrenta desafíos para integrar la sostenibilidad en su estrategia a largo plazo. Las barreras para la adopción de estos objetivos podrían estar relacionadas con la falta de recursos, el desconocimiento sobre las ventajas estratégicas de la sostenibilidad o la incertidumbre sobre su retorno de inversión. Estas empresas podrían beneficiarse de apoyos y programas de sensibilización para comprender el impacto positivo que una visión sostenible puede tener en su competitividad y en la mitigación de riesgos.

En conjunto, estos resultados sugieren que, aunque **muchas empresas de Burgos ya están avanzando hacia un modelo de negocio más sostenible, aún hay margen para promover una mayor adopción de objetivos a largo plazo en sostenibilidad.** Fomentar esta perspectiva estratégica es clave para que las empresas se alineen con tendencias globales y locales hacia una economía circular y sostenible, asegurando tanto su resiliencia futura como una contribución positiva al entorno en el que operan.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa en relación con la sostenibilidad?

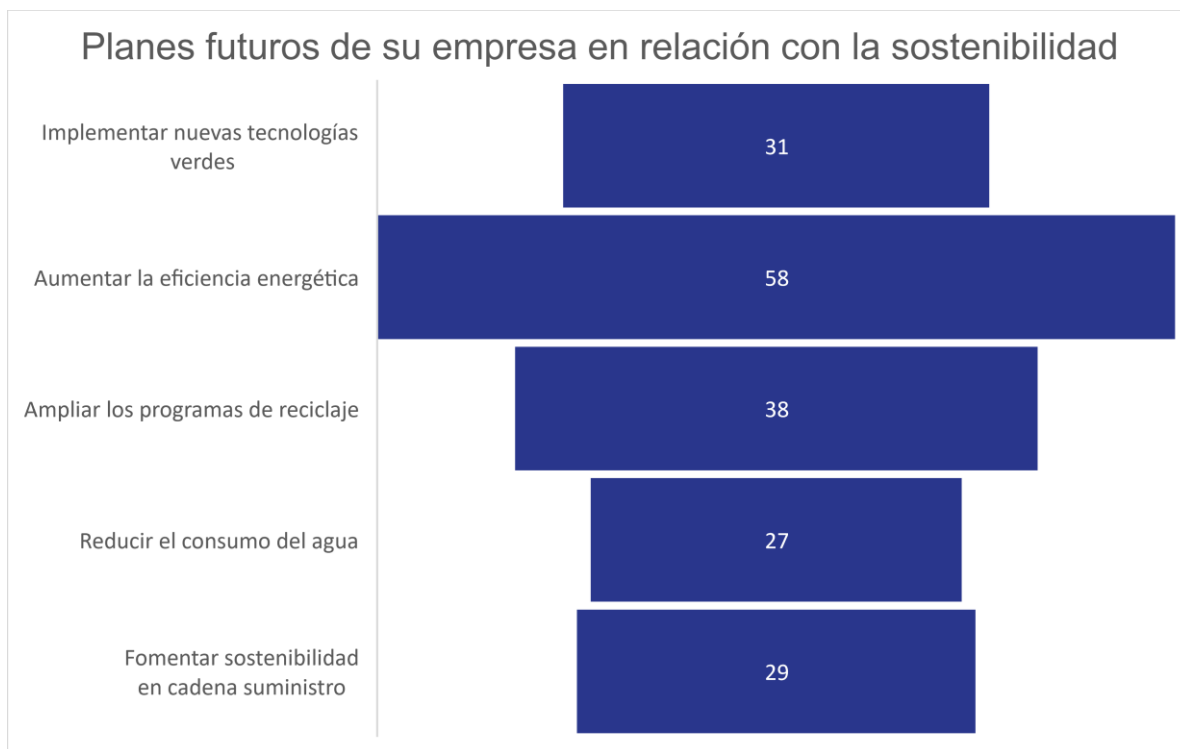


El análisis de los principales desafíos que enfrentan las empresas de Burgos en relación con la sostenibilidad muestra que **la falta de recursos financieros es la barrera más significativa, con 38 empresas identificándola como un obstáculo**. Este resultado evidencia que la transición hacia prácticas sostenibles requiere una inversión considerable, que muchas empresas, especialmente las más pequeñas, encuentran difícil de asumir. La falta de recursos financieros puede limitar la implementación de proyectos sostenibles, desde la adopción de tecnologías más limpias hasta la optimización de procesos que reduzcan el impacto ambiental.

Además, 36 empresas mencionan la falta de conocimientos o capacitación como un desafío importante, lo que indica una necesidad de formación en competencias relacionadas con la sostenibilidad. Esta barrera podría estar afectando la capacidad de las empresas para identificar oportunidades de mejora en sostenibilidad y para implementar prácticas eficaces en este ámbito. También se evidencia una falta de proveedores sostenibles para 22 empresas, lo cual limita su capacidad para integrar la sostenibilidad en toda la cadena de suministro. Estas empresas pueden encontrar difícil cumplir con los objetivos sostenibles debido a la carencia de opciones de abastecimiento que cumplan con criterios ambientales o sociales.

Otros desafíos menos frecuentes, como las barreras tecnológicas (20 respuestas) y la excesiva regulación y requerimientos de reportes (1 respuesta), indican que algunos sectores específicos pueden encontrar dificultades adicionales debido a la falta de tecnologías adecuadas o a la carga administrativa que supone la sostenibilidad. Asimismo, un único caso reportó un conflicto entre la sostenibilidad y otros objetivos empresariales, lo que sugiere que, aunque es una excepción, algunas empresas pueden encontrar difícil equilibrar las metas sostenibles con otras prioridades comerciales. Estos resultados destacan la importancia de seguir trabajando en apoyo financiero, formación y desarrollo de proveedores sostenibles para facilitar la adopción de prácticas sostenibles en el tejido empresarial de Burgos.

¿Cuáles son los planes futuros de su empresa en relación con la sostenibilidad?



El análisis de los planes futuros en sostenibilidad de las empresas de Burgos revela un interés destacado en aumentar la eficiencia energética, con 58 empresas identificándolo como un objetivo clave. Esta prioridad refleja la importancia que las empresas otorgan a la optimización del consumo energético no solo para reducir costos operativos, sino también para minimizar su impacto ambiental. La eficiencia energética es un objetivo estratégico que permite a las empresas avanzar en sostenibilidad de forma tangible, cumpliendo con normativas ambientales y alineándose con las crecientes expectativas de los consumidores y socios comerciales.

Otro plan relevante es ampliar los programas de reciclaje, con 38 empresas que buscan intensificar sus prácticas de gestión de residuos. Esta iniciativa muestra el compromiso de las empresas por reducir el desperdicio y promover la economía circular en sus operaciones. Además, 31 empresas planean implementar nuevas tecnologías verdes para mejorar su sostenibilidad a largo plazo. La adopción de tecnologías sostenibles puede tener un impacto significativo en sus procesos de producción, permitiéndoles reducir emisiones, optimizar recursos y mantener una ventaja competitiva en el mercado.

Finalmente, fomentar la sostenibilidad en la cadena de suministro (29 respuestas) y reducir el consumo de agua (27 respuestas) son objetivos que apuntan a una gestión integral de la sostenibilidad en todos los aspectos de sus operaciones. Las empresas buscan involucrar a sus proveedores en prácticas sostenibles, promoviendo estándares responsables en toda la cadena de valor. Asimismo, la reducción del consumo de agua se considera una medida esencial en un contexto donde la gestión de recursos hídricos es cada vez más crítica. En conjunto, estos planes reflejan un compromiso firme con la sostenibilidad y una visión holística que abarca desde la eficiencia operativa hasta la colaboración en la cadena de suministro, lo que posiciona a las empresas de Burgos en un camino prometedor hacia una economía más responsable y sostenible.

3. Conclusiones

Las empresas de Burgos muestran un avance significativo en la adopción de prácticas sostenibles, aunque existen áreas de mejora en la implementación de políticas y asignación de recursos. Casi la mitad de las empresas encuestadas (48.68%) cuentan con una política de sostenibilidad, lo que demuestra un compromiso creciente hacia la integración de estos valores en sus estrategias. Sin embargo, el 51.32% que no tiene una política formal refleja una oportunidad para sensibilizar y acompañar a estas empresas en la adopción de enfoques sostenibles. Comparativamente, en Castilla y León, el porcentaje de empresas sin políticas de sostenibilidad es aún mayor, cercano al 60%, lo cual sugiere que **en Burgos la sostenibilidad está algo más consolidada que en el resto de la comunidad.**

Otro aspecto clave es el presupuesto destinado a mejoras en sostenibilidad. Solo el 40% de las empresas encuestadas en Burgos han asignado un presupuesto específico, lo que les permite invertir en tecnologías limpias y mejorar su eficiencia energética. Sin embargo, el 60% restante carece de recursos dedicados a este fin, lo que podría ser una limitación importante para implementar cambios significativos. Este resultado pone en evidencia que, **para muchas empresas, la sostenibilidad no es una prioridad financiera**, un desafío que se agrava en el conjunto de Castilla y León, donde **más del 70% de las empresas no destinan presupuesto a esta área.**

A nivel estratégico, **el 38.2% de las empresas en Burgos consideran la sostenibilidad como una prioridad alta en su modelo de negocio**. Este enfoque denota una actitud consciente y responsable hacia su impacto ambiental y social, beneficiándoles en términos de reputación y atracción de talento. No obstante, el 23.68% que la considera de baja prioridad y el 13.16% que no la priorizan sugieren que aún queda trabajo por hacer para integrar la sostenibilidad en la visión a largo plazo de todas las empresas.

En cuanto a la responsabilidad sobre sostenibilidad, el hecho de que aproximadamente **el 30% de las empresas en Burgos asignen esta función a la alta dirección es positivo, ya que denota un compromiso estratégico**. Sin embargo, **el 45% de las empresas que no tienen una responsabilidad clara en esta área refleja que en muchas organizaciones la sostenibilidad aún no se ha institucionalizado**, limitando la posibilidad de traducir las intenciones en acciones concretas.

En el **ámbito de la transparencia y el buen gobierno**, algo más de la mitad de las empresas (51.32%) han implementado compromisos en estas áreas, lo que fortalece la confianza de los stakeholders y muestra una orientación hacia prácticas éticas. Sin embargo, el hecho de que el 48.68% de las empresas no cuente con **compromisos formales** en este sentido indica **una oportunidad para promover una visión de sostenibilidad que incluya no solo el aspecto ambiental, sino también el ético y social**.

En cuanto a la gestión de condiciones laborales, diversidad y bienestar, **la mayoría de las empresas de Burgos han implementado planes de formación, igualdad y conciliación, lo que refleja un compromiso con el bienestar de sus empleados.** No obstante, el 29% de las empresas que no establecen ninguna medida adicional en esta área señala la necesidad de seguir fomentando una cultura inclusiva y de bienestar en el entorno laboral, un aspecto fundamental para la sostenibilidad social.

Una conclusión preocupante es que **35 de las 78 empresas no utilicen ningún canal de comunicación para transmitir su impacto social y ambiental.** Esto sugiere una falta de transparencia o una oportunidad perdida para mejorar la percepción de marca, ya que la comunicación sobre sostenibilidad se está convirtiendo en un factor decisivo para los consumidores y otros stakeholders.

El compromiso con la comunidad también es destacable, ya que cerca del 65% de las empresas colaboran con ONGs o instituciones educativas en proyectos de responsabilidad social, y el 77% apoyan iniciativas comunitarias. Sin embargo, el 35% de las empresas que no participan en proyectos de RSE y el 23% que no apoyan iniciativas comunitarias representan una oportunidad para fortalecer el vínculo entre las empresas y su entorno social, promoviendo una responsabilidad corporativa que beneficie tanto a las comunidades como a las propias empresas.

El estudio también muestra que, aunque casi el 40% de las empresas en Burgos invierten en tecnologías sostenibles, el 60% que no lo hace podría estar perdiendo una oportunidad competitiva importante en un mercado que valora cada vez más las prácticas responsables. Asimismo, el 67.11% de las empresas que realizan acciones para reducir su impacto ambiental demuestran un esfuerzo considerable, aunque el 32.89% restante aún no aborda este aspecto clave, lo que podría dejarlas rezagadas frente a las exigencias del mercado y la normativa.

En las decisiones de compra, **un porcentaje significativo de empresas aún se limita al cumplimiento normativo, mientras que un grupo más reducido ha comenzado a incorporar criterios sociales y ambientales.** Esto refleja un avance hacia una gestión de la cadena de suministro más responsable, aunque todavía hay margen para que más empresas integren la sostenibilidad en sus compras y relaciones con proveedores.

En conclusión, **las empresas de Burgos muestran un avance considerable hacia la sostenibilidad, especialmente en comparación con la media de Castilla y León.** Sin embargo, los desafíos financieros y la falta de institucionalización de la sostenibilidad limitan el avance de muchas organizaciones. El fomento de políticas sostenibles, el acceso a recursos financieros y la sensibilización sobre los beneficios de la sostenibilidad a largo plazo son claves para lograr un tejido empresarial más comprometido con el desarrollo sostenible.