



COGITI

Consejo General de Colegios Oficiales
de Graduados e Ingenieros Técnicos
Industriales de España



economistas

Consejo General

ESTUDIOS

E

OCTUBRE 2021

DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PYME EN ESPAÑA

economistas
Consejo General
empresa

 **COGITI**
Consejo General de Colegios Oficiales
de Graduados e Ingenieros Técnicos
Industriales de España





economistas
Consejo General



COGITI
Consejo General de Colegios Oficiales
de Graduados e Ingenieros Técnicos
Industriales de España

DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PYME EN ESPAÑA

OCTUBRE 2021

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Dr. Salvador Marín Hernández. CÁTEDRA EC-CGE y EFAA for SMES (Coordinador del Estudio)

Dr. Marcos Antón Renart. UNIVERSIDAD DE MURCIA

Dr. Antonio L. Duréndez Gómez-Guillamón. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Dr. Domingo García Pérez de Lema. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Dr. Francisco Javier Martínez García. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Dra. Esther Ortiz Martínez. UNIVERSIDAD DE MURCIA

Dr. José Manuel Santos Jaén. UNIVERSIDAD DE MURCIA

Dr. Francisco Somohano Rodríguez. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA



Objetivos del informe

- Caracterizar a las empresas con un mayor desarrollo sostenible.
- Conocer las motivaciones a la hora de seguir estrategias de desarrollo sostenible.
- Estudiar las limitaciones o barreras con las que se encuentran las pymes a la hora de implantar estrategias sostenibles.
- Valorar la importancia de la responsabilidad social corporativa en la gestión de las pymes.
- Analizar las prácticas ambientales realizadas por las pymes.
- Conocer el grado de revelación de información no financiera y si está influenciada por otras variables.
- Proporcionar información adicional referente a TICs, Digitalización y Rendimiento empresarial de las empresas de la muestra, que permitan establecer relaciones y análisis con el ámbito del desarrollo sostenible.



economistas
Consejo General



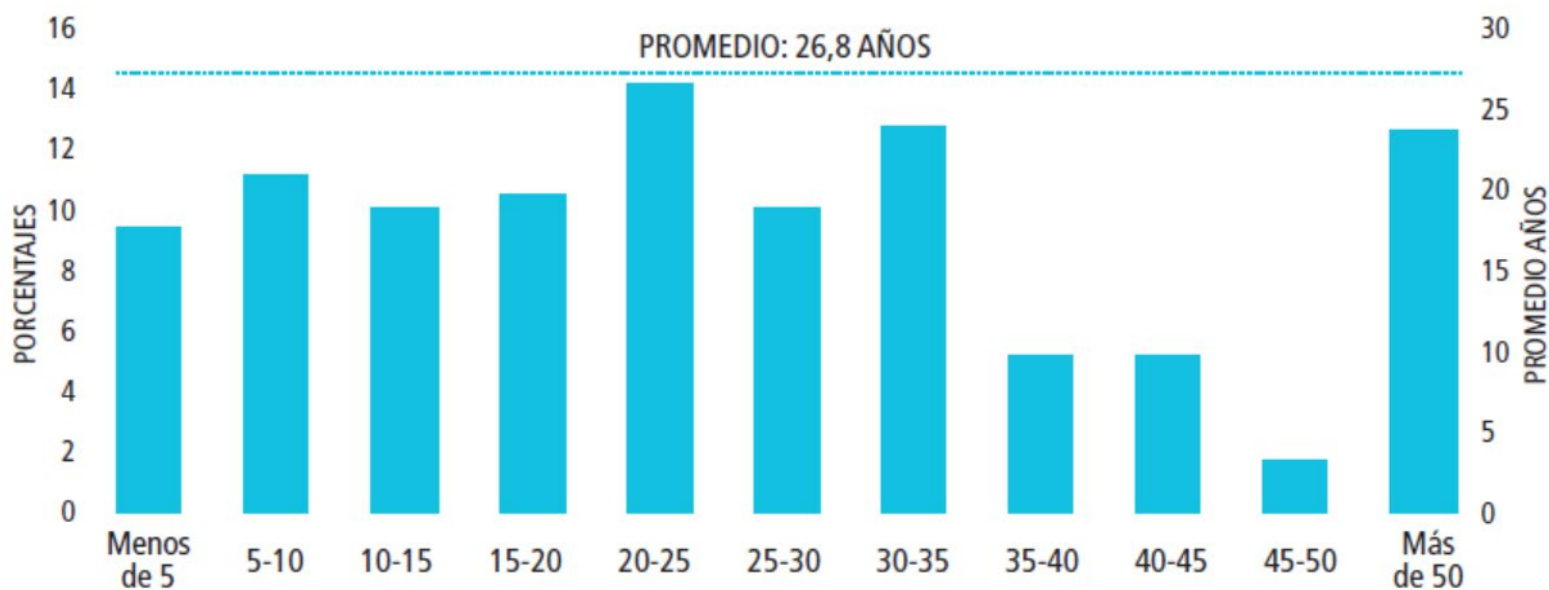
COGITI
Consejo General de Colegios Oficiales
de Graduados e Ingenieros Técnicos
Industriales de España

Ficha técnica del estudio

- **Muestra:** 685 empresas españolas
- **Sectores:** Industria, Construcción, Comercio y Servicios
- La técnica de recogida de información fue a través de una **encuesta online** consistente en un cuestionario autoadministrado
- El trabajo de campo se realizó durante los meses de **mayo y junio** de 2021
- **Error muestral** de 3,7 puntos con un nivel de confianza del 95%

Perfil de la empresa analizada

GRÁFICO 3.1 · ¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA FUNCIONANDO LA EMPRESA?



Perfil de la empresa analizada

GRÁFICO 3.2 · ¿CUÁL ES EL GÉNERO DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE?

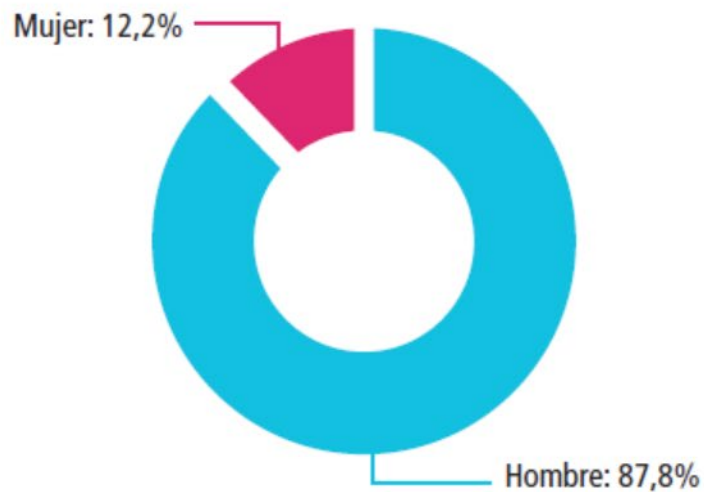
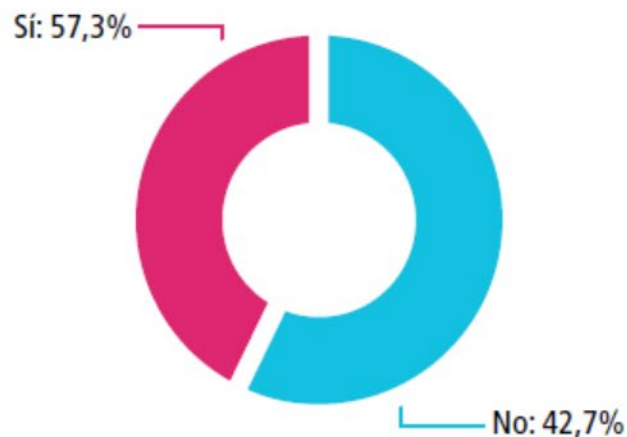


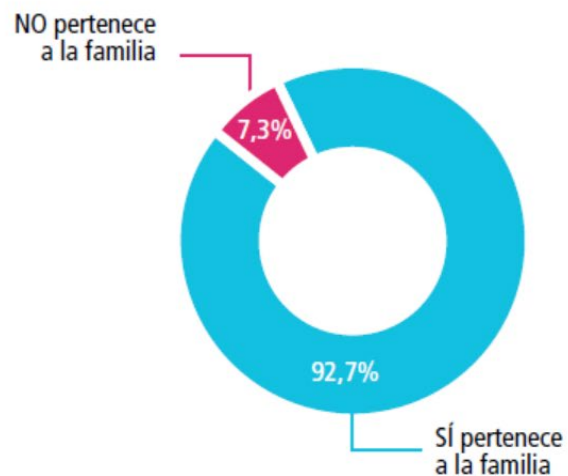
GRÁFICO 3.3 · ¿CONSIDERA QUE LA EMPRESA ES UNA EMPRESA FAMILIAR? (ES DECIR, UNA O VARIAS PERSONAS DE UNA MISMA FAMILIA SON LOS PRINCIPALES PROPIETARIOS DE LA EMPRESA)



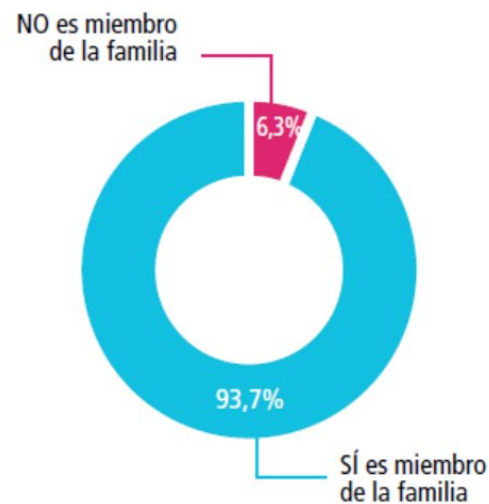
Perfil de la empresa analizada

GRÁFICO 3.4 · EN EL CASO DE EMPRESA FAMILIAR:

¿Qué porcentaje del capital de la empresa pertenece a la familia propietaria?



¿El director general / gerente es miembro de la familia propietaria?





economistas
Consejo General

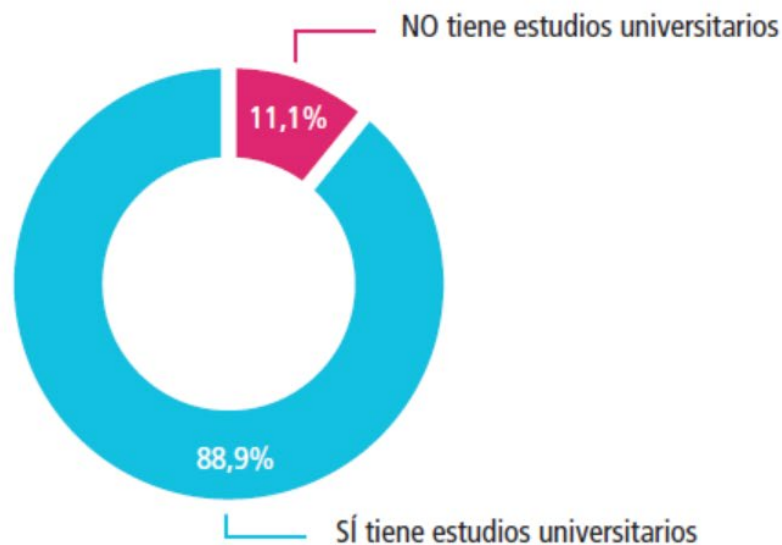


COGITI
Consejo General de Colegios Oficiales
de Graduados e Ingenieros Técnicos
Industriales de España

Perfil de la empresa analizada

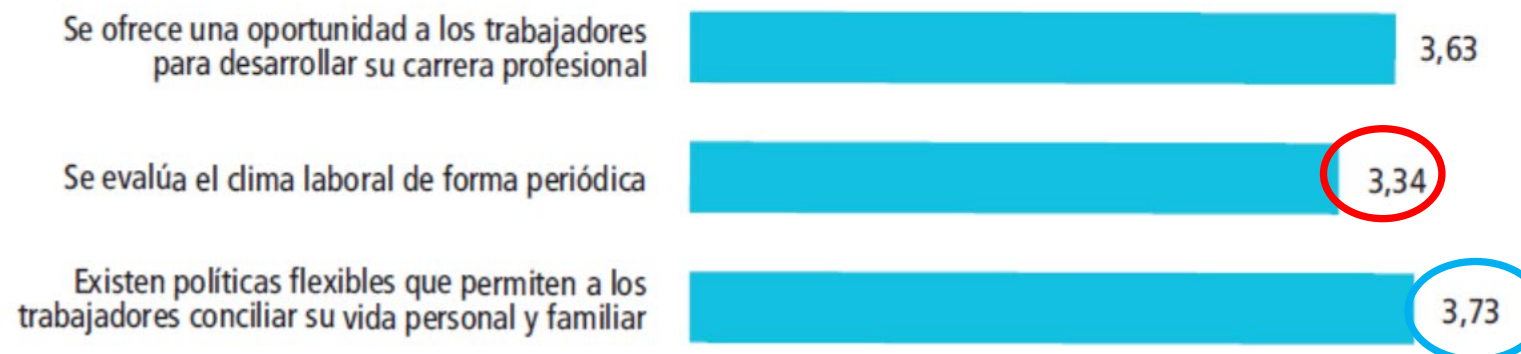
GRÁFICO 3.5 · EDAD DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE Y ¿DISPONE DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS?

EDAD DIRECTOR GENERAL : 52,5 AÑOS



RSC con los empleados

GRÁFICO 5.1 · EN RELACIÓN A LAS ACTUACIONES DE SU EMPRESA EN MATERIA DE RSC CON SUS EMPLEADOS, SEÑALE SU GRADO DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES



1.- total desacuerdo 5.- total acuerdo

RSC con los clientes

GRÁFICO 5.2 · EN RELACIÓN A LAS ACTUACIONES DE SU EMPRESA EN MATERIA DE RSC CON SUS CLIENTES, SEÑALE SU GRADO DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES





RSC con la sociedad

GRÁFICO 5.3 · EN RELACIÓN A LAS ACTUACIONES DE SU EMPRESA EN MATERIA DE RSC CON LA SOCIEDAD, SEÑALE SU GRADO DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES





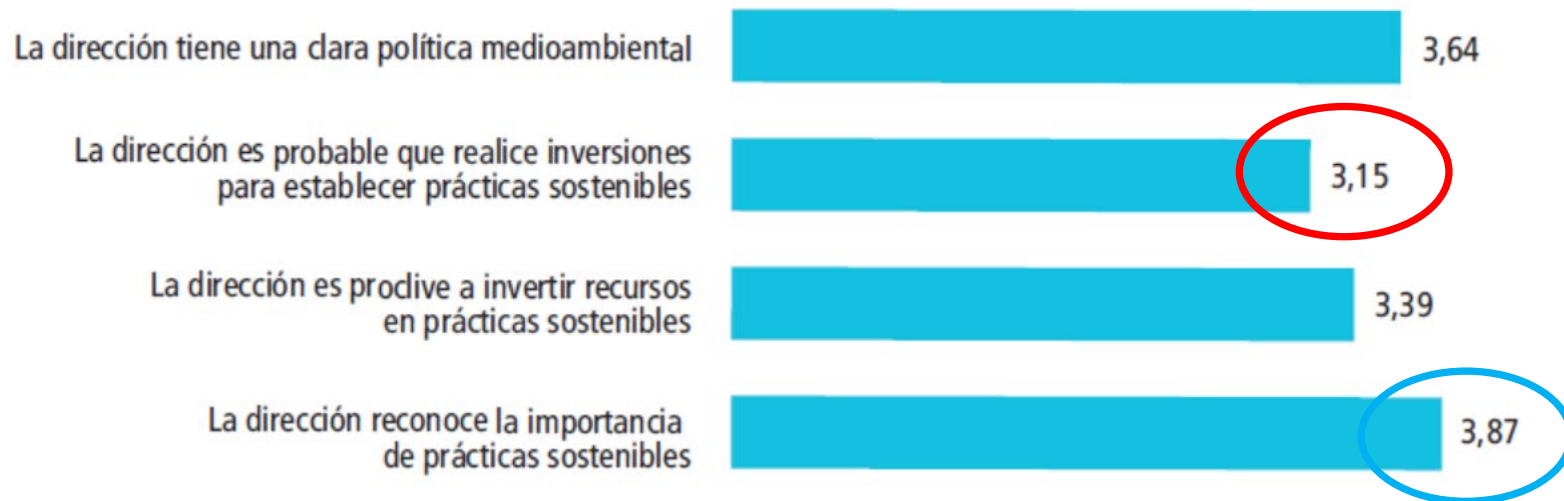
INFORMACIÓN NO FINANCIERA O DE SOSTENIBILIDAD

GRÁFICO 6.1 · INDIQUE SI SU EMPRESA HA SUMINISTRADO INFORMACIÓN NO FINANCIERA EN 2020 O NO. EN CASO AFIRMATIVO, SEÑALE EL GRADO DE IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN REVELADA



Sostenibilidad en la gestión

GRÁFICO 4.1 · MEDIDAS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN



1.- muy bajo 5.- muy alto

Presiones para la Sostenibilidad

GRÁFICO 4.2 · PRESIONES PARA LA SOSTENIBILIDAD



Beneficios de la Sostenibilidad

GRÁFICO 4.3 · BENEFICIOS DE LA SOSTENIBILIDAD



1.- nada de acuerdo 5.- muy de acuerdo

Barreras a la Sostenibilidad

GRÁFICO 4.4 · BARRERAS A LA SOSTENIBILIDAD



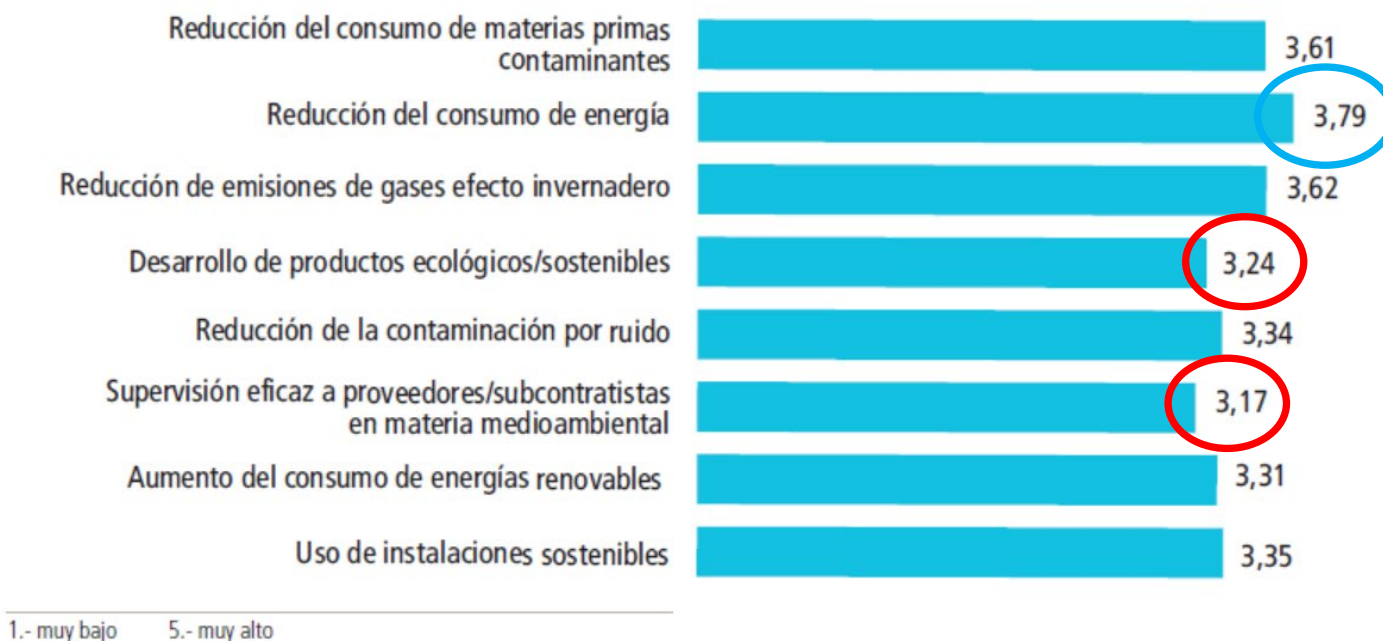
1.- nada de acuerdo

5.- muy de acuerdo



Sostenibilidad Medioambiental

GRÁFICO 4.5 · MEDIDAS PARA LA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL





TICs Y DIGITALIZACIÓN

GRÁFICO 7.1 · INDIQUE SI SU EMPRESA UTILIZA LAS SIGUIENTES TECNOLOGÍAS O PROCESOS Y, EN CASO AFIRMATIVO, INDIQUE SU GRADO DE IMPORTANCIA

TECNOLOGÍAS O PROCESOS

Página web informativa

Comercio electrónico

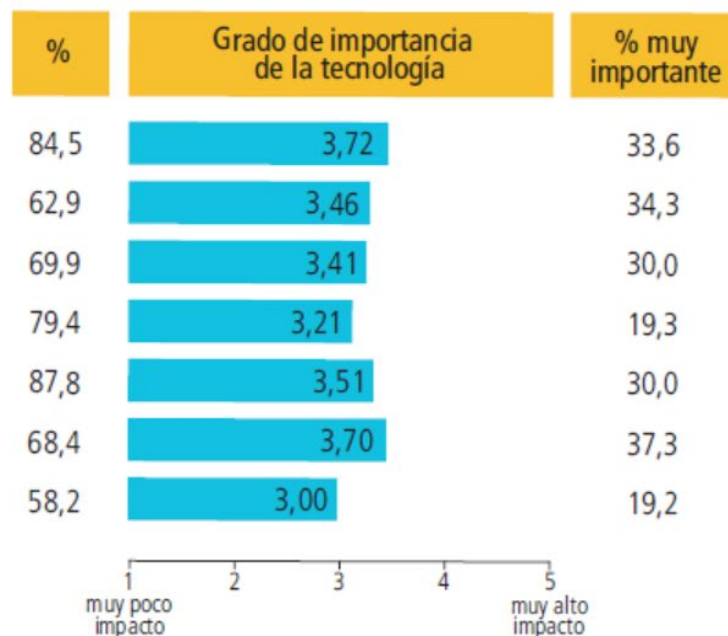
Marketing digital

Compras electrónicas

Teletrabajo

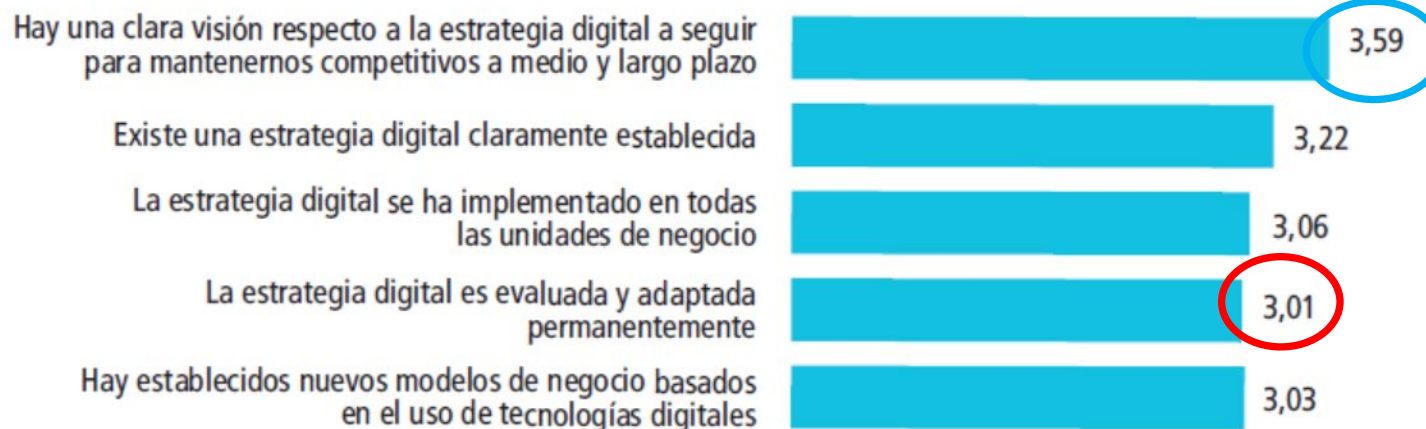
Intranet corporativa

Publicidad pagada en redes sociales y buscadores



Estrategia de Digitalización

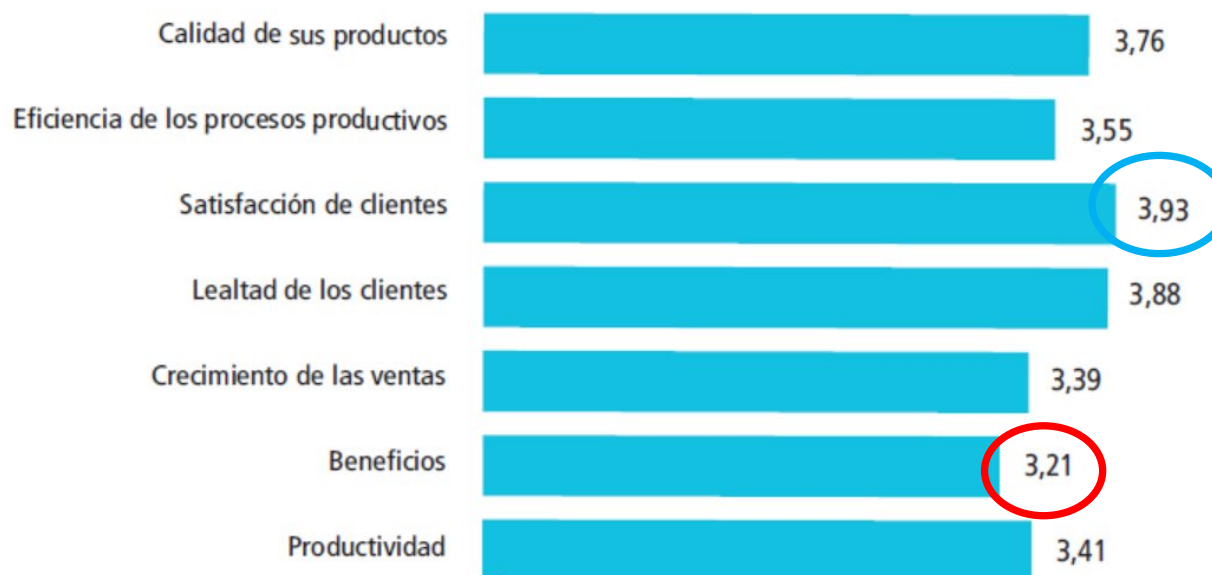
GRÁFICO 7.2 · SEÑALE SU GRADO DE ACUERDO RESPECTO A SU ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN EN LA EMPRESA



1.- nada de acuerdo 5.- muy de acuerdo

RENDIMIENTO EMPRESARIAL

GRÁFICO 8.1 - EN COMPARACIÓN CON SUS COMPETIDORES DIRECTOS, INDIQUE SU SITUACIÓN PARA LOS SIGUIENTES INDICADORES DE RENDIMIENTO DE SU EMPRESA



1.- mucho peor 5.- mucho mejor

Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales



SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

Sostenibilidad en la Gestión

Las medidas consideradas más relevantes para una gestión sostenible de las empresas son: la importancia de que el equipo directivo reconozca las prácticas de gestión sostenibles (3,87), seguido de la necesidad de que la dirección de la empresa tenga una clara política medioambiental en materia de gestión (3,64) y de que sea proclive a invertir recursos en desarrollar prácticas de gestión sostenibles (3,39).

Presiones para la Sostenibilidad

Las medidas que las empresas consideran que ejercen una mayor presión hacia la sostenibilidad del negocio son, por orden, la concienciación social y medioambiental de los propietarios y/o directivos de la empresa (3,51), el efecto hacia la sostenibilidad que deriva de la legislación social y medioambiental (3,48), la conciencia de los empleados hacia la sostenibilidad (3,26) y el que los proveedores tengan una clara preocupación por el medioambiente (3,10).



Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales

Beneficios de la Sostenibilidad

Los beneficios que se derivan de las políticas empresariales sostenibles son la mejora de la imagen y reputación de la empresa (4,09), seguido del aumento en la satisfacción de los clientes que supone aplicarles políticas comerciales socialmente responsables (3,77), el aumento de las ventajas competitivas (3,68), la mejora de la motivación entre los empleados (3,46) y, por último, el aumento en la rentabilidad empresarial (3,42).

Barreras a la Sostenibilidad

Las principales barreras para la sostenibilidad empresarial son, de mayor a menor importancia, la falta de ayudas públicas (3,71), lo costoso de implementar políticas de desarrollo sostenible (3,21), la falta de recursos financieros (3,18), la falta de recursos humanos (3,07) y la falta de consultores especializados que apoyen a las empresas en la implantación de estrategias sostenibles (3,01).

Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales

Sostenibilidad medioambiental

La medida de sostenibilidad medioambiental considerada más relevante para las empresas es la reducción del consumo de energía (3,79), seguida de la reducción de las emisiones de gases efecto invernadero (3,62), del menor consumo de materias primas contaminantes (3,61), de la necesidad de usar instalaciones sostenibles (3,35), de la reducción de la contaminación por ruido (3,34), del aumento del consumo de energías renovables (3,31), del desarrollo de productos ecológicos y/o sostenibles (3,24) y, por último, de la supervisión eficaz a proveedores y/o subcontratistas en materia de medioambiente (3,17).

Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Las empresas han centrado las prácticas de RSC dirigidas a sus **empleados** en favorecer el desarrollo de su carrera profesional y en posibilitar una flexibilización laboral para permitir conciliar la vida laboral y familiar (grado de importancia 3,73 y 3,63, respectivamente, en una escala de 1 a 5). Siendo la evaluación del clima laboral la práctica menos realizada (3,34).

En cuanto a las acciones de RSC dirigidas a los **clientes**, con una puntuación de 4,43 se demuestra que las empresas han tenido como máxima preocupación, en todas sus prácticas de RSC llevadas a cabo, aumentar la satisfacción de sus clientes. Con un poco menos de intensidad, pero aun así de manera muy importante, se han llevado a cabo prácticas dirigidas a aumentar la calidad de sus productos y servicios (4,20), las de la información suministrada (4,18) y aquellas que tratan de velar por el respeto de los derechos de sus clientes (3,94).

Por último, con vistas a mejorar la **sociedad** que les rodea, las empresas han llevado a cabo, en mayor medida, acciones dirigidas a aumentar su imagen corporativa y la transparencia en su gestión con un grado de importancia en ambos casos de 3,23. Por el contrario, el apoyo a ONG locales directamente (2,58) o mediante el incentivo a sus trabajadores (2,32) son las prácticas menos frecuentes.



Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales



INFORMACIÓN NO FINANCIERA O DE SOSTENIBILIDAD

Cerca del 60% de las contestaciones que se han recabado afirman que aún no revelan información no financiera o de sostenibilidad, por el contrario el 40% ya lo hacen (dato este último –40%– que puesto en contexto con no hace muchos años es un dato nada despreciable y a destacar desde el ángulo positivo de su análisis). No obstante, ese primer porcentaje citado, que puede parecer elevado, se puede explicar al provenir principalmente de empresas que no alcanzan la dimensión establecida para tener que informar de manera obligatoria, y no haber decidido hacerlo de forma voluntaria.

Todos los ítems informativos en relación a la información de sostenibilidad se consideran importantes por la mayoría de las empresas (superiores a 3 en una escala 1-5), destacando entre ellos las cuestiones sociales y las acciones de lucha contra la corrupción. Las de menor importancia son las relacionadas con la responsabilidad de producto y de la cadena de suministro.



Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales



INFORMACIÓN NO FINANCIERA O DE SOSTENIBILIDAD

Como variables que determinan el sentido, la oportunidad y la importancia de la revelación de información no financiera se obtienen el tamaño de la empresa y el sector en el que opera. En cambio, en lo que respecta a la relación entre la importancia media otorgada a la información no financiera y la antigüedad de la empresa no se obtiene ninguna relación estadísticamente significativa.

Son las empresas medianas y grandes las que otorgan una mayor importancia media a la revelación de información no financiera. De entre ellas, atribuyen mayor importancia media a la revelación de información no financiera las del sector industrial en todas las áreas y temáticas informativas, excepto para la información sobre los intereses de los empleados que alcanza la mayor importancia media en el sector comercial. Además, destaca de forma predominante la relación estadísticamente significativa obtenida entre sector de actividad de la empresa y la información no financiera que se refiere a cuestiones medioambientales (ya sean aspectos medioambientales de la producción o acciones a favor del medio ambiente) y los aspectos sociales en general o los relativos al personal de la empresa.



Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales



TICs Y DIGITALIZACIÓN

La actual situación sanitaria creada por la COVID-19 ha provocado una aceleración en la implementación del teletrabajo en las empresas, así éste ha tenido lugar en el 87,9% de las empresas encuestadas. Además, también se denota un alto porcentaje de compras electrónicas (79,4%), lo que junto a la utilización de páginas web (84,5%) suponen las TICs más utilizadas por las empresas. A pesar de que tienen el reconocimiento de ser una herramienta importante para el desarrollo de sus negocios, son muchas las empresas que todavía no tienen un gran nivel de implantación de aquellas tecnologías y procesos relacionados con el comercio electrónico, especialmente el uso de redes sociales y buscadores como medio para realizar acciones publicitarias (grado de importancia 3 en una escala de 1 a 5).

En cuanto a la digitalización, las empresas han contestado que tienen un alto nivel de implantación de una adecuada estrategia digital. El aspecto en el que en mayor medida están de acuerdo es en la existencia de una clara visión respecto a la estrategia digital que tienen que seguir para mantener su competitividad (3,59), seguido de la existencia de una estrategia digital claramente establecida (3,22). También cabe destacar que para el resto de aspectos relacionados con la estrategia digital se ha puesto de manifiesto un importante grado de conformidad, superior al 3 en una escala de 1 a 5.



Resumen Ejecutivo – Conclusiones generales

RENDIMIENTO

Al analizar la evolución del rendimiento de las empresas encuestadas en relación con sus competidores, los resultados muestran que son en los aspectos relativos al rendimiento no financiero en los que las empresas encuestadas han evolucionado de manera más favorable a su competencia. Así, la satisfacción y la lealtad de los clientes (grado de importancia 3,93 y 3,88, respectivamente, en una escala de 1 a 5) son las variables que mayor valor presentan, seguidas de la calidad de los productos (3,76). Por el contrario, aquellas magnitudes referentes al rendimiento financiero, como son los beneficios (3,21), el crecimiento de las ventas (3,39) o la productividad (3,41) son las que menor valor presentan.

ESTUDIOS

OCTUBRE 2021

E

*Gracias por su
atención*



DESARROLLO
SOSTENIBLE
DE LA PYME EN ESPAÑA



COGITI

Consejo General de Colegios Oficiales
de Graduados e Ingenieros Técnicos
Industriales de España



economistas
Consejo General