PROGRAMA DE ACCIÓN Y MEJORA

PLAN DE ACCIÓN Y MEJORA AMBIENTAL

INFORME DE RESULTADOS

2025

Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana

GENERALITAT VALENCIANA | ACÍ. ARA.
Vicepresidencia Tercera y Conselleria de Medio Ambiente, Infraestructuras, Territorio y de la Recuperación

CONSEJO DE CÁMARAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2025
Ed. diciembre de 2025

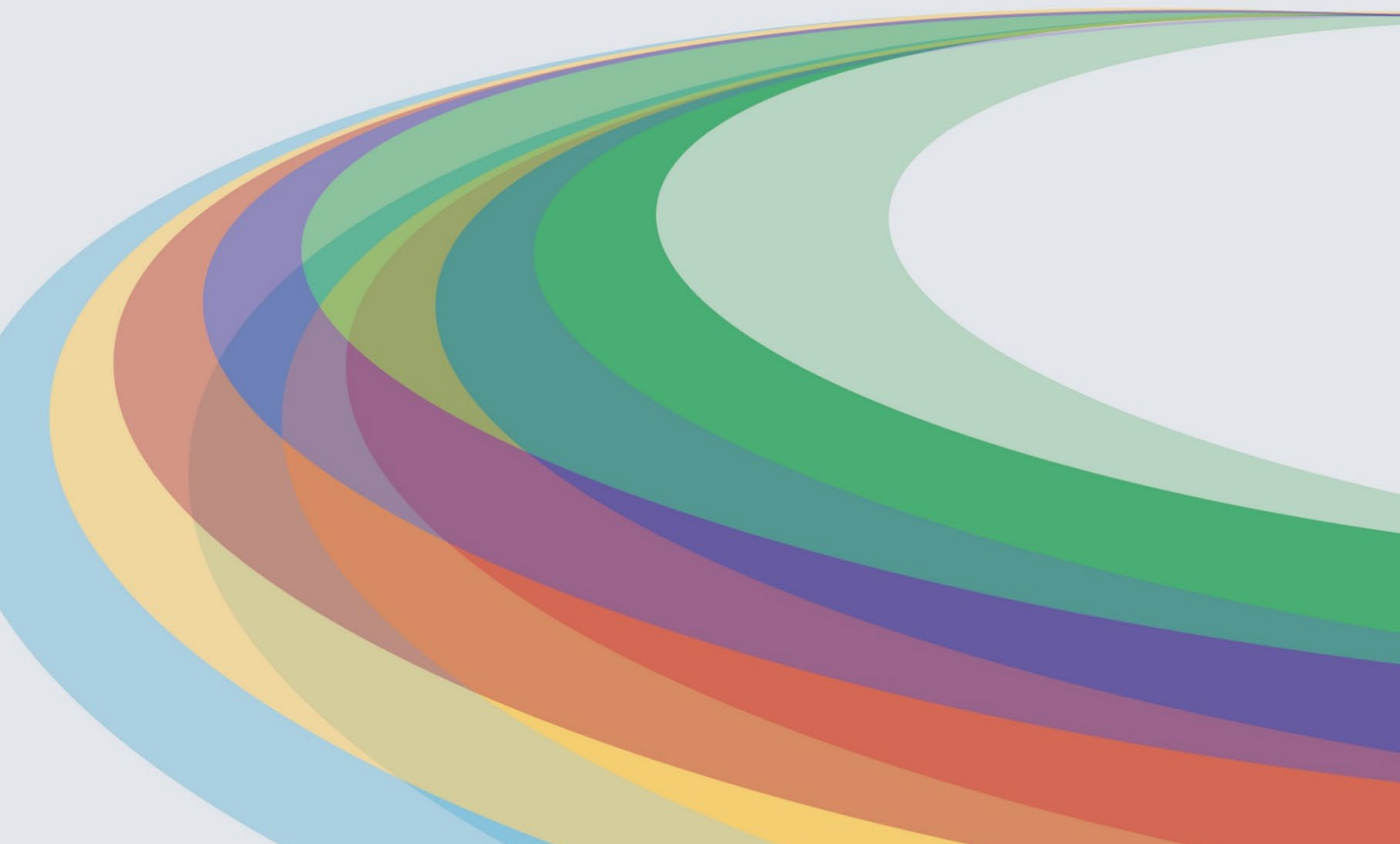
IMPORTANTE: NO imprimir si no es necesario. En el caso de que se decida su impresión, asegurarse de hacerlo a doble cara y sobre papel reciclado.

Índice

1. Introducción. 5
2. Datos generales. 9
3. Resultados 12
4. Consultas 59

Valencia a 9 de diciembre de 2025

1. INTRODUCIÓN



1. Introducción.

Durante los últimos años, la comunidad internacional ha puesto en marcha un marco de acción común orientado a responder a los grandes desafíos sociales, económicos y ambientales que afectan a la humanidad. El objetivo no es solo atender las necesidades más inmediatas, sino también sentar las bases para un desarrollo equilibrado que garantice bienestar, justicia social y sostenibilidad ambiental en las próximas décadas.

Este horizonte de transformación se plantea como una estrategia global que busca dar respuesta a problemas que, por su complejidad, trascienden fronteras. La desigualdad económica y social, la creciente exposición a fenómenos naturales extremos, la rápida urbanización de las ciudades, los cambios en los patrones de migración y el uso desmedido de energía y recursos naturales son factores que amenazan con generar impactos de gran alcance y riesgo sistémico en todo el planeta.

En este contexto, se define una hoja de ruta compartida cuyo propósito es avanzar hacia la erradicación de la pobreza en todas sus formas, promover un desarrollo inclusivo y sostenible en las tres dimensiones —social, económica y ambiental— y asegurar que las generaciones futuras puedan disfrutar de un planeta habitable y justo. Esta visión global coloca a las personas en el centro, reconociendo sus derechos fundamentales y la necesidad de vivir en armonía con la naturaleza.

Ámbitos de actuación prioritarios

Para orientar las acciones, se identifican áreas de especial relevancia que permiten articular esfuerzos colectivos:

- **Las personas**: garantizar que nadie quede atrás, combatiendo la pobreza y el hambre, y asegurando condiciones de vida digna, igualdad de oportunidades y acceso a servicios básicos como la salud, la educación y la vivienda en un entorno saludable.
- **El planeta**: proteger los ecosistemas frente a la degradación, reducir las emisiones contaminantes, frenar la pérdida de biodiversidad y promover un uso responsable de los recursos naturales.
- **La prosperidad**: impulsar un modelo de crecimiento económico que genere empleo de calidad, fomente la innovación, respete los límites ambientales y mejore las condiciones de vida de toda la población.
- **La paz**: construir sociedades inclusivas y resilientes, basadas en la justicia, la participación democrática, el respeto a los derechos humanos y la erradicación de la violencia.
- **Las alianzas**: fortalecer la cooperación internacional y la colaboración entre todos los actores —gobiernos, sector privado, sociedad civil, universidades y ciudadanía— para avanzar en objetivos comunes.

La implicación de los distintos actores

El logro de estas metas exige la participación activa de múltiples agentes. Los países tienen la responsabilidad principal sobre sus propios procesos de desarrollo, pero su éxito depende también de la colaboración internacional. La financiación pública, tanto nacional como internacional, es un elemento imprescindible, aunque no suficiente.

El sector privado desempeña un papel clave. Desde las microempresas, cooperativas y pymes hasta las grandes corporaciones, las decisiones empresariales tienen un impacto directo en el medio ambiente, la generación de

empleo y la cohesión social. Del mismo modo, las organizaciones de la sociedad civil y las entidades filantrópicas contribuyen aportando conocimiento, experiencia y capacidad de movilización social.

Se reconoce también que no todas las empresas pueden incidir de igual manera sobre todos los retos globales, ni cuentan con recursos ilimitados para hacerlo. Por eso, es recomendable que cada organización priorice aquellos ámbitos en los que puede generar un mayor impacto positivo, incorporando criterios de sostenibilidad en su estrategia, procesos y operaciones.

La sostenibilidad ya no puede entenderse como un elemento accesorio o voluntario, sino como una condición imprescindible para asegurar el bienestar de las sociedades y la viabilidad del tejido empresarial en el medio y largo plazo. Las empresas que apuestan por integrar estos principios en su estrategia no solo responden a una demanda social creciente, sino que también se preparan mejor para afrontar un entorno económico cambiante, caracterizado por la innovación, la transición energética y la presión regulatoria en materia ambiental y social.

De esta manera, el esfuerzo conjunto de instituciones, empresas y ciudadanía se convierte en una verdadera palanca de cambio, capaz de transformar los retos globales en oportunidades de desarrollo, progreso y prosperidad compartida.

El caso de la Comunitat Valenciana

En el ámbito regional, el **Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana**, con el apoyo de la **Conselleria de Medioambiente, Infraestructuras y Desarrollo**, ha identificado un conjunto de ámbitos estratégicos que combinan relevancia empresarial y sensibilidad ambiental.

Con el fin de analizar la implicación real de las pequeñas y medianas empresas de la Comunitat Valenciana, se ha diseñado una herramienta informática de diagnóstico. Esta herramienta permite a las empresas evaluar su grado de compromiso con la sostenibilidad y, a partir de ello, recibir recomendaciones concretas que faciliten la integración de buenas prácticas.

El diagnóstico no solo busca medir, sino también impulsar cambios. Se trata de acompañar a las pymes en un proceso de transformación que aumente su competitividad, mejore su resiliencia frente a riesgos globales y refuerce su papel como motor de desarrollo sostenible en la región.

Los Objetivos seleccionados y sobre los que se trabaja en el presente diagnóstico son:

- ✓ Objetivo 6: Agua limpia y saneamiento
- ✓ Objetivo 7: Energía
- ✓ Objetivo 9: Innovación
- ✓ Objetivo 12: Producción y consumo responsables
- ✓ Objetivo 13: Acción por el clima

El diagnóstico contiene los siguientes apartados:

- Datos Generales: incluyendo los datos generales sobre las empresas participantes. Estos datos permiten tanto identificar a las empresas participantes, como introducir datos que luego permitan realizar filtros para diagnosticar el grado de avance con respecto a los distintos objetivos analizados

tanto a nivel global (Comunitat Valenciana), como por zonas (Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana, provincias), como por tipo de empresa (tamaño, número de trabajadores) o por sectores.

- Objetivos: se incluyen cuestiones relacionadas con los objetivos de mejora planteados. Las preguntas van encaminadas principalmente a la posterior formulación de recomendaciones para ayudar a las empresas a seleccionar acciones concretas que puedan contribuir a mejorar en cada uno de los objetivos propuestos.

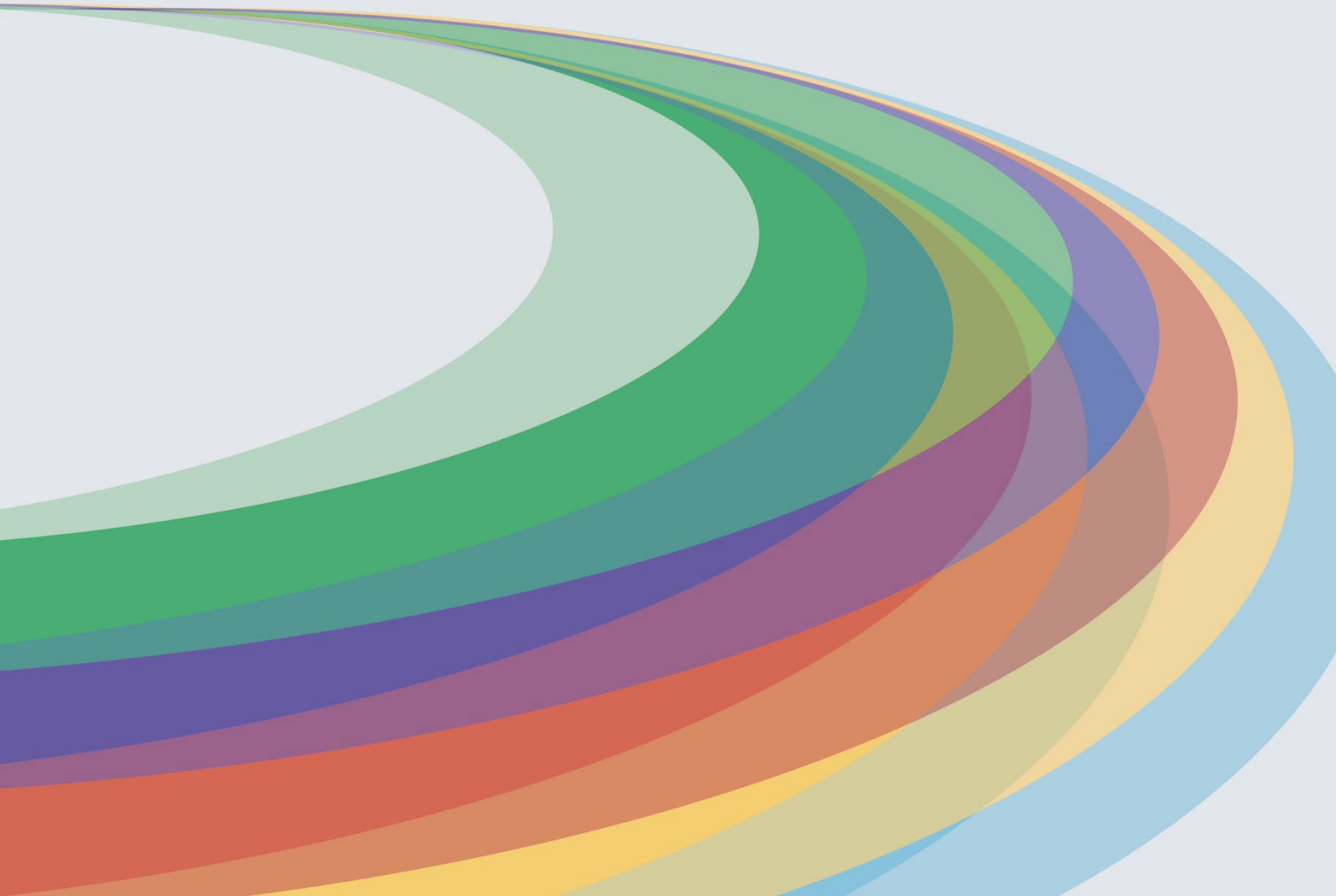
El diagnóstico cuenta con 104 cuestiones referentes a los distintos objetivos seleccionados, además de los datos generales de la empresa.

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

A continuación, se incluyen los resultados obtenidos de la realización del diagnóstico de situación en el año 2025.

La herramienta informática diseñada permitía también el registro de **consultas** realizadas a cada una de las Cámaras. En el presente informe se incluye también el análisis de las consultas realizadas hasta diciembre de 2025.

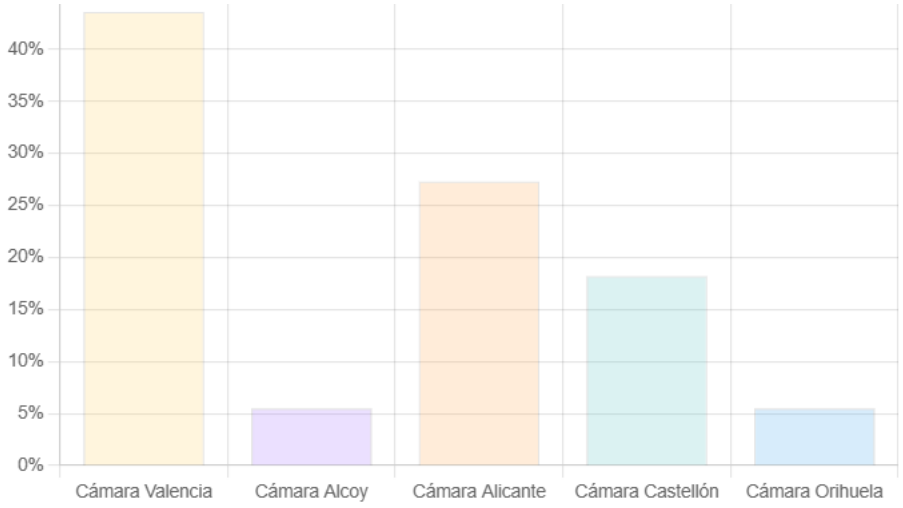
2. DATOS GENERALES



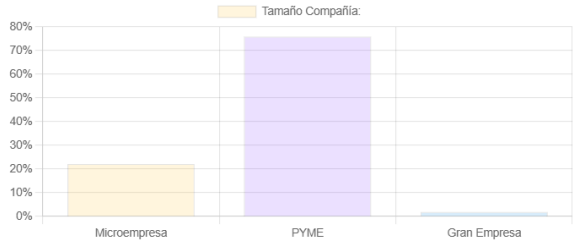
2. Datos generales.

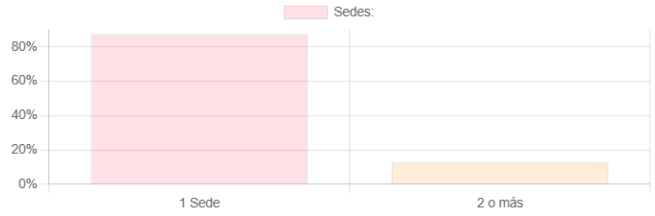
En la primera edición del proyecto han participado un total de 55 empresas, distribuidas de forma desigual entre las diferentes Cámaras de la Comunitat Valenciana (Cámara Alcoy 3, Cámara Alicante 15, Cámara Castellón 10, Cámara Orihuela 3 y Cámara Valencia 25).

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



En cuanto al tamaño de las empresas participantes, no hay ninguna gran empresa, predominando las PYME con cuarenta y cinco (41), siendo el resto microempresas (12) y una gran empresa. De entre ellas, sólo 7 tienen más de una sede y el resto sólo una. Se trata de una muestra muy similar a la de 2024, por lo que los datos son perfectamente comparables.





En cuanto a la localización, observamos una cierta disparidad, ya que, aunque predomine la localización en polígono industrial con 25 empresas, 18 están en entorno urbano, 6 en entorno rústico y una 4 en zona sensible.

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

- Alimentación
- Agricultura y Ganadería
- Fabricación en Madera/mueble
- Fabricación productos químicos y plástico
- Industria del metal:
- Gestión de residuos
- Construcción
- Venta y reparación vehículos

- Comercio al por mayor
- Comercio al por menor
- Hostelería y restauración
- Servicios profesionales
- Formación no reglada
- Fabricación de equipos de telecomunicaciones
- Actividades de las agencias de viajes

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

3. RESULTADOS



3. Resultados.

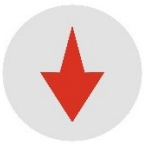
A continuación, se analizarán los resultados para los 5 ODS en las 55 empresas diagnosticadas. Durante el análisis se incorporará un sistema de evaluación de progreso visual en aquellos apartados en los que el punto tratado sea evaluable y aporte valor dicha evaluación. Para visualizar el progreso se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


Grado de implantación/progreso MUY ALTO


Grado de implantación/progreso MEDIO – ALTO


Grado de implantación/progreso NORMAL


Grado de implantación/progreso MEDIO - BAJO


Grado de implantación/progreso MUY BAJO

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

GENERALITAT VALENCIANA | ACÍ. ARA.
Vicepresidencia Tercera y Conselleria de Medio Ambiente, Infraestructuras, Territorio y de la Recuperación

Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana

6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



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

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

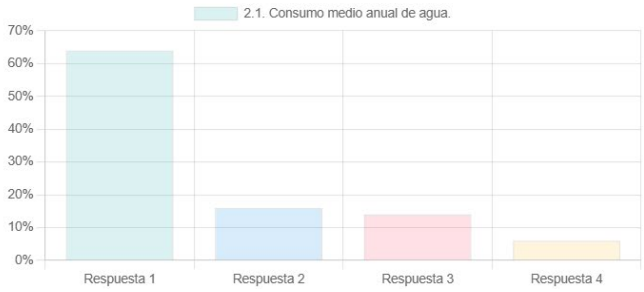
La Comunitat Valenciana cuenta con importantes redes de agua potable y saneamiento que garantizan el acceso universal al agua y su posterior tratamiento. Sin embargo, la concentración de la población en la franja costera hace que el agua sea un recurso escaso y que la prevención de la contaminación de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

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

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

Las empresas participantes tienen un **consumo de agua** inferior a 1.000 m^3 anuales en el 64% de los casos, superando los 10.000 m^3 de consumo anual sólo el 3%.

	Recuento	Porcentaje
Inferior a 1.000 m3	32	64.0%
Entre 1.001 y 10.000 m3	8	16.0%
Entre 10.001 y 50.000 m3	7	14.0%
Superior a 50.001 m3	3	6.0%



No existe un límite mínimo que pueda marcar si una empresa consume mucha o poca agua. Todos los consumos, por pequeños que estos sean, se deben de considerar importantes. Además, el consumo de agua siempre es relativo según la actividad de la empresa. Estos datos coinciden con los obtenidos en 2024, lo que evidencia que la mayoría de las PYMES están en un rango de consumo de agua inferior a 1.000 m^3 anuales.

En este sentido, hay actividades que necesitan de un mayor consumo, mientras que otras no gastan apenas agua. Será muy difícil encontrar una actividad empresarial sin consumo de agua: siempre que tenga algún trabajador, tendrá necesidad de consumir agua.

La **fuente de suministro de agua** El tipo de suministro de agua puede variar de unas empresas a otras, generalmente relacionado con la ubicación de la empresa y el acceso a infraestructuras. En todos los casos es necesario cuantificar el volumen de agua consumido mediante sistemas de medición (contadores) y abonar el correspondiente canon de saneamiento, por lo que es interesante que las empresas se conecten a la red de suministro de agua potable. Observamos que prácticamente el 87 % de las empresas, es decir, la gran mayoría, están conectadas a la red de agua potable. Llama la atención que un 10 % de las empresas todavía cuenten con suministro de agua de pozo.

	Recuento	Porcentaje
Red	51	86.4%
Pozo	6	10.2%
Otro (indicar)	2	3.4%



Con respecto a 2024, las cifras son muy similares, ya que el 93% de las empresas estaban conectados a la red de agua potable. Esto nos indica que la conexión a la red de agua potable es un hecho extendido en la Comunitat Valenciana.

A pesar de estar conectadas a la red de suministro de agua potable y contar, por tanto, con agua de cierta calidad, la siguiente tabla indica que más de la mitad de las empresas ven necesario realizar un **acondicionamiento del agua potable,** hasta casi el 52% de los casos. Esto nos indica que el agua potable de red no cumple los requisitos necesarios para estas empresas, lo que ya se reflejaba en el 2024 aunque en menor medida (32,7%), si bien la tendencia en 2025 es ligeramente peor.

	Recuento	Porcentaje
Sí	27	51.9%
No	25	48.1%

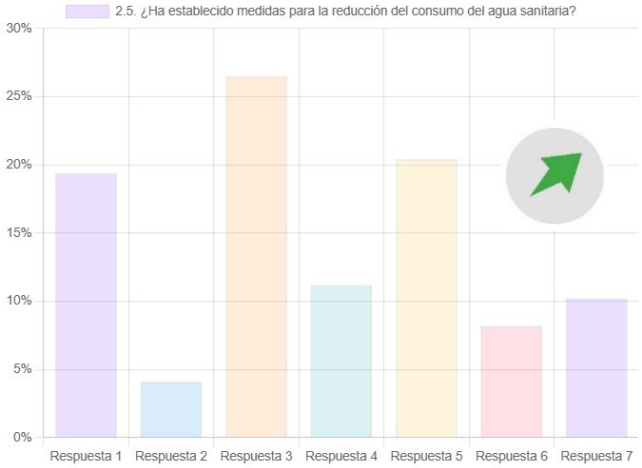


Como se ha indicado con anterioridad, el acondicionamiento del agua para suministro doméstico, para proceso o incluso para producto será necesario siempre que la calidad del agua de suministro así lo determine. En el caso de agua de pozo, es necesario en todos los casos para el suministro a trabajadores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

Las empresas que necesitan acondicionar el agua para poder utilizarla en sus instalaciones realizan en primer lugar operación de **descalcificación** en el 26,7% de los casos (cercano al 33 % de 2024), lo que nos da una idea de la dureza del agua de red. Por otra parte, destaca en 2025 la cantidad de empresas que realizan un acondicionamiento de mayor calidad, utilizando ósmosis inversa (28,9%), incluso por encima de la descalcificación.

Continuando con el agua sanitaria, se ha analizado el **número de empresas que han implantado medidas de reducción** del consumo de agua sanitaria, encontrando el 18 % de las empresas (10 empresas de 55) no han implantado alguna medida, siendo una cifra relativamente alta. Las cifras coinciden con las del año 2024, destacando las cisternas de doble vaciado y los grifos con pulsador. La presencia de carteles de sensibilización es también una medida bastante implantada.

	Recuento	Porcentaje
Grifos con pulsador	19	19.4%
Grifos con sensor	4	4.1%
Cisternas de doble vaciado	26	26.5%
Lavavajillas en cocina/comedor	11	11.2%
Carteles de sensibilización	20	20.4%
Otros (indicar)	8	8.2%
No ha establecido medidas de reducción	10	10.2%



En cuanto al agua que se suministra por parte de la empresa para el **consumo de los trabajadores** predominan las fuentes d agua embotellada, pero prácticamente igual que el agua embotellada y las fuentes de ósmosis, entre el 25 y el 28,55 todas ellas. Se aprecia, al igual que en 2024 una ligera tendencia a ir eliminando el agua embotellada, pero en menor medida de la esperada. Se observa en ambos años el rechazo de las empresas a consumir agua de red, tratada o sin tratar, debido en gran parte a la baja calidad de esta agua para el consumo humano.

	Recuento	Porcentaje
Agua de red sin tratar	8	11.9%
Agua de red tratada (cloración)	5	7.5%
Agua embotellada	18	26.9%
Fuentes de agua embotellada	19	28.4%
Fuentes de agua tratada (ósmosis)	17	25.4%



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

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

Es este sentido, entre las empresas encuestadas sólo el 25,5 % **incorpora agua al producto** y el 44% **utiliza agua en sus procesos**.

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

Las **aguas sanitarias** se vierten principalmente a **redes de saneamiento**, en un 75,4 %, seguida por la gestión de las aguas a través de gestores autorizados y sólo en el 3,5 % de los casos se vierten directamente a cauce público o al mar. La reutilización completa o parcial de las aguas sanitarias es muy escasa, no llegando al 10 % entre ambas. Aunque los datos de vertido a red de saneamiento son ligeramente inferiores que en 2024, se confirma la tendencia de que se trata de una operación mayoritaria entre las empresas.

	Recuento	Porcentaje
Red de saneamiento	43	75.4%
Cauce público (indicar si acequia, barranco, río, subsuelo...)	2	3.5%
Mar	0	0.0%
Gestión de las aguas por gestores autorizados	7	12.3%
Reutilización (vertido cero)	1	1.8%
Reutilización parcial	4	7.0%



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

En el caso de aquellas empresas que cuentan con **aguas de proceso** y que por lo tanto tienen vertidos de estas características, la casi totalidad de las mismas se canalizan a redes de saneamiento (82,4 %). Destaca la aparición de una empresa que vierte directamente al mar, pero se trata de una actividad de paseos turísticos en barco.

	Recuento	Porcentaje
Red de saneamiento	14	82.4%
Cauce público (indicar si acequia, barranco, río, subsuelo...)	0	0.0%
Mar	1	5.9%
Gestión de las aguas por gestores autorizados	1	5.9%
Reciclaje (vertido cero)	0	0.0%
Reciclaje parcial	1	5.9%



Las aguas pluviales se están vertiendo prácticamente a partes iguales entre la red de saneamiento propia de aguas pluviales y de forma conjunta con las aguas residuales. Esta alta proporción nos indica que los sistemas

de recogida de aguas pluviales no están siempre diferenciados en polígonos y entornos urbanos, no siendo potestad de las empresas seleccionar la red de vertido para sus aguas pluviales. La proporción en 2025 es más pareja que en 2024, donde predominaba ligeramente la descarga separada, pero en cualquier caso se confirma la falta de red separativa de aguas pluviales.

	Recuento	Porcentaje
Red de saneamiento diferenciada	17	43.6%
Red de saneamiento junto con aguas residuales	18	46.2%
Cauce público (indicar si acequia, barranco, río, subsuelo…)	2	5.1%
Mar	1	2.6%
Recogidas para su reutilización	1	2.6%



En el 78 % de los casos no se realiza ningún tipo de **pretratamiento de las aguas pluviales** previo a su vertido, algo que es habitual para la mayoría de los casos, siendo pocas las empresas obligadas por su proceso a instalar sistemas de desbaste, desarenador o separador de hidrocarburos. Esta necesidad viene determinada por las características de la empresa y la posibilidad de que se generen arrastres de sólidos (grandes y pequeños) y, sobre todo, aceites y grasas. Los datos son muy similares a los obtenidos en 2024 (88 %).

	Recuento	Porcentaje
Desbaste	2	5.6%
Separador de hidrocarburos	3	8.3%
Desarenador	1	2.8%
Otro (indicar)	2	5.6%
No realiza pretratamiento	28	77.8%



El **tratamiento en la propia empresa de las aguas sanitarias** previo a su vertido no es habitual en el caso de vertidos a redes de alcantarillado, pero sí que es necesario en el caso de vertidos a cauce público o al mar. Los sistemas de tratamiento son variados y dependen del rendimiento de depuración que se necesite, siendo lo más común la instalación de un tratamiento biológico. Los controles de mantenimiento y rendimiento de la instalación deben ser continuos y vienen establecidos en la autorización de vertido otorgada por el organismo competente. No se realiza tratamiento previo a su vertido en el 87,5 % de los casos, algo que es habitual si su vertido es a la red de saneamiento, lo que concuerda con los datos anteriores. Los datos son, igualmente, similares a los de 2024. En todo caso, habría que valorar para cada empresa la idoneidad de realizar un pretratamiento previo al vertido a la red de saneamiento.

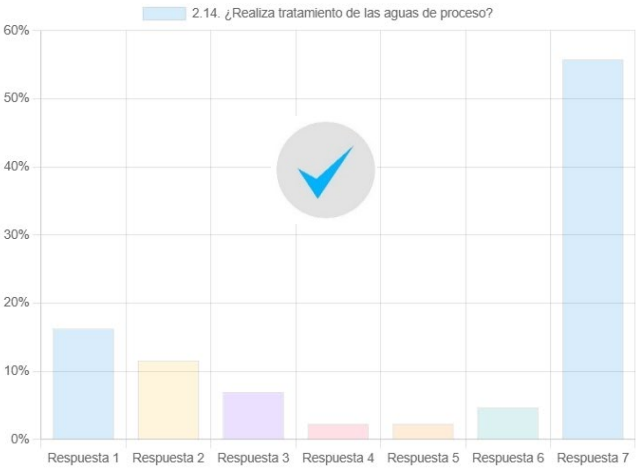
	Recuento	Porcentaje
Desbaste	0	0.0%
Separador de aceites y grasas	1	2.1%
Decantación	0	0.0%
Tratamiento biológico	2	4.2%
Otro (indicar)	3	6.3%
No realiza tratamiento	42	87.5%



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

En el caso de las empresas que utilizan agua para su proceso, se ha consultado el **tipo de tratamiento que realizan al agua de vertido de proceso**, viéndose que el 55,8 % no realiza tratamiento previo, un dato inferior al de 2024, donde era cerca del 75 % el porcentaje de empresas que no realizaban ningún tratamiento. Esta variación es debida a la tipología de las empresas encuestadas. En cuanto a los tratamientos que se realizan, predominan los pretratamientos y los tratamientos físico-químicos. Si bien no se puede concluir que sea necesario el tratamiento en aquellas empresas que no lo realizan, habría que trabajar en la línea de incrementar el número de tratamientos o pretratamientos para garantizar el funcionamiento de las depuradoras municipales.

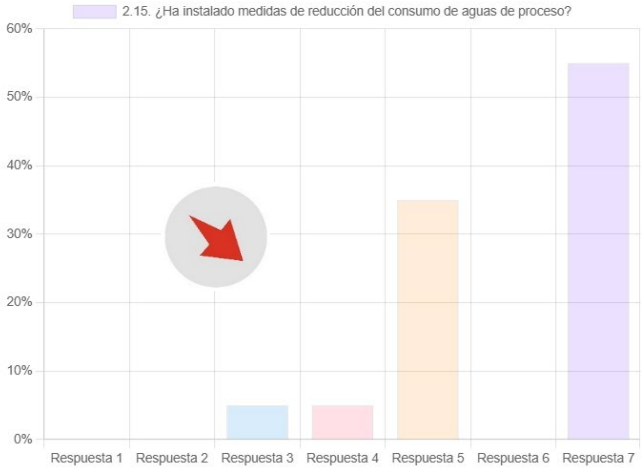
	Recuento	Porcentaje
Pretratamiento (desbaste, separación hidrocarburos, desarenador…)	7	16.3%
Tratamiento físico-químico	5	11.6%
Tratamiento biológico	3	7.0%
Intercambio iónico	1	2.3%
Sistemas de filtración (membranas)	1	2.3%
Otros	2	4.7%
No realiza tratamiento	24	55.8%



El consumo de agua en proceso puede minimizarse considerablemente utilizando ciertas medidas de reducción, control y, en su caso, de recirculación o reciclaje del agua. En empresas cuyo consumo de agua es elevado, la introducción de medidas de este tipo puede generar un grado de ahorro muy alto que repercuta en un ahorro económico, tanto por el coste del agua como por el del canon de saneamiento. Se preguntó se si realiza algún tipo de **sistemas de reducción del consumo de aguas de proceso**, encontrando que las buenas prácticas predominan

sobre otros sistemas, pero todavía en el 55 % de los casos no se cuenta con ningún sistema de reducción de consumo, lo que mejora ligeramente la cifra del 68,8 % de los casos en los que no había sistemas de reducción en 2024, pero está lejos de los objetivos que deberían marcarse para las empresas.

	Recuento	Porcentaje
Caudalímetros	0	0.0%
Sistemas de enjuagues en cascada/contracorriente	0	0.0%
Sistemas de recuperación y reutilización de aguas (indicar sistema, indicar porcentaje de agua tratada).	1	5.0%
Sistemas en circuito cerrado	1	5.0%
Fomento de buenas prácticas entre el personal	7	35.0%
Otros (indicar)	0	0.0%
No cuenta con sistemas de reducción	11	55.0%



Los **controles analíticos de los vertidos** vienen establecidos en la autorización de vertido otorgada por el organismo competente a las empresas. No obstante, es recomendable la realización de analíticas con una periodicidad mayor a la exigida en las autorizaciones en aquellas empresas en las que los parámetros de vertido estén muy cerca de los límites establecidos, ya que de esta forma se detectará cualquier anomalía y se podrá actuar con rapidez en su resolución. No se realizan en el 68 % de los casos, cifra muy similar al 71,4 % de 2024.

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



El **cálculo de la Huella Hídrica** de una empresa permite tener un indicador del consumo de agua que realiza la entidad y preparar medidas y planes de acción para su reducción. Es importante que el cálculo de la Huella Hídrica se realice de forma ponderada, es decir, relacionándolo con algún índice de producción que permita evidenciar la evolución real de la empresa y la comparativa con empresas de su mismo sector. El 94,1 % de las empresas no han calculado su huella hídrica, cifra idéntica a la de 2024.

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



El **establecimiento de objetivos o programas de reducción del consumo de aguas** en aquellas empresas en las que el consumo de agua sea significativo, o los vertidos generados sean potencialmente contaminantes, es clave para la reducción de los consumos y la disminución de la carga contaminante. Las empresas pueden marcarse objetivos globales de reducción y metas particulares sobre las que trabajar, en proceso o en sensibilización, tal y como se ha visto en este diagnóstico. En este caso, el 73,6% de las empresas no han establecido programas ni objetivos de reducción de sus consumos, cifra prácticamente idéntica a la de 2024, observándose, por lo tanto que es una tendencia que las empresas no trabajen la reducción de su consumo de agua.

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



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

Consultadas las empresas por su implicación en proyectos relacionados con el agua o en proyectos de colaboración con la entidad local, en el primero de los casos el 80 % de las empresas indicó que no ha participado en ningún tipo de proyecto relacionado con el agua y el 96 % no ha colaborado con entidades locales en este campo. Al ser cifras prácticamente iguales a las de 2024, podemos concluir, de nuevo, que se trata de una dinámica habitual en las empresas, sobre la que habría que incidir.

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	7	14.0%
Proyectos nacionales (indicar)	1	2.0%
Proyectos internacionales (indicar)	2	4.0%
No ha participado	40	80.0%



	Recuento	Porcentaje
Si (indicar)	2	4.0%
No	48	96.0%



La comunicación es parte fundamental de la actividad de las empresas. Su razón de ser son los clientes, con los cuales deben comunicarse. Pero, además, son muchos otros los grupos de interés que interrelacionan con una empresa. Trabajadores, colaboradores, proveedores, administración, entidades bancarias, vecinos… La comunicación ambiental es ya una parte importante en las relaciones de las empresas con sus grupos de interés. Por ello, la comunicación referente al consumo, uso y tratamiento del agua pasa a ser un factor muy

interesante. En cuanto a la **comunicación pública** referente a consumos y vertidos de la empresa, el 79,6 % manifiesta que no realiza ningún tipo de comunicación 77,4 % en 2024, lo que nos indica una falta de práctica habitual y continuada en el tiempo.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar periodicidad y medio de comunicación)	9	18.4%
No	39	79.6%
Está en proceso de implementarlo.	1	2.0%



GENERALITAT VALENCIANA | ACÍ. ARA.
Vicepresidencia Tercera y Conselleria de Medio Ambiente, Infraestructuras, Territorio y de la Recuperación

Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana

7 ENERGÍA



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

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

Las empresas participantes tienen un **consumo energético** muy repartid, llamando la atención que la franja con menor consumo energético es la menos habitual en las empresas participantes este año. Sólo un 11,8 % consumen menos de 5.000 kWh, frente al 24,5 % de 2024. El resto de franjas está más repartido y los valores son similares al 2024, con excepción de la franja de entre los 5.000 y los 20.000 kWh, que pasa del 16,3 % de 2024 al 29,4 % de este año. No se trata de una variación importante y es debida más bien a la tipología de empresas participantes cada año.

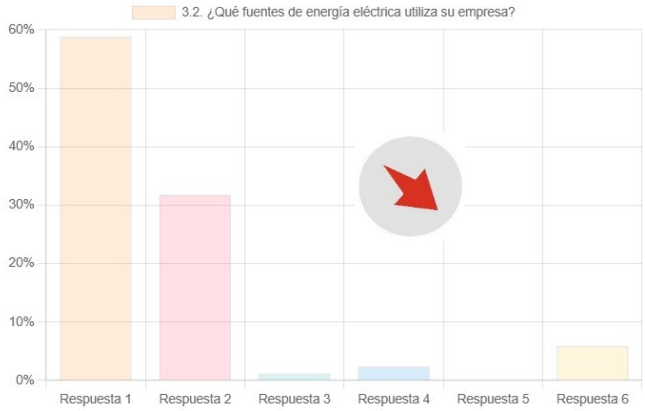
	Recuento	Porcentaje
Inferior a 5.000 kwh	6	11.8%
Entre 5.001 y 20.000 kwh	15	29.4%
Entre 20.001 y 150.000 kwh	18	35.3%
Superior a 150.001 kwh	12	23.5%



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

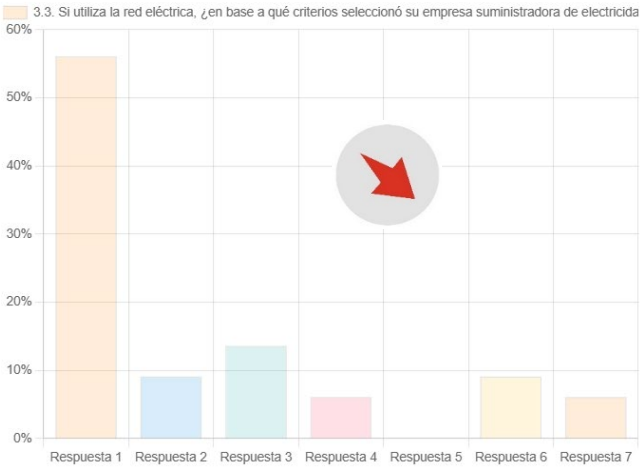
Las **fuentes de energía eléctrica** seleccionada por las empresas nos dan una idea del grado de implantación de las energías renovables. En este sentido, vemos que prácticamente la totalidad de las empresas cuentan con suministro convencional a través de la red, mientras que el 50 % (28 empresas) han optado por incluir entre sus fuentes de suministro las energías renovables de una u otra forma, predominando las instalaciones de sistemas de autoconsumo energético. Estas cifras son alentadoras y muestran una tendencia a incorporar las energías renovables. Sin embargo, encontramos que no es una práctica habitual la adquisición de la energía eléctrica de red de origen renovable, siendo sólo 5 las que toman esta medida, de las 50 empresas que compran energía eléctrica. Esto, al igual que en 2024, penaliza el resultado final de este apartado.

	Recuento	Porcentaje
Red eléctrica	50	58.8%
Instalación autoconsumo	27	31.8%
Cooperativa eléctrica de autoconsumo (indicar nombre)	1	1.2%
Otro (indicar)	2	2.4%
Cooperativa eléctrica de autoconsumo o comunidad energética (indicar nombre).	0	0.0%
Energía renovable contratada a través de la red.	5	5.9%



Las alternativas de empresas suministradoras en el mercado son grandes. Las empresas pueden optar por una u otra empresa suministradora en base a criterios como el precio y/o la fuente de generación. En cuanto a los **criterios de selección de la empresa suministradora de energía eléctrica**, vemos que la prioridad es el precio del suministro (el 67 % de las empresas basan su selección en este factor, 37 empresas), mientras que sólo alrededor de 27 % de las empresas (15 empresas) tienen en cuenta la fuente de suministro (energías renovables), en dos casos con garantía de origen. Los datos son muy similares a 2024, por lo que la implantación de criterios sostenibles de selección de la empresa suministradora tiene que ser un objetivo a corto o medio plazo.

	Recuento	Porcentaje
Precio del suministro	37	56.1%
Fuente de generación de la energía	6	9.1%
Garantía de origen de la energía eléctrica consumida.	9	13.6%
No se han establecido criterios de selección.	4	6.1%
Se dispone de garantía de origen de la energía eléctrica consumida.	0	0.0%
Otros (indicar)	6	9.1%
No se han establecido criterios de selección	4	6.1%



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

En el caso de las empresas que declaran que tienen **autoconsumo de energía eléctrica**, el 89 % lo hacen de energía fotovoltaica, es decir, por medio de instalación de placas solares, lo que confirma esta tecnología como la más extendida entre las empresas, mismos resultados que en 2024.

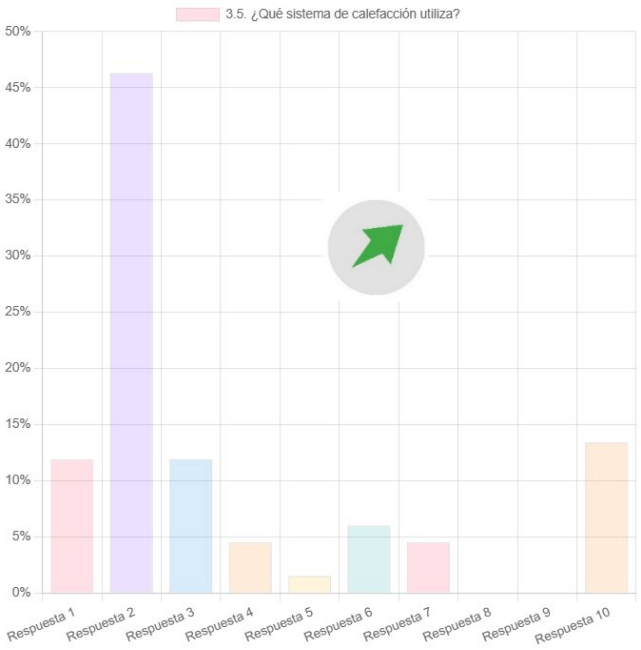
	Recuento	Porcentaje
Fotovoltaica	33	89.2%
Energía eólica	0	0.0%
Biocombustible (indicar)	0	0.0%
Cogeneración	0	0.0%
Hidroeléctrica	2	5.4%
Geotermia	0	0.0%
Otro (indicar)	2	5.4%



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

El **sistema de calefacción** utilizado por las empresas más común es la bomba de calor (62,5 %), frente al resto de sistemas. Teniendo en cuenta la alta eficiencia de las bombas de calor, el indicador no es malo, teniendo en cuenta que están seguidas por los radiadores eléctricos o las calderas de gas a partes iguales. Aerotermia va tomando presencia, ya que aparece en 4 empresas, cuando en 2024 ninguna empresa lo utilizaba. Igualmente se observa una reducción de la utilización de calderas de gasóleo frente a las de gas con respecto a 2024.

	Recuento	Porcentaje
Radiadores eléctricos	8	11.9%
Bomba de calor	31	46.3%
Calderas de gas	8	11.9%
Calderas de gasóleo	3	4.5%
Geotermia	1	1.5%
Aerotermia	4	6.0%
Biomasa	3	4.5%
Calefacción solar.	0	0.0%
Otro (indicar)	0	0.0%
Ninguna de las anteriores	9	13.4%

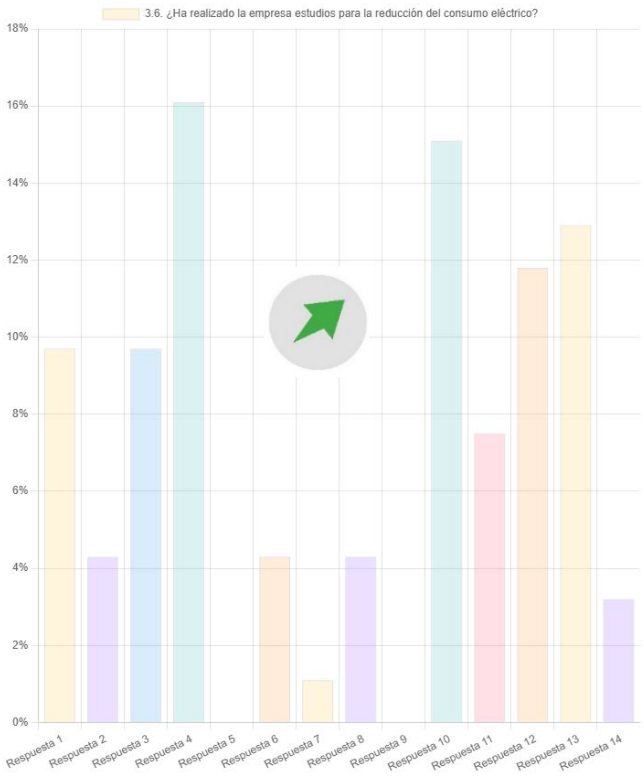


La reducción del consumo eléctrico, como hemos visto a lo largo de este informe, es un objetivo de alta rentabilidad ambiental y económica para las empresas. Para iniciar este proceso, es recomendable realizar estudios o proyectos que garanticen que el trabajo realizado sea el adecuado. Dependiendo del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

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

A continuación, se reflejan los resultados obtenidos en las empresas participantes. En primer lugar, en cuanto a **estudios o medidas generales**. Lo primero que nos encontramos es que el 22 % de las empresas no ha realizado ningún tipo de estudios (12 empresas), lo que supone un dato significativo. En sentido opuesto, casi el mismo número de empresas, 14, ha renovado o adaptado su equipamiento para mejorar la eficiencia energética. Las principales recomendaciones vienen aportadas por el asesoramiento de las propias empresas suministradoras, seguidos por el monitorie continuo, las auditorías energéticas y el análisis de procesos (13,2 %). Los datos son iguales a los de 2024, lo que indica que un cambio en tipología de empresa no afecta a los resultados obtenidos.

	Recuento	Porcentaje
Auditoría energética	9	9.7%
Cuenta con una política energética.	4	4.3%
Se han analizado los procesos productivos para su optimización en base a la minimización del consumo eléctrico.	9	9.7%
Asesoramiento por empresas suministradoras	15	16.1%
Se ha Implantación y certificado un sistema de gestión de la energía (ISO 50001)	0	0.0%
Cuenta con una metodología de adaptación o renovación del equipamiento e instalaciones para la mejora de la eficiencia energética.	4	4.3%
Imparte formación a los empleados relacionada con el consumo energético responsable.	1	1.1%
Análisis de procesos productivos para optimizar el consumo eléctrico.	4	4.3%
Implantación y certificación de un sistema de gestión de la energía (ISO 50001).	0	0.0%
Adaptación o renovación de equipamiento e instalaciones para mejorar la eficiencia energética.	14	15.1%
Formación a los empleados sobre consumo energético responsable.	7	7.5%
Monitoreo continuo del consumo energético.	11	11.8%
No ha realizado ningún estudio/acción	12	12.9%
Otros (indicar)	3	3.2%



El **establecimiento de objetivos o programas de reducción del consumo energético** permiten planificar de forma organizada, con plazos, responsables y recursos asignados, la transición hacia la sostenibilidad y la eficiencia energéticas. Consultadas las empresas sobre el establecimiento de objetivos o programas de reducción del consumo energético**,** encontramos que en su mayoría (65,3 %) no se marcan objetivos de reducción, datos ligeramente peores que los de 2024.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar objetivo de reducción por unidad de producción)	17	34.7%
No	32	65.3%



Un primer paso podría en la eficiencia energética podría ser empezar por las propias instalaciones de la empresa. La **Calificación de Eficiencia Energética** de un Edificio permite asignar a cada edificio, o unidad independiente del mismo, una clasificación o etiqueta que da información sobre el consumo de energía y las emisiones de CO2 del mismo, clasificándolo dentro de una escala, siendo A el tipo más eficiente y bajando en eficiencia hasta los tipos F o G, menos eficientes energéticamente. En este sentido, el 91,5 % de las empresas desconoce la **calificación energética** de sus instalaciones y sólo un 2 % cuenta con instalaciones con calificación tipo A.

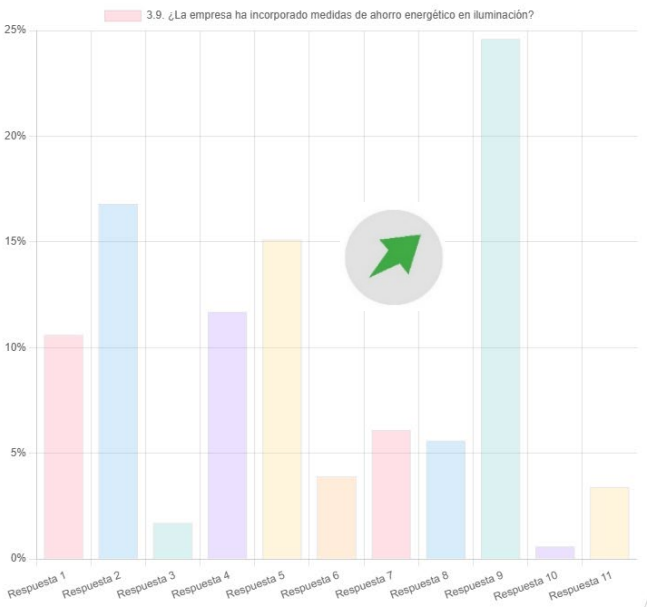
	Recuento	Porcentaje
Tipo A	1	2.1%
Tipo B o C	2	4.3%
Tipo D o E	1	2.1%
Tipo F o G	0	0.0%
No se ha realizado la evaluación de la calificación energética.	43	91.5%



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

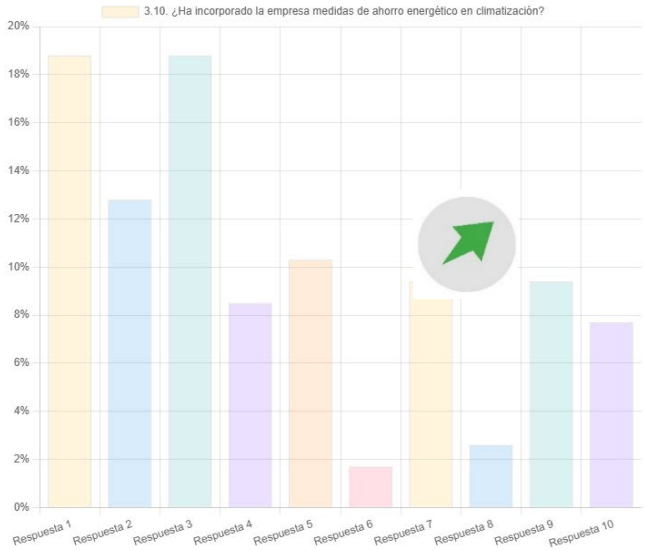
En cuanto a los **ahorros en iluminación**, prácticamente todas las empresas han incorporado medias (no lo ha hecho el 3,4%, el doble que en 2024), pero el porcentaje de empresas que ha incorporado cada una de las medidas es pequeña. Destaca por este orden el cambio a iluminación LED, el aprovechamiento de la luz natural , o la selección de la lámpara adecuada para cada instalación o estancia.

	Recuento	Porcentaje
Instalación de sistemas automáticos de detección de presencia	19	10.6%
Aprovechamiento de la luz natural	30	16.8%
Instalación de reguladores de intensidad de iluminación	3	1.7%
Zonificación del alumbrado según áreas de trabajo	21	11.7%
Selección del tipo de lámpara adecuado	27	15.1%
Instalación de pulsadores con temporización	7	3.9%
Instalación de temporizadores/detectores solares en iluminación exterior	11	6.1%
Sistemas de desconexión automática de luz	10	5.6%
Cambio a iluminación LED.	44	24.6%
Otras (indicar)	1	0.6%
No se han incorporado medidas	6	3.4%



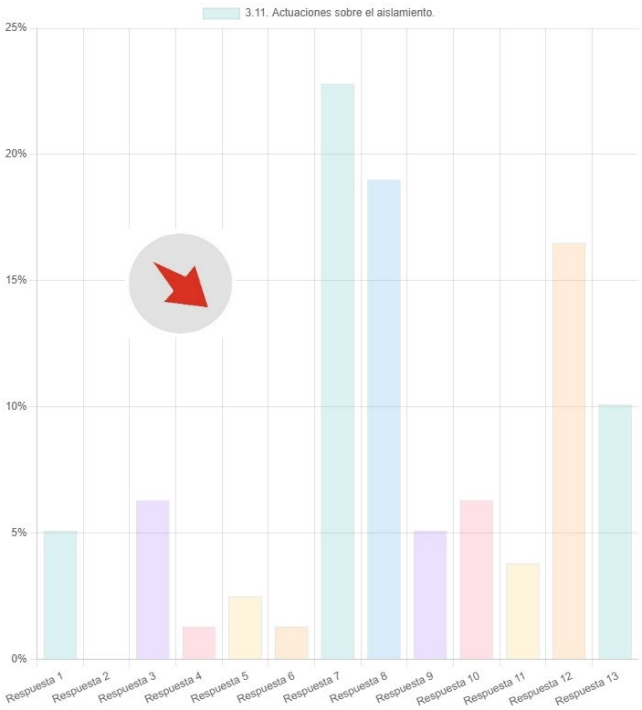
Las empresas han incorporado en su mayoría medidas de **ahorro en la climatización**. Sólo el 20 % (11 empresas) no ha realizado ninguna acción, triplicando la cifra de 2024, y la mayoría pasa por la regulación de la temperatura en verano e invierno e instalación sistemas eficientes de climatización y la ventilación natural forzada, al igual que en 2024.

	Recuento	Porcentaje
Instalación de sistemas eficientes de climatización	22	18.8%
Instalación de climatización por bomba de calor centralizado	15	12.8%
Regulación de las temperaturas máximas y mínimas de verano/invierno	22	18.8%
Se han instalado termostatos por zonas de trabajo	10	8.5%
Se utiliza ventilación natural forzada	12	10.3%
Se cuenta con un sistema de recuperación de calor residual	2	1.7%
Sistemas de desconexión automática de aire acondicionado	11	9.4%
Otras (indicar)	3	2.6%
No se han incorporado medidas	11	9.4%
Instalación de ventanas y puertas aislantes.	9	7.7%



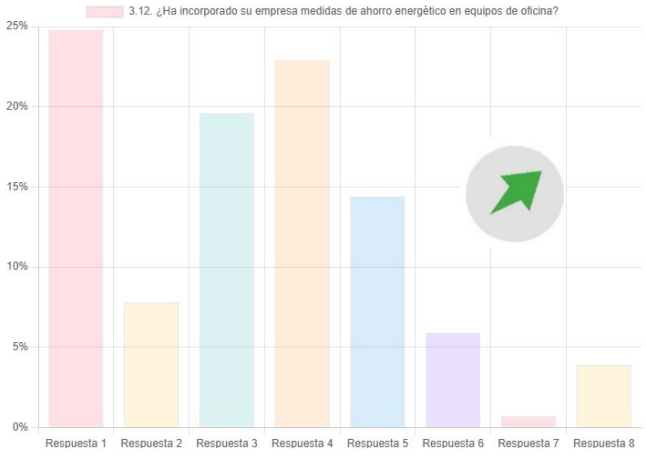
En una línea parecida están las actuaciones que las empresas han ejecutado en cuanto al **aislamiento.** Gran pare de la pérdida de eficiencia energética se debe al deficiente aislamiento de las instalaciones de las empresas. Al igual que en las viviendas, se están acometiendo importantes programas de rehabilitación energética para edificios, las empresas (oficinas, comercios, hostelería...) también deberían en muchos casos iniciar acciones de este tipo. Casi el 50 % de las empresas (26) no ha incorporado ninguna medida de asilamiento, destacando entre las medidas la instalación de ventanas con etiquetado energético y el aislamiento de muros y fachadas.

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



Las empresas tienen un gasto energético que en muchas ocasiones no se tiene en cuenta, derivado del consumo de los elementos de la oficina. Para algunas actividades puede suponer un porcentaje alto de su gasto energético. Las empresas sí que incorporan **medidas de ahorro en los equipos de oficina**. Sólo un 11 % (6 empresas) no ha incorporado ninguna medida. Sin embargo, al igual que ocurría en los apartados anteriores, ninguna de las medias está extendida en la totalidad de las empresas. La principal y más implantada es la medida de apagar los equipos que no se usan (70 % de las empresas) seguida de la de evitar imprimir documentos (en el 63 % de los casos), también por el ahorro de papel que supone y el uso de sistemas de desconexión de los ordenadores. Estas cifras son sensiblemente mejores que las de 2024.

	Recuento	Porcentaje
Apagado de equipos cuando no se están usando.	38	24.8%
Selección de los equipos por su menor consumo eléctrico.	12	7.8%
Uso de sistemas de ahorro energético en los ordenadores (suspensión automática).	30	19.6%
Reducción de impresiones de documentos.	35	22.9%
Desconexión de impresoras al final de la jornada.	22	14.4%
Uso de equipos de oficina certificados por su eficiencia energética.	9	5.9%
Otras (indicar)	1	0.7%
No se han incorporado medidas	6	3.9%

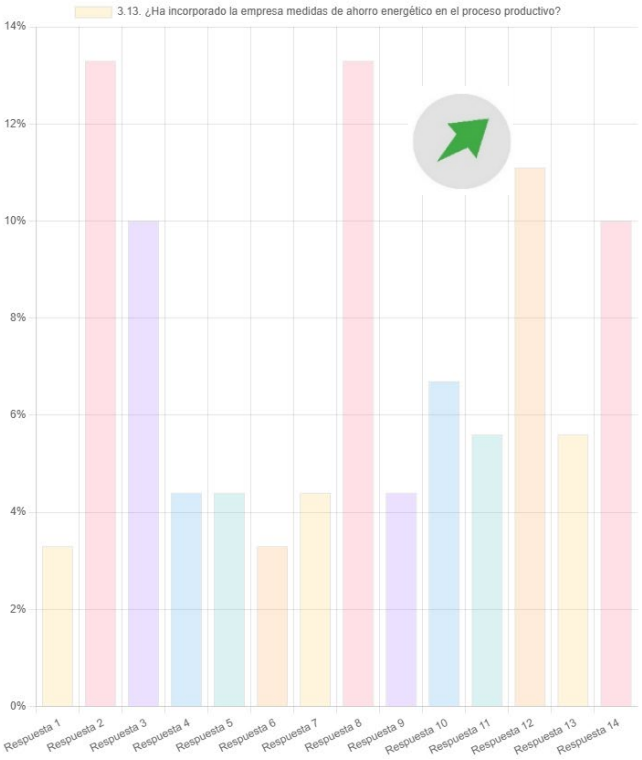


Las medidas de **ahorro energético en el proceso** pueden ser muy variadas dependiendo del tipo de empresa y su proceso productivo. La incorporación de medidas en el mismo también es muy variopinta y está, por lo tanto, muy personalizada. Al no entrar en el detalle de los distintos procesos productivos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

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

En la tabla puede observarse como dato más relevante que casi el 16 % de las empresas no han incorporado ninguna medida para el ahorro energético en su proceso o servicio siendo un mejor dato que en 2024, que era del 25 %, lo que evidencia una mejora del indicador.

	Recuento	Porcentaje
Instalación de equipos de medición del consumo en proceso.	3	3.3%
Monitorización del consumo energético de los equipos/maquinaria.	12	13.3%
Selección correcta de la potencia de los motores.	9	10.0%
Instalación de motores de alta eficiencia.	4	4.4%
Instalación de variadores de velocidad ajustables.	4	4.4%
Instalación de conductores para corregir la caída de tensión en los alimentadores.	3	3.3%
Evitar el arranque y operación simultánea de motores.	4	4.4%
Revisiones periódicas del rendimiento del sistema de generación de aire comprimido.	12	13.3%
Los hornos/sistemas de calor no funcionan a temperaturas superiores a lo necesario	4	4.4%
Los hornos/sistemas de calor funcionan siempre a plena carga	6	6.7%
Se evita el enfriamiento excesivo de hornos/sistemas de calor entre operaciones	5	5.6%
Control de la temperatura de las cámaras frigoríficas.	10	11.1%
Otras (indicar)	5	5.6%
No se han incorporado medidas	9	10.0%



La **participación en proyectos relacionados con la energía,** bien de ahorro energético, de aprovechamiento de la energía, o de incorporación de energías renovables, permite a las empresas innovar en el aspecto ambiental pero además lleva aparejado en la práctica totalidad de los casos importantes ahorros económicos. En este sentido, el 80 % de las empresas no ha participado en ningún tipo de proyecto. Cinco (5) empresas han participado en proyectos regionales, tres (3) en nacionales y dos en colaboración con universidades o centros de investigación.

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	5	10.0%
Proyectos nacionales (indicar)	3	6.0%
Proyectos de colaboración con universidades o centros de investigación.	2	4.0%
No ha participado	40	80.0%



La comunicación referente al consumo energético, a las medidas de ahorro y eficiencia incorporadas en la empresa o a las fuentes de energía seleccionadas o instaladas, es una información ambiental muy relevante para su transmisión a Trabajadores, colaboradores, proveedores, administración, entidades bancarias, vecinos… La comunicación puede ser de muchas formas, con inclusión en sus comunicados, en su página web, en revistas. La redacción y publicación de su Memoria de Sostenibilidad es el paso más importante que puede dar la empresa en comunicación ambiental. En cuanto a la **comunicación ambiental relacionada con los consumos energéticos**, el 24,5 % de las empresas ha realizado algún tipo de comunicado a sus grupos de interés y el 6 % está en proceso de realizarlo, cifras muy parecidas a 2024.

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar)	12	24.5%
No	34	69.4%
Está en proceso de implementarlo.	3	6.1%



9 INNOVACIÓN



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

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

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

En cuanto a la **estrategia y cultura de la innovación** en la empresa, vemos que en el 81 % de los casos las empresas una preocupación por la innovación y por transmitirla a los trabajadores. En ningún caso se ha detectado desinterés por la innovación. Dato muy similar al de 2024.

	Recuento	Porcentaje
La cultura de la empresa no es innovadora. No existe una línea de reflexión sobre innovación ni se atisba en la memoria histórica de la empresa un esfuerzo constante en innovación	2	3.8%
La dirección de la empresa intenta crear una cultura innovadora entre el personal, pero existen contradicciones en la práctica cotidiana	6	11.5%
Han existido proyectos de innovación, pero se localizan en el pasado de la organización y actualmente no hay excesiva inclinación a seguir un proceso continuo de innovación	2	3.8%
Existe una corriente histórica clara de la innovación que genera comportamientos innovadores. La organización se preocupa por implicar al personal en la generación de innovación, en la transmisión de la cultura de innovación y obtiene como resultado proyectos de innovación interesantes.	42	80.8%



El **proceso de desarrollo de nuevos productos o servicios** no siempre está sistematizado, ya que las empresas realizan estos procesos de forma muy distinta, en ocasiones partiendo de intuiciones y sin objetivos claramente definidos, lo que condiciona el inicio de los proyectos innovadores y la propuesta de nuevas soluciones. Vemos que las empresas incorporan **nuevos desarrollos, bien sean de producto o bien de servicio**, principalmente ante demandas de sus clientes o del mercado (45%). En un 27 % de los casos se realiza un estudio de mercado y en el 26 % se planifica el desarrollo. Estos datos son prácticamente iguales a los obtenidos en 2024.

	Recuento	Porcentaje
El desarrollo de nuevos productos o servicios parte de las necesidades expresadas por el mercado, prestando especial atención a lo expresado por sus clientes	40	44.9%
El desarrollo del producto se deriva de una investigación de mercado y del contacto con el cliente.	24	27.0%
El desarrollo de nuevos productos o servicios se inicia sin especificar características, requerimientos y condiciones, simplemente se acomete su desarrollo sin un estudio previo	2	2.2%
En los nuevos desarrollos, se parte de una lista de necesidades y de requisitos, se marcan objetivos comerciales y financieros y se planifica por hitos el desarrollo del producto	23	25.8%

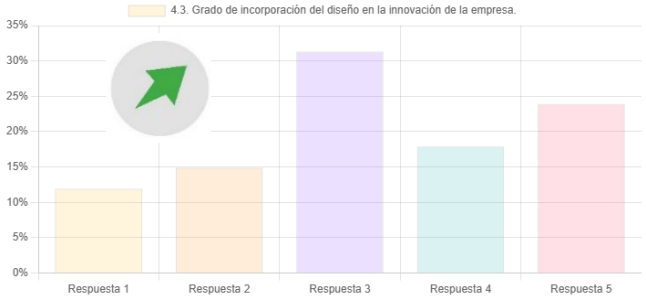


El **diseño** es otro de los factores claves analizados, en concreto, su grado de incorporación a la innovación, es decir, la sistematización y utilización que las empresas hacen del diseño como herramienta para innovar.

Vemos que las empresas no aplican el diseño de forma sistematizada. Para el desarrollo de proyectos de innovación relacionados con la mejora en el producto o servicio, las empresas pueden incorporar herramientas de diseño, de forma puntual o de manera sistemática. No todas las empresas tienen la capacidad de incorporar técnicos o departamentos de diseño, por lo que en muchas ocasiones este proceso puede estar externalizado. En otros casos la innovación surge de manera más espontánea, sin procesos de diseño estandarizados. En este punto se analiza el grado de interiorización del diseño en la empresa.

En el 31,3 % de las empresas diagnosticadas el diseño es un elemento clave y s12 empresas cuentan con responsables de diseño. En cuanto a la introducción del **ecodiseño**, todavía no está muy extendido, estando presente en el 23,9% de los casos.

	Recuento	Porcentaje
En las innovaciones de producto desarrolladas apenas contemplan la perspectiva del diseño	8	11.9%
Se asume que el diseño puede ayudar al éxito del producto, no obstante, no se dispone de capacidades en este ámbito	10	14.9%
El diseño industrial está presente en la actividad innovadora de la empresa y se convierte en un elemento clave a lo largo de todas las etapas del desarrollo	21	31.3%
Existe un responsable o un departamento de diseño que participa en la fase de desarrollo del producto	12	17.9%
Introduce el Ecodiseño en el diseño de productos o servicios.	16	23.9%



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

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

En 29 de las 55 empresas encuestadas, es decir, en prácticamente el 53 %, se incorporan herramientas de gestión integrada, un dato ligeramente inferior a 2024, en el que el 79 % de las empresas manifestaban utilizar estos sistemas. Ninguna empresa han implantado un sistema de gestión de la seguridad. En la gráfica siguiente pueden verse los porcentajes de priorización de cada una de las soluciones implementadas.

	Recuento	Porcentaje
Utiliza un software básico para la realizar actividades de gestión	18	14.4%
Utiliza herramientas ofimáticas generalistas para realizar actividades de gestión	22	17.6%
Dispone de una herramienta de gestión integral (ERP)	29	23.2%
Utiliza una hoja de cálculo para registrar y analizar los datos de forma manual	25	20.0%
Analiza la información a través de herramientas digitalizadas, solución de Business Analytics	15	12.0%
Incorpora soluciones tecnológicas de última generación de forma continuada	15	12.0%
Se ha Implantación y certificado un sistema de gestión de la seguridad de la información (ISO 27001)	1	0.8%
Ninguna de las anteriores	0	0.0%



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

Sólo 28 de las 55 empresas diagnosticadas manifiestan que cuentan con un portal web corporativo y soluciones online avanzadas, frente a las 40 del 2024 (73 %). Aunque es un porcentaje alto, sorprende que todavía el 13 % (7 empresas) no utilicen las TIC en sus relaciones con los clientes, ligeramente superior a 2024. En la gráfica siguiente pueden verse los porcentajes de priorización de cada una de las acciones propuestas.

	Recuento	Porcentaje
Los clientes no utilizan las TIC, de modo que la empresa mantiene sus relaciones satisfactoriamente siguiendo métodos convencionales	7	7.5%
La empresa mantiene un portal Web corporativo y está desarrollando herramientas innovadoras para mejorar las relaciones con los clientes: módulo de e-commerce, sistemas de acceso online para clientes, etc.	28	30.1%
La empresa utiliza las TIC con intensidad en sus relaciones con clientes, proveedores, partner, etc. y si surgen incorpora otras novedades	22	23.7%
La empresa contempla un modelo de gestión de las relaciones con el cliente basada en la estrategia de e-business, implementando aplicaciones TIC a medida que le permiten diferenciarse de sus competidores.	12	12.9%
Utiliza la actividad en redes sociales para analizar cómo se habla de la empresa y qué percepción tienen sus clientes	24	25.8%



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

El 55,5 % de las empresas participantes realiza ventas o reservas on line, bien a través de web propia, bien a través de portales especializados. Llama la atención, sin embargo, el 44,5 % de empresas que todavía no cuenta con estos canales de venta. En 2024 el número de empresas que utilizaba medios online de venta era ligeramente superior al de 2025, pero no mucho más relevante (65,7 %).

	Recuento	Porcentaje
Realiza venta o reservas online a través de su propia web	20	37.0%
No realiza venta o reservas online	24	44.4%
Está dado de alta en plataformas de comercio electrónico o marketplaces (plataformas de venta online de productos o portales de reservas)	10	18.5%



Las empresas deben de tener una **estrategia de innovación** que les ayude a estar en continua evolución. En este sentido, se han hecho una serie de reflexiones sobre la estrategia adoptada por la empresa frente a la innovación, complementaria a los dos puntos anteriores. El resultado es que más del 80 % de las empresas

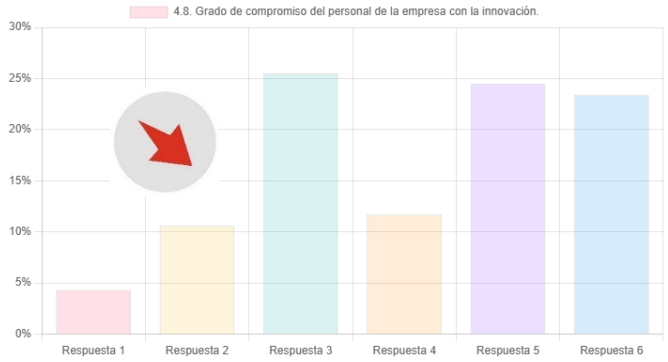
asumen la necesidad de innovar como mecanismo de reacción ante los cambios, e incluso el 51 % ya tiene una estrategia definida.

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



En los procesos de innovación la **participación e implicación del personal** es un factor clave. Todos los aspectos de este apartado son similares en 2025 y 2024. El 43 % de las empresas (24) manifiestan que la dirección intenta transmitir estos valores y no llega al 42 % (23) indican que el personal asume la importancia de su contribución a la innovación, frente a 11 empresas (el 20 %) que manifiestan realizar acciones puntuales para motivar a su personal, las mismas que sí que establecen metodologías sistematizadas. Nos encontramos pues en un punto en el que la implicación del personal está todavía incipiente.

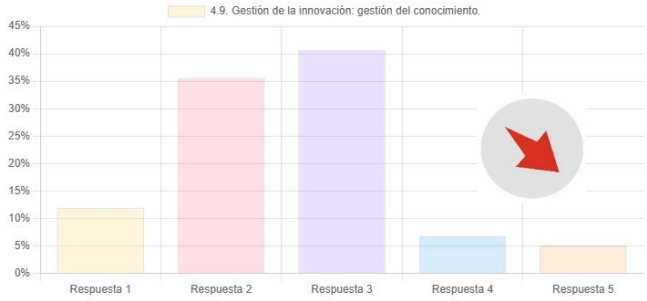
	Recuento	Porcentaje
Los valores y la visión de futuro de la empresa no están claramente definidos, no son por tanto transmitidos ni asimilados, ni siquiera por la dirección	4	4.3%
Los valores, objetivos y visión de futuro de la empresa están definidos y a disposición del personal; la dirección los transmite, pero no de forma sistemática	10	10.6%
La dirección se esfuerza por transmitir periódicamente la visión de futuro de la empresa y por incorporar la perspectiva de los trabajadores.	24	25.5%
Puntualmente se realizan actividades para aumentar la motivación del personal implicado	11	11.7%
El personal asume la importancia de su contribución en el desarrollo de la innovación en la empresa	23	24.5%
La dirección establece una metodología e instrumentos para facilitar la fluidez de ideas innovadoras entre el personal de la empresa	22	23.4%



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

En este sentido, tan sólo el 38 % de las empresas (21) realiza un plan de formación, una cifra demasiado baja. En el mismo sentido, el 44 % (24 empresas) indica como estratégico el desarrollo de los trabajadores. La incorporación de titulados o tecnólogos no está presente más que en 4 del total de las empresas.

	Recuento	Porcentaje
No hay un plan definido para la mejora competitiva	7	11.9%
Se garantiza un plan de formación para algunos trabajadores clave existiendo un presupuesto para su formación	21	35.6%
El desarrollo de los trabajadores, de cualquier nivel jerárquico, es estratégico para la empresa	24	40.7%
Existe una estrategia tecnológica que se traduce en la incorporación de titulados y doctores	4	6.8%
No hay una preocupación fija por la incorporación de nuevos tecnólogos	3	5.1%



Otro aspecto ligado al personal es la **creatividad** y el modo en que las empresas la promueven y la gestionan. Para impulsar la innovación en una empresa es imprescindible crear un entorno creativo, gracias al cual se genere un flujo continuo de generación de ideas que llegan a transformarse en un buen servicio al cliente y/o producto tangible. Es necesario disponer de procesos internos que faciliten la generación de innovaciones o nuevos modelos de negocio en la empresa. En este caso, el 58 % indica la existencia de mecanismo para recoger ideas y sugerencias, si bien sólo en el 9 % se recompensa la creatividad.

	Recuento	Porcentaje
Existen mecanismos para recoger ideas y sugerencias.	32	69.6%
Existen mecanismos para recompensar la creatividad, la aportación de ideas y el espíritu innovador.	5	10.9%
Existen mecanismos para aportar sugerencias e ideas pero no se llevan a la práctica.	2	4.3%
No existen mecanismos para la aportación de ideas o sugerencias de mejora.	7	15.2%



Se ha analizado la capacidad de **vigilancia tecnológica** de las empresas como herramienta para la innovación. El proceso de la vigilancia de las soluciones y tendencias tecnológicas, así como de las necesidades de sus clientes es indispensable para mantener el nivel competitivo de cualquier negocio. La obtención de la información para la innovación puede darse por muchas vías, siendo la vigilancia tecnológica la más completa y compleja de ellas. Sólo el 25,5 % de las empresas cuentan con sistemas de vigilancia tecnológica, siendo lo más habitual que tengan identificadas las tecnologías clave y las fuentes de información (51 %), pero sin un método sistematizado. Las cifras son muy similares a las obtenidas en 2024.

	Recuento	Porcentaje
Aplica metodologías ágiles para generar procesos de innovación en su modelo de negocio	12	25.5%
La empresa cuenta con un sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva	11	23.4%
Tiene identificadas las tecnologías clave para su negocio, las fuentes de conocimiento y utiliza esta información para incorporar innovaciones a sus productos	24	51.1%

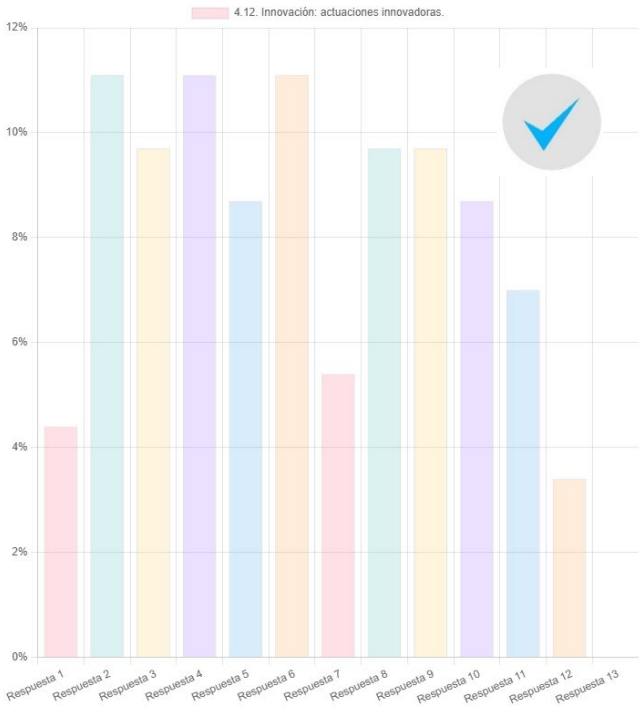


Si entendemos la innovación como la introducción de un cambio que, suponiendo una novedad para la empresa, introduzca una mejora sobre lo ya existente, son muchas las actuaciones innovadoras que pueden

acometer las empresas. En cualquier caso, la empresa deberá determinar las acciones más adecuadas y con mayor repercusión sobre su negocio, teniendo en cuenta que muchas de las cuales tan apenas llevan aparejados costes económicos.

El destino de las inversiones, es decir, las **actividades de innovación** realizadas han sido muy variadas, predominando las mejoras en los procesos existentes y la introducción de nuevos procesos más eficientes que permitan incrementar la productividad, la reducción de costes o el cumplimiento de exigencias ambientales. Sin embargo, aspectos como la implantación de las mejores tecnologías disponibles (MTD) o el análisis del ciclo de vida no están prácticamente implantadas, con cifras por debajo del 30 %.

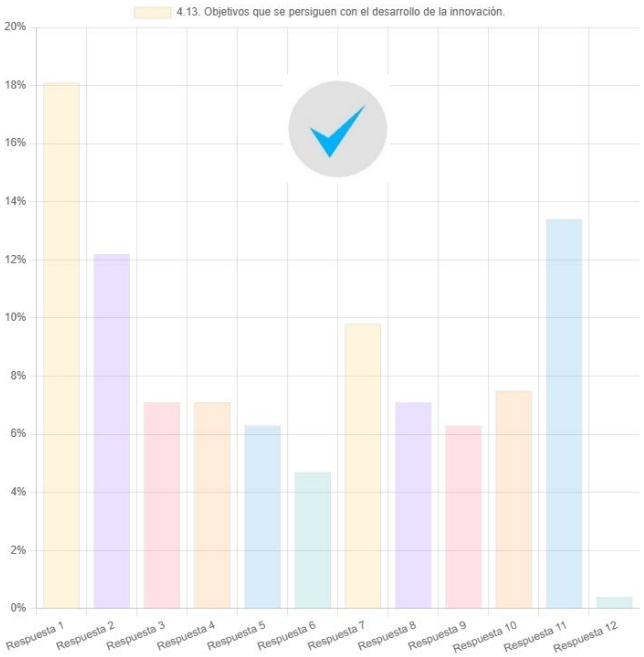
	Recuento	Porcentaje
Incrementar la flexibilidad de los sistemas productivos	13	4.4%
Realizar mejoras en los procesos existentes	33	11.1%
Introducir nuevos procesos más eficientes, incrementando la productividad	29	9.7%
Acciones encaminadas a reducir costes productivos	33	11.1%
Aumentar la diversificación de productos	26	8.7%
Cumplir exigencias medioambientales	33	11.1%
Implantar las mejores tecnologías disponibles (MTD)	16	5.4%
Mejorar las condiciones laborales	29	9.7%
Mejorar la estructura organizativa de la empresa	29	9.7%
Incorporar mejoras al producto	26	8.7%
Diseño y puesta en el mercado de productos innovadores	21	7.0%
Análisis del ciclo de vida del producto y ecodiseño	10	3.4%
Ninguna de las anteriores	0	0.0%



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

Del diagnóstico realizado se deduce que el primero de los motivos que impulsan a una empresa a innovar es la mejora en la calidad del producto en la mayoría de las empresas (46 empresas), pero destaca la importancia que se da a reducir el impacto ambiental, también con 34 empresas. En segundo lugar, las empresas pretenden incrementar las ventas aumentando su cuota de mercado (31 empresas + 18 de apertura de mercado exterior). Las cifras son muy similares en 2024 y 2025.

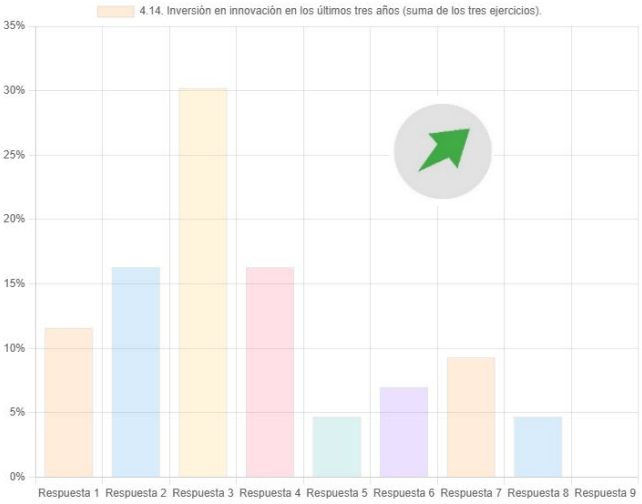
	Recuento	Porcentaje
Mejorar la calidad del producto	46	18.1%
Aumentar cuota de mercado	31	12.2%
Reemplazar productos o procesos	18	7.1%
Reducir tiempo de fabricación	18	7.1%
Aumentar la flexibilidad Introducirse en nuevos mercados (dentro de la UE)	16	6.3%
Reducir costes salariales	12	4.7%
Crear nuevos mercados dentro del propio país	25	9.8%
Crear nuevos mercados en otros países	18	7.1%
Diversificar la producción	16	6.3%
Reducir el consumo de materiales	19	7.5%
Reducir el impacto ambiental	34	13.4%
Reducir pagos por transferencia de tecnología al exterior	1	0.4%



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

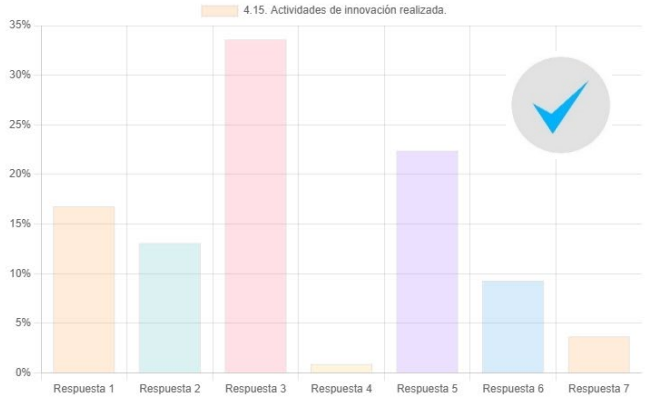
Observamos que todas las empresas han realizado inversiones en innovación en los tres últimos años. Pero vemos que la inversión en la suma de los tres años no ha sido muy elevada. Al igual que ocurría en 2024, aproximadamente el 50 % de las empresas que han contestado a esta cuestión no ha invertido más de 50.000 euros en tres años.

	Recuento	Porcentaje
Inferior a 5.000 euros	5	11.6%
Entre 5.001 y 15.000 euros	7	16.3%
Entre 15.000 y 50.000 euros	13	30.2%
Entre 50.001 y 100.000 euros	7	16.3%
Entre 100.001 y 200.000 euros	2	4.7%
Entre 200.001 y 500.000 euros	3	7.0%
Entre 500.001 y 1.000.000 euros	4	9.3%
Superior a 1.000.001 euros	2	4.7%
No ha realizado inversión en innovación en los últimos tres años	0	0.0%



En cuanto al tipo de **actividades de innovación** desarrolladas, destaca la adquisición de maquinaria y equipo, con 36 empresas que han emprendido acciones de este tipo. Es destacable también que casi el 50 % de las empresas hayan realizado formación para la adaptación tecnológica del personal. En cuanto al desarrollo de estas actividades de forma interna o externa, la cifra casi es la misma, con una ligera ventaja para el desarrollo interno de la I+D.

	Recuento	Porcentaje
Actividades de I+D internas (desarrollo propio de aplicaciones, etc.)	18	16.8%
Actividades de I+D externas (realizadas fuera de la empresa)	14	13.1%
Adquisición de maquinaria y equipo	36	33.6%
Adquisición de otros conocimientos externos (patentes)	1	0.9%
Formación para adaptación tecnológica de personal	24	22.4%
Introducción de innovaciones en el mercado	10	9.3%
Adquisición de diseño, otros preparativos para producción y/o distribución.	4	3.7%



El desarrollo de proyectos de innovación cuenta con ayudas de diversas entidades. Conocer y acceder a estas ayudas es una ventaja para las empresas, ya que disminuyen considerablemente los costes de innovación, pudiendo en ocasiones estar subvencionados prácticamente en su totalidad. En muchas ocasiones, las empresas condicionan la realización de proyecto innovadores a la obtención de algún tipo de **financiación**. En el caso de las empresas diagnosticadas, más del 50 % ha utilizado líneas de financiación, si bien manifiesta el 39 % que no han sido determinantes, cifras ligeramente mejores a las de 2024.

	Recuento	Porcentaje
La empresa conoce la existencia de líneas de financiación, pero nunca ha recurrido a ellas	9	18.4%
La empresa conoce la existencia de líneas de financiación y ha intentado acceder a ellas para financiar algunos proyectos, pero la experiencia no se finalizó o no resultó positiva	7	14.3%
La empresa ha recurrido a líneas de financiación pública y la concesión de estas ha sido lo que ha posibilitado embarcarse en el proyecto de innovación concreto	14	28.6%
La empresa utiliza las líneas de financiación disponibles, pero no son determinantes para acometer el plan de innovación	19	38.8%



La innovación puede realizarse de forma individual o en cooperación. El desarrollo de **proyectos en cooperación** es un valor añadido para las empresas. La mayoría de las empresas han participado en proyectos de cooperación, principalmente con entidades de la Comunitat Valenciana. Tan sólo 20 empresas han manifestado que no han participado en proyectos de cooperación, cifra muy parecida a la de 2024 (22 empresas).

	Recuento	Porcentaje
Con empresas de igual o menor tamaño	12	12.5%
Con empresas de mayor tamaño	10	10.4%
Con participación de entidades locales	18	18.8%
Con participación de entidades de la Comunidad Valenciana	21	21.9%
Con participación de entidades españolas (no incluye a las de la CV)	10	10.4%
Con participación de entidades europeas	5	5.2%
No ha participado en proyectos de cooperación	20	20.8%



La **Simbiosis Industrial** es la actividad empresarial estratégica que permite a las empresas aplicar políticas reales de economía circular. La Simbiosis Industrial concreta las ideas de la economía circular y la hace posible en los ámbitos industriales o empresariales. Es, por tanto, una oportunidad con un gran beneficio ambiental, social y económico, que contribuye a mejorar los resultados de las empresas, a crear puestos de trabajo de calidad y la sostenibilidad ambiental. El porcentaje de empresas que han participado en proyectos de simbiosis industrial es muy bajo, manifestando que no han participado en proyectos de este tipo el 89,4 % de las empresas, por encima incluso de la cifra de 2024 (71 %), por lo que la simbiosis industrial continua siendo una gran desconocida para las empresas.

	Recuento	Porcentaje
Si (describir el/los proyectos)	5	10.6%
No	42	89.4%



Analizamos el grado de **comunicación de la innovación**. En este caso, se ha visto que sólo el 36 % de las empresas ha comunicado o está en proceso de comunicar aspectos referentes a las innovaciones realizadas, cifra inferior al 52 % de 2024.

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



GENERALITAT VALENCIANA | ACÍ. ARA.
Vicepresidencia Tercera y Conselleria de Medio Ambiente, Infraestructuras, Territorio y de la Recuperación

Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

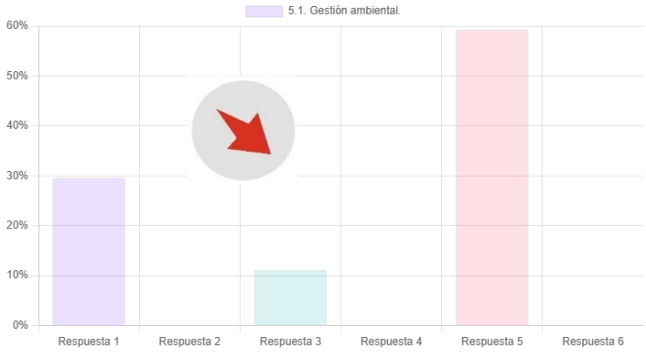


Es necesario un consumo responsable y una producción sostenible, aumentando la eficiencia de recursos y realizando cambios hacia un estilo de vida sostenible, que contribuya además a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono.

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

En primer lugar, se ha analizado si las empresas cuentan con algún **sistema de gestión implantado**, bien de tipo ambiental, de sostenibilidad o de responsabilidad social. Las cifras de 2025 prácticamente coinciden con las encontradas en 2024. De las cincuenta y cinco (55) empresas diagnosticadas, treinta (30) no tienen implantado ningún tipo de sistema de gestión. Esto constituye el 54,5 % de las empresas participantes. Entre las que sí que tienen un sistema de gestión implantado, predomina la norma ISO 14001. Sólo seis (6) empresas han implantado un sistema de gestión de sostenibilidad basado en el cumplimiento de los ODS. Aparece un empresa registrada en el Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsables, lo que indica el inicio de la aparición de empresas en este recién creado registro.

	Recuento	Porcentaje
Tiene implantado y certificado un sistema de gestión ambiental según la norma UNE EN ISO 14001	16	29.6%
Tiene implantado y registrado un sistema de gestión ambiental según el Reglamento EMAS	0	0.0%
Ha implantado un sistema de gestión de su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible	6	11.1%
Tiene implantado y certificado un sistema de gestión de la responsabilidad social empresarial (RSE) (Indicar la norma de referencia)	0	0.0%
Ninguna de los anteriores	32	59.3%
Se encuentra inscrita en el Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsables.	0	0.0%



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

El 67 % de las empresas participantes no publican su Memoria de Sostenibilidad, algo mejor que el 74,5 % de 2024. Dos (2) empresas publican y verifican la Memoria y otras 8 la publican sin verificación.

	Recuento	Porcentaje
Está obligada a realizar el informe de Estados de Información No Financiera (EINF)	3	6.0%
Publica su Memoria de Sostenibilidad de forma voluntaria.	6	12.0%
Publica su Memoria de Sostenibilidad de forma voluntaria basada en la metodología GRI o similar (indicar)	2	4.0%
Publica y verifica por entidad independiente su Memoria de Sostenibilidad de forma voluntaria basada en la metodología GRI o similar (indicar)	2	4.0%
Ninguna de los anteriores	37	74.0%



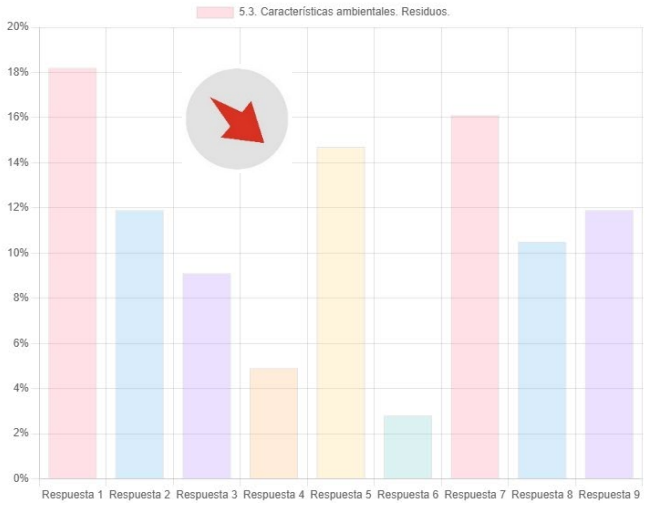
Se ha preguntado a las empresas sobre su desempeño ambiental en los siguientes campos: residuos, envases y embalajes, recursos, productos, procesos y proveedores. A continuación, vamos a analizar los resultados para todos estos aspectos.

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

En cuanto a las empresas diagnosticadas, vemos que el 30 % genera más de diez (10) toneladas de residuos no peligrosos al año y sólo el 13 % genera más de diez (10) toneladas de residuos peligrosos al año. Se trata pues de empresas con bajo impacto ambiental en la generación de residuos. El 38 % de las empresas realizan algún tipo de opresión de reciclaje, acondicionamiento o tratamiento de residuos en sus instalaciones, mientras que sólo el 11 % realiza algún tipo de venta de subproductos.

En cuanto al destino de los residuos generados, el 36 % los destina a valorización, mientras que el 22 % a eliminación. Preguntadas las empresas si han realizado algún tipo de estudio de minimización de la generación de sus residuos, tan solo el 7 % manifiesta que ha realizado ningún estudio. Han trabajado en la minimización de los residuos sólo el 31 % de las empresas. Todas estas cifras se mantienen casi invariables desde 2024.

	Recuento	Porcentaje
Genera menos de 10 tn de residuos no peligrosos al año	26	18.2%
Genera más de 10 tn de residuos no peligrosos al año	17	11.9%
Generación de menos de 10 tn de residuos peligrosos al año	13	9.1%
Generación de más de 10 tn de residuos peligrosos al año	7	4.9%
Realiza operaciones de valorización de residuos (clasificación, almacenamiento, recuperación, reciclaje).	21	14.7%
Ha clasificado residuos para su venta como subproductos	4	2.8%
Los residuos retirados por el gestor son destinados a operaciones de revalorización	23	16.1%
Los residuos retirados por el gestor son destinados a operaciones de eliminación	15	10.5%
Se ha realizado un análisis de los procesos encaminado a la minimización en la producción de residuos	17	11.9%



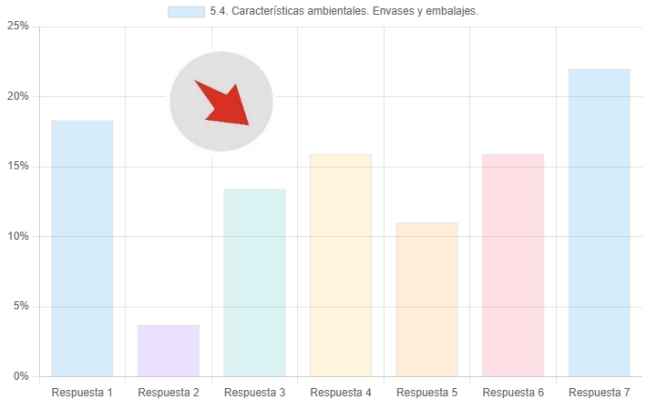
Envases y embalajes: La problemática de la generación de residuos de envases y embalajes ha hecho que se establezca una legislación específica para regular tanto la fabricación de envases de plástico de un solo uso, como la gestión global de los residuos de envases y embalajes, con independencia de su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

El resultado ha sido muy bajo para todos los aspectos analizados. Sólo once (11) de las empresas diagnosticadas ha realizado algún estudio para la reducción de los envases y embalajes, misma cifra que en 2024, siendo quince (15) las empresas que están adheridas a un SCRAP. Esta cifra parece muy baja, teniendo en cuenta la obligación que existe de adherirse a un sistema de gestión de envases desde enero de 2025.

La composición de los envases con material reciclable aparece en tan sólo 9 de las empresas y de material reciclado en 13, cifras inferiores a las de 2024.

Por otra parte, 13 empresas manifiestan que utilizan envases o embalajes de papel y cartón certificado FSC o PEFC, mismo número que en 2024.

	Recuento	Porcentaje
La empresa se ha adherido a un Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor para los envases/embalajes de sus productos SCRAP (Indicar cuales)	15	18.3%
Ha implantado un sistema de devolución retorno para los envases/embalajes de sus productos (SDDR) (Indicar para qué producto/envase)	3	3.7%
Ha realizado estudios para la reducción de los residuos finales de sus envases/embalajes	11	13.4%
Los envases/embalajes, o parte de ellos, están fabricados con material reciclado (indicar porcentaje medio)	13	15.9%
Los envases/embalajes, o parte de ellos, están fabricados con materiales reciclables (indicar porcentaje medio)	9	11.0%
Los envases/embalajes de papel o cartón están certificados con FSC o PEFC	13	15.9%
Ninguna de las anteriores	18	22.0%



Recursos: incorporación de materias primas recicladas en el proceso. Las empresas productivas pueden incorporar en su proceso materias primas procedentes de procesos de reciclaje. El grado de incorporación de dichas materias primas será un indicador del grado de sostenibilidad de la empresa en este aspecto y su margen de mejora**.** Podemos observar que, al igual que ocurría en 2024, el 41 % de las empresas no utilizan materias primas recicladas en el proceso y que de las empresas que sí que las incorporan, en el 70 % de los casos no suponen más del 50 % del total de materias primas empleadas.

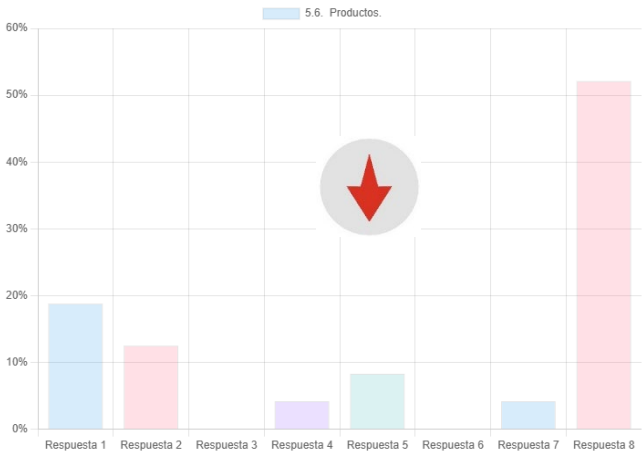
	Recuento	Porcentaje
Menos del 10 % del total de materias primas	10	25.6%
Entre el 11 y el 25 % del total de materias primas	5	12.8%
Entre el 26 y el 50 % del total de materias primas	2	5.1%
Entre el 51 y el 75 % del total de materias primas	2	5.1%
Entre el 76 y el 100 % del total de materias primas	4	10.3%
No utiliza materias primas recicladas	16	41.0%



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

Podemos observar que en el 52,1 % de los casos no se ha incorporado ningún criterio (45,5 % en 2024), predominando en aquellos que sí realizan alguna acción sobre el producto, el análisis del ciclo de vida. Tan sólo cuatro empresas cuenta con productos con etiqueta ecológica.

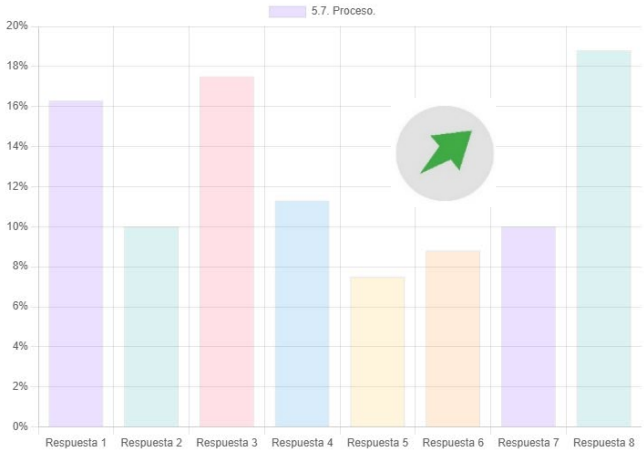
	Recuento	Porcentaje
Realiza un Análisis del Ciclo de Vida del producto/servicio en su diseño.	9	18.8%
Ha implantado un sistema de gestión del Ecodiseño	6	12.5%
Tiene certificado un sistema de gestión del Ecodiseño según la norma ISO 14006	0	0.0%
Tiene implantado un sistema de trabajo basado en la economía circular, tipo Cradle to Cradle o similar. (Indicar el sistema implantado)	2	4.2%
Fabrica algún producto con etiqueta ecológica tipo I (verificados por tercera parte). (Indicar el porcentaje sobre el total de productos fabricados)	4	8.3%
Fabrica algún producto con etiqueta ecológica tipo II (autodeclaración). (Indicar el porcentaje sobre el total de productos fabricados)	0	0.0%
Fabrica algún producto con etiqueta ecológica tipo III (Declaración Ambiental del Producto). (Indicar el porcentaje sobre el total de productos fabricados)	2	4.2%
Ninguna de las anteriores	25	52.1%



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

Encontramos que 15 empresas no han realizado ninguna acción relacionada con sus procesos, frente a las 4 de 2024, con lo que las cifras son peores. Al igual que en 2024, destaca la monitorización de los procesos y la implantación de las mejores tecnologías disponibles (MTB). Le siguen la incorporación de indicadores ambientales, las mediciones de ruidos y vertidos, superadas en 2025 por las analíticas de emisiones y el diseño de los procesos atendiendo a criterios de eficiencia.

	Recuento	Porcentaje
Ha incorporado las mejores tecnologías disponibles (MTD) en su proceso	13	16.3%
Realiza el diseño de su proceso atendiendo a criterios de eficiencia ambiental	8	10.0%
Monitoriza las distintas etapas de su proceso controlando consumos eléctricos, de materias primas, materias primas y generación de residuos	14	17.5%
Ha incorporado indicadores ambientales del proceso	9	11.3%
Realiza analíticas periódicas de los vertidos (indicar periodicidad)	6	7.5%
Realiza mediciones periódicas de los ruidos (indicar periodicidad)	7	8.8%
Realiza analíticas periódicas de las emisiones (indicar periodicidad)	8	10.0%
Ninguna de las anteriores	15	18.8%



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

En este sentido, el 42 % de las empresas cuentan con criterios de selección de proveedores (55 % en 2024), coincidiendo prácticamente con el porcentaje que realiza compra o subcontratación a proveedores locales de km 0 (menos de 100 km de distancia). En línea con lo analizado en puntos anteriores, la compra de productos

o materias primas recicladas, reciclables o con etiquetados ecológicos no está muy desarrollado entre las empresas.

	Recuento	Porcentaje
Ha incorporado criterios ambientales para la selección de proveedores	23	16.8%
Los proveedores deberán estar certificados en ISO 14001 o registrados con EMAS de forma obligatoria	6	4.4%
Se prioriza la compra de productos/materias con etiquetado ecológico	9	6.6%
Se prioriza la compra de productos/materias reciclados	16	11.7%
Se prioriza la compra de productos/materias reciclables	12	8.8%
Se prioriza la compra de productos/materias de madera, papel o cartón, que estén certificados en FSC o PEFC	15	10.9%
Se prioriza la compra de productos y materias primas locales (km 0)	21	15.3%
Se prioriza la subcontratación de servicios a proveedores locales (km 0)	26	19.0%
Ninguna de las anteriores	9	6.6%

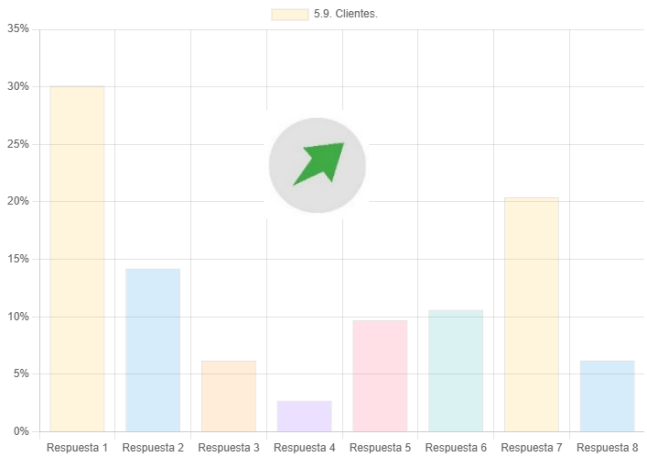


Uno de los principales grupos de interés son los clientes. Se ha analizado la **percepción de los clientes** en concreto sobre la sostenibilidad de las empresas y el **interés** real que éstos tienen en el medioambiente, la sostenibilidad y el comportamiento de la empresa con respecto a ellos. Se han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

En el primero de los casos, se considera en general que los clientes valoran positivamente el grado de sostenibilidad de una empresa, con treinta y cuatro (34) que han contestado en este sentido, el 62 % de los participantes (71 % en 2024). Dieciséis (16), manifiestan que los clientes incorporan la sostenibilidad como criterio de selección de la empresa (18 en 2024) y 7 empresas indican que los clientes no incorporan la sostenibilidad como criterio de selección (2 en 2024).

En cuanto a la percepción que los clientes tienen de la empresa, se reparte entre los que manifiestan que sus clientes consideran que tienen un grado de sostenibilidad alto y medio, siendo sólo 3 las que manifiestan que es bajo.

	Recuento	Porcentaje
Los clientes valoran positivamente el grado de sostenibilidad de la empresa	34	30.1%
Los clientes incorporan la sostenibilidad como criterio para la selección de la empresa	16	14.2%
Los clientes no incorporan la sostenibilidad como criterio para la selección de la empresa	7	6.2%
La percepción de los clientes sobre el grado de sostenibilidad de la empresa es bajo	3	2.7%
La percepción de los clientes sobre el grado de sostenibilidad de la empresa es medio	11	9.7%
La percepción de los clientes sobre el grado de sostenibilidad de la empresa es alto	12	10.6%
La empresa ha detectado un cambio en el mercado hacia productos/empresas sostenibles	23	20.4%
La empresa no ha detectado ningún cambio en el mercado hacia productos/empresas sostenibles	7	6.2%



Preguntadas las empresas por su **comparación con la competencia**, un gran número (37,5%) indica que considera que su grado de sostenibilidad es alto frente al de su competencia y el 27,1 % piensa que es medio. Un 33,3 % manifiesta que lo desconoce.

	Recuento	Porcentaje
El grado de sostenibilidad ambiental de la empresa frente a su competencia es bajo	1	2.1%
El grado de sostenibilidad ambiental de la empresa frente a su competencia es medio	13	27.1%
El grado de sostenibilidad ambiental de la empresa frente a su competencia es alto	18	37.5%
No conoce el grado de sostenibilidad ambiental frente a la competencia	16	33.3%



El análisis de las expectativas, intereses y necesidades de los distintos grupos de interés que se relacionan con la empresa es un proceso necesario para determinar los objetivos prioritarios sobre los que la empresa puede trabajar y para la realización del consiguiente Programa de Acción y Mejora. A continuación, se analiza el grado de relación entre la empresa y sus grupos de interés relacionados con la sostenibilidad.

Las empresas participantes reflexionaron sobre la **percepción del comportamiento ambiental** que piensan que tienen los **grupos de interés** sobre ellas. En treinta (30) de los casos, es decir, en el 54,5 % de las empresas, consideran que la percepción de los trabajadores es alta, en el 42 % que está considerada la empresa como preocupada y concienciada en temas ambientales y sostenibles y, de forma general, en el 63,6 % la dirección está implicada en una transformación sostenible. En la gráfica se puede ver la priorización de estas percepciones, que son ligeramente inferiores a las de 2024, pero muy similares.

	Recuento	Porcentaje
Los trabajadores consideran que la empresa fomenta valores sostenibles	30	31.9%
Está considerada en su entorno inmediato como una empresa preocupada y concienciada con la sostenibilidad, especialmente en la minimización de los impactos ambientales	23	24.5%
Está considerada por su entorno inmediato como una empresa problemática por temas ambientales	2	2.1%
La dirección de la empresa está implicada en la transformación hacia una empresa sostenible	35	37.2%
Ninguna de las anteriores	4	4.3%



El desempeño ambiental de una empresa viene también determinado por el grado de **formación y sensibilización de sus trabajadores**. En este sentido, han sido nueve (9) las empresas que han manifestado no realizar ningún tipo de sensibilización o formación ambiental a sus trabajadores (8 en 2024), con lo que el 83,6 % de las empresas sí que está realizando acciones de este tipo.

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

	Recuento	Porcentaje
Sostenibilidad	34	36.2%
Medio ambiente	30	31.9%
Innovación	21	22.3%
Ninguna de las anteriores	9	9.6%



La **participación en proyectos** relacionados con la producción o gestión de residuos, con la incorporación de materiales reciclados en el proceso o con el ecodiseño y la puesta en el mercado de productos sostenibles y/o reciclables, permite a las empresas innovar tanto en el aspecto ambiental como en el de procesos, ya que suelen ir ligados a mejoras productivas, tanto en eficiencia como en calidad de proceso o producto y, por supuesto, genera un incremento en las ventas y la apertura de nuevos mercados. Vemos en este caso que el 58 % de las empresas no han participado en proyectos de este tipo (32 empresas), cifra muy parecida a la de 2024. Los que lo han hecho, han participado principalmente en proyectos locales o regionales, pero destaca el incremento en proyectos nacionales, de 2 el año pasado a 7 este año, e incluso la participación en 3 proyectos internacionales (ninguno en 2024).

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	14	29.2%
Proyectos nacionales (indicar)	2	4.2%
Proyectos internacionales (indicar)	0	0.0%
No ha participado	32	66.7%



La **comunicación ambiental** puede entenderse como una acción que contribuya al posicionamiento en el mercado de la empresa. Las empresas que trabajen en el camino de la sostenibilidad deben comunicarlo para que los clientes puedan seleccionar sus servicios o productos frente a otras sociedades que no inviertan en ello. En 26 empresas la sostenibilidad se incorpora en la comunicación comercial de la empresa (31 en 2024), incluso en el 14,5 % de las empresas es el principal valor comercial, pero encontramos que casi la misma cantidad no incorpora todavía la sostenibilidad ni hace ninguna referencia a ella.

	Recuento	Porcentaje
La comunicación comercial e institucional de la empresa contempla la sostenibilidad como un valor de la misma	26	52.0%
La comunicación comercial e institucional de la empresa está basada en la sostenibilidad como el principal valor de la misma	8	16.0%
No se incluye en la comunicación de la empresa ninguna referencia a la sostenibilidad	8	16.0%
Está en proceso de implementarlo.	8	16.0%



GENERALITAT VALENCIANA | ACI. ARA.
Vicepresidencia Tercera y Conselleria de Medio Ambiente, Infraestructuras, Territorio y de la Recuperación

Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



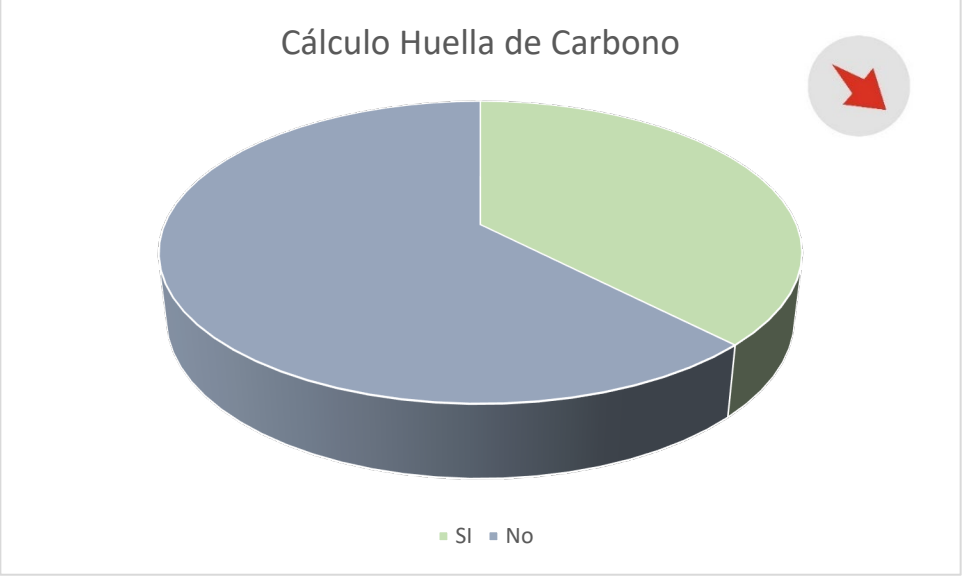
El Cambio Climático es un hecho indiscutible y sus efectos ya se están haciendo notar. Se están produciendo cambios en el clima que afectan a la agricultura y a la biodiversidad, el nivel del mar está subiendo, amenazando a territorios enteros y cada vez tenemos fenómenos meteorológicos más extremos. La década de 2010 a 2019 es la más calurosa registrada nunca y fenómenos como la DANA son cada vez más frecuentes.

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

Si bien las medidas propuestas para los ODS que ya han sido analizados en el presente diagnóstico contribuirán a mitigar los efectos del Cambio Climático, se incluirá a continuación un análisis de otros factores que afectan directamente a éste, con recomendaciones para las empresas.

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

Vemos que en el 62,3 % de los casos las empresas no tienen la Huella de Carbono calculada.



La Huella de Carbono puede ser registrada en el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Con ello, las empresas hacen pública su Huella de Carbono, permitiendo la comparación entre sociedades con la misma actividad. El registro de la Huella de Carbono permite varias posibilidades: registrar el cálculo, registrar además la reducción generada o registrar también la compensación que se realiza de la misma, con el efecto de neutralizar las emisiones que la empresa genera cuando no tiene más posibilidades de reducción.

De las empresas que han calculado su huella de carbono, la han registrado solamente siete empresas. Por tanto, el registro de la huella de carbono en el total de la muestra es sólo del 35 % de las empresas. Una

empresa ha registrado la compensación (ninguna en 2024), una la reducción (4 en 2024) y 5 sólo el cálculo (3 en 2024).

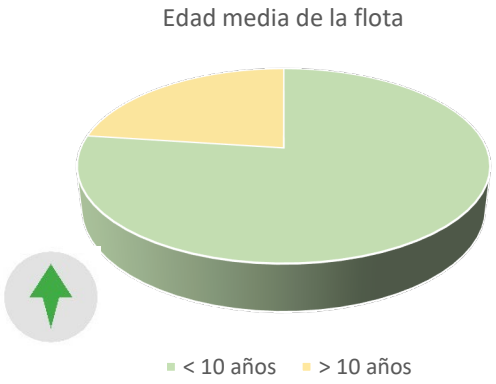
	Recuento	Porcentaje
Cálculo	5	11.1%
Cálculo y reducción	1	2.2%
Cálculo y compensación	0	0.0%
Cálculo, reducción y compensación	1	2.2%
No la ha registrado	38	84.4%

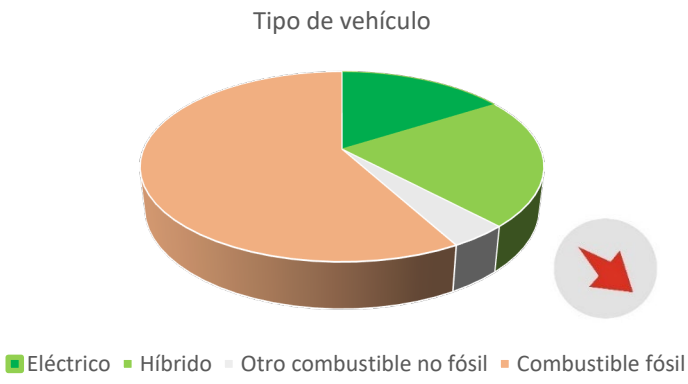


En el caso de que la empresa cuenta con una **flota de vehículos** propia, se podrá calcular la Huella de Carbono generada por cada uno de los vehículos que la componen y actuar sobre ellos con el fin de reducirla. La flota puede incluir tanto vehículos comerciales o de servicio, como vehículos para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

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

El número de empresas con una flota con menos de 10 años de media es del 77 %. En cuanto al tipo de vehículos, los motores de combustión predominan ampliamente sobre el resto.





Movilidad sostenible: trabajadores. Una parte de la Huella de Carbono indirecta (Alcance 3) es la generada por los trabajadores para acudir al puesto de trabajo. Se han revisado las prácticas que tienen las empresas en este aspecto, encontrando que en el 25 % de los casos no hay ninguna medida al respecto y en el resto predomina la existencia de transporte público y los aparcamientos para bicicletas. Es muy escaso el transporte colectivo propio de la empresa (sólo 1 empresa) y sí que se empieza a fomentar el vehículo compartido (18 empresas, 12 en 2024). Aún son pocas las empresas que disponen de cargadores para vehículos eléctricos, 8 frente a las 6 de 2024.

	Recuento	Porcentaje
Existe transporte público para llegar hasta las instalaciones de la empresa (indicar el tipo)	15	21.7%
La empresa suministra transporte colectivo para acceder al puesto de trabajo	1	1.4%
Pone a disposición de los trabajadores cargadores de vehículos eléctricos (coches, motos, bicicletas, patines)	8	11.6%
Pone a disposición de los trabajadores aparcamientos para bicicletas	13	18.8%
Fomenta el uso del vehículo compartido	18	26.1%
Ninguna de las anteriores	14	20.3%



Movilidad sostenible: proveedores. Las empresas pueden mitigar parte de su Huella de Carbono actuando sobre sus proveedores, tanto de servicios como de productos y materias primas. En cuanto a los proveedores, se observa que el 93 % de las empresas no conocen ni incorporan la huella de carbono de sus proveedores como un criterio de selección.

	Recuento	Porcentaje
En la selección de proveedores se considera la huella de carbono como criterio para su evaluación	3	6.8%
Se conoce la huella de carbono generada por los proveedores	0	0.0%
Ninguna de las anteriores.	41	93.2%



Movilidad sostenible: acciones. Se ha hecho una propuesta de acciones para las empresas, pero se observa que no suelen estar implantadas (54 %) y, en su caso, priman las acciones para promover el transporte sostenible de los trabajadores. Las cifras de 2024 y 2025 prácticamente coinciden.

	Recuento	Porcentaje
Acciones que promueve el transporte Sostenible entre sus trabajadores.	13	27.1%
Acciones que promueve el transporte Sostenible de las mercancías	6	12.5%
Otra	3	6.3%
Ninguna de las anteriores	26	54.2%



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

Entre las empresas analizadas se observa un ligero predominio del gasoil sobre el gas, mejorando la diferencia que se reflejó en 2024, y la aparición de un caso con biocombustible.

	Recuento	Porcentaje
Gas	18	31.6%
Gasoil	19	33.3%
Biocombustible (indicar)	1	1.8%
Cogeneración	0	0.0%
Otro (indicar)	5	8.8%
No utiliza combustibles en proceso	14	24.6%



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

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar objetivo de reducción por unidad de producción)	13	27.7%
No	34	72.3%



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

Principalmente se trata de gases de refrigeración y el problema se genera en las fugas de estos gases. El 27,7 % de las empresas ha identificado sus fugas de gases de refrigeración, cifra muy similar a la de 2024.

	Recuento	Porcentaje
La empresa ha identificado las pérdidas de gases de refrigeración	13	27.7%
Los procesos industriales de la empresa generan Óxido nitroso (N2O)	1	2.1%
Los procesos industriales de la empresa generan Metano (CH4)	0	0.0%
Los procesos industriales de la empresa generan Gases fluorados	2	4.3%
Ninguna de las anteriores.	31	66.0%

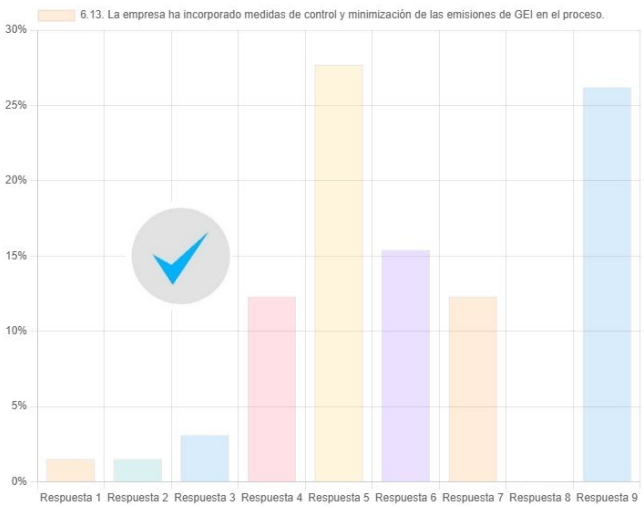


Una vez identificados los gases de efecto invernadero (GEI) que se generan durante la actividad empresarial, el paso siguiente es el **control de las emisiones y su minimización** siempre que sea posible A continuación se realiza un análisis de las distintas posibilidades para el control y minimización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

En este sentido, el **control y minimización de las emisiones de GEI** es muy importante. Las empresas han incorporado medidas para controlar esto en el 76 % de las empresas. Entre las medidas destacan las revisiones de los sistemas de aire acondicionado y de las cámaras frigoríficas. Algunas empresas han sustituido gases

refrigerantes y equipos por más eficientes y menos contaminantes y otras controlan la temperatura de las cámaras.

	Recuento	Porcentaje
Instalación de equipos de medición en planta.	1	1.5%
Sustitución del gas utilizado por uno menos contaminante.	1	1.5%
Utilización de las mejores tecnologías disponibles (MTD).	2	3.1%
Sustitución de equipos/procesos por más eficientes en la minimización de emisiones.	8	12.3%
Revisiones periódicas de los sistemas de aire acondicionado.	18	27.7%
Revisiones periódicas de las cámaras frigoríficas.	10	15.4%
Control de la temperatura de las cámaras frigoríficas.	8	12.3%
Otras (indicar)	0	0.0%
No se han incorporado medidas	17	26.2%



Como ya se ha comentado con anterioridad, las medidas **de formación y sensibilización a los trabajadores** tienen una eficacia muy alta en la implantación de la sostenibilidad. En cuanto a la formación y sensibilización de los trabajadores en temas relacionados con el cambio climático y la Huella de Carbono, en el 58,8 % de los casos no se imparte algún tipo de formación de este tipo, cifra inversa a la de 2024. En cuanto al tipo de formación impartida, predominan temas relacionados con la movilidad sostenible.

	Recuento	Porcentaje
En qué es la Huella de Carbono y cómo se genera	5	9.8%
En cómo controlar y disminuir la Huella de Carbono de la empresa	2	3.9%
En movilidad sostenible	14	27.5%
Ninguna de las anteriores	30	58.8%



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

El 86,4 % de las empresas no han participado en ningún proyecto de este tipo, empeorando el resultado de 2024, predominando, en su caso los proyectos locales o regionales.

	Recuento	Porcentaje
Proyectos locales/regionales (indicar)	4	9.1%
Proyectos nacionales (indicar)	1	2.3%
Proyectos internacionales (indicar)	1	2.3%
Proyectos de colaboración con universidades o centros de investigación.	0	0.0%
No ha participado	38	86.4%



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

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

En cuanto a la **comunicación a los grupos de interés** relativa a la Huella de Carbono, el 84 % de las empresas no realiza ningún tipo de comunicación (70 % en 2024).

	Recuento	Porcentaje
Si (indicar)	7	15.9%
No	37	84.1%



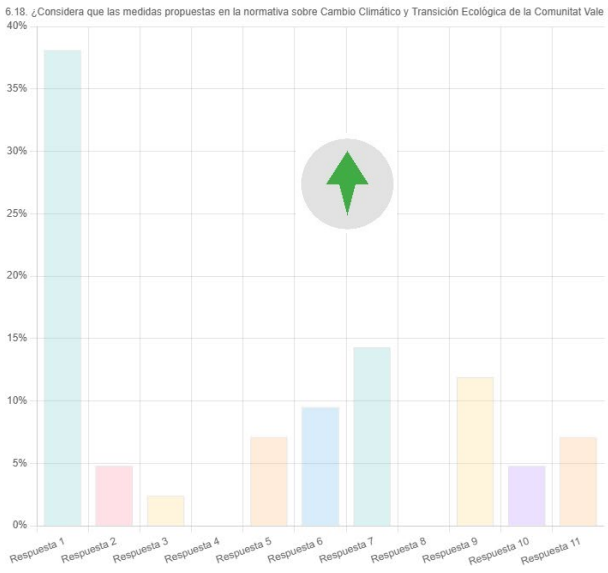
La Comunitat Valenciana cuenta con normativa propia que ayude a la transición ecológica y a mitigar el Cambio Climático. Pero en muchas ocasiones las empresas desconocen la normativa y las acciones que desde la administración se ponen en marcha en aras de la sostenibilidad. En este apartado se pretende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

	Recuento	Porcentaje
Si	29	59.2%
No	20	40.8%

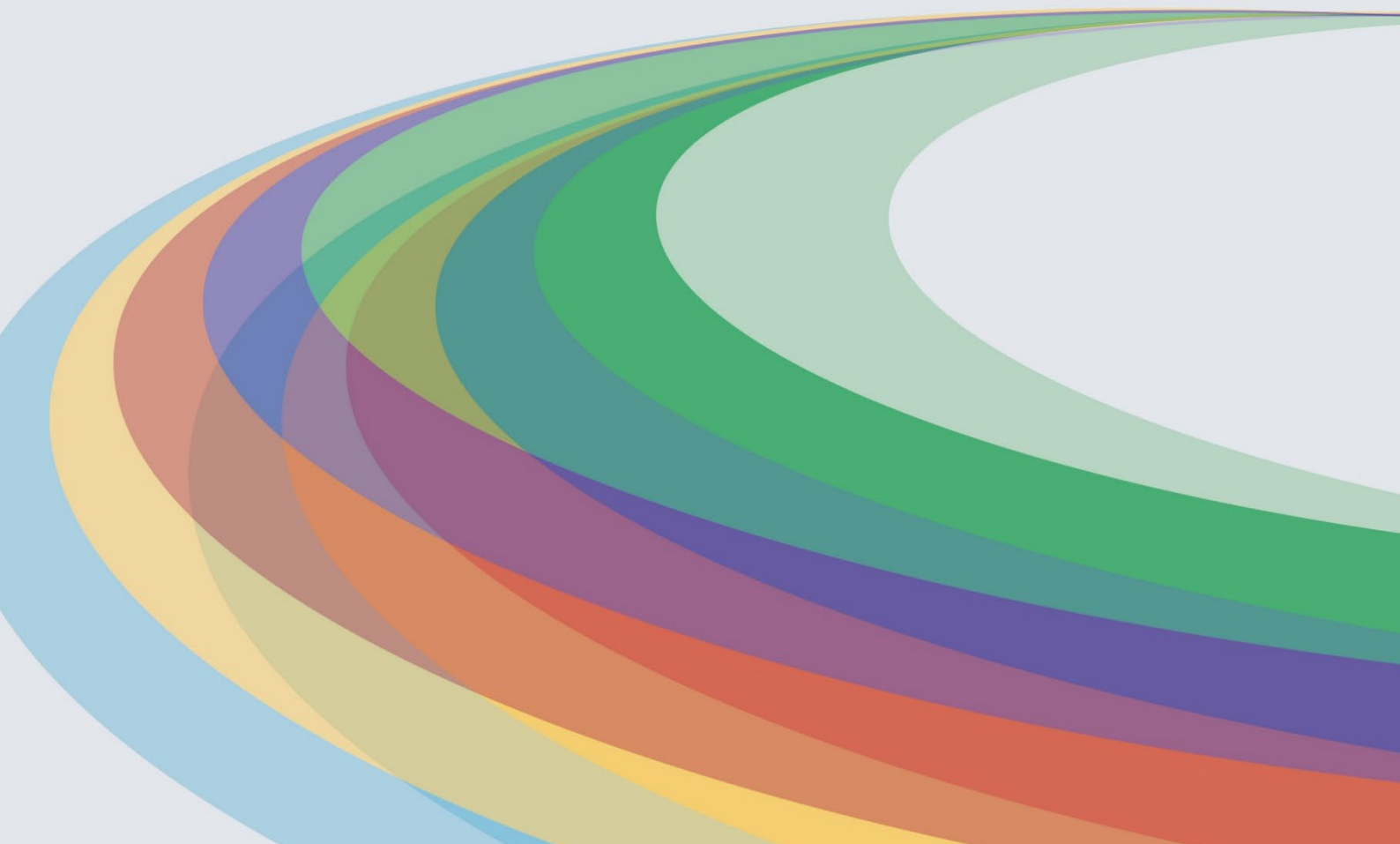


La Generalitat Valenciana ha propuesto toda una serie de medidas que ayuden a la mitigación del Cambio Climático en nuestra Comunitat. Un gran número de ellas afectan a las empresas, como actores principales en el camino hacia la Transición Ecológica. En el caso de que la conocieran, se preguntó por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

	Recuento	Porcentaje
Son adecuadas	16	38.1%
No son las adecuadas	2	4.8%
Son insuficientes	1	2.4%
Son excesivas	0	0.0%
Son realistas	3	7.1%
No se ajustan a la realidad	4	9.5%
Afectarán positivamente a las empresas de la CV al tratarse de una oportunidad	6	14.3%
Afectarán negativamente a las empresas de la CV	0	0.0%
Afectarán positivamente a mi empresa	5	11.9%
Afectarán negativamente a mi empresa	2	4.8%
No afectarán a mi empresa	3	7.1%



4. CONSULTAS

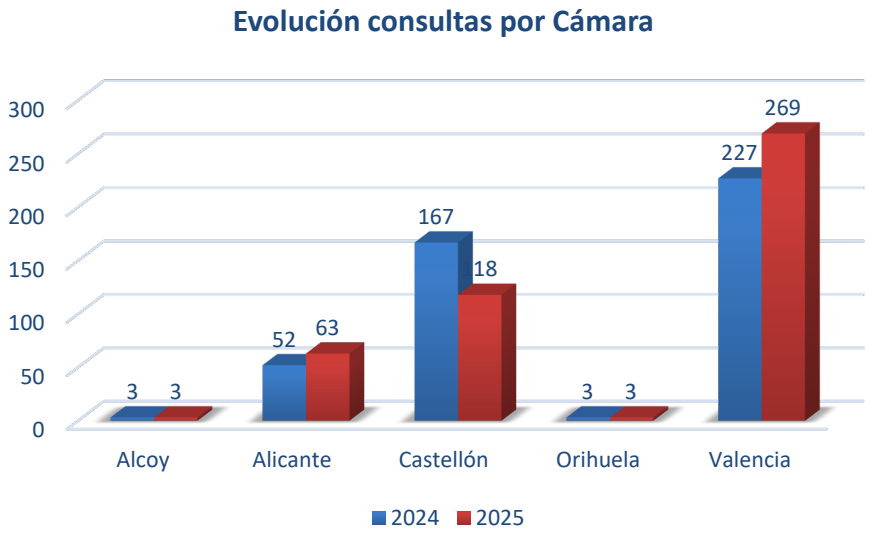


4. Consultas.

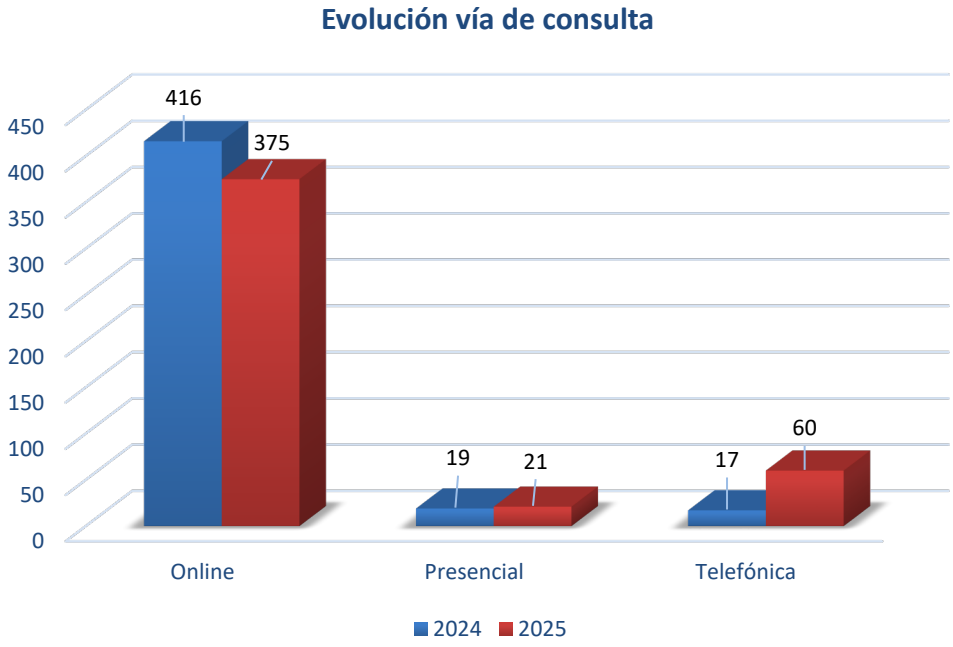
La herramienta informática desarrollada permite, además, el registro de todas las consultas relacionadas con sostenibilidad que se realizan a las diferentes cámaras.

A continuación, se incluye un resumen de los datos más relevantes relacionados con las consultas realizadas durante 2025.





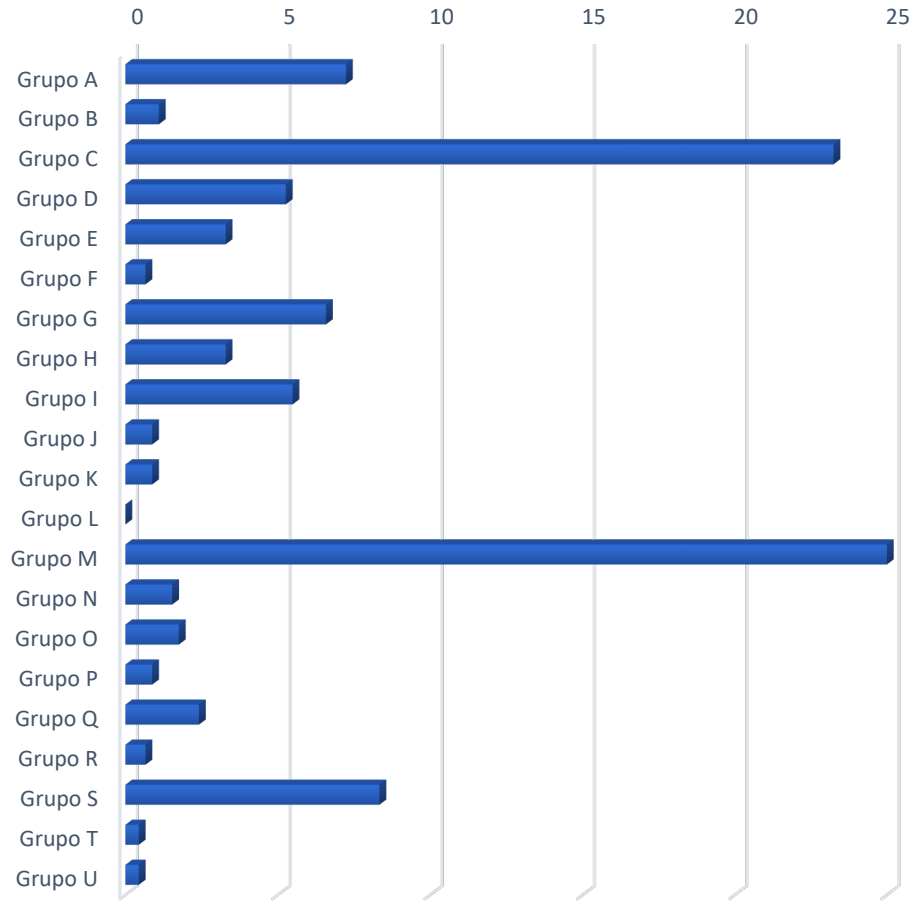

Vía de consulta
Telefónica
13%
Presencial
5%
Online
82%


Evolución vía de consulta
450
400
350
300
250
200
150
100
50
0
416
375
19
21
17
60
Online
Presencial
Telefónica
2024
2025

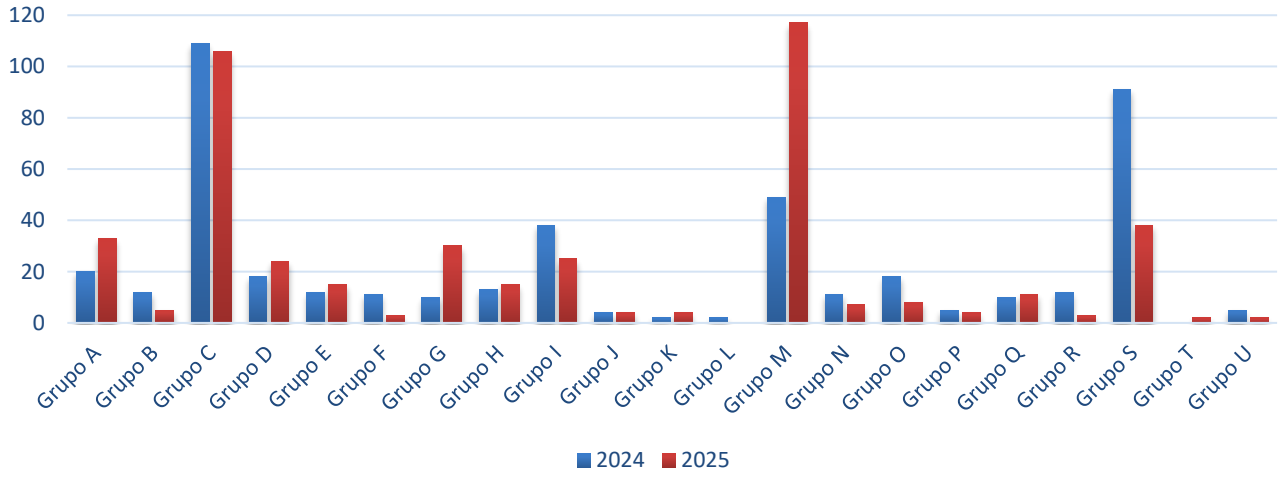
Número de consultas recibidas por sector de actividad:

Sector	Total	%
Grupo A: AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA	33	7,24
Grupo B: INDUSTRIAS EXTRACTIVAS	5	1,10
Grupo C: INDUSTRIA MANUFACTURERA	106	23,25
Grupo D: SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO	24	5,26
Grupo E: SUMINISTRO DE AGUA, ACTIVIDADES DE SANEAMIENTO, GESTIÓN DE RESIDUOS Y DESCONTAMINACIÓN	15	3,29
Grupo F: CONSTRUCCIÓN	3	0,66
Grupo G: COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS DE MOTOR Y MOTOCICLETAS	30	6,58
Grupo H: TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	15	3,29
Grupo I: HOSTELERÍA	25	5,48
Grupo J: INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES	4	0,88
Grupo K: ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS	4	0,88
Grupo L: ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	0	0,00
Grupo M: ACTIVIDADES PROFESIONALES CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	117	25,66
Grupo N: ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y SERVICIOS AUXLIARES	7	1,54
Grupo O: ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; SEGURIDAD SOCIAL OBLIGATORIA	8	1,75
Grupo P: EDUCACIÓN	4	0,88
Grupo Q: ACTIVIDADES SANITARIAS Y DE SERVICIOS SOCIALES	11	2,41
Grupo R: ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, RECREATIVAS Y DE ENTRENIMIENTO	3	0,66
Grupo S: OTROS SERVICIOS	38	8,33
Grupo T: ACTIVIDADES DE LOS HOGARES	2	0,44
Grupo U: ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ORGANISMOS EXTRATERRITORIALES	2	0,44
TOTAL	**456**	

% de consultas por sector de actividad



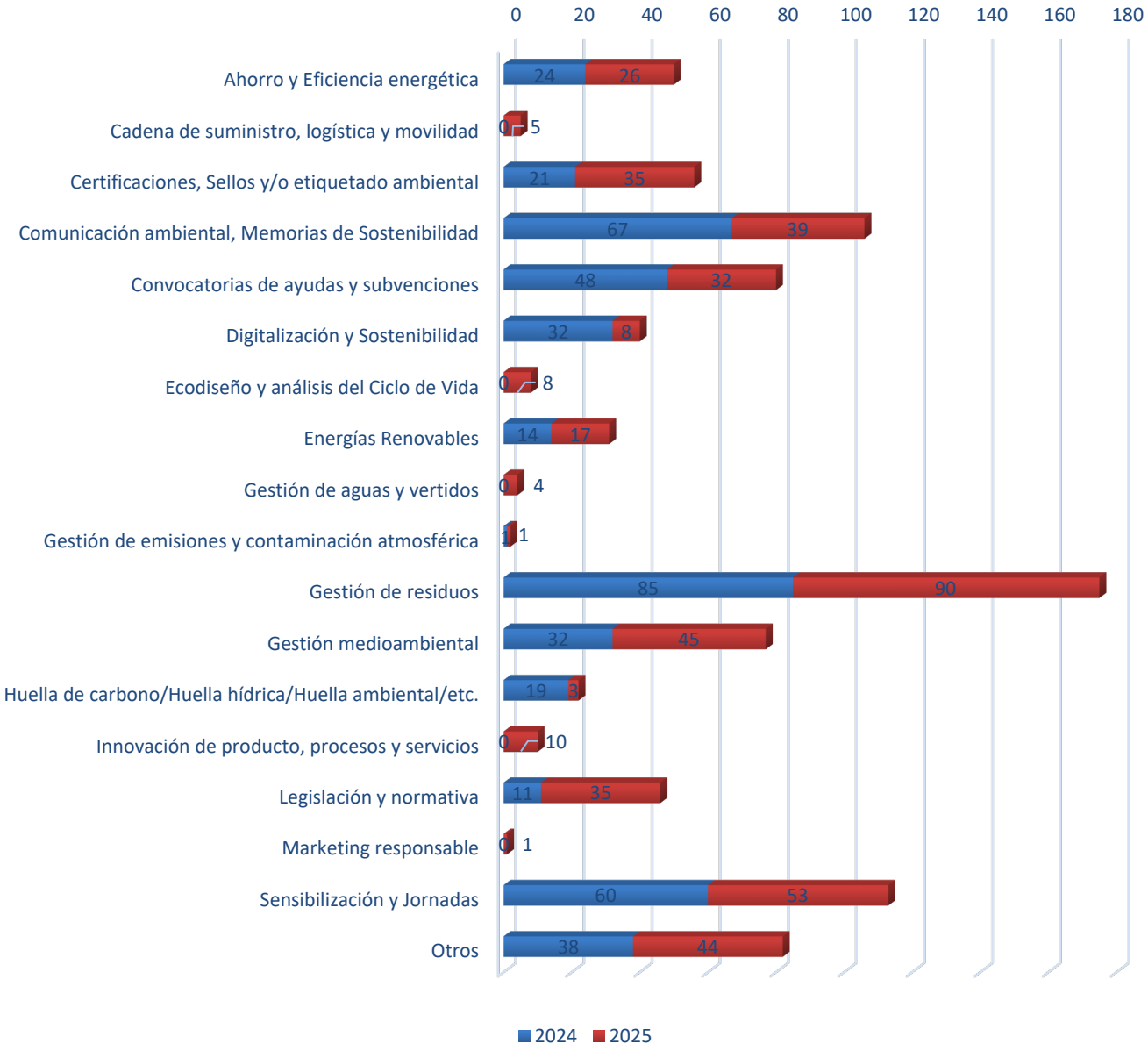
Evolución nº de consultas por actividad



Tipo de consultas por temática:

Temática	Total	%
Ahorro y Eficiencia energética	26	5,70
Cadena de suministro, logística y movilidad	5	1,10
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	35	7,68
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad	39	8,55
Convocatorias de ayudas y subvenciones	32	7,02
Digitalización y Sostenibilidad	8	1,75
Ecodiseño y análisis del Ciclo de Vida	8	1,75
Energías Renovables	17	3,73
Gestión de aguas y vertidos	4	0,88
Gestión de emisiones y contaminación atmosférica	1	0,22
Gestión de residuos	90	19,74
Gestión medioambiental	45	9,87
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.	3	0,66
Innovación de producto, procesos y servicios	10	2,19
Legislación y normativa	35	7,68
Marketing responsable	1	0,22
Sensibilización y Jornadas	53	11,62
Otros	44	9,65

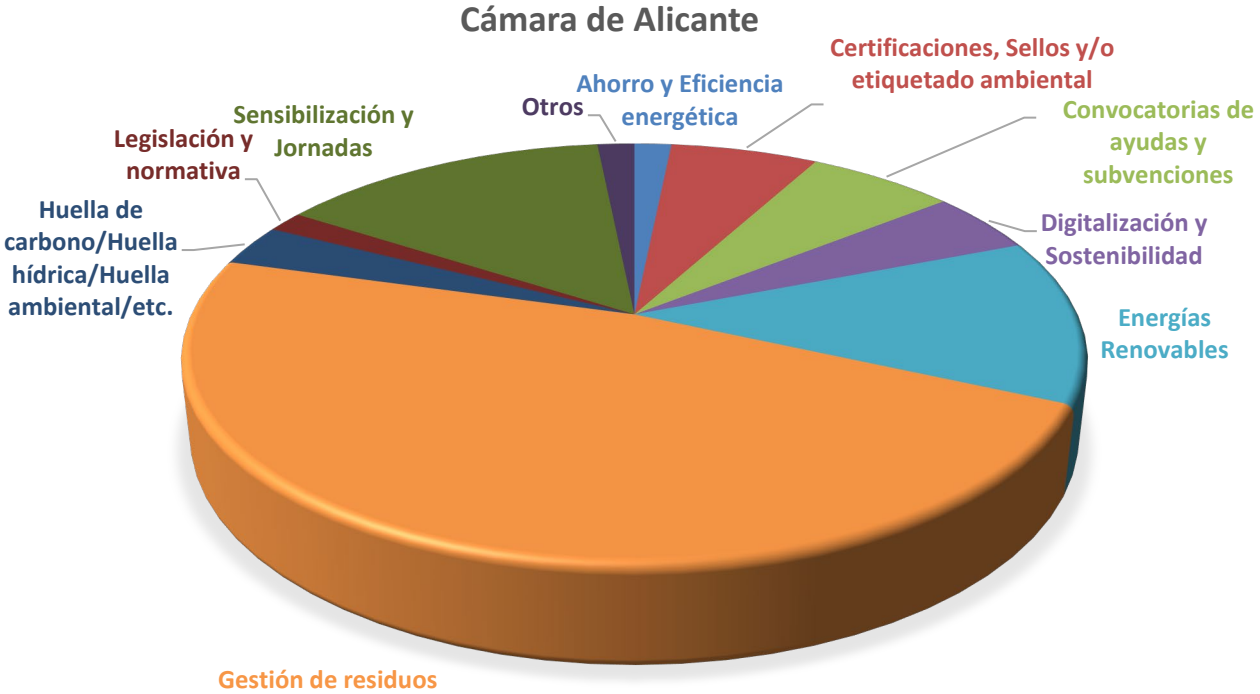
Acumulado tipo de consultas 2024 + 2025



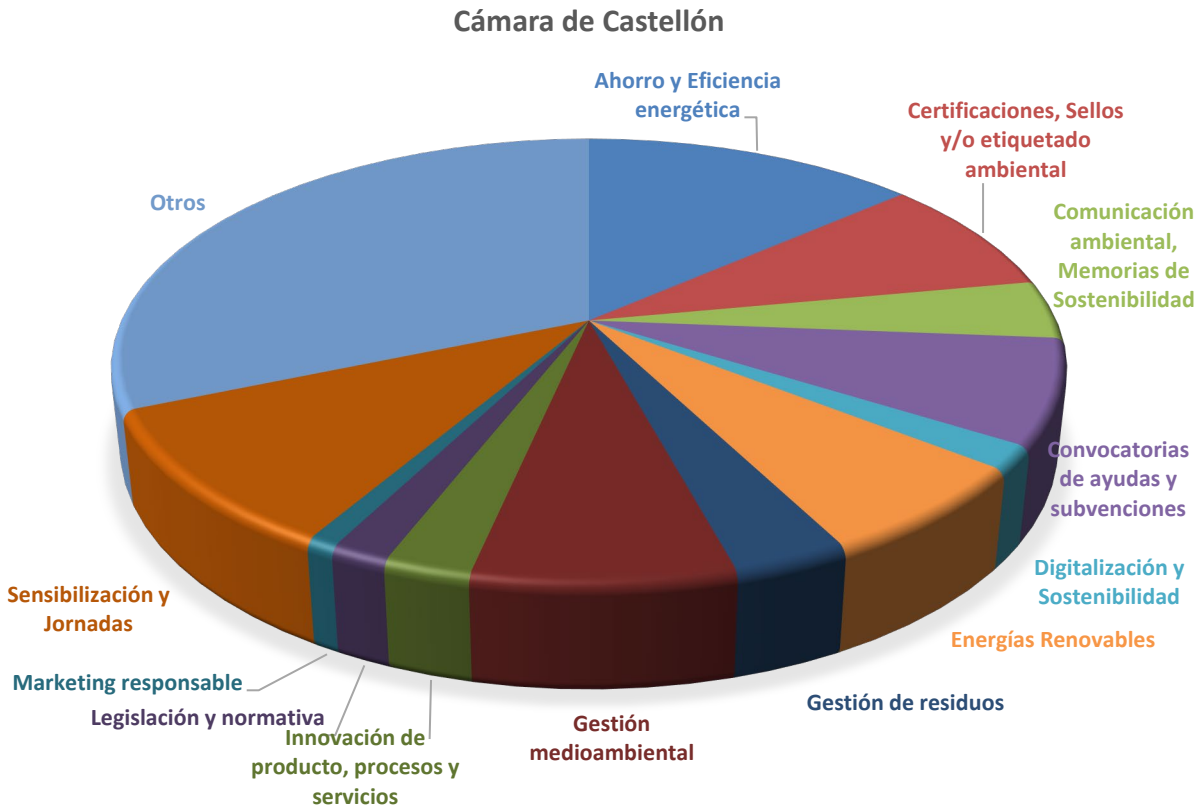
Tipo de consultas por Cámara:

Cámara de Alcoy	Total
Gestión medioambiental	3
	3

Cámara de Alicante	Total
Ahorro y Eficiencia energética	1
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	4
Convocatorias de ayudas y subvenciones	4
Digitalización y Sostenibilidad	3
Energías Renovables	8
Gestión de residuos	30
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.	2
Legislación y normativa	1
Sensibilización y Jornadas	9
Otros	1
	63

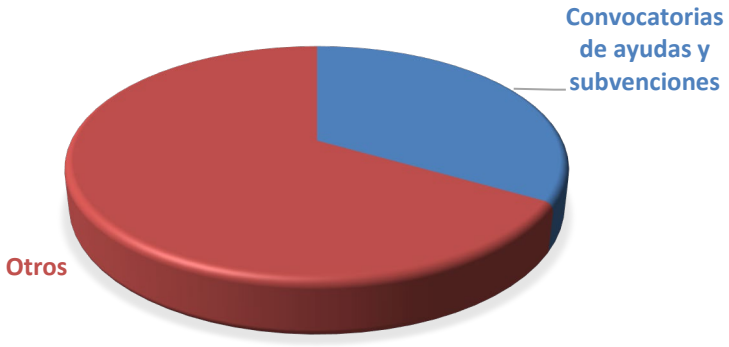


Cámara de Castellón	Total
Ahorro y Eficiencia energética	16
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	10
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad	5
Convocatorias de ayudas y subvenciones	9
Digitalización y Sostenibilidad	2
Energías Renovables	8
Gestión de residuos	4
Gestión medioambiental	9
Innovación de producto, procesos y servicios	3
Legislación y normativa	2
Marketing responsable	1
Sensibilización y Jornadas	12
Otros	37
	118

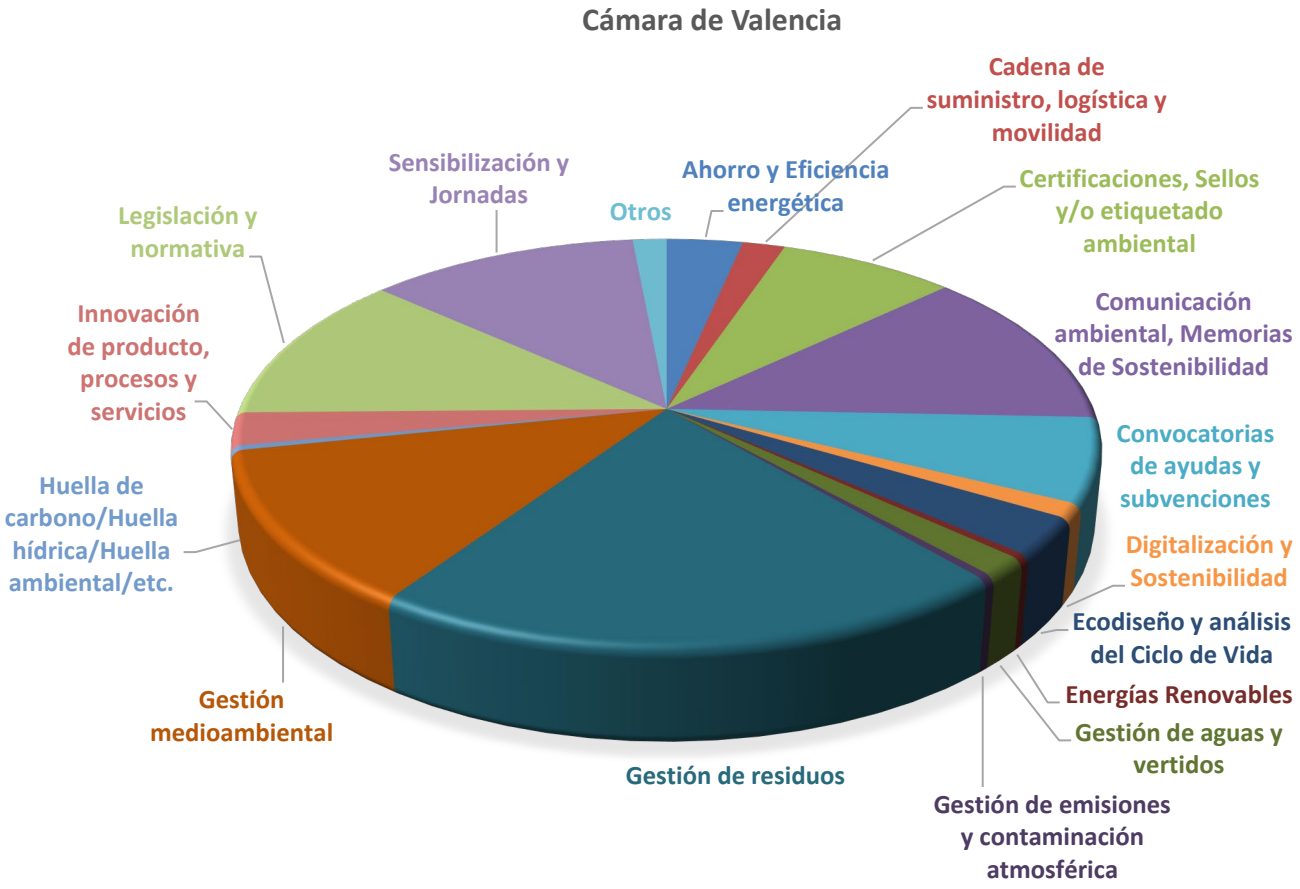


Cámara de Orihuela	Total
Convocatorias de ayudas y subvenciones	1
Otros	2
	3

CÁMARA DE ORIHUELA



Cámara de Valencia	Total
Ahorro y Eficiencia energética	9
Cadena de suministro, logística y movilidad	5
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental	21
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad	34
Convocatorias de ayudas y subvenciones	18
Digitalización y Sostenibilidad	3
Ecodiseño y análisis del Ciclo de Vida	8
Energías Renovables	1
Gestión de aguas y vertidos	4
Gestión de emisiones y contaminación atmosférica	1
Gestión de residuos	56
Gestión medioambiental	33
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.	1
Innovación de producto, procesos y servicios	7
Legislación y normativa	32
Sensibilización y Jornadas	32
Otros	4
	269


Cámara de Valencia
Cadena de suministro, logística y movilidad
Ahorro y Eficiencia energética
Certificaciones, Sellos y/o etiquetado ambiental
Comunicación ambiental, Memorias de Sostenibilidad
Convocatorias de ayudas y subvenciones
Digitalización y Sostenibilidad
Ecodiseño y análisis del Ciclo de Vida
Energías Renovables
Gestión de aguas y vertidos
Gestión de emisiones y contaminación atmosférica
Gestión de residuos
Gestión medioambiental
Huella de carbono/Huella hídrica/Huella ambiental/etc.
Innovación de producto, procesos y servicios
Legislación y normativa
Sensibilización y Jornadas
Otros