



Atlas de la Empresa Comprometida de ANDALUCÍA 2024



Economía Digital Andalucía

www.economiadigital.es/andalucia

MERCADOS21.es

www.mercados21.es

Primera edición

Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

Año 2024

Dirección

Julián Rodríguez
Javier González Flores

Dirección técnica

Marcelino Fernández Mallo

Dirección de desarrollo

Virgilio Costas

ECONOMÍA DIGITAL

Editor

Juan García

Director

Bernat García

MERCADOS21.ES

Paloma Gutiérrez

Idea original:

Economía Digital Galicia

Equipo técnico y diseño:

Táctica y Estrategia de Comunicación

Edita: Economía Digital de Galicia S.L. B70325923

Imágenes: Banco de imágenes Freepik



**Atlas
de la Empresa
Comprometida
de ANDALUCÍA**

CON EL APOYO DE:



MERCADOS21.es

Qué es el Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía	05
Empresas participantes	09
Los frutos del crecimiento de Economía Digital	15
Juan García. Editor del Grupo Economía Digital	
Hacia la senda de la auténtica competitividad sostenible	16
Javier González Flores. Director de Mercados21	
El Compromiso como concepto revolucionario para las empresas	17
Marcelino Fernández Mallo. Economista y consultor	
Conclusiones generales	19
Categoría <i>Buen Gobierno</i>	25
Ética	
Transparencia	
Pacto Mundial de la ONU	
Pago de impuesto Sociedades	
Resultados categoría <i>Buen Gobierno</i>	
Categoría <i>Medio Ambiente</i>	33
Gestión ambiental	
Huella de carbono	
Energía	
Gestión del agua	
Economía circular	
Resultados categoría <i>Medio Ambiente</i>	
Categoría <i>Entorno</i>	43
Proveedores locales	
Expansión mercados	
Personal en Andalucía	
Agentes sociales	
I+D	
Resultados categoría <i>Entorno</i>	
Categoría <i>Personas</i>	53
Evolución de personal	
Condiciones laborales	
Formación	
Integración	
Igualdad	
Participación	
Resultados categoría <i>Personas</i>	
Metodología	61
Resultados de las empresas participantes	66

A photograph of a business meeting in progress. Several people are gathered around a table, looking at and pointing to various documents and charts. The charts include pie charts and bar graphs. The background is slightly blurred, showing a modern office environment with a brick wall and a hanging light fixture. A solid light blue rectangle is positioned on the left side of the image, partially overlapping the text.

El Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

Qué es el Atlas

La **sostenibilidad** ha llegado a la economía y a la empresa para cambiarlo todo. Adoptar un **nuevo enfoque** que integre principios sociales y medioambientales se ha vuelto imprescindible en cualquier estrategia.

Las crecientes **expectativas de los consumidores**, unidas a la necesidad de afrontar **retos globales** como el cambio climático, la escasez de recursos y las desigualdades, impulsan a las empresas a superar el puro beneficio económico como único objetivo corporativo y a abordar decisiones a favor de la **sociedad** y el **medio ambiente**. La **sostenibilidad** ha pasado de ser una opción para convertirse en un **requisito esencial** que contribuya a asegurar la competitividad y la propia supervivencia.

Los **consumidores** han incorporado la sostenibilidad a sus decisiones de compra. Estas no solo dependen ya de la calidad y precio de productos y servicios: el comportamiento ético y la conciencia ambiental de las empresas se han convertido en factores de primer orden en las **decisiones de consumo**. Esta evolución en las prioridades del mercado significa que aquellas organizaciones que incorporan prácticas responsables se posicionan mejor, tanto en términos de reputación como de fidelización de clientes.

Así pues, las **empresas** están llamadas a desempeñar un **papel activo** en la solución a desafíos como el cambio climático o la desigualdad social. Adoptar estrategias sostenibles no solo responde a estas expectativas sociales, sino que fortalece la capacidad de las organizaciones para gestionar riesgos y cumplir con las crecientes exigencias regulatorias. Las em-

presas que asimilan este enfoque optimizan sus operaciones al tiempo que se preparan para un futuro más incierto y desafiante.

Como no podía ser de otra forma, las **Administraciones públicas** no se han quedado atrás y llevan años promoviendo políticas que obligan a contemplar los **criterios ESG** (ambientales, sociales y de gobernanza) en la práctica empresarial.

La **Unión Europea**, al amparo de un Pacto Verde que hoy vive tiempos de cierta zozobra, ha liderado la formación de un cuerpo legislativo que busca transformar la economía europea hacia un modelo más sostenible y resiliente. Este marco incluye normativas y criterios dirigidos a evaluar el comportamiento sostenible de las empresas y clasificar productos e inversiones según su impacto ambiental y social.

El *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* nace con el objetivo de promover este cambio de modelo dentro del tejido empresarial andaluz. A través de su metodología absolutamente objetiva (véase el capítulo dedicado a la Metodología), ofrece una herramienta para evaluar el **compromiso de las empresas** en cuatro áreas fundamentales: Buen Gobierno, Medio Ambiente, Entorno y Personas.

El proyecto se ha concebido y desarrollado para facilitar un análisis profundo de las decisiones estratégicas que las empresas están tomando para enfrentar los retos de sostenibilidad, entendida ésta en un sentido amplio. De esta forma, el Atlas tiene vocación de convertirse en una **referencia útil**

6 Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

para aquellas empresas que desean avanzar hacia un modelo más comprometido con la sociedad en las que desarrollan su actividad.

El **objetivo** principal del Atlas es poner en valor las acciones y estrategias empresariales capaces de definir la nueva economía de la sostenibilidad. La **metodología** que utiliza, rigurosa y neutral, permite identificar aquellas organizaciones más comprometidas, no para generar una clasificación, sino para destacar **ejemplos inspiradores** que puedan servir de guía para otras compañías.

Así, el Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía no es solo una herramienta de evaluación, sino un impulsor de un cambio positivo hacia una economía más justa, respetuosa con el medio ambiente y capaz de contribuir al desarrollo sostenible de Andalucía.







Empresas participantes

El poder de la industria y el comercio

El *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* es un proyecto de investigación que busca medir y poner en valor el compromiso de las principales empresas andaluzas con su entorno, el medio ambiente, las personas y el buen gobierno. Esos son los grandes ejes de una iniciativa que permitirá conocer de forma objetiva y parametrizada los esfuerzos que realizan las compañías con sede en Andalucía en cuanto a creación de riqueza sostenible (ESG), sea cual sea el sector en el que operen.

Esta iniciativa, innovadora y pionera en la comunidad andaluza, es fruto de la alianza entre el **Grupo Economía Digital**; el medio digital especializado en información económica y de referencia en el ámbito nacional y con edición propia en Andalucía; y **Mercados 21**, como medio empresarial y económico de gran implantación en el sur de España, con presencia en Andalucía y Extremadura, con el fin de aportar valor al tejido productivo de la región.

Para la obtención de los datos, se ha invitado a través de Economía Digital y Mercados 21 a todas las empresas de Andalucía, con una facturación superior a 1 millón de euros, a formar parte de la primera edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*.

Posteriormente, el equipo de Economía Digital y Mercados 21 contactaron directamente con más de 1.000 empresas andaluzas con una facturación superior a los 6 millones de euros, por su capacidad de liderazgo económico y la posibilidad de que se conviertan en ejemplo a seguir por las compañías de menor tamaño.

Tras el periodo de recogida de datos, entre junio y septiembre de 2024, la primera edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* contó con la participación de **46 empresas** que suman una **facturación** global de **33.990 millones de euros** en el año 2023, una cifra equivalente al **18,8%** del **PIB** de Andalucía.

Empresas
consultadas



1.000

Empresas
participantes



46

Facturación
global empresas
participantes



33.990 M€

Empleo directo
empresas
participantes



64.555

Porcentaje
equivalente
al PIB

18,8%



10 Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

El análisis pormenorizado de las empresas participantes en la primera edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* por **sectores** revela un **peso importante** de las compañías de la **industria manufacturera**, que representan el 23,2% de la facturación global, el 17,3% del empleo y el 19,6% del total de las sociedades participantes. Sin embargo, en el conjunto de la economía andaluza, este sector supone el 6,8% del total, según los datos del INE¹.

Siguiendo la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), la participación de las empresas de la industria extractiva, suministro de energía eléctrica, gas y agua representan el 12,9% de la suma global de

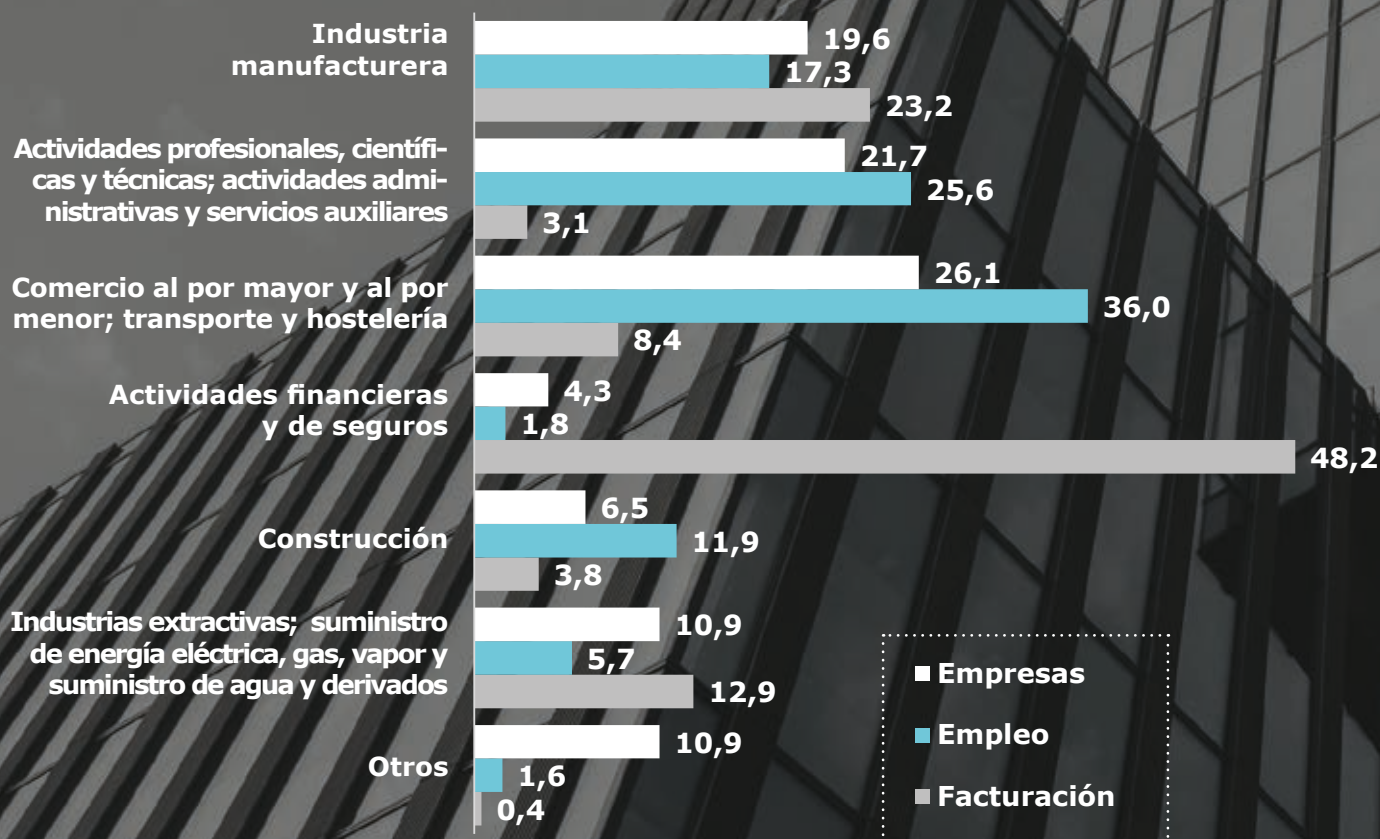
las compañías participantes (este sector significa el 11,6% del PIB de Andalucía), el 5,7% del empleo y el 10,9% del número de entidades que forman parte del Atlas.

El estudio revela también que las empresas del sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas (el 21,7% del total) representan el 25,6% del empleo global, aunque tan solo suponen el 3,1% de la cifra de negocios global. El 26,1% de las compañías del Atlas pertenecen al sector del comercio al por mayor, transporte, logística y hostelería y suman el 36% del empleo, aunque tan sólo el 8,4% de la facturación. En el conjunto de la economía regional el sector es el 5,4%.

1. INE. Contabilidad regional de España. Resultados https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736167628&menu=resultados&idp=1254735576581

Empresas

por sectores de actividad

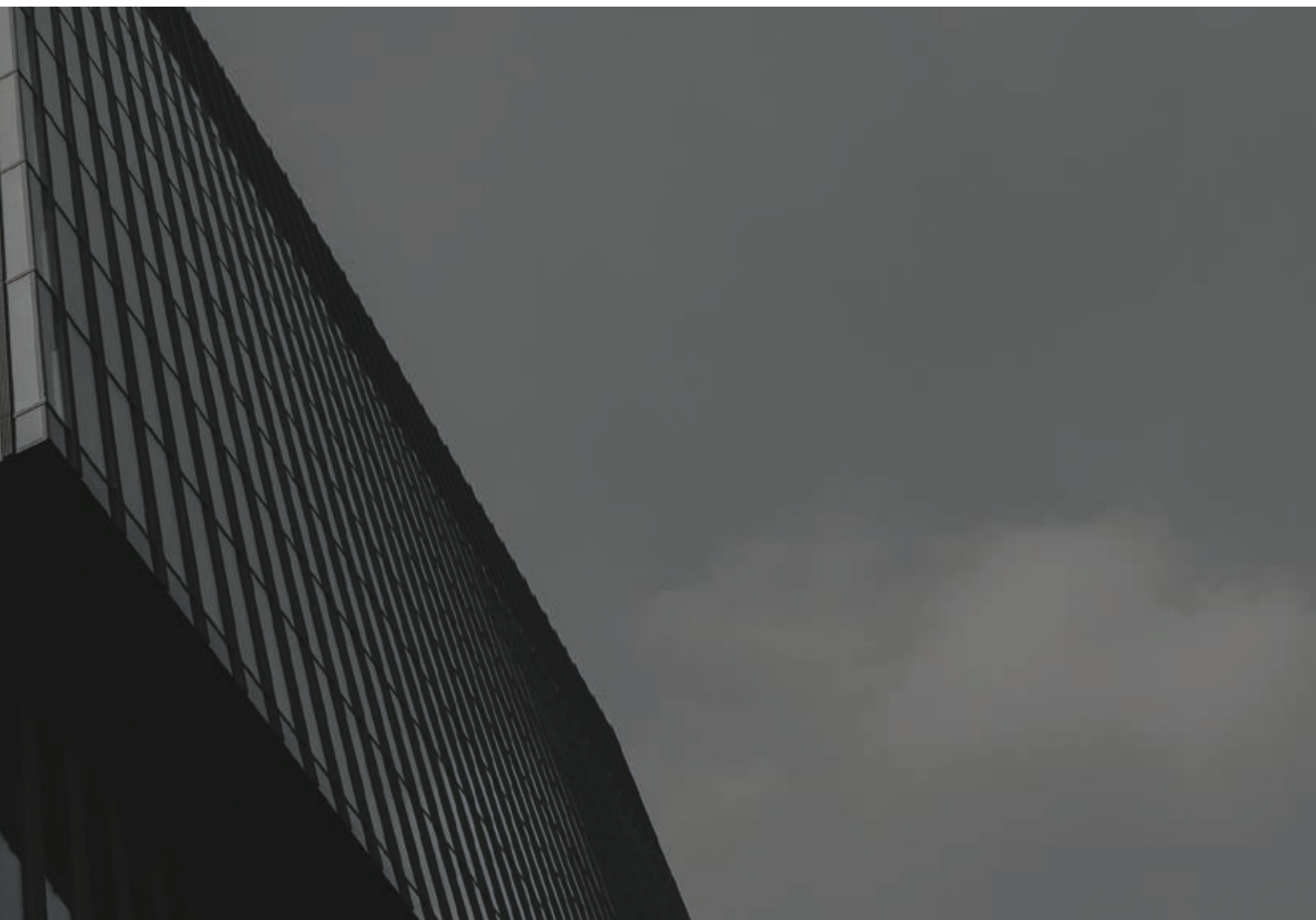


Las entidades dedicadas a **actividades financieras** tienen un **peso muy significativo** en la facturación del Atlas (48,2%), aunque hay que atribuirlo a la participación de Caja Rural Sur, con una cifra de negocios de 16.364 millones de euros. Sin embargo, tan solo suman el 1,8% del empleo generado.

Por **tamaño**, el 17,3% de las sociedades mercantiles participantes en el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* superan los 1.000 millones de euros de facturación; el 6,5% se encuentran en un rango de entre 500 y 1.000 millones de euros; el 13%, entre 100 y 500 millones de euros; idéntico porcentaje de las empresas con una cifra de negocios entre 50 y 100 millones de euros.

El 50% de las compañías está en un rango de ingresos inferior a los 50 millones de euros. Este dato es un reflejo de que el **compromiso con la sostenibilidad**, el buen gobierno, el entorno y las personas **no es sólo una cuestión** de las **grandes entidades** si no que llega también a las de tamaño medio.

Facturación	Nº empresas
Más de 1.000 millones €	8
Entre 500 y 1.000 millones €	3
Entre 100 y 500 millones €	6
Entre 50 y 100 millones €	6
Entre 10 y 50 millones €	11
Menos de 10 millones €	12



12 Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

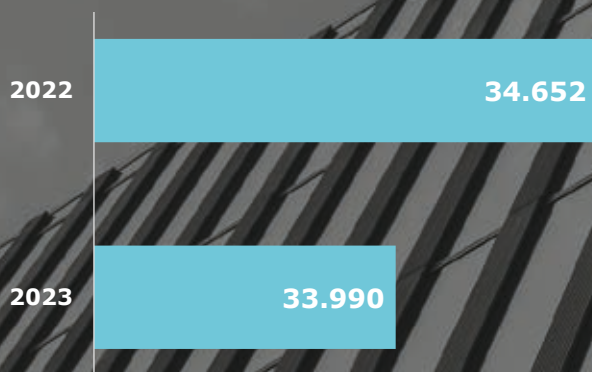
El análisis de la **evolución de las empresas** en 2023 respecto al ejercicio anterior revela que, en su conjunto, experimentaron un leve retroceso del 1,9%, tras pasar de 34.652 millones de euros de **facturación** en 2022 a los 33.990 millones de euros en 2023 (-663 M€).

No obstante, esta situación hay que atribuirlo en exclusiva al comportamiento de una compañía, con un descenso del 45,4% de su cifra de negocios. Si no se contabilizase a esta entidad, la evolución global sería un 9,5% superior. Esta situación se refleja en el análisis del **empleo**, ya que las entidades mercantiles incrementaron sus plantillas en un 10,3%, tras pasar de 58.532 trabajadores en 2022 a 64.555 puestos de trabajo (+6.023).

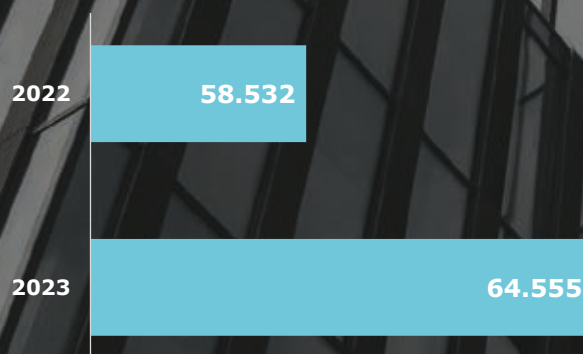
El análisis de la **participación territorial** ofrece una imagen con un mayor peso de las empresas de **Sevilla**. El 63% de las compañías que participaron en el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* tiene sede en esta provincia y representa el 72,6% de la facturación global. Le siguen las entidades mercantiles con sede en Granada (13%), con una cifra de negocios del 6,1% del total; y de Huelva (8,7%), que suponen el 8,6 de la facturación. El resto de las provincias que forman parte del Atlas aportan el 15% del total de las compañías, que son el 12,6% de los ingresos globales.

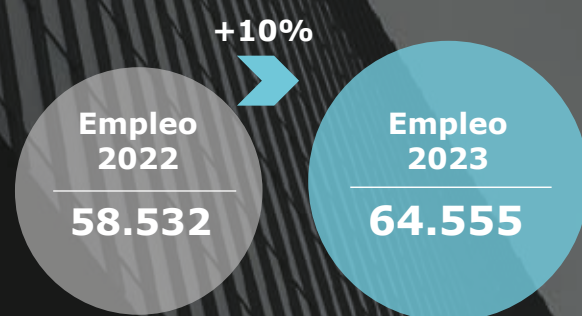
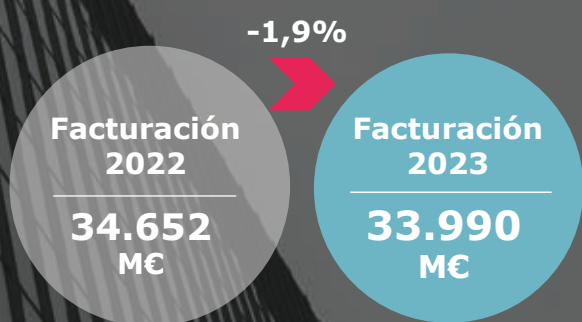
Magnitudes básicas de las empresas participantes por sectores

FACTURACIÓN (M€)

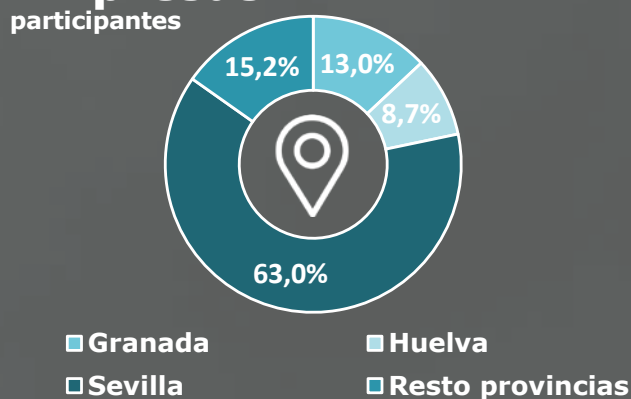


EMPLEOS

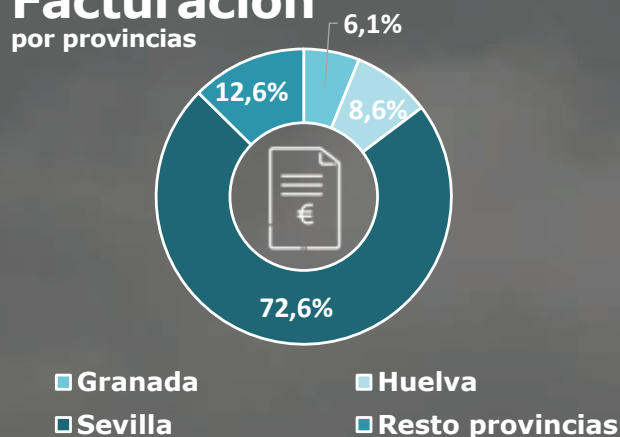




Empresas participantes



Facturación por provincias





Los frutos del crecimiento de Economía Digital

Juan García

Editor del Grupo Economía Digital

Lo que tienen ustedes en sus manos, o ante sus ojos, es el resultado de prácticamente cinco años de análisis del compromiso con la sostenibilidad de una parte importante del empresariado. La primera edición y versión de este Atlas data del año 2020 en Galicia. El objetivo era, y es, traspasar el marco informativo en el que un grupo de medios, como Economía Digital, se desenvuelve y dar un paso más allá: ofrecer a la sociedad un conjunto estructurado de datos para que, a partir de este marco, sus principales actores -políticos, instituciones, empresas...- saquen las conclusiones y tomen las decisiones que consideren pertinentes.

Ese fue el motivo que nos movió en 2020 a poner en marcha el Atlas de la Empresa Comprometida en Galicia. Apenas un año después, entendimos que debíamos completar ese examen, parcial pues afectaba a sólo una parte de los protagonistas de la acción social, las empresas, y extenderlo a las ciudades, el escenario donde se relaciona mayoritariamente la sociedad actual. Nació de esta manera en 2021 el Atlas Urbano de la Sostenibilidad en Galicia.

Ambas iniciativas obtuvieron de inmediato el reconocimiento de empresas e instituciones que apreciaron tanto lo que pretendían -medir de una manera objetiva los avances hacia la sostenibilidad, entendida ésta como el modelo de desarrollo que goza hoy del mayor consenso social- como el rigor con que estaban elaboradas, al estar dirigidas por académicos que aportaban la metodología necesaria para la validez de los análisis.

Los recelos que inicialmente hubiera podido despertar este proyecto fueron descartados desde la primera publicación, pues los Atlas no señalan a nadie, sino que diagnostican y valoran los avances o no en base a unas decenas de indicadores. Las conclusiones políticas que se deriven de esos datos no nos corresponden.

Los Atlas han seguido año a año su trayectoria y desde el año pasado se realiza también el Atlas de la Empresa Comprometida en Euskadi y, desde este año, en Andalucía, que es el producto que tiene usted ante sí.

Para nosotros, el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* es un producto que nos llena de orgullo y satisfacción, porque es también el fruto del crecimiento de Economía Digital en esta región, desde el momento en que decidimos abrir una edición en 2023.

Obviamente, este trabajo no habría sido posible sin el compromiso, también, de nuestros periodistas y colaboradores, y sin el apoyo absolutamente desinteresado en cuanto a un posible retorno propio y sí, en cambio, en cuanto a poner en manos de la sociedad nuevas herramientas de análisis, de nuestros patrocinadores.

Hacia la senda de la auténtica competitividad sostenible

Javier González Flores
Director de Mercados21

Vivimos tiempos complejos y convulsos, de gran incertidumbre geopolítica, con importantes derivadas económicas, sociales y humanitarias. Cuando aún apenas hemos conseguido reponernos de una crisis sanitaria sin precedentes, los conflictos bélicos, la conformación de nuevos bloques políticos a escala internacional, las cortapisas a un comercio internacional justo, y el cuidado de un planeta ambientalmente degradado suponen retos y desafíos urgentes y prioritarios para todos los agentes políticos, económicos y sociales.

Ahora bien, ¿qué puede y debe hacer la empresa en un escenario como este? ¿Qué participación le corresponde? En opinión de una gran mayoría de expertos en estrategia empresarial, seguir cumpliendo con su misión: ser perdurables y competitivas en el tiempo. Pero para ello debe hacerlo desde nuevos presupuestos -y bajo nuevos parámetros- que van más allá del legítimo beneficio económico, e incorpore una visión global de sus fines y objetivos, que comprenda aspectos ambientales, de gobernanza, comportamiento ético, gestión de equipos y retorno social.

Es decir, que tenga en cuenta en su acción a todos sus grupos de interés o *stakeholders*. De tal manera, que puede aseverarse que las empresas o son sostenibles o no serán en absoluto; redefiniendo el concepto de competitividad bajo rigurosos criterios de sostenibilidad.

Teniendo en consideración todas estas variables, la UE decidió trazar su senda de desarrollo futuro con el impulso de la Agenda 2030, con un peso muy relevante del Pacto Verde, y de una economía de las personas, donde la digitalización juega un papel central.

Esta transformación hacia una Europa sostenible requiere de un esfuerzo de inversión en todos los sectores de la economía. Se calcula que para alcanzar los objetivos de clima y energía para 2030 requerirá inversiones adicionales de 260.000 millones de euros cada año. Como consecuencia, el sistema financiero será cada vez más sensible a todas aquellas iniciativas y proyectos empresariales que puedan demostrar su verdadero carácter sostenible.

Es, dentro de este contexto, donde los retos y desafíos señalados al principio se convierten en oportunidades para el tejido productivo, para avanzar en una gestión empresarial auténticamente transformadora.

En una línea similar, esta vez poniendo el acento en la innovación, otra de las grandes palancas de la competitividad bien entendida, se posiciona el reciente informe

Draghi. Alentando a las instituciones y empresas europeas a una gran alianza que fortalezca los cimientos de la capacidad competitiva del continente.

En este panorama, y con el objetivo de aportar herramientas e instrumentos de calidad que contribuyan a la mejora de la actividad empresarial, Mercados 21-medio económico de referencia en el Sur de España- lanza, junto a Economía Digital, este I *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*. Un estudio que realiza una radiografía de la situación de la empresa andaluza en relación con los criterios ESG, agrupados en cuatro bloques temáticos sobre Buen Gobierno, Medio Ambiente, Entorno y Personas.

Más allá del estado actual de las empresas andaluzas en relación con estos criterios, el Atlas aporta un gran valor: apunta y señala nuevas áreas y vías de mejora; alumbrando nuevos nichos y oportunidades de desarrollo y crecimiento. Entre ellos, el gran potencial que representa el proceso de transformación digital desde los puntos de vista interno y externo. Tanto en la mejora de la estructura organizativa y su cadena de valor, como desde la perspectiva de posicionamiento de mercado y acercamiento psicológico al cliente. Planos en los que tecnologías como la Inteligencia Artificial, la automatización y robotización productiva, o los gemelos digitales incrementarán su impacto.

En este primer Atlas, han participado empresas de sectores y tamaños muy distintos. Y, aunque de las respuestas se puede inferir los diferentes estadios en los que se encuentra cada una de ellas en relación con los criterios de ESG transversales, en su conjunto constatan los avances y el compromiso de las empresas andaluzas hacia una economía más sostenible. No solo de sectores con tanto peso como el agroalimentario y turístico, espinas dorsales del sistema económico andaluz, sino de otros cuya evolución y contribución es francamente reseñable como son aeroespacial, TIC o formación.

Finalizo agradeciendo la colaboración de los patrocinadores, las empresas participantes y los profesionales que han hecho posible esta primera edición. Consciente de que el cuestionario que sirve de base para el informe ha podido despertar reticencias, animo a aquellas empresas que no han participado en esta primera ocasión, a que lo hagan en la próxima.

El compromiso como concepto revolucionario para las empresas

Marcelino Fernández Mallo
Economista y consultor

El proyecto de Economía Digital en torno al compromiso empresarial comenzó su andadura en 2020 en Galicia, con una visión rupturista y un propósito claro: redefinir la función de la empresa en un entorno plagado de grandes desafíos colectivos. Lo que en un principio parecía una tarea casi utópica, se ha convertido en un punto de inflexión para aquellas organizaciones que asumen la necesidad de revisar su rol en la sociedad. Cuatro años después de aquel 2020, la idea de compromiso ha dejado de ser una palabra atractiva para convertirse en un auténtico motor de transformación.

No hace tanto aún se veía el mundo corporativo como un espacio regido prácticamente en exclusiva por el beneficio económico; algunos, admitámoslo, todavía continúan en esa tesitura. Lo revolucionario de utilizar el término “compromiso” en referencia a las empresas, radica en la circunstancia inédita de que el beneficio deja de ser el primer elemento a considerar a la hora de valorar el desempeño de un grupo o compañía. Una actitud comprometida implica superar esa noción reduccionista y colocar en un primer plano la responsabilidad de cada empresa respecto a un medioambiente amenazado, a una sociedad alarmada y a unas prácticas de gobierno donde imperen la transparencia y la ética. Esta nueva concepción, que ha dado lugar a los llamados criterios ESG, exige a las organizaciones integrar tales factores no como actividades colaterales sino dentro de su propio núcleo estratégico.

Vinculado al concepto de compromiso empresarial, han emergido en estos últimos cuatro años unos objetivos de sostenibilidad que requieren esfuerzos a todos los niveles: los países y territorios, las instituciones, las empresas y las personas. La pandemia del coronavirus, las manifestaciones cada año más crudas del calentamiento global, y las demandas sociales para la reducción de las desigualdades, han colocado la sostenibilidad como eje central del debate empresarial. Un estudio reciente de Accenture, desvelaba que el 62% de los CEOs consideran que la sostenibilidad es un elemento crucial para la supervivencia y el crecimiento de sus empresas.

El compromiso y la sostenibilidad no son simples opciones a considerar; son exigencias prioritarias a introducir en cualquier política empresarial. Empresas

de todos los sectores están bajo presión para reducir su impacto ambiental, profundizar en sus relaciones con la sociedad, mejorar las condiciones de trabajo, y adoptar prácticas de gobernanza que garanticen la transparencia y la ética. El compromiso ya no se mide únicamente en términos de responsabilidad social corporativa, sino en acciones concretas que aborden los problemas más urgentes de la sociedad y de nuestro medio natural. Sociedad y medio natural unidos porque el cambio climático no es un simple problema ambiental sino una cuestión de extraordinario impacto económico y social.

Este enfoque integral justifica pensar que la respuesta no puede venir de medidas esporádicas o iniciativas aisladas de las empresas. Es necesario que cada decisión esté alineada con una visión a largo plazo, que los planes alcancen todos los ámbitos de la organización, y que cada dinámica de actuación individual resulte coherente y compatible desde un punto de vista colectivo. De ahí que la inspiración o el estímulo institucional, que muy bien pueden ilustrar el Pacto Verde Europeo o las Leyes –española y andaluza– de Cambio Climático y Transición Energética, resulten tan fundamentales, y que incluyan amplios y ambiciosos objetivos a perseguir en períodos específicos de tiempo.

Tenemos que enfrentar un enorme desafío, como individuos que residimos en comunidad y habitantes de un planeta enfermo. Aquellas organizaciones que lo entiendan de esta manera, que decidan ser parte de la solución y nunca del problema, contribuirán al progreso de las sociedades y territorios en los que están emplazados –en este caso, Andalucía–. Además, estarán dando respuesta a una demanda concreta de la ciudadanía para que, entre todos, consigamos revertir la infausta dinámica a la que nos ha condenado el calentamiento global y las prácticas económicas nocivas que hemos permitido durante décadas.

El *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* –AECA– nace para dar respuesta a este conjunto de reflexiones y para ayudar a la empresa andaluza a definir el camino a seguir. Tal como afirma Jeremy Rifkin, “el desarrollo sostenible no es una opción, es una necesidad para asegurar un futuro próspero”. En Andalucía, ese futuro ya ha comenzado tal como demuestra la primera edición del AECA que aquí presentamos.

Conclusiones generales



El inicio de un largo camino

El *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* evalúa el índice de **compromiso social y sostenibilidad** de la empresa andaluza y para ello recurre a **cuatro categorías**:

- A. Buen Gobierno.** Incluye la ética empresarial, la transparencia, la gobernanza, la posición ante los ODS y la contribución impositiva.
- B. Medio Ambiente.** Monitoriza la política medioambiental de cada empresa, las emisiones de gases efecto invernadero, el uso de energías renovables, el tratamiento del agua y la aplicación de criterios de economía circular.
- C. Entorno.** Mide la procedencia de proveedores, la expansión de mercados, la localización de la sede y los centros de producción, la relación con agentes sociales y la política de I+D.
- D. Personas.** Analiza la evolución de la plantilla, la formación, las condiciones laborales, la integración, la igualdad y la participación de los trabajadores.



La **conclusión general** que se extrae de los resultados del estudio es que la **empresa andaluza** tiene un **amplio espacio de desarrollo** por delante, ya que ofrece resultados insuficientes en las categorías de Medio Ambiente y Personas y un resultado aceptable en Buen Gobierno. En la categoría de Entorno, en la cual se valora la relación de la empresa con el conjunto de la sociedad, los resultados muestran un cariz más positivo.

Las **puntuaciones por categoría**, basadas en cálculos sobre base 10, son:

Categoría	Puntuación
Buen Gobierno	5,35
Medio Ambiente	4,40
Entorno	6,18
Personas	4,79

En el **análisis por categorías**, se identifican aquellas variables con buen cumplimiento frente a otras con un amplio margen de actuación. En términos generales, las **variables con mejor desempeño** son Ética (Buen Gobierno); Economía circular y Planificación (Medio Ambiente); la concentración del personal en Andalucía (Entorno); y las condiciones laborales (Personas). En la exposición de cada una de las categorías, se profundizará en el análisis de estas valoraciones.

En el polo opuesto encontramos las **variables con un menor desempeño** según los resultados del Atlas. Son la transparencia y la posición ante los ODS, dentro de la categoría de Buen Gobierno; la evolución de la huella

de carbono, las certificaciones ambientales y el tratamiento del agua (Medio Ambiente); la expansión de mercados (Entorno); y la integración de personal laboral con discapacidad, en la categoría Personas.

En el análisis singular, encontramos **doce empresas** que muestran una **valoración satisfactoria** en las **cuatro categorías**, lo cual implica un compromiso integral de estas compañías respecto a la sostenibilidad y el progreso social. Estas empresas son **Aguas de Huelva, Atlantic Copper, Caja Rural del Sur, Educa Edtech, Endesa Generación, Grupo Abades, Grupo Azvi, Hidralia, Inés Rosales, Jarquil, Supermercados Tu Súper y Unei Grupo Social.**

En un **segundo nivel de compromiso**, se situarían aquellas empresas o grupos con un desempeño destacable en **tres de las cuatro categorías** evaluadas. Son, en este caso, Aertec, AOKLab, Atalaya Riotinto, Cosentino, COVAP, Cremades & Calvo Sotelo, DCOOP, Grupo Forma 5, Grupo Inerco, Grupo Rusvel, Naturanda Turismo Ambiental, Silbon, Skylife Engineering, Tussam y Universidad Loyola.

En el polo opuesto, siete empresas no alcanzan la puntuación de 5/10 en ninguna de las cuatro categorías. Nos atrevemos a decir que el Atlas se ha concebido en especial para esas organizaciones que todavía no han dado el paso de definir una estrategia centrada en la sostenibilidad y el compromiso hacia la comunidad donde se asientan. Estas compañías son las que pueden obtener un mayor partido de los resultados de nuestro estudio.

Porque, al fin y al cabo, los resultados del Atlas aportan el valor de la confrontación entre la estrategia empresarial y la realidad de la comunidad en la que se desarrollan sus operaciones. La visión siempre será relativa, y ello porque no siempre es posible equiparar de forma plenamente ecuánime distintas realidades sectoriales y empresariales.

En cualquier caso, a partir de un enfoque transversal de las distintas variables que incorpora, el Atlas sí permite destacar las **empresas** con un **mejor comportamiento en cada área** del estudio y visualizar aquellos ámbitos de mayor desarrollo potencial, ya sea a través de la adopción de nuevas medidas y/o la implantación de mejoras en estrategias ya existentes.

A continuación se exponen los resultados en cada una de las cuatro categorías en que se clasifica el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*.

Empresas destacadas*

*Empresas con un desempeño destacable en las cuatro categorías evaluadas

(Por orden alfabético)

Aguas de Huelva
Atlantic Copper
Caja Rural del Sur
Educa Edtech
Endesa Generación
Grupo Abades
Grupo Azvi
Hidralia
Inés Rosales
Jarquil
Supermercados Tu Súper
Unei Grupo Social

Empresas relevantes**

**Empresas con un desempeño destacable en tres de las cuatro categorías evaluadas

(Por orden alfabético)

Aertec
AOKLab
Atalaya Riotinto
Cosentino
COVAP
Cremades & Calvo Sotelo
DCOOP
Grupo Forma 5
Grupo Inerco
Grupo Rusvel
Naturanda Turismo Ambiental
Silbon
Skylife Engineering
Tussam
Universidad Loyola



BUEN GOBIERNO





BUEN GOBIERNO

Notable en ética y gobernanza

Un **buen gobierno corporativo** busca equilibrar los intereses de todas las partes involucradas en torno a una empresa, al objeto de garantizar su sostenibilidad y el éxito a largo plazo. Por este motivo, existe esta categoría en el Atlas. Una empresa que observe criterios de buen gobierno adoptará estructuras y procesos que aseguran la transparencia, la responsabilidad y la toma de decisiones éticas. Implica una manera de dirigir y hacer de modo que sus estrategias, más allá del beneficio empresarial, contribuyen al **interés general de la comunidad** (en particular, aspectos asociados a las personas, y al medio ambiente) y observan principios de comportamiento éticos, con transparencia y pleno cumplimiento de la ley.

Para el estudio de la Categoría **Buen Gobierno**, se han identificado **cinco variables**, a través de las cuales se podrá evaluar el compromiso de la empresa en este ámbito. Son las siguientes:

- 1. Ética:** las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **7,1/10**.
- 2. Transparencia:** las empresas participantes alcanzan una puntuación media de **4,1/10**.
- 3. Gobernanza:** las empresas registran una puntuación media de **7,2/10**.
- 4. Pacto Mundial de la ONU:** las compañías registran una puntuación media de **4,1/10**.
- 5. Contribución impositiva sobre resultados:** no calificable según este baremo.

Variables	Puntuación (sobre un total de 10)
Ética	7,1
Transparencia	4,1
Gobernanza	7,2
Pacto Mundial ONU	4,1

Ética

Se establece el nivel en el cual la ética está presente en la estrategia de la organización. De acuerdo con la *European Business Ethic Network*, se entiende por ética la aplicación de unas "prácticas en las que se implican las normas y valores de los individuos, de las empresas y de la sociedad". Para su medición, se recurre a los **atributos** dicotómicos (respuesta Sí / No) siguientes:

- Existencia en la organización de un **código** o herramienta similar en el que se expresen las expectativas respecto a la ética en el trabajo.
- Procesos y/o herramientas en la organización para el **seguimiento del cumplimiento** de las normas sobre comportamiento ético, y un régimen sancionador específico.
- Existencia de procesos específicos de **información y transparencia** de la aplicación del código ético tales como pueden ser la disponibilidad de un correo para la denuncia anónima o canales de comunicación de los posibles casos de aplicación del código.
- **Comunicación del código ético** a los proveedores y exigencia de su cumplimiento.

Además, se tiene en cuenta la disponibilidad por parte de la empresa de **certificaciones de carácter ético** tales como serían la ISO 9001 de Código de Conducta y Ética; la ISO 37001 de Sistema de gestión para prevenir el soborno; UNE 19601-19602 Certificación de Prevención de delitos; Norma SA8000 de la Empresa responsable; o la SGE 21 de Sistema de gestión ética.

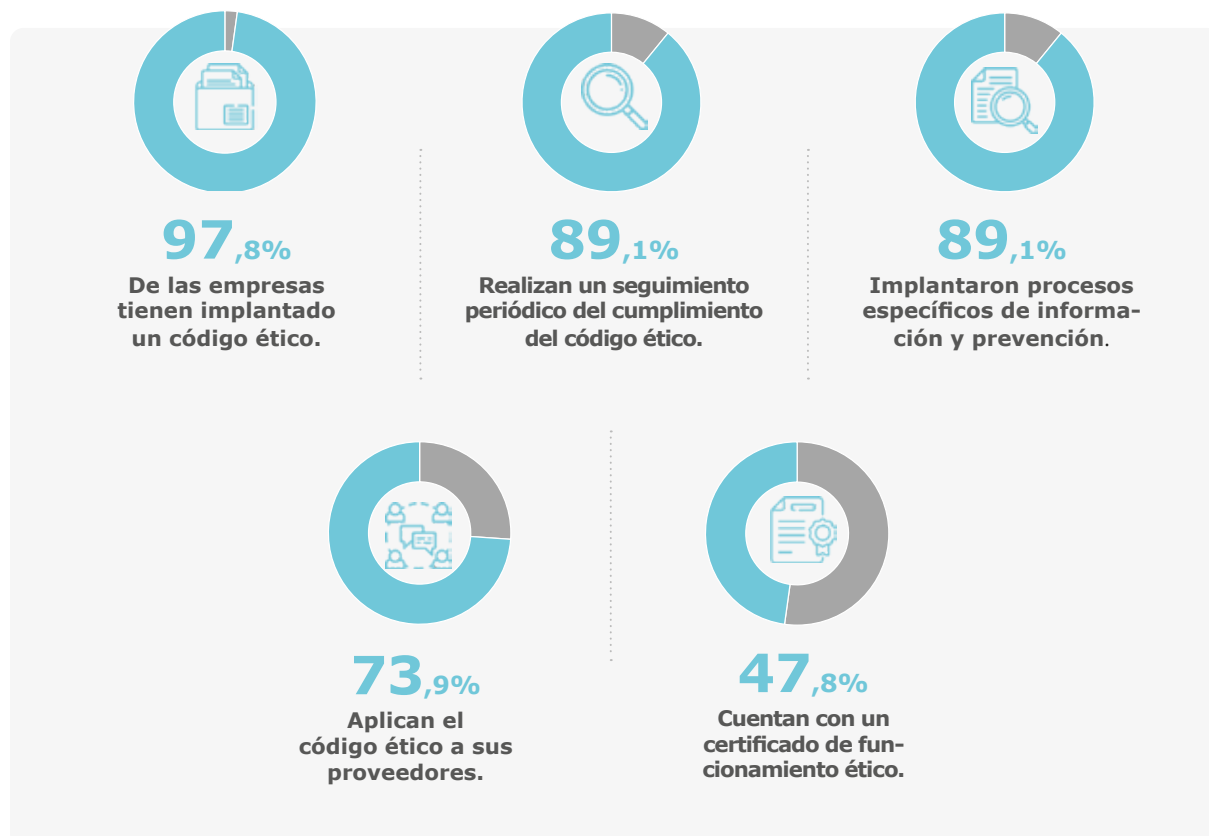
De acuerdo con los **resultados** del Atlas, las empresas andaluzas muestran una **preocupación manifiesta** por mantener una **gestión ética**. Nada menos que el **84,8%** de ellas muestran una valoración por encima de 5/10 (se podría decir que "aprueban la asignatura de ética").

El 97,8% de las empresas participantes declaran tener implantando un código ético; el 89,1% realizan un seguimiento periódico de su cumplimiento; un 89,1% de las empresas

implantaron procesos específicos de información y prevención, y un 73,9% de ellas afirman aplicar el código ético a sus proveedores.

La preocupación manifestada en materia de comportamiento ético no se traslada con la misma determinación a la **posesión de certificados** emitidos por una agencia de normalización. Es cierto que el **47,8%** de las empresas poseen un certificado de funcionamiento ético, lo cual es un número apreciable que, sin embargo, permite detectar que el 52,2% de las empresas del Atlas, no han llevado a cabo las tareas necesarias para certificar su actividad.

Debe destacarse que 11 **empresas** del Atlas alcanzan la más alta valoración posible en gestión ética. Se trata de **Aertec, Ayesa, AOKLab, Atlantic Copper, Caja Rural del Sur, Educa Edtech, Endesa Generación, Grupo Abades, Grupo Azvi, Grupo Rusvel e Hidralia.**



Transparencia

La **transparencia** es otro concepto presente en la categoría Buen Gobierno del Atlas. Implica la difusión clara de la información relevante sobre las operaciones, finanzas y decisiones de la empresa. Se trata de proporcionar a todas las partes interesadas, internas y externas, una visión honesta y completa de la organización para fomentar la confianza, la responsabilidad y la toma de decisiones informada. A este respecto, la posición de la empresa andaluza se describe, a partir de los datos siguientes:

Una conclusión evidente, a la vista de las cifras anteriores, es el **amplio margen de mejora** existente entre las empresas andaluzas en materia de transparencia. De hecho, únicamente un 41,7% de ellas obtiene una valoración que se puede calificar de aceptable (mínimo de 5 sobre 10 puntos). Las mejores valoraciones sobre esta variable corresponden a **Atalaya Riotinto, DCOOP, Educa Edtech, Lampaignere, Skylife Engineering y Tussam**.



Publica los *curriculum vitae* de los miembros del consejo de administración y del comité directivo

23,9%



Publica las retribuciones del consejo de administración y del comité de dirección

30,4%



Publica el plan estratégico y planes y programas anuales y plurianuales

32,6%



Publica el plan de sostenibilidad

47,8%



Publica el dominio o estructura de propiedad de la empresa

56,5%



Publica los informes de auditoría y control financiero emitidos por empresas externas

50,0%



Publica la previsión de balance y cuenta de resultados para el próximo ejercicio

21,7%



Publica los costes, ingresos y resultados de los distintos servicios, actividades o líneas de negocio

43,5%



Publica las principales inversiones del ejercicio contable

50,0%



Publica las subvenciones y ayudas en general recibidas de cualquier institución pública

56,5%



Publica los contratos y concesiones recibidas de cualquier institución de carácter público

37,0%



Gobernanza

La gobernanza se refiere al conjunto de estructuras, procesos y prácticas a través de las cuales una empresa es dirigida y controlada. La **buena gobernanza** implica la adopción de mecanismos que garantizan la rendición de cuentas, la equidad, la responsabilidad y la alineación de los intereses de los accionistas con los de la organización. Esto incluye la composición del consejo de administración, la gestión de riesgos, el cumplimiento normativo y la supervisión de la conducta corporativa.

El Atlas plantea cuatro cuestiones para evaluar el desempeño de las empresas en materia de gobernanza y estos son los resultados:

- El **73,9%** de las empresas del Atlas lleva a cabo una **evaluación anual** del desempeño de los órganos de gobierno de la empresa.
- Igualmente, un **73,9%** de ellas trata en los **órganos de gobierno** las incidencias, riesgos y oportunidades relacionados con la **sostenibilidad**.
- En el **63%** de las compañías existe algún miembro de los **órganos de gobierno** con conocimiento y capacidad reconocida en materia de sostenibilidad.
- En el **76,1%** se identifican los posibles **conflictos de interés** entre los miembros del comité de dirección y la estrategia, modelo de negocio y objetivos de la empresa.

A la vista de los datos, la **posición de la empresa andaluza** debe considerarse buena en materia de gobernanza, con un **78,3%** de la muestra con un **resultado por encima de 5** sobre 10. Hay que reseñar que el 50% de las empresas del Atlas, cumplen los cuatro atributos de gobernanza seleccionados.

Pacto Mundial de la ONU

La adhesión al Pacto Mundial de la ONU por los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** garantiza un compromiso tangible con prácticas empresariales socialmente responsables y sostenibles, alineadas con estándares globales que buscan abordar desafíos críticos y contribuir al desarrollo sostenible a nivel mundial. Al respecto, un **34,8%** de las empresas del Atlas se encuentran **adheridas al Pacto Mundial** de la ONU, mientras que un 13% (6 empresas) se encuentran en proceso de adhesión. El 52,2% restante de las compañías del Atlas declaran que ni están en el Pacto Mundial ni prevén sumarse en el corto plazo.

Esos resultados, reflejan el **margen de mejora** para la integración y alineamiento de las prácticas de la empresa andaluza a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. La adhesión al Pacto Mundial tiene un efecto positivo en la reputación de las empresas ante inversores y clientes comprometidos con la sostenibilidad, así como por su potencial para el fomento de la innovación y la optimización de recursos.

Impuesto Sociedades

La inclusión del pago de impuestos en la categoría de Buen Gobierno se justifica como una muestra de la **responsabilidad fiscal** de las empresas y su contribución al sostenimiento de servicios públicos esenciales y al desarrollo socioeconómico de su comunidad. Esta variable pone en valor la aportación de las compañías y fortalece la confianza, tanto de los inversores como de la sociedad en general. El Atlas utiliza el cálculo de la relación entre la cantidad abonada sobre los resultados y sobre la facturación.

La distribución del pago del Impuesto de Sociedades por tramos muestra diferencias notables, que pueden deberse, en parte, a un

aprovechamiento más eficaz de los incentivos fiscales, como las deducciones por actividades de I+D o por inversiones en sostenibilidad, así como a la propia evolución de sus resultados económicos. En cualquier caso, el Atlas valora positivamente la variable Pago de impuestos por su contribución al progreso y la promoción de la igualdad social.

En **promedio**, las empresas del Atlas han pagado en el Impuesto de Sociedades un **17,4% de su beneficio** (media aritmética de las 46 empresas). Las empresas con una mayor valoración en esta variable son **Cremades & Calvo Sotelo, Aguas de Huelva y Educa Edtech**.

Contemplando de modo conjunto las variables que conforman la categoría de **Buen Gobierno**, identificamos un primer grupo de empresas con valoraciones por encima de 80 puntos sobre 100. Son **Educa Edtech, Grupo Azvi, Hidralia, Endesa generación, Aguas de Huelva y DCOOP**.

Impuestos sobre facturación	Empresas
0%	19,6%
Entre el 0 y el 1%	54,3%
Entre 1 y 2%	10,9%
Más de 2%	15,2%

Impuestos sobre resultados	Empresas
0%	21,7%
Entre el 0 y 15%	19,6%
Entre 15 y 25%	34,8%
Más del 25%	23,9%

Empresas destacadas*	Estrellas
Aguas de Huelva	★★★★★
Atalaya Riotinto	★★★★★
Atlantic Copper	★★★★★
DCOOP	★★★★★
Educa Edtech Group	★★★★★
Endesa Generación	★★★★★
Grupo Azvi	★★★★★
Hidralia	★★★★★
Lamaignere	★★★★★
AOKLabs	★★★★★
Caja Rural del Sur	★★★★★
Cosentino	★★★★★
Cremades & Calvo-Sotelo	★★★★★
Grupo Forma 5	★★★★★
Grupo Inerco	★★★★★
Grupo Rusvel	★★★★★
Skylife Engineering S.L.	★★★★★
UG21 Engineering	★★★★★
Unei	★★★★★

Buen Gobierno

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 61.



MEDIO AMBIENTE



A close-up photograph of a person's hand touching the rough, textured bark of a tree trunk. The background is a blurred forest scene with sunlight filtering through the trees. A solid teal square is positioned in the upper left corner of the image.

MEDIO AMBIENTE

Asimetrías en la gestión ambiental

La categoría **Medio Ambiente** trata de evaluar la política que observan las empresas andaluzas en su **relación con el medio natural**. El deterioro acelerado del medio natural amenaza gravemente nuestra forma de vida, nuestra salud y nuestro bienestar. Las empresas, en especial aquellas con un mayor potencial de impacto en los recursos naturales, tienen el deber de **contribuir al cuidado** del medio y a la **reposición** de su estado, hasta niveles exentos de riesgo tanto para el propio ser humano como para el conjunto de especies animales y vegetales.

Una **empresa sostenible** atiende a su compromiso ante las próximas generaciones actuando de manera responsable respecto a los recursos básicos para la supervivencia. Conservar y proteger la naturaleza es hoy en día un deber de todos. Es preciso convertir las instalaciones empresariales en espacios sostenibles, economizar activos energéticos, aprovechar los recursos más próximos, implantar principios de la economía circular y aplicar criterios ecológicos a las respectivas cadenas de suministro, producción y distribución.

Para el estudio de la **Categoría Medio Ambiente**, se han identificado **cinco variables**, a través de las cuales, se podrá evaluar el compromiso de la empresa en este ámbito. Son las siguientes:

- 1. Gestión ambiental**, que se divide en planificación ambiental y certificados ambientales. Las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **6,0/10** en este ámbito.
- 2. Huella de carbono**, variable que tiene en cuenta las certificaciones de control de la huella de carbono y gestión y evolución de las emisiones de gases de efecto invernadero. Las empresas participantes alcanzan una

puntuación media de **2,1/10** en este ámbito, una cifra muy baja que se explica por el elevado número de empresas que desconocen cuál es la evolución de sus emisiones.

- 3. Energía**, variable que mide el uso de renovables y la certificación de eficiencia energética. Las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **4,0/10** en este ámbito.
- 4. Gestión del agua**. Las compañías participantes alcanzan una puntuación media de **3,8/10** en este ámbito.
- 5. Economía circular**. Las empresas logran una puntuación media de **6,4/10** en este ámbito.

Variables	Puntuación (sobre un total de 10)
Gestión ambiental	6,0
Huella de carbono	2,1
Energía	4,0
Gestión del agua	3,8
Economía circular	6,4

A continuación mostramos el análisis específico de estas variables a través de los atributos que las definen.

Gestión ambiental

El propósito de esta variable es aportar una idea genérica de la sensibilidad de la empresa andaluza hacia la cuestión de la **sostenibilidad ambiental**. A efectos de medir esta variable, solicitamos información sobre atributos relacionados con la planificación de la cuestión ambiental, así como por las certificaciones obtenidas en este ámbito. Los resultados obtenidos tras las respuestas a las cuestiones utilizadas en el Atlas para monitorizar la gestión ambiental en términos generales son los siguientes:



Cuenta con un plan de medidas y prácticas para minimizar el impacto negativo de sus operaciones en el medio ambiente y para fomentar la sostenibilidad.

91,3%



Ha identificado y evaluado los riesgos que representa para la viabilidad de la empresa las consecuencias del calentamiento global.

60,9%



Cuenta con mecanismos para promover la conciencia ambiental entre los empleados, capacitándolos en las prácticas y comportamientos sostenibles.

89,1%



Traslada a la sociedad sus políticas medioambientales y participa en la comunidad en iniciativas que fomenten las prácticas sostenibles de consumo.

84,8%

Estas cifras elevadas sufren una brusca caída cuando se les pregunta por las **certificaciones** generales de **carácter ambiental** que poseen:



Dispone de la certificación ISO 14001 de Sistema de Gestión Ambiental.

56,5%



Dispone de alguna certificación de gestión ambiental específica de su sector de actividad.

43,5%



Dispone de la Etiqueta Ecológica Europea EEE – Ecolabel o de otra similar, que garantice que sus productos fueron elaborados bajo la política de producción y consumo sostenible.

17,4%

Las valoraciones anteriores permiten afirmar que la empresa andaluza, en el ámbito organizativo, muestra una **elevada sensibilidad** respecto a la gestión y los **impactos medioambientales** de sus actividades, aunque en una alta proporción le falta dar el salto cualitativo que supone asumir una certificación de carácter ambiental.

En materia de gestión ambiental genérica, hay que destacar a **Cosentino, Jarquil, Grupo Abades** y **Endesa Generación** por haber alcanzado la máxima puntuación en esta variable.

Huella de carbono

La emisión de gases de efecto invernadero representa quizás la plasmación más concreta y conocida del calentamiento global. A efectos de **medir la huella de carbono** propiciada por la emisión de gases efecto invernadero que genera la empresa en el desarrollo de sus actividades, el Atlas recurre a estándares internacionales reconocidos y a la medición efectiva de la emisión de GEI. Estos son los resultados obtenidos:



Dispone de alguna certificación acreditativa de los procesos de medición de su huella de carbono, tales como la ISO 14064, la ISO 14047, la ISO 14069 o la Norma PAS 2060.

23,9%



Ha implantado un sistema de *Objetivos con Base Científica (Science Based Targets Initiative- SBTi)* para reducir los gases de efecto invernadero.

19,6%

Poseer certificados como la ISO 14064 (relacionada con la medición y verificación de emisiones de gases de efecto invernadero), la ISO 14047 (guía para evaluar impactos ambientales), la ISO 14069 (enfocada en la cuantificación y reporte de la huella de carbono) o la Norma PAS 2060 (que certifica la neutralidad de carbono), demuestra el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y el cumplimiento de estándares internacionales para reducir su impacto ambiental. Además de facilitar el cumplimiento normativo, estos certificados mejoran la credibilidad de la empresa ante sus socios, clientes, inversores y colaboradores, e inciden positivamente en la competitividad.

Por su parte, los *Objetivos con Base Científica (SBTi)* son metas de reducción de emisiones alineadas con los niveles que la ciencia considera necesarios para limitar el calentamiento global a 1,5°C.

Al adoptar estos objetivos, las empresas demuestran su **compromiso** con la **lucha contra el cambio climático**, respaldando sus estrategias de sostenibilidad con bases científicas creíbles, lo que nuevamente fortalece su reputación y contribuye a la transición hacia una economía baja en carbono.

Respecto a la **evolución** de la **emisión de gases efecto invernadero**, los datos son preocupantes, en especial el que indica que cerca del **40%** de las empresas **desconocen** dicha **evolución**. Este es el cuadro con la información al respecto:

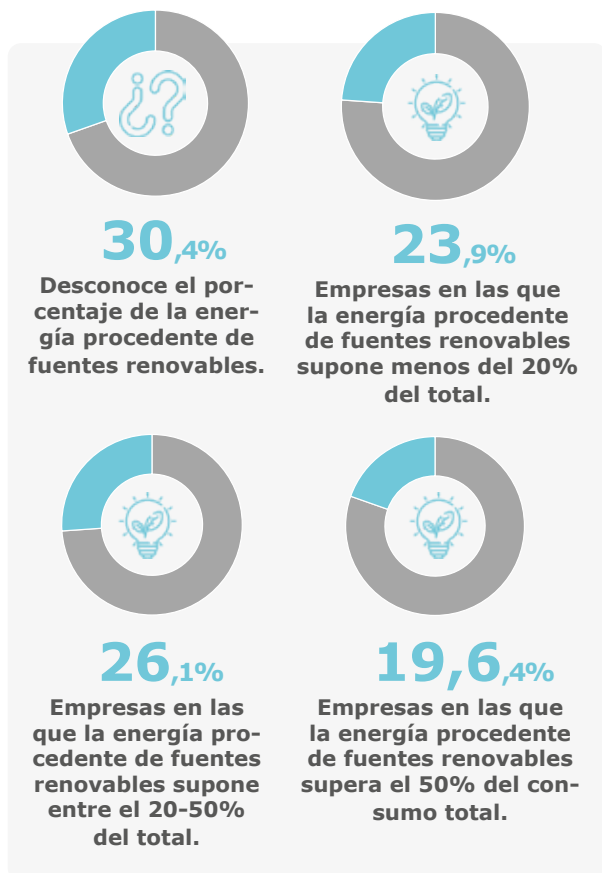
Posición ante emisiones GEI	% empresas
Desconocen la evolución	39,1
No han reducido las emisiones	4,3
Han reducido emisiones por debajo del 5%	30,4
Han reducido emisiones entre un 5 y un 15%	6,5
Han reducido emisiones por encima del 15%	19,6

Debemos recordar que los **objetivos de reducción de emisiones** de gases de efecto invernadero (GEI) establecidos por la **Unión Europea** son del 55% en 2030 sobre las emisiones de 1990, y la neutralidad climática en 2050. La **neutralidad climática** significa cero emisiones netas, lo que implica eliminar o compensar todas las emisiones de GEI que se produzcan en Europa en ese año de 2050. Esto exige a las empresas definir un horizonte de reducción y/o compensación que observe tales objetivos.

Atendiendo al conjunto de la variable Huella de carbono, las **empresas** del Atlas que alcanzan las mejores valoraciones son **Endesa Generación, Atalaya Riotinto, DCOOP, Grupo Azvi, Supermercados Tu Súper, Silbon y Ayesa**. A la vista de los datos, tan solo un 26,1% de las empresas de la muestra obtiene un resultado por encima de 5 sobre 10 en esta importante variable.

Energía

El uso de energías renovables y el propósito de la eficiencia energética suponen dos líneas básicas de acción para contener el calentamiento global. En materia de **uso de energías renovables** y certificación de **eficiencia energética**, estos son los **resultados** que ofrece el Atlas:



Agrupando los dos últimos segmentos, obtenemos que **menos de la mitad** de las **empresas** del Atlas usan **fuentes de energía renovable** en una proporción significativa de su consumo total, lo cual es un dato a tener en cuenta en el ámbito de la economía de la comunidad andaluza.

Parece evidente que el conjunto de las empresas andaluzas que no lo hayan hecho ya, sobre todo aquellas que o bien desconocen el porcentaje de consumo renovable o bien no supera el 20% del uso de renovables, deben emprender una **política** que favorezca la **aplicación de estas fuentes** alternativas a los combustibles fósiles.

Existen múltiples **prácticas** que se pueden emprender, como la instalación de paneles solares o aerogeneradores, la integración en comunidades energéticas, la contratación de suministro de energía verde a proveedores que garanticen electricidad 100% renovable, o la inversión en certificados de energía renovable que acrediten el uso de fuentes limpias.

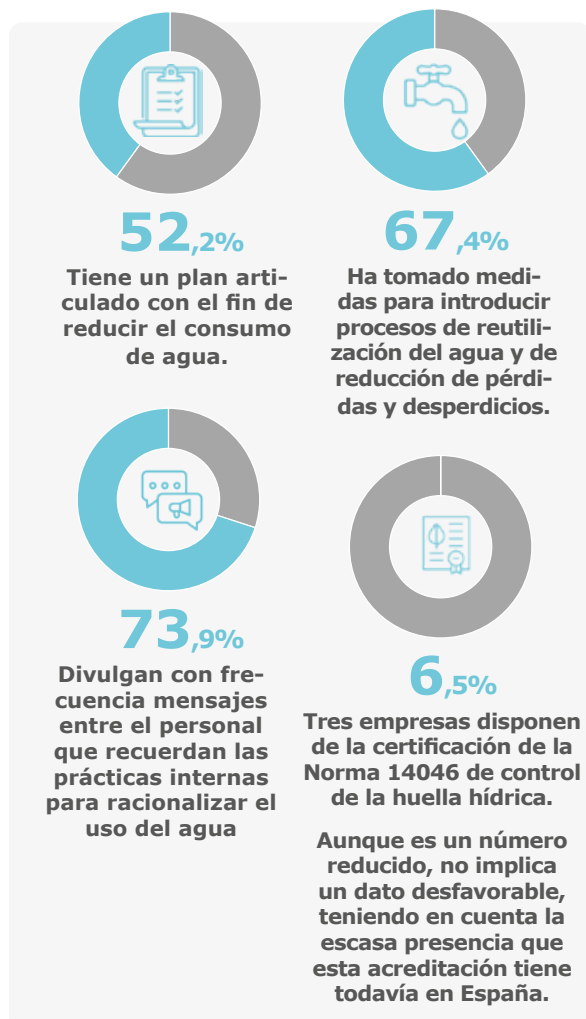
Por otra parte, tenemos que observar que únicamente el **23,9%** de las empresas del Atlas dispone de la **certificación ISO 50001** relativa a la gestión energética eficiente o de una certificación de naturaleza y legitimidad similar.

En el conjunto de esta variable que mide la gestión de la energía, destacan en el Atlas las empresas **Ayesa, Educa Edtech, Caja Rural del Sur, Universidad Loyola y Endesa Generación**. A la vista de los datos, el 50% de las empresas del Atlas obtiene un resultado por encima de 5 sobre 10 en la variable Energía.

Gestión del agua

Esta variable evalúa cómo la organización gestiona de manera eficiente y responsable los **recursos hídricos** en sus operaciones. Según el *Global Water Partnership*, implica la planificación, el uso y el control sostenible del agua, considerando tanto su disponibilidad como su calidad. Esto incluye la reducción del consumo, la mejora de la eficiencia en su uso, la minimización de vertidos contaminantes y la implantación de medidas para preservar los ecosistemas acuáticos. Una adecuada gestión del agua es clave para garantizar la sostenibilidad ambiental y mitigar los riesgos relacionados con el cambio climático y la escasez hídrica.

En materia de uso de agua, estos son los resultados más significativos que arroja el Atlas:



Por otra parte, en materia de **evolución anual del consumo**, estas son las cifras:



Aunque en su conjunto, esta variable ofrece un resultado negativo de 3,8/10, tal valoración se explica en buena parte por el alto número de empresas que desconocen el consumo de agua, un hecho que la metodología del Atlas penaliza.

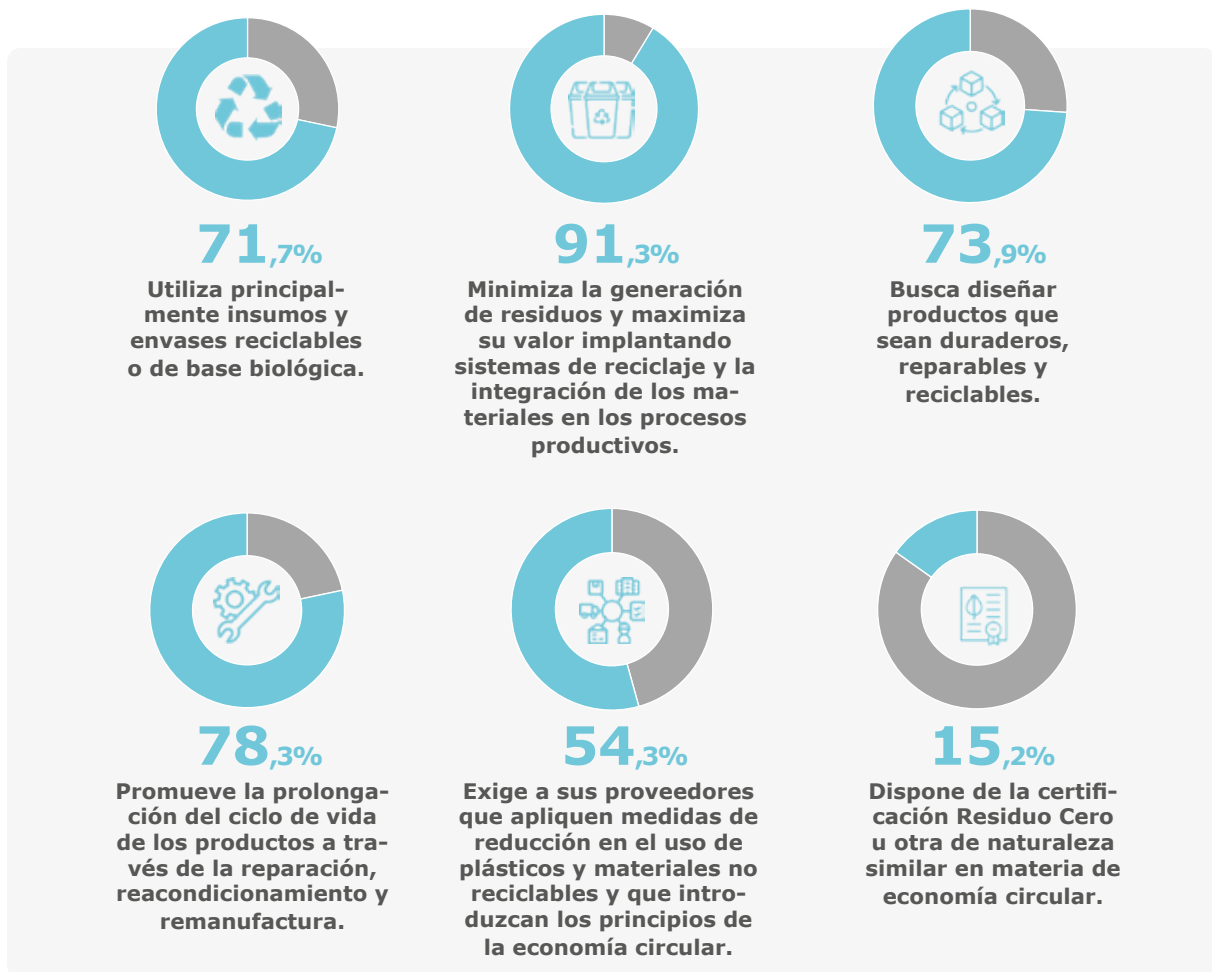
En el lado contrario, observamos un buen porcentaje de empresas con una preocupación manifiesta por el uso de este recurso básico y unos resultados positivos. Un 46% del total de la muestra obtienen una valoración por encima del 5 sobre 10. Las empresas con un mejor desempeño en la gestión del agua dentro del Atlas son **Supermercados Tu Súper, Endesa Generación, Hidralia, AOKLabs, Caja Rural del Sur y Tussam.**

Economía circular

La economía circular forma parte del Atlas porque contribuye a la sostenibilidad ambiental, a través de la **eficiencia** en el uso de recursos naturales, la minimización de la generación y la promoción de la reutilización y reciclaje de residuos. Estas prác-

ticas reflejan un compromiso real con la preservación de los recursos naturales y la protección del medio ambiente.

La introducción de criterios de economía circular en la empresa se ha evaluado a través de las realidades siguientes:



Salvo por la certificación Residuo Cero, incipiente todavía en el mercado, se confirma una destacable **incorporación** de los **criterios de economía circular** en las empresas andaluzas. Nada menos que un 76% de las empresas del Atlas obtienen en esta variable una calificación por encima del 5 sobre 10. **Supermercados Tu Súper, OAKLabs, UG21 Engineering** y **Endesa Generación** obtienen la mayor puntuación posible en Economía circular.

La valoración global de la **Categoría Medio Ambiente** indica que solamente **Endesa Generación** y **Supermercados Tu Súper** obtienen una valoración por encima de 80 puntos sobre 100. Por encima de 65 puntos, encontramos también a **Hidralia, Atalaya Riotinto** y **AOKLabs**.

Empresas destacadas*	Estrellas
Endesa Generación	★★★★★
Supermercados Tu Súper	★★★★★
Aguas de Huelva	★★★★★
AOKLabs	★★★★★
Atalaya Riotinto	★★★★★
Ayesa	★★★★★
Caja Rural del Sur	★★★★★
DCOOP	★★★★★
Grupo Abades	★★★★★
Grupo Azvi	★★★★★
Hidralia	★★★★★
Ines Rosales	★★★★★
Jarquil	★★★★★

Medio Ambiente

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 61.



ENTORNO





ENTORNO

Compromiso con Andalucía

La categoría **Entorno** en el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* se justifica al reconocer que la relación de las empresas andaluzas con su entorno económico, cultural y social es esencial para el desarrollo sostenible del mismo. La **interacción positiva** con la **economía local** fortalece la resiliencia empresarial y contribuye al progreso cultural y social de la comunidad.

Esta categoría refleja el compromiso de las empresas no solo con su propio éxito, sino también con el enriquecimiento y la **prosperidad de la sociedad andaluza** en su conjunto. Porque territorio y empresa están vinculados en una íntima relación que no puede ser ajena a las estrategias y gestión de las organizaciones con presencia en Andalucía.

Con el fin de evaluar el compromiso de las empresas andaluzas con respecto a su entorno, se han identificado las siguientes **variables**:

- 1. Proveedores locales**, variable que evalúa la proporción de proveedores andaluces tanto de servicios como de producción. Las empresas del Atlas alcanzan una valoración media de **5,8/10** en este ámbito.
- 2. Expansión de mercados**, entendiendo que una mayor internacionalización de las empresas conlleva un mayor impacto en el progreso de Andalucía. Las compañías participantes en el Atlas alcanzan una valoración media de **4,0/10** en este ámbito.
- 3. Personal en Andalucía**, que mide la proporción del personal de departamentos centrales y de producción en el territorio de la sede social. En este ámbito, alcanzan una elevada valoración media de **8,5/10**.

4. Agentes sociales, que evalúa la intensidad de la relación de las empresas con entidades de la sociedad civil. Las empresas alcanzan una puntuación media de **6,5/10** en este ámbito.

5. I+D, variable que mide el uso de la Investigación y el Desarrollo en las empresas andaluzas. Las sociedades analizadas alcanzan una puntuación media de **6,1/10**.

Variables	Puntuación (sobre un total de 10)
Proveedores locales	5,8
Expansión de mercados	4,0
Personal en Andalucía	8,5
Agentes sociales	6,5
I+D	6,1



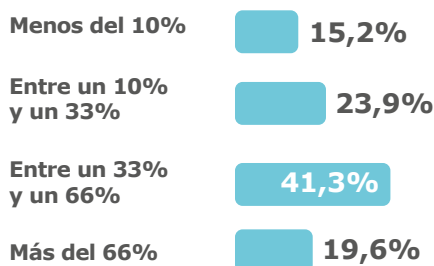
Proveedores locales

La colaboración con proveedores locales es una variable clave en el Atlas de la Empresa Comprometida, ya que fortalece la economía andaluza, fomenta la creación de empleo local, reduce la huella ambiental asociada al transporte y promueve prácticas comerciales éticas por el conocimiento cruzado entre las empresas.

A efectos de medir esta variable, se valora el **porcentaje de proveedores locales** sobre el total en materia de servicios o en el aprovisionamiento de los inputs a lo largo de la cadena de producción. A continuación, se desglosan los resultados.

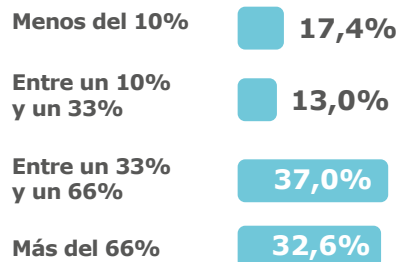
Respecto a los **proveedores** en la **cadena de valor** se observa una concentración en el tramo 33-66 lo que significa que la empresa andaluza confía en un nivel importante en los proveedores locales, bien sea por cuestión de tamaño, de sector o de integridad de las cadenas de valor:

Proveedores andaluces en la cadena de valor



Respecto a los **proveedores de servicios**, los porcentajes de proveedores locales ofrecen incluso una ligera mejoría:

Proveedores de servicios andaluces



Las cifras son superiores a las que conocen otras economías del entorno. Aun teniendo en cuenta que las valoraciones por empresa en esta variable están condicionadas, en gran parte, por la estructura y especificidades de las cadenas de suministro de los sectores representados, también es cierto que una mayor cooperación empresarial e integración de las cadenas de valor en sectores con menor presencia de proveedores locales dotará de mayor fortaleza y resiliencia a la economía andaluza.

Las **empresas** que destacan por recurrir en mayor proporción a los proveedores locales son **Cereales Méndez, Inés Rosales, Caja Rural de Sur, Tharsis Mining, Cremades & Calvo Sotelo, Reciclajes del Sur Bahía, Euromedia Comunicación** y **EIG Education**. Un 71,7% de las empresas del Atlas obtienen una puntuación superior a 5 en esta variable.

Expansión de mercados

La inclusión de la variable **Expansión de Mercados** en el Atlas de la Empresa Comprometida refleja la **importancia de las ventas al exterior** para el crecimiento económico y la competitividad de Andalucía. A través de la expansión en otros mercados, las empresas no solo diversifican y aumentan sus fuentes de ingresos, sino que también contribuyen a **posicionar a la comunidad andaluza** en el escenario internacional, a generar oportunidades económicas y fortalecer la competitividad local.

En el Atlas, el porcentaje de facturación de la empresa procedente de clientes "residentes en el exterior" incluye a otras comunidades autónomas, países de la Unión Europea y de fuera de la Unión Europea. Los resultados observados son los siguientes:

Ventas fuera de Andalucía

Empresas que concentran menos del 10% de sus ventas fuera de Andalucía

32,6%

Empresas que venden entre un 11 y un 30% fuera de Andalucía

21,7%

Empresas que venden entre un 31 y un 50% fuera de Andalucía

17,4%

Empresas que venden entre un 51 y un 75% fuera de Andalucía

10,9%

Empresas que venden más de un 75% fuera de Andalucía

17,4%

Si en la variable anterior –integración con proveedores locales– observábamos que la posición de las empresas andaluzas superaba el resultado de otras economías sometidas al escrutinio del Atlas, en este variable la conclusión es la contraria. Únicamente el **28,3%** de las empresas de la muestra **dirigen más del 50%** de su **facturación fuera** de Andalucía, un dato que permite aventurar que la expansión de mercados es un elemento digno de potenciar en la economía andaluza a fin de lograr una mayor contribución al progreso de esta comunidad.

Las empresas del Atlas que presentan una mayor exposición a los mercados exteriores son **Grupo Forma 5, Grupo Azvi, Agro Sevilla, Cosentino, UG21 Engineering, Naturanda, Atalaya Riotinto y Grupo Inerco**. Un 45,7% de las empresas del Atlas obtienen una puntuación superior a 5 en esta variable.



Personal en Andalucía

Esta variable destaca como uno de los puntos fuertes del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*. La concentración de personal en las empresas de Andalucía refleja un **arraigo local significativo** y un **compromiso** con el **progreso** de la economía y las comunidades andaluzas. Sin embargo, también podría indicar, en relación con los resultados de la variable anterior sobre la expansión de mercados, una posible **falta de apertura** hacia nuevas oportunidades en la economía andaluza, realidad que tal vez debería ser objeto de un estudio específico al respecto.

El Atlas evalúa la **localización del personal** de los departamentos centrales y de los centros de producción ya que, en buena lógica, el personal de distribución y comercial tenderá a ubicarse en los mercados de destino. En este sentido, los resultados son los siguientes:

Porcentaje del personal perteneciente a los órganos de dirección y a los departamentos de gestión o soporte operativo central que se localizan en Andalucía.

Empresas con menos del 25% del personal de unidades centrales establecido en Andalucía.

8,7%

Empresas con entre el 25 y el 50% del personal de unidades centrales establecido en Andalucía.

4,3%

Empresas con entre el 50 y el 75% del personal de unidades centrales establecido en Andalucía.

6,5%

Empresas con más del 75% del personal de unidades centrales establecido en Andalucía.

80,4%

Los porcentajes del personal de producción que se localiza en Andalucía son menores que los correspondientes a unidades centrales, pero la diferencia es inferior a la observada en los estudios similares realizados en otras comunidades autónomas.

Porcentaje del personal de producción localizado en Andalucía.

Empresas con menos del 25% del personal de producción establecido en Andalucía.

8,7%

Empresas con entre el 25 y el 50% del personal de producción establecido en Andalucía.

6,5%

Empresas con entre el 50 y el 75% del personal de producción establecido en Andalucía.

10,9%

Empresas con más del 75% del personal de producción establecido en Andalucía.

73,9%

A la vista de esas consideraciones, los **resultados** del Atlas respecto a la variable Personal en Andalucía son **plenamente positivos** para la economía regional. Nada menos que un **81,9%** de las empresas del Atlas obtienen una **puntuación superior a 5** en esta variable.

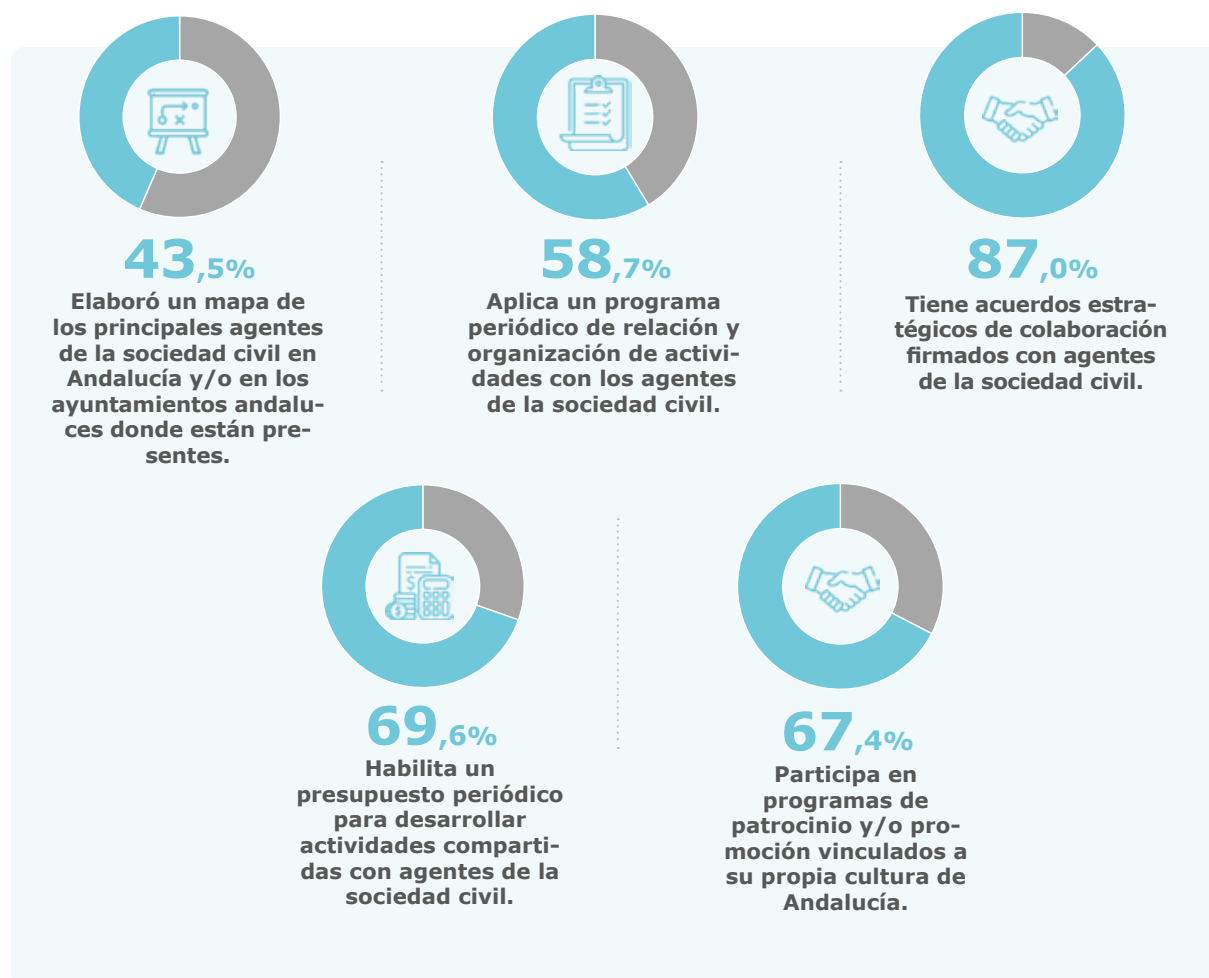
Agentes sociales

El objetivo de esta variable es evaluar la **relación de la empresa** con los **agentes sociales** (Universidades, ONGs, organizaciones políticas y sindicales, asociaciones culturales y deportivas, etc.) de modo que, al interactuar con estos actores, las empresas construyen puentes para generar soluciones colaborativas que beneficien tanto a la empresa como a la sociedad en su conjunto. La valoración se realiza a través de los **atributos dicotómicos** siguientes:

Las cifras son significativas, tal como refleja el dato de que el **69,6%** de las empresas

obtienen **más de 5 puntos** en la variable. Hay que advertir, en el plano negativo, que el 30% restante no considera que estrechar lazos con los agentes sociales de su comunidad sea relevante en su estrategia de empresa.

Las empresas del Atlas que muestran una mejor predisposición en relación a esta variable forman esta larga lista: **Reciclajes del Sur Bahía, Hidralia, Ayesa, Covi-rán, Cremades & Calvo Sotelo, Tus-sam, Supermercados Tu Súper, Grupo Azvi, Aguas de Huelva, Atlantic Copper, DCOOP, Universidad Loyola, Caja Rural del Sur, Scoobic, Atalaya Riotinto, Naturanda y Endesa Generación.**



I+D

La variable de I+D mide el nivel de inversión y el compromiso de la organización con la innovación y el desarrollo de **nuevas tecnologías o procesos**. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la I+D incluye las actividades sistemáticas destinadas a incrementar el conocimiento y aplicarlo para crear soluciones que mejoren productos, servicios o procesos. Un enfoque robusto en I+D impulsa la **competitividad** de la empresa, así pues también el progreso de su comunidad, y debe contribuir a promover avances en materia de sostenibilidad en términos de optimización de recursos y reducción de impactos ambientales.

A efectos de evaluar la posición de la empresa en materia de I+D, el Atlas recurre a los **cuatro atributos** o cuestiones siguientes:

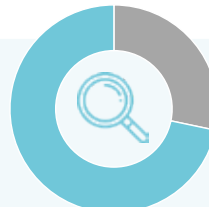
Las cifras anteriores confirman la **pujanza** de las actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación de las empresas andaluzas que participan en el Atlas. Un análisis de mayor profundidad requeriría introducir factores cuantitativos como el porcentaje de los puestos que se dedican a I+D, circunstancia que excede el ámbito del presente estudio.

Los datos obtenidos permiten señalar que casi un **70%** de las empresas participantes obtienen **más de un 5** sobre 10 en esta variable. Igualmente destaca la posición en términos de I+D de **Grupo Forma 5, Skylife Engineering, Agro Sevilla, Cremades & Calvo Sotelo, AOKLabs, Consentino, Universidad Loyola, Scoobic, Unei, UG21 Engineering, Endesa Generación, Grupo Inerco y Covap**.



67,4%

Cuenta con un plan plurianual de I+D+i y una dotación presupuestaria anual definida para su actividad de investigación e innovación.



71,7%

Existen objetivos relacionados con la aplicación a sus productos y procesos de los resultados de sus planes de I+D+i.



34,8%

Contempla algún tipo de incentivo entre el personal de su empresa relacionado con los resultados derivados de la actividad de I+D+i.



69,6%

Han firmado alianzas estratégicas o colaboraciones con instituciones académicas o centros de investigación en materia de I+D.

Contemplando de modo conjunto las variables que conforman la categoría de Entorno, las empresas **Caja Rural del Sur, Atalaya**

Riotinto, Cremades & Calvo Sotelo, Naturanda, Inés Rosales y Scoobic, son las que obtienen una mayor valoración.



Empresas destacadas*	Estrellas
Atalaya Riotinto	★★★★★
Caja Rural del Sur	★★★★★
Cremades & Calvo-Sotelo	★★★★★
DCOOP	★★★★★
Inés Rosales	★★★★★
Naturanda Turismo Ambiental	★★★★★
Scoobic	★★★★★
Aertec	★★★★
Agro Sevilla	★★★★
Aguas de Huelva	★★★★
Atlantic Copper	★★★★
Cosentino	★★★★
Endesa Generación	★★★★
Grupo Forma 5	★★★★
Grupo Inerco	★★★★
Universidad Loyola	★★★★

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 61.



PERSONAS



PERSONAS



Capacidad para mejorar

Las **personas** que forman parte de cada organización son el colectivo directamente afectado por las políticas y la gestión de la empresa. Al mismo tiempo, son **agentes activos** de esas políticas, con lo cual la **relación empresa-personal** debe entenderse más como sinergia que como dependencia.

Por tanto, las personas de una empresa muestran ante esta categoría, una triple dimensión: como receptores de las políticas de personal de la empresa; como partícipe en las estrategias que la propia empresa diseña en su relación con la comunidad; y como parte de esa misma comunidad.

El Atlas selecciona las siguientes **variables** a fin de evaluar el compromiso de las empresas en relación a las personas que la componen.

- **Evolución de la plantilla.** Se pondera la variación del volumen de personas contratadas en el año. Las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **3,9/10**.
- **Condiciones laborales,** que evalúa la estabilidad del empleo y la certificación de seguridad en el trabajo. Las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **6,7/10**.
- **Formación,** variable en la cual las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **4,1/10**.
- **Integración** de personas con **discapacidad.** Las empresas del Atlas alcanzan una baja puntuación media de **3,1/10** en este ámbito.
- **Igualdad,** que se mide a través de cinco atributos dicotómicos y la proporción de mujeres en los órganos de dirección. Las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **5,8/10** en este ámbito.

- **Participación de los trabajadores** en la dirección de la empresa, en la cual las empresas del Atlas obtienen una puntuación media de **6,2/10** que se considera especialmente positiva.

Variables	Puntuación (sobre un total de 10)
Evolución plantilla	3,9
Condiciones laborales	6,7
Formación	4,1
Integración discapacidad	3,1
Igualdad	5,8
Participación	6,2

La posición de la empresa andaluza en cada una de las realidades anteriores es la siguiente:

Evolución de personal

En agregado, las empresas del Atlas ofrecen un **aumento de plantilla** del **9,9%** durante 2023, lo que supera ampliamente el dato de crecimiento de la población



ocupada en Andalucía. Este dato refleja el especial **dinamismo** de las empresas de la muestra y recoge algunos casos de un incremento importante de su personal.

Una clasificación más detallada de esta variable nos presenta los siguientes datos:

Redujeron o mantuvieron estable su plantilla

23,9%

Aumentaron plantilla menos del 10%

37,0%

Aumentaron plantilla entre el 10 y el 20%

15,2%

Aumentaron plantilla más de un 20%

23,9%

Así pues, el **39%** de las empresas del Atlas **ampliaron plantilla significativamente** mientras el 24% de ellas recortaron o dejaron invariable el número de trabajadores. Se ha intentado buscar un patrón en este desigual comportamiento, pero tal patrón no parece claro al detectarse empresas del mismo sector con evoluciones contrapuestas.

Las empresas del Atlas con un mayor dinamismo del empleo, atendiendo a sus cifras, son **Educa Edtech, Silbon, Grupo Azvi, Skylife Engineering, EIG Education, Grupo Rusvel y Naturanda Turismo Ambiental**.

Condiciones laborales

Se evalúa en esta variable el porcentaje de **personal** con contrato **fijo a tiempo completo**. En el 8,7% de las empresas del Atlas, menos del 50% de la plantilla tiene contrato fijo a tiempo completo; en otro 8,7% de las empresas, ese porcentaje se sitúa entre el 50 y el 75%; en un 37% de los casos, es superior al 75 e inferior al 90%, mientras que en el 45,7% de las empresas del Atlas, más del 90% de la plantilla posee un contrato fijo a tiempo completo.

Esos resultados reflejan un **alto nivel de estabilidad** en el empleo en el **82,7%** de las empresas participantes, aunque es una cifra inferior a la registrada en los Atlas realizados en otras comunidades, lo cual puede atribuirse a la estructura económica subyacente de las empresas participantes en el Atlas de Andalucía.

En la variable **Condiciones laborales**, también se ha evaluado la posesión del **certificado ISO 45001** que acredita que la empresa gestiona la seguridad y la salud en el trabajo de una manera normalizada. Un **52,2%** de las empresas del Atlas ostenta esta certificación. Teniendo en cuenta los dos atributos manejados, se observa que un **58,7%** de las empresas "aprueban" la variable. Las que obtienen una más alta calificación son: **Hidralia, Grupo Rusvel, Caja Rural del Sur y Consentino**.



Formación

La formación de los empleados evalúa el compromiso de la empresa con el **desarrollo continuo** de las habilidades y competencias de sus **trabajadoras y trabajadores**. Invertir en programas de capacitación mejora el rendimiento individual y colectivo al tiempo que fortalece la capacidad de la organización para adaptarse a los cambios y fomentar una cultura de **innovación y crecimiento** sostenible.

Se evalúa en esta variable el número de **horas de formación** media por empleado durante el último año. Se tiene en cuenta que el Estatuto de los Trabajadores establece el derecho a recibir un mínimo de 20 horas de formación por empleado y año. Estos son los resultados obtenidos:

Empresas con menos de 10 horas de formación anual por persona.

41,3%

Empresas con entre 10 y 20 horas de formación anual por persona.

19,6%

Empresas con entre 20 y 40 horas de formación anual por persona.

19,6%

Empresas con más de 40 horas de formación anual por persona.

19,6%

Un **dato preocupante** es ese **41%** de empresas que **apenas dedican esfuerzos** a la capacitación de sus trabajadores/as. Por el contrario, hay que enfatizar el 39,2% de las empresas que ofrecen una formación superior a las horas que señala como derecho el Estatuto de los Trabajadores.

Las empresas mejor valoradas en esta variable son **Skylife Engineering, Grupo Abades, EIG Education, Atlantic Copper, Naturanda Turismo Ambiental, Tharsis Mining, Grupo Forma 5, Grupo Rusvel y Reciclajes del Sur Bahía.**



Integración

Se evalúa en esta variable la proporción de personal que posee algún grado reconocido de **discapacidad**, así como estar en posesión de la certificación que acredita la **adaptación de las instalaciones** de la empresa a personas con algún tipo de discapacidad como sería la UNE 170001 Certificación de Accesibilidad Universal. En este sentido, hay que decir que ninguna empresa posee este certificado.

La **normativa española** establece que las empresas, tanto públicas como privadas, que cuenten con 50 o más empleados están obligadas a tener al menos un 2% de su plantilla compuesta por personas con discapacidad. Esta exigencia se recoge en el *Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social*.

Teniendo esta norma en consideración, se han establecido **cuatro intervalos** a efectos de evaluar la contratación de trabajadores/as con discapacidad, tal como se muestra en la tabla siguiente:

Empresas con ningún trabajador en plantilla con discapacidad.

45,7%

Empresas en las que las personas con discapacidad son menos del 1% de la plantilla.

15,2%

Empresas en las que las personas con discapacidad suponen entre el 1 y el 2% de la plantilla.

23,9%

Empresas en las que las personas con discapacidad suponen más del 2% de la plantilla.

15,2%

Así pues, únicamente un **15%** de las empresas del Atlas observa la **normativa de integración laboral**. De hecho, según los datos recibidos, un 46% de las empresas ni siquiera tiene un solo trabajador/a en su plantilla. Es necesario mencionar que determinadas medidas como contratar servicios a un Centro Especial de Empleo o realizar donaciones o patrocinios a entidades que promuevan la **inserción laboral** de personas con discapacidad, permiten sortear la norma.

Además de destacar el dato de personas con discapacidad contratadas por Unei, las empresas con una mejor valoración en la variable de Integración, teniendo en cuenta el porcentaje de trabajadores con discapacidad y la certificación de accesibilidad universal, son **Hidralia, Aguas de Huelva, Grupo Abades y Universidad Loyola**. Únicamente un **30%** de las empresas del Atlas obtienen un mínimo de **5 sobre 10** en esta variable.

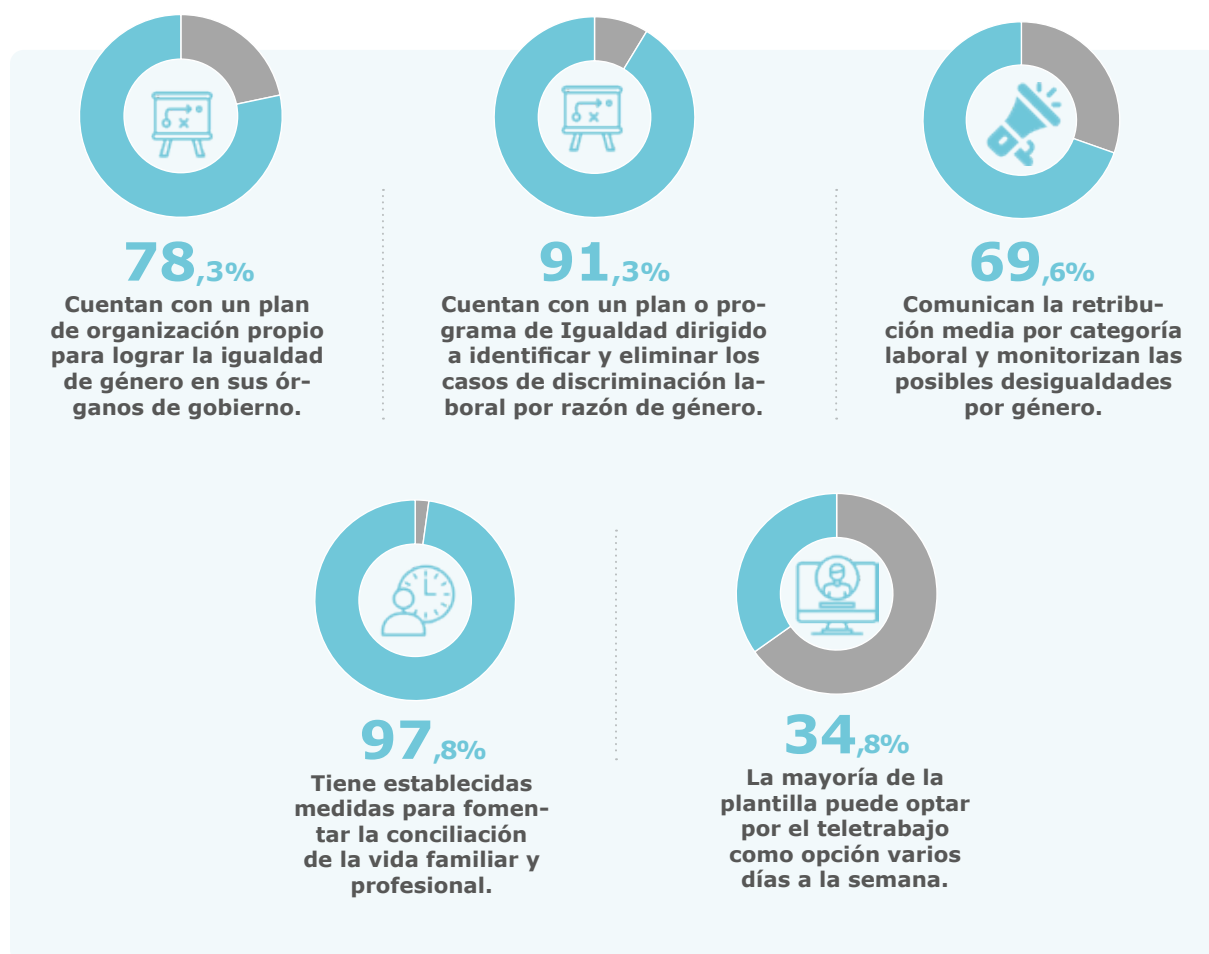


Igualdad

La variable de Igualdad en el Atlas refleja el compromiso con la **equidad de género**, reconociendo que la diversidad y la inclusión son fundamentales para el éxito sostenible de una empresa. La evaluación de la **presencia y el papel de las mu-**

jerres en la empresa no solo promueve la justicia social, sino que con frecuencia contribuye a un entorno laboral más innovador y representativo.

La evaluación de la variable se realiza a partir de **cinco atributos dicotómicos**, que muestran la siguiente realidad:



Estos resultados reflejan que la **igualdad**, tanto por el impulso normativo como por el avance de la sociedad y de la empresa, es una **variable asentada** en las compañías que participan en el Atlas, ya sea en términos de planificación, de prevención de potenciales discriminaciones laborales o de la reducción de la brecha salarial.

La predisposición positiva hacia prácticas de Igualdad no se reproduce en la misma medida, ni mucho menos, en materia de **teletrabajo**. Existe un debate vivo sobre este asunto, que quizás requiera un análisis en profundidad para conseguir explotar sus ventajas potenciales respecto de la conciliación entre la vida personal y laboral, lo que tiende a mejorar el bienestar de los empleados y su productividad. A efectos de sostenibilidad, no parece haber dudas sobre la reducción de costes operativos y el impacto ambiental que propicia el teletrabajo al disminuir los desplazamientos diarios. Los datos obtenidos no presentan valores positivos.

A fin de completar la información al respecto de esta variable, se ha preguntado por el **porcentaje de mujeres** presentes en los **órganos de dirección y de gobierno**, con estos resultados:

Empresas sin presencia de mujeres en su comité de dirección.

21,7%

Empresas en cuyo comité de dirección hay entre un 1 y un 25% de mujeres.

32,6%

Empresas en cuyo comité de dirección hay entre un 25 y un 50% de mujeres.

32,6%

Empresas en cuyo comité de dirección hay entre un 50 y un 75% de mujeres.

10,9%

Empresas en cuyo comité de dirección hay más de un 75% de mujeres.

2,2%

Se observa que en tan **solo el 13%** de las empresas del Atlas la presencia de las **mujeres en el Comité de dirección es mayoritaria**. En el lado opuesto, en el 54% de los comités de dirección, la presencia femenina está por debajo del 25%; de hecho, en el 22% de ellas, no hay ninguna mujer en el comité directivo.

Respecto a los **consejos de administración** de las empresas, la cifra de mujeres es aún menor, tal como se muestra en la tabla siguiente:

Empresas sin presencia de mujeres en su consejo de administración.

37,0%

Empresas en cuyo consejo hay entre un 1 y un 25% de mujeres.

30,4%

Empresas en cuyo consejo hay entre un 25 y un 50% de mujeres.

23,9%

Empresas en cuyo consejo hay entre un 50 y un 75% de mujeres.

8,7%

Empresas en cuyo consejo hay más de un 75% de mujeres.

0,0%

Tomando en cuenta los distintos atributos analizados, el **63%** de las empresas del Atlas **aprueban** la "asignatura" de Igualdad, una cifra que, aun cuando parece aceptable, refleja que más de un tercio de las empresas participantes no obtiene siquiera 5 puntos sobre 10. Las compañías que muestran un mejor comportamiento respecto a la variable Igualdad son **Skylife Engineering, Business Go, Aguas de Huelva y Grupo Abades**.

Participación

El propósito de esta variable es evaluar la **participación efectiva** del **personal** en la estrategia y funcionamiento de las empresas al entender que su involucración fortalece el sentido de pertenencia, la motivación profesional y el compromiso laboral al tiempo que contribuye a una toma de decisiones más informada y equitativa, favoreciendo así un entorno empresarial sostenible a largo plazo.

La evaluación se realiza a partir de **atributos dicotómicos** que muestran este resultado:

Los trabajadores participan en la definición de los objetivos generales de la organización.

43,5%

Los trabajadores participan en la valoración del desempeño de los directivos.

50,0%

Los trabajadores son consultados en definición de perfiles para selección de personal y cobertura de vacantes internas.

73,9%

Los trabajadores participan en la programación de las acciones sociales con la comunidad.

67,4%

Los trabajadores reciben retribución variable en función de los resultados de la empresa.

76,1%

Las anteriores valoraciones son positivas en términos comparativos respecto a Atlas realizados en otras autonomías. En materia de Participación, un **63%** de las empresas de la muestra obtienen una valoración **superior a 5/10**. Aquellas que reciben una mejor valoración son **Business Go, Endesa Generación, Naturanda Turismo Ambiental, UG21 Engineering, Aguas de Huelva, AOKLab, Supermercados Tu Súper, Cremades & CalvoSotelo, Skylife Engineering, Hidralia y Lamaignere**.

Contemplando de modo conjunto las variables que conforman la **categoría de Personas**, las empresas que destacan con una valoración superior son: **Grupo Rusvel, Naturanda Turismo Ambiental, Grupo Abades, Supermercados Tu Súper, Skylife Engineering y EIG Education**.



Empresas destacadas*	Estrellas
EIG Education	★★★★★
Grupo Abades	★★★★★
Grupo Rusvel	★★★★★
Naturanda Turismo Ambiental	★★★★★
Skylife Engineering S.L.	★★★★★
Supermercados Tu Súper	★★★★★
Caja Rural del Sur	★★★★★
EDUCA EDTECH Group	★★★★★
Endesa Generación	★★★★★
UG21 Engineering	★★★★★

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 61.



NOTA METODOLÓGICA

Cómo medir con criterios objetivos

La **metodología de análisis y medición** del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* ha sido diseñada en cuatro fases:

- **Primera fase:** identificación de las variables representativas del compromiso de las empresas hacia su entorno. Estas variables se clasificarán en atributos que representan distintos ámbitos de la realidad que se pretende medir.
- **Segunda fase:** clasificación y ponderación de las variables. Se dividen en tres clases:
 - **Variable esencial:** Huella de carbono, realidad que sintetiza la labor de la empresa en pos de la sostenibilidad: se le asignan 6 puntos dentro de la categoría Medio Ambiente.
 - **Variables principales:** son aquéllas con una trascendencia alta y general en la empresa: se les asignan 4 puntos.
 - **Variables no principales:** son aquéllas cuya trascendencia no es alta o no incumbe a la empresa en general: se les asignan 3 puntos.
 - **Variables complementarias,** que de alguna manera matizan o complementan una o varias variables principales: se les asignan 2 puntos.
- **Tercera fase:** definición de las categorías o ámbitos en las que se agruparán las variables a partir de una naturaleza común. Denominamos "**categoría**" a cada área de estudio del Atlas que identificarán el compromiso de la empresa en cada campo respectivo. Estas categorías son, como se ha visto a lo largo del informe, **Buen Gobierno, Medio Ambiente, Entorno y Personas.**

- **Cuarta fase:** elaboración de unos índices por atributo que, por agregación, permitirán sintetizar la realidad medida a través de cada variable; y ello por empresa y en valor del conjunto del panel.
- **Quinta fase:** clasificación de las valoraciones para la ordenación de las empresas dentro de cada categoría.

Se han establecido además tres **criterios fundamentales** a observar, a lo largo del proceso, que son los siguientes:

- a. **Rigor en la definición de las variables:** las variables deben ser representativas de la realidad que se quiere identificar y estar acreditadas en términos de gestión a nivel internacional.
- b. **Modelo factible:** los datos a manejar deberían ser de obtención sencilla y de tratamiento semejante en el conjunto de las empresas valoradas que los haga comparables.
- c. **Objetividad en el cálculo de los índices:** el origen de los datos será de fuentes fiables y comunes y las operaciones que se realicen con ellos no han de permitir ningún tipo de ajuste o manipulación.

Las **variables**, como representación de las realidades más significativas para la gestión comprometida de una organización, constituyen el eje principal sobre el que pivota el Atlas. En total, se han definido **22 variables** con una partición en **78 atributos**.

Para el cálculo de los Índices, cada atributo dicotómico adquiere un valor 0-1. Para las variables de opción múltiple, se fija un valor para cada opción. En ambos casos, el resultado se eleva al número de puntos asigna-

do a la variable. Los valores acumulados de las variables en cada categoría se trasladan a un rango de 0 a 100 que, finalmente, se transforma en una asignación de **niveles representados por estrellas**. Este procedimiento se detalla a continuación.

El **modelo de cálculo** establecido garantiza un **análisis amplio y diverso**, descarta el efecto perturbador de los resultados de ningún atributo o variable y asegura un **peso equilibrado** de las realidades que componen el concepto de Empresa Comprometida definido en el Atlas.

La **fuentes principal** de la **información** es una encuesta solicitada a las empresas, que se complementa con datos obtenidos del Registro Mercantil.

A continuación, se describe la **fórmula concreta de cálculo** de cada variable y cada categoría para las empresas participantes en el Atlas:

Categoría Buen Gobierno

- **Ética.** Máximo 4 puntos. Se suman los cinco atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/5.
- **Transparencia externa.** Máximo 4 puntos. Se suman los once atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/11.
- **Pacto de la ONU – ODS:** Máximo 2 puntos. Se asigna 0 puntos a la opción a, 1 punto a la opción b y 2 puntos a la opción c.
- **Pago impuestos.** Máximo 4 puntos. La puntuación se obtiene por la suma de los dos tramos siguientes:
 - Con un máximo de 2 puntos, la puntuación se establece directamente proporcional a la ratio entre

el abono en concepto de impuestos sobre resultados; si esa ratio es superior al 30%, se conceden 2 puntos. Si está por debajo del 30%, se asignan los puntos por regla de tres simple: $\text{valor} \times 2 / 30\%$.

- Con un máximo de 2 puntos, la puntuación se establece directamente proporcional a la ratio entre el abono en concepto de impuestos sobre facturación; si esa ratio es superior al 4%, se conceden 2 puntos. Si está por debajo del 4%, se asignan los puntos por regla de tres simple: $\text{valor} \times 2 / 4\%$.

A través de una regla de tres simple, las puntuaciones obtenidas para cada variable se pueden elevar a una base 10.

Respecto a la categoría, la suma de puntos de las variables se eleva a una base 100 mediante una regla de tres simple teniendo en cuenta que el máximo posible a alcanzar por la suma de variables es 18 puntos.

Categoría Medio Ambiente

- **Planificación ambiental.** Máximo 3 puntos. Se suma el resultado de la respuesta a los cuatro atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 3/4.
- **Certificaciones ambientales.** Máximo 3 puntos. Se suma el resultado de la respuesta a los tres atributos dicotómicos.
- **Huella de carbono.** Máximo 6 puntos. Se suman los dos atributos dicotómicos y el valor obtenido de la evolución de emisiones de gases efecto invernadero; en caso de que la empresa no conozca sus emisiones, se aplica a ese atributo un valor negativo (-1). El valor final de la variable sale de la suma de los atributos anterior multiplicado por 6/5.

- **Energía:** Máximo 4 puntos. Por la respuesta a la cuestión sobre el uso de energías renovables se pueden obtener de 0 a 3 puntos; se suma 1 punto en caso de poseer la certificación de eficiencia energética.
- **Gestión del agua.** Máximo 4 puntos. Se suman los cuatro atributos dicotómicos, otros 3 puntos se asignan en función de la reducción en el consumo de agua y el resultado total se multiplica por 4/7.
- **Economía circular.** Máximo 4 puntos. Se suman los seis atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/6.

A través de una regla de tres simple, las puntuaciones obtenidas para cada variable se pueden elevar a una base 10.

Respecto a la categoría, la suma de puntos de las variables se eleva a una base 100 mediante una regla de tres simple teniendo en cuenta que el máximo posible a alcanzar por la suma de variables es 24 puntos.

Categoría Entorno

- **Proveedores locales.** Máximo 4 puntos. En función de la proporción de proveedores locales que posea la empresa en su cadena de producción, se asignan de 0 a 3 puntos; lo mismo se hace con los proveedores de servicios. En total, la empresa podría obtener 6 puntos. Por este motivo, la puntuación final será el resultado de multiplicar por 4/6 los puntos sumados por los dos conceptos.
- **Expansión mercados.** Máximo 4 puntos. La proporción de ventas fuera de Andalucía se distribuye en tramos y a cada tramo se le asigna un valor de 0 a 4.
- **Personal en Andalucía.** Máximo 4 puntos. La proporción de personal en Andalucía de departamentos centrales se divide en tramos a los que se asigna un valor de 0 a 3. Igual tratamiento se aplica al personal de centros de producción. La suma de ambos conceptos da un máximo de 6. La puntuación final se obtiene multiplicando el valor de cada empresa por 4/6.
- **Agentes sociales.** Máximo 4 puntos. Se suman los cinco atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/5.
- **I+D:** Máximo 4 puntos. Se suman las respuestas a los cuatro atributos dicotómicos.

A través de una regla de tres simple, las puntuaciones obtenidas para cada variable se pueden elevar a una base 10.

Respecto a la categoría, la suma de puntos de las variables se eleva a una base 100 mediante una regla de tres simple teniendo en cuenta que el máximo posible a alcanzar por la suma de variables es 20 puntos.

Categoría Personas

- **Evolución plantilla:** Máximo 4 puntos. Si el número de personas en plantilla se ha reducido, se aplica 1 punto negativo; si ha aumentado menos del 1%, se aplican 0 puntos; si ha aumentado más del 20%, se aplican 4 puntos; y si ha aumentado entre el 1 y el 20%, se aplica una regla de tres simple: valor $\times 4 / 20\%$.
- **Formación:** Máximo 3 puntos. Si el número de horas anuales de formación por persona es inferior a 10, se asignan 0 puntos; si está entre 10 y 20, se asigna 1 punto; si supera las 40 horas anuales, se asignan 3 puntos; y entre 20 y 40 horas, se establece una regla de tres simple.
- **Condiciones laborales:** Máximo 2 puntos. Se utiliza la proporción de contratos fijos a tiempo completo de

la empresa y se añade 1 punto por la certificación ISO 45001.

- **Integración:** Máximo 3 puntos. Se otorgan 2 puntos a las empresas con más de 20 personas con discapacidad cada 1.000 trabajadores/as. Por debajo de 20 personas cada 1.000, se aplica una regla de tres simple: valor $\times 2 / 20$. Se añade 1 punto por la certificación UNE 170001 Certificación de Accesibilidad Universal o similar.
- **Igualdad:** Máximo 4 puntos. Se calcula en tres tramos:
 - Máximo 2 puntos. Se suman cinco atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por $2/5$.
 - Máximo 1 punto. Si la proporción de mujeres en el comité de dirección es igual o superior al 50%, se otorga 1 punto. Si es inferior, se aplica una regla de tres simple: valor $/ 50\%$.
 - Máximo 1 punto. Mismo tratamiento aplicado al consejo de administración.

- **Participación:** Máximo 3 puntos. Se suman los cinco atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por $3/5$.

A través de una regla de tres simple, las puntuaciones obtenidas para cada variable se pueden elevar a una base 10.

Respecto a la categoría, la suma de puntos de las variables se eleva a una base 100 mediante una regla de tres simple teniendo en cuenta que el máximo posible a alcanzar por la suma de variables es 20 puntos.



Clasificación:

Finalmente, las puntuaciones obtenidas se trasladan a una definición de niveles ilustrados por estrellas de acuerdo con las siguientes escalas.

Categoría Buen Gobierno		Categoría Medio Ambiente	
0-25	0 estrellas	0-25	0 estrellas
25,01-40,00	1 estrella ★	25,01-40,00	1 estrella ★
40,01-50,00	2 estrellas ★★	40,01-50,00	2 estrellas ★★
50,01-60,00	3 estrellas ★★★	50,01-60,00	3 estrellas ★★★
60,01-75,00	4 estrellas ★★★★	60,01-75,00	4 estrellas ★★★★
75,01 o más	5 estrellas ★★★★★	75,01 o más	5 estrellas ★★★★★


Categoría Entorno		Categoría Personas	
0-30,00	0 estrellas	0-25,00	0 estrellas
30,01-45,00	1 estrella ★	25,01-35,00	1 estrella ★
45,01-60,00	2 estrellas ★★	35,01-45,00	2 estrellas ★★
60,01-70,00	3 estrellas ★★★	45,01-60,00	3 estrellas ★★★
70,01-80,00	4 estrellas ★★★★	60,01-70,00	4 estrellas ★★★★
80,01 o más	5 estrellas ★★★★★	70,01 o más	5 estrellas ★★★★★




Resultados

(Orden alfabética)

Aertec	Valoración:
	Buen gobierno ★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente ★ ★ ★ ★ ★
	Entorno ★ ★ ★ ★ ★
	Personas ★ ★ ★ ★ ★
www.aertecolutions.com	


 **Sector:** 7112 - Servicios téc. de ingeniería y otras act. rel. con el asesoramiento técnico

 **Sede:** Málaga


 **Ingresos:** 37.997.675 €

 **Plantilla:** 712

Agro Sevilla	Valoración:
	Buen gobierno ★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente ★ ★ ★ ★ ★
	Entorno ★ ★ ★ ★ ★
	Personas ★ ★ ★ ★ ★
www.agrosevilla.com	

 **Sector:** 1039 - Otro procesado y conservación de frutas y hortalizas

 **Sede:** Sevilla

 **Ingresos:** 151.817.000 €

 **Plantilla:** 450


Aguas de Huelva Valoración:

	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★☆☆

www.aguashuelva.com

 **Sector:** 3600 - Captación, depuración y distribución de agua

 **Sede:** Huelva


 **Ingresos:** 20.415.060 €


 **Plantilla:** 121

AOKLabs Valoración:

	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★☆☆

www.aoklabs.com

 **Sector:** 4645 - Comercio al por mayor de productos de perfumería y cosmética

 **Sede:** Dos Hermanas


 **Ingresos:** 2.300.000 €


 **Plantilla:** 2


Atalaya Riotinto Valoración:

	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★☆☆

www.riotinto.atalayamining.com

 **Sector:** 0729 - Extracción de otros minerales metálicos no féreos

 **Sede:** Minas de Río Tinto


 **Ingresos:** 314.000.000 €

 **Plantilla:** 451


Atlantic Copper Valoración:

	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★☆☆

www.atlantic-copper.es

 **Sector:** 2444 - Producción de cobre

 **Sede:** Huelva





 **Ingresos:** 2.597.000.000 €

 **Plantilla:** 772

Ayesa Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.ayesa.com

 **Sector:** 7112 - Serv.téc. de ingeniería y otras actividades rel. con el asesoramiento técnico
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 717.000.000 €  **Plantilla:** 12.500

Business Go Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★




www.businessgo.es

 **Sector:** 6203 - Gestión de recursos informáticos
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 7.000.000 €  **Plantilla:** 130


Caja Rural del Sur Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.grupocajarural.es

 **Sector:** 6419 - Otra intermediación monetaria
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 16.364.000.000 €  **Plantilla:** 1.100


Cereales Méndez Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.cerealesmendez.com

 **Sector:** 4621 - Comercio al por mayor de cereales, tabaco, simientes y al. para animales
 **Sede:** La Campana  **Ingresos:** 35.376.188 €  **Plantilla:** 24

CorSevilla Valoración:

	Buen gobierno	★☆☆☆☆
	Medio ambiente	★☆☆☆☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★☆☆





www.corsevilla.es

 **Sector:** 1091 - Fabricación de productos para la alimentación de animales de granja
 **Sede:** Cazalla de la Sierra  **Ingresos:** 19.591.305 €  **Plantilla:** 52

Cosentino Valoración:

	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★☆☆





www.grupocosentino.es

 **Sector:** 2399 - Fabricación de otros productos minerales no metálicos n.c.o.p.
 **Sede:** Macael  **Ingresos:** 1.570.000.000 €  **Plantilla:** 6.039

Covap Valoración:

	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★☆☆





www.covap.es

 **Sector:** 1091 - Fabricación de productos para la alimentación de animales de granja
 **Sede:** Pozoblanco  **Ingresos:** 1.040.068.411 €  **Plantilla:** 1.378

Covirán Valoración:

	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★★

www.coviran.es


 **Sector:** 4639 - Comercio al por mayor, no especializado, de prod. al., bebidas y tabaco
 **Sede:** Atarfe  **Ingresos:** 1.873.700.000 €  **Plantilla:** 15.076

Cremades & Calvo-Sotelo

Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.cremadescalvosotelo.com
 **Sector:** 6910 - Actividades jurídicas

 **Sede:** Sevilla


 **Ingresos:** 1.400.000 €


 **Plantilla:** 20
DCOOP


Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.dcoop.es
 **Sector:** 1043 - Fabricación de aceite de oliva

 **Sede:** Antequera


 **Ingresos:** 1.409.000.000 €

 **Plantilla:** 894
EDUCA EDTECH Group

Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.ieditorial.net
 **Sector:** 6202 - Actividades de consultoría informática

 **Sede:** Macarena


 **Ingresos:** 9.945.446 €

 **Plantilla:** 152
EIG Education

Valoración:




Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.esgerencia.com
 **Sector:** 8544 - Educación terciaria no universitaria

 **Sede:** Granada





 **Ingresos:** 8.500.000 €

 **Plantilla:** 98





Endesa Generación		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.endesa.com		

 **Sector:** 3516 - Producción de energía eléctrica de origen térmico convencional
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 3.944.600.000 €  **Plantilla:** 2.269





Euromedia Comunicación		Valoración:
	Buen gobierno	☆☆☆☆☆
	Medio ambiente	☆☆☆☆☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	☆☆☆☆☆
www.euromediagrupo.es		

 **Sector:** 8299 - Otras actividades de apoyo a las empresas n.c.o.p.
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 1.505.000 €  **Plantilla:** 13

Federópticos		Valoración:
	Buen gobierno	☆☆☆☆☆
	Medio ambiente	☆☆☆☆☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★☆☆
www.federopticos.com		

 **Sector:** 4778 - Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos esp.
 **Sede:** Alcalá de Guadaíra  **Ingresos:** 8.300.000 €  **Plantilla:** 30





Formación Universitaria		Valoración:
	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	☆☆☆☆☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★☆☆
www.formacionuniversitaria.com		

 **Sector:** 8532 - Educación secundaria técnica y profesional
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 11.291.117 €  **Plantilla:** 116

Grupo Abades Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.abades.com

 **Sector:** 5610 - Restaurantes y puestos de comidas
 **Sede:** Loja
  **Ingresos:** 152.300.000 €
  **Plantilla:** 1.700

Grupo Azvi Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.azvi.e

 **Sector:** 4121 - Construcción de edificios residenciales
 **Sede:** Sevilla
  **Ingresos:** 995.000.000 €
  **Plantilla:** 6.812

Grupo Forma 5 Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.forma5.com

 **Sector:** 6920 - Actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoría fiscal
 **Sede:** Dos Hermanas
  **Ingresos:** 60.000.000 €
  **Plantilla:** 262


Grupo Inerco Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.inerco.com





 **Sector:** 6920 - Act. de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoría fiscal
 **Sede:** Sevilla
  **Ingresos:** 65.569.074 €
  **Plantilla:** 676

Grupo MAS Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.somosgrupomas.com





 **Sector:** 4639 - Comercio al por mayor, no esp., de prod. alimenticios, bebidas y tabaco
 **Sede:** Dos Hermanas  **Ingresos:** 610.000.000 €  **Plantilla:** 4.000

Grupo Rusvel Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.rusvel.com





 **Sector:** 4122 - Construcción de edificios no residenciales
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 102.938.320 €  **Plantilla:** 341

Heineken España Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.heinekenespana.es





 **Sector:** 1105 - Fabricación de cerveza
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 1.085.000.000 €  **Plantilla:** 1.392

Hidralia Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.hidralia-sa.es

 **Sector:** 3600 - Captación, depuración y distribución de agua
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 92.409.868 €  **Plantilla:** 825

Inés Rosales Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.inesrosales.com

 **Sector:** 1072 - Fabr. de galletas y prod. de panadería y pastelería de larga duración
 **Sede:** Castilleja de la Cuesta  **Ingresos:** 17.000.000 €  **Plantilla:** 135

Jarquil Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.jarquil.es

 **Sector:** 4121 - Construcción de edificios residenciales
 **Sede:** Almería  **Ingresos:** 186.832.732 €  **Plantilla:** 511

Jiménez Maña Corporación Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.corporacionjimenezmana.com

 **Sector:** 4531 - Comercio al por mayor de repuestos y accesorios de vehículos de motor
 **Sede:** Dos Hermanas  **Ingresos:** 126.000.000 €  **Plantilla:** 700


Lamaignere Valoración:

	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★





www.lamaignere.com

 **Sector:** 5229 - Otras actividades anexas al transporte
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 69.600.000 €  **Plantilla:** 134

Naturanda Turismo Ambiental Valoración:

	Buen gobierno	★☆☆☆☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★★





www.naturanda.com

 **Sector:** 7911 - Actividades de las agencias de viajes
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 6.400.000 €  **Plantilla:** 47

Reciclajes del Sur Bahía Valoración:

	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	★★★☆☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆





www.reciclajesdelsurbahia.es

 **Sector:** 4677 - Comercio al por mayor de chatarra y productos de desecho
 **Sede:** Chiclana de la F.  **Ingresos:** 1.600.000 €  **Plantilla:** 12

Scoobic Valoración:

	Buen gobierno	☆☆☆☆☆
	Medio ambiente	☆☆☆☆☆
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★☆





www.scoobic.com

 **Sector:** 4511 - Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros
 **Sede:** Dos Hermanas  **Ingresos:** 5.326.122 €  **Plantilla:** 46

Silbon Valoración:

	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆

www.silbonshop.com

 **Sector:** 4771 - Comercio al por menor de prendas de vestir en establec. especializados
 **Sede:** Córdoba  **Ingresos:** 50.000.000 €  **Plantilla:** 400

Skylife Engineering

Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.skylife-eng.com

Sector: 2899 - Fabricación de otra maquinaria para usos específicos n.c.o.p.

Sede: Sevilla

Ingresos: 1.300.000 €

Plantilla: 60

Sociedad de avales y garantías de Andalucía SGR

Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.srggarantia.es

Sector: 6619 - Otras act. aux. a los serv. financieros, excepto seguros y fondos de pensiones

Sede: Granada

Ingresos: 9.652.000 €

Plantilla: 80

Supermercados Tu Súper

Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.supermercadostusuper.com

Sector: 4711 - Com. al por menor en establ. no esp., con pred. en prod. alimenticios, bebidas y tabaco

Sede: Granada

Ingresos: 20.410.231€

Plantilla: 198

Tharsis Mining

Valoración:



Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
Entorno	★ ★ ★ ★ ★
Personas	★ ★ ★ ★ ★

www.tharsismining.com

Sector: 0729 - Extracción de otros minerales metálicos no férricos

Sede: Alosno





Ingresos: 1.588.262 €

Plantilla: 30


Tussam Valoración:

	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆





www.tussam.es

 **Sector:** 4931 - Transporte terrestre urbano y suburbano de pasajeros
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 42.815.394 €  **Plantilla:** 1.618

UG21 Engineering Valoración:

	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★☆☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★★☆





www.ug21.com

 **Sector:** 7112 - Serv. téc. de ingeniería y otras actividades rel. con el asesoramiento técnico
 **Sede:** Mairena del Alj.  **Ingresos:** 13.000.000 €  **Plantilla:** 300

Unei Valoración:

	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆

www.unei.com

 **Sector:** 8299 - Otras actividades de apoyo a las empresas n.c.o.p.
 **Sede:** Sevilla  **Ingresos:** 26.317.000 €  **Plantilla:** 1.311

Universidad Loyola Valoración:

	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆

www.uloyola.es

 **Sector:** 8543 - Educación universitaria
 **Sede:** Dos Hermanas  **Ingresos:** 41.786.199 €  **Plantilla:** 566



 **Economía Digital Andalucía**
MERCADOS21.es

CON EL APOYO DE:

