



Atlas de la Empresa Comprometida de ANDALUCÍA

2025



Economía Digital Andalucía

www.economiadigital.es/andalucia

MERCADOS21.es

www.mercados21.es

Segunda edición

Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

Año 2025

Dirección

Julián Rodríguez

Javier González Flores

Dirección técnica

Fernando de Llano Paz

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

El Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía	05
Empresas participantes	09
Andalucía consolida su modelo empresarial sostenible	15
Juan García. Editor del Grupo Economía Digital	
Una radiografía positiva con potencial de mejora	16
Javier González Flores. Director de Mercados21	
¿Se imaginan un mundo sin aceite de oliva?	17
Fernando de Llano Paz y Marcelino Fernández Mallo. Economistas y consultores	
Conclusiones generales	19
Categoría <i>Buen Gobierno</i>	25
Ética	
Transparencia	
Gobernanza	
Adhesión ODS	
Pago de impuestos	
Resultados categoría <i>Buen Gobierno</i>	
Categoría <i>Medio Ambiente</i>	37
Planificación ambiental	
Certificaciones ambientales	
Relación con la naturaleza	
Huella de carbono	
Energía renovable y eficiencia	
Gestión del agua	
Economía circular	
Resultados categoría <i>Medio Ambiente</i>	
Categoría <i>Entorno</i>	55
Proveedores locales	
Expansión mercados	
Personal en Andalucía	
Agentes sociales	
I+D+i	
Resultados categoría <i>Entorno</i>	
Categoría <i>Personas</i>	67
Condiciones laborales	
Formación	
Integración	
Igualdad	
Participación	
Resultados categoría <i>Personas</i>	
Metodología	77
Resultados de las empresas participantes	82



El Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

Una herramienta para medir la sostenibilidad de la economía andaluza

La **sostenibilidad** ha pasado de ser una tendencia a constituir un pilar estructural del modelo económico. Aun a pesar de ciertos movimientos contrarios, el contexto global marca una senda inequívoca caracterizada por el cuidado del medio, la transición energética y la exigencia de responsabilidad social a las empresas: la necesidad de integrar en su gestión diaria los **criterios ESG** (ambientales, sociales y de gobernanza) como factor esencial de competitividad, transparencia y resiliencia, no se discute.

El año **2024** ha sido especialmente **relevante en materia reguladora** a este respecto. La entrada en vigor de la Directiva Europea de Información en Materia de Sostenibilidad (CSRD) y los Estándares Europeos de Reporte de Sostenibilidad (ESRS) han representado un punto de inflexión en la rendición de cuentas corporativa. A ello se suma la aprobación de la Directiva de Diligencia Debida en Sostenibilidad Corporativa (CSDDD), que refuerza la obligación de las empresas de identificar y mitigar impactos sociales y ambientales a lo largo de toda su cadena de valor. En España, además, se ha avanzado en la transposición de estas normas con el Proyecto de Ley de Información de Sostenibilidad Corporativa, que ampliará la obligación de reporte a un número creciente de empresas y exigirá información más detallada, verificable y comparable.

Este entorno normativo y social genera nuevas exigencias, pero también supone una importante oportunidad para el tejido empresarial andaluz. Además de **mejorar la reputación** y la **relación** con los **grupos de interés**, la integración efectiva de los crite-

rios ESG mejora e impulsa la eficiencia, la innovación y el acceso a financiación sostenible. En este contexto, el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* se consolida como una herramienta de referencia para acompañar este proceso de transformación.

El Atlas nació con el propósito de identificar, valorar y difundir las prácticas empresariales que mejor representan el compromiso de las empresas con la sostenibilidad, entendida esta en su sentido más amplio: ambiental, social y de buen gobierno. Su metodología —basada en indicadores objetivos, homogéneos y verificables— permite ofrecer una **radiografía rigurosa y comparable** del nivel de compromiso de las empresas andaluzas, y destacar ejemplos inspiradores que sirvan de guía para el conjunto del tejido productivo.

Esta segunda edición supone un paso decisivo en la madurez del proyecto. Si la primera cumplió una función esencialmente descriptiva —ofrecer una imagen inicial del grado de compromiso de las empresas andaluzas con la sostenibilidad—, la edición 2025 añade una **perspectiva evolutiva y analítica**, al incorporar la comparación con los resultados de 2024. Ello permite identificar avances, retrocesos y áreas de mejora, así como observar tendencias que ayudan a comprender la dirección en la que evoluciona la empresa andaluza.

El **crecimiento de la participación** en esta edición es, además, un motivo de satisfacción y una señal inequívoca del interés que despierta la sostenibilidad entre las organizaciones andaluzas. El número de empresas participantes ha aumentado de forma

6 Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía

significativa, lo que amplía la representatividad del estudio y refuerza la validez de sus conclusiones. Detrás de esta mayor implicación hay un compromiso creciente con la responsabilidad social, con la innovación y con la voluntad de contribuir al progreso económico y ambiental de Andalucía.

Como en la primera edición, el Atlas estructura su análisis en **cuatro Categorías** que definen los pilares de la sostenibilidad empresarial:

- **Buen Gobierno**, que mide la ética, la transparencia, la gobernanza y la alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- **Medio Ambiente**, centrada en la gestión ambiental, la eficiencia de recursos y la transición hacia modelos de economía circular.
- **Entorno**, que analiza la contribución al desarrollo económico y social del territorio, la cooperación con el tejido local y la implicación cultural.
- **Personas**, que aborda la gestión del capital humano, la igualdad, la formación, la participación y la integración laboral.

Cada una de las Categorías se descompone en **variables** y **atributos** que permiten obtener una valoración cuantitativa precisa, acompañada de un análisis cualitativo que explica los resultados e identifica las mejores prácticas.

Recordamos siempre que el *Atlas de la Empresa Comprometida* no es un ranking ni una competición, sino un **mapa del compromiso empresarial**, en este caso, del tejido empresarial andaluz. Un instrumento de conocimiento, de mejora continua y de inspiración colectiva. Su vocación es contribuir al fortalecimiento de una economía andaluza moderna, sostenible e inclusiva,

que genere valor económico al tiempo que protege el medio ambiente y promueve el bienestar social.

Con esta segunda edición, Andalucía reafirma su papel activo en la construcción de un modelo económico más equilibrado y responsable. El compromiso empresarial, la cooperación entre actores públicos y privados y la incorporación efectiva de los valores ESG constituyen hoy la base sobre la que debe asentarse el futuro de nuestra comunidad.



A low-angle, upward-looking shot of a modern skyscraper with a curved, glass-clad facade. The building's lines converge towards the top of the frame, creating a sense of height and scale. The sky is filled with soft, white clouds against a blue background. A solid light blue rectangle is positioned on the left side of the image, partially overlapping the building's facade.

Empresas participantes

La importancia del comercio y la industria manufacturera

La segunda edición del **Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía** confirma el incremento notable del compromiso de las entidades mercantiles y de sus equipos directivos en abordar una gestión de acuerdo con los principios de buen gobierno, la sostenibilidad ambiental y las relaciones con el entorno en el que desarrollan su actividad.

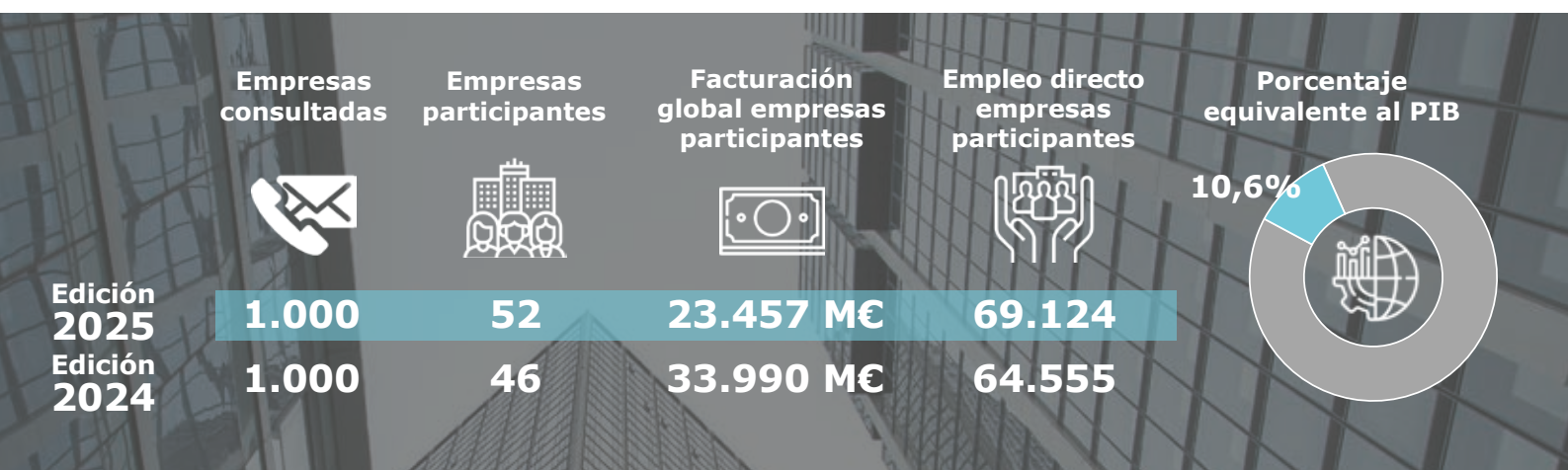
En la edición de 2025 del Atlas se registró un crecimiento de empresas que han decidido someterse al análisis objetivo de esta iniciativa, innovadora y pionera en la comunidad andaluza, fruto de la alianza del **Grupo Economía Digital**, el medio digital especializado en información económica y de referencia en el ámbito nacional; y **Mercados 21**, como medio empresarial y económico de referencia en el sur de España, con presencia en Andalucía y Extremadura, con el fin de aportar valor al tejido productivo de la región.

En conjunto, han participado **52 empresas**, un **13% más** que en la primera edición.

Además, 33 de ellas repiten y 19 se han incorporado en esta ocasión, el 36,5%. 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 contactó directamente con más de **1.000 empresas andaluzas**, cuya facturación supera los seis millones de euros anuales, 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 los meses de junio y septiembre de 2025, la nueva edición del Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía contó con la participación de 52 entidades mercantiles que suman un **volumen de negocios de 23.457 millones de euros**, una cifra equivalente al **10,6% del PIB de Andalucía**¹.



1. La suma de la facturación de las empresas participantes es sensiblemente inferior a la registrada en la edición de 2024 (33.990 millones de euros, debido a una corrección introducida por Caja Rural del Sur, que en el pasado ejercicio se contabilizaron el volumen de activos gestionados (16.364 millones) y no el volumen de negocios que presenta en esta edición (355,8 millones).

La presente edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* indica que las entidades participantes experimentaron un crecimiento del 4,1% en 2024 sobre sus propios resultados de 2023, cuando sumaron un volumen de negocios de 22.516 millones de euros. Por lo que respecta a la **generación de empleo** directo, la situación es aún más favorable, ya que pasaron de los 66.648 trabajadores en 2023 a los 69.124 empleados del año 2024, lo que supone un **crecimiento del 7,07%**.

El análisis detallado por sectores económicos, según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) de 2025², confirma el **liderazgo** de las **empresas del sector del comercio** al por mayor y al por menor, que representan el 34% del total de la facturación y el 34,7% del empleo con-

junto de las entidades participantes, aunque tan solo suponen el 19,2%. En este grupo destacan sociedades como Covirán, Grupo Mas, Osborne, Tu Súper, González Byas o Silbon, especializadas en el *retail*.

El sector de la **industria manufacturera** también dispone de un protagonismo relevante, ya que supone el 19,2% de las empresas participantes, que suman el 28,3% de la facturación, aunque tan solo suma el 7,8% de los trabajadores. En este ámbito destacan entidades de la transformación de productos agrarios, como Dcoop, Deoleo, Covap, y del ámbito de la producción de cobre como Atlantic Copper.

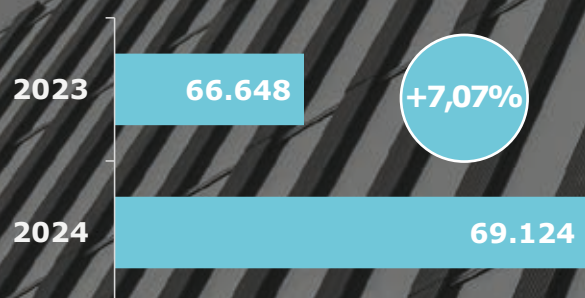
También tienen especial relevancia las sociedades mercantiles del grupo de **actividades profesionales, científicas y téc-**

2. INE. Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2025) https://www.ine.es/dyngs/INEbase/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177032&menu=resultados&idp=1254735976614#_tabs-1254736195861

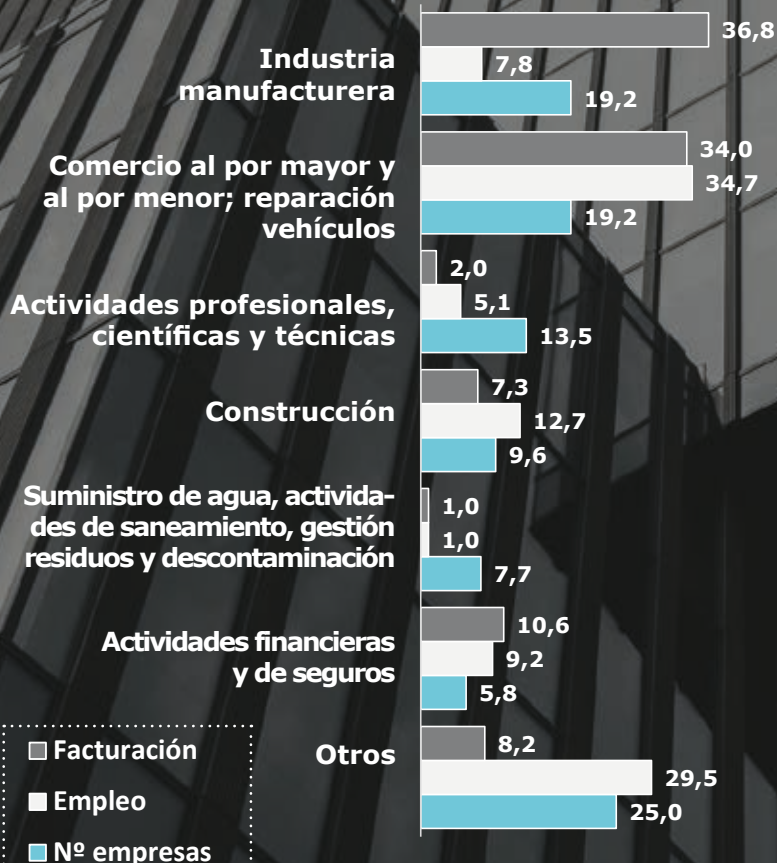
Facturación (en M€)



Empleos



Empresas por sectores de actividad (datos 2024)



nicas, que representan el 13,5% del total de las entidades participantes, pero apenas aportan el 2% del volumen de negocios y el 5,1% de los puestos de trabajo.

Le siguen las empresas de la **construcción** (9,6%), que suponen el 7,3% de la facturación y el 12,7% del empleo. Las entidades dedicadas a actividades financieras tienen un peso muy significativo en la facturación del Atlas (10,6%) y el 9,2% de los trabajadores, aunque tan solo son el 5,8% de la muestra.

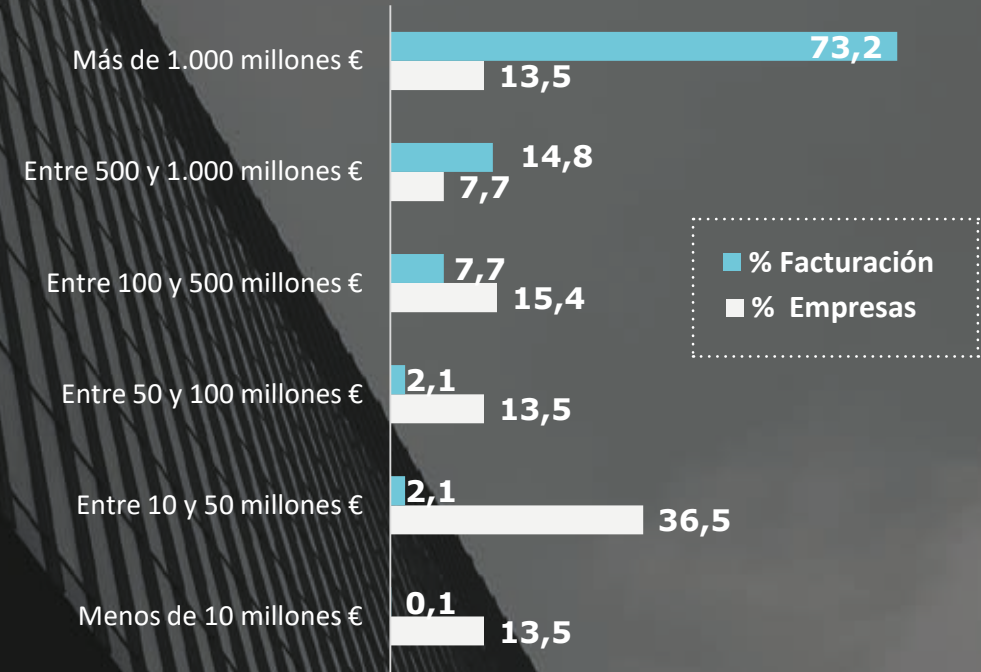
Por **tamaño**, el 13,5% de las sociedades mercantiles participantes en el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía 2025* **superan los 1.000 millones de euros de facturación** y suman el 73,5% del volumen de negocios de las 52 entidades participantes; el 7,75% se encuentran en un rango de entre

500 M€ y 1.000 M€ y suponen el 14,8% de la actividad económica de las entidades participantes; el 15,4%, entre 100 y 500 M€ y 7,7% de la suma de la facturación.

El 13,5% de las empresas está en la horquilla entre 50 y 100 millones, pero tan solo suman el 2,1% de la facturación, y el 13,5% restante tiene un volumen de negocios inferior a los 10 millones y suponen el 0,1% del total.

Facturación 2024	Nº empresas
Más de 1.000 millones €	7
Entre 500 y 1.000 millones €	4
Entre 100 y 500 millones €	8
Entre 50 y 100 millones €	7
Entre 10 y 50 millones €	19
Menos de 10 millones €	7

Facturación por tamaño (en porcentaje)



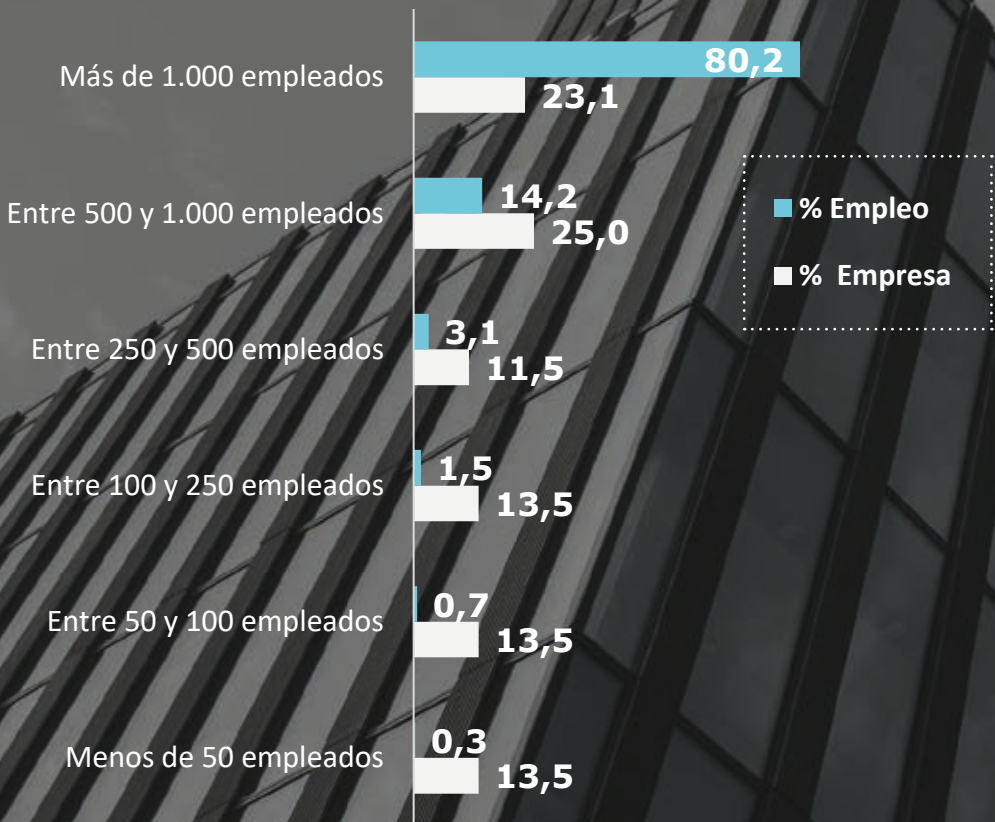
Respecto al **tamaño** de las empresas según el número de trabajadores, el **23,1%** de ellas tiene **más de 1.000 empleados** y suman el 80,2% del total (69.124). El 25% de las entidades participantes cuentan con una plantilla de entre 500 y 1.000 personas, que suponen el 14,2% del conjunto; el 11,5% cuenta con un plantel de entre 100 y 250 empleados, que representan el 3,1% del total. El 40% de las entidades restantes tienen menos de 250 trabajadores, pero tan solo suman el 2,5% del total.

El análisis de la evolución de las empresas participantes en el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía 2024* frente a las que lo han hecho en la presente edición

Empleados 2024	Nº empresas
Más de 1.000 empleados	12
Entre 500 y 1.000 empleados	13
Entre 250 y 500 empleados	6
Entre 100 y 250 empleados	7
Entre 50 y 100 empleados	7
Menos de 50 empleados	7

indica un **crecimiento** importante tanto en el **volumen de negocios** como en el número de **empleados**. En el pasado ejercicio se contó con la aportación de 46 empresas,

Empleados por tamaño de empresas



que sumaron una facturación de 17.930 millones de euros y 64.555 trabajadores³.

Las entidades mercantiles que participan en el Atlas de 2025 suman en total 23.457 millones de euros, lo que representa un 30,8% más, si bien es cierto que el número de empresas es un 13% superior. Además, cuentan con 69.124 empleados directos, un crecimiento del 7,07% respecto a la suma de las plantillas de 2024.

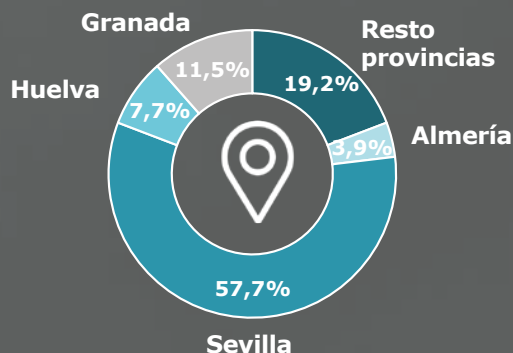
Respecto a la **participación territorial**, el Atlas de 2025 refleja un **mayor peso de las empresas de Sevilla**. El 57,7% de las compañías que participaron en la presente

edición tiene sede en esta provincia y representa el 40,5% de la facturación global.

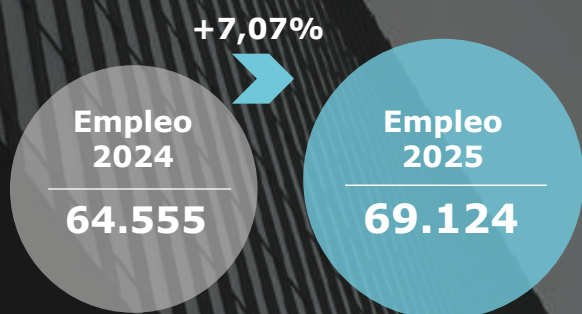
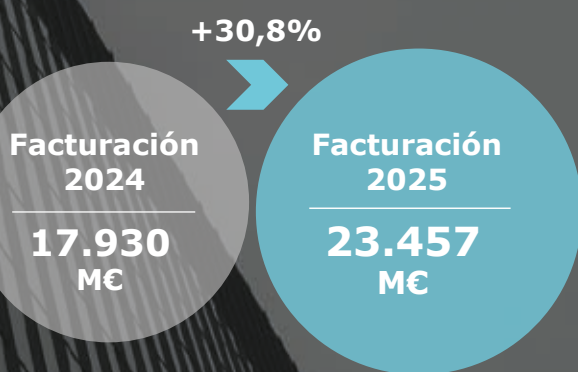
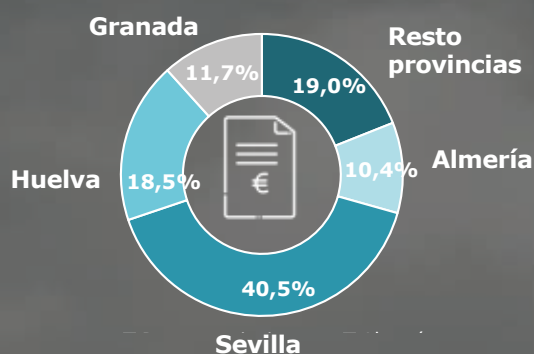
Le siguen las entidades mercantiles con sede en Granada (11,5%), con una cifra de negocios del 11,7% del total; y de Huelva (7,7%), que suponen el 18,5% de la facturación. El 3,9% de las entidades tienen la sede en Almería y suman 10,4% del conjunto de los ingresos; mientras que el resto de las provincias que forman parte del Atlas aportan el 19,2% del total de las compañías, que son el 19% de los ingresos globales.

3. Los datos de 2024 se corresponden a las cuentas cerradas de 2023. En el caso de la edición de 2025, los datos son los de 2024. Además, se introdujo una corrección en el volumen de negocios de Caja Rural Sur, que en la primera edición del Atlas declaró una facturación de 16.364 millones de euros, aunque esa cantidad corresponde a los activos gestionados pero no a la facturación, que ascendió en 2023 a 305 millones de euros.

Empresas participantes



Facturación por provincias





Andalucía consolida su modelo empresarial sostenible

Juan García

Editor del Grupo Economía Digital

Les presentamos la II Edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*. Y el hecho de ser la segunda edición es relevante, es algo más que un simple número ordinal: indica que esta herramienta de medición del compromiso de las empresas con indicadores sobre la sostenibilidad ha pasado la prueba del algodón y ha demostrado su utilidad y su conveniencia para aquellos a los que se dirige.

En primer lugar, para la sociedad andaluza, que tiene en el Atlas un conjunto de datos sobre una parte representativa de la actividad empresarial de la comunidad, una muestra sobre el grado de cumplimiento de aquellos objetivos hacia los que nos hemos comprometido a avanzar, aquellos que hemos definido para dibujar un futuro mejor que el presente, para guiar una actividad económica que hemos dado en llamar sostenible.

En segundo lugar, para las empresas, que encuentran en el Atlas una herramienta de trabajo que las mide y evalúa en un área tan sensible para su competitividad como es la de la sostenibilidad. El Atlas, al aportar además datos de un conjunto representativo de la actividad empresarial andaluza, tanto desde una perspectiva sectorial como provincial, muestra la evolución del marco global en el que desempeñan su influencia.

Y, finalmente, para las instituciones públicas, que disponen en el Atlas de una serie de datos, de indicadores, que permiten observar el desarrollo de la actividad empresarial andaluza y su alineamiento o no con las políticas públicas que proponen, los datos frente a los relatos o imaginarios sociales que propugnan.

Los Atlas, un producto que cuenta con más de 5 años de experiencia y que se lleva a cabo ya, además de en Andalucía, en Galicia y Euskadi, añade conocimiento al tejido empresarial y al marco institucional y social en que se desarrolla y se convierte así en una valiosa herramienta para la toma de decisiones tanto públicas como privadas.

Desde el Grupo Economía Digital, es un motivo de satisfacción la presentación de esta nueva edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* y queremos resaltar nuestro agradecimiento a los patrocinadores –Junta de Andalucía, Fundación La Caixa, Atalaya Mining, Bidafarma, Covap y DCoop–, por su apoyo; a los directores técnicos del proyecto –Julián Rodríguez, director de Economía Digital de Galicia; Marcelino Fernández y Virgilio Costas– y a nuestro *partner* en Andalucía, Javier Flores, director de Mercados21, por el magnífico trabajo realizado, que ahora ya solo espera el juicio definitivo que es el de ustedes.

Una radiografía positiva con potencial de mejora

Javier González Flores

Director de Mercados21

Para quienes impulsamos este *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* es una satisfacción presentar esta segunda edición. Una nueva edición que denota el interés y la acogida de nuestra iniciativa entre el tejido productivo andaluz, y en la que cabe consignar la participación de un mayor número de empresas.

Pero más allá de las cifras globales, el riguroso y exhaustivo análisis contenido en el Atlas presenta como una de sus principales conclusiones que las empresas de la comunidad autónoma muestran una evolución y una senda positiva y de mejora en las categorías objeto de estudio: Buen Gobierno, Medioambiente, Entorno y Personas. Aunque cada una de ellas con sus matices particulares.

Un avance en los elementos y factores estudiados que, sin embargo, requiere de su impulso con la finalidad de consolidarlos e integrarlos con mayor solvencia y profundidad en la gestión empresarial y corporativa. De ahí, que esta segunda edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* pretenda servir de guía, de brújula, de acicate y de espejo en el que las empresas puedan mirarse para trazar sus estrategias de presente y futuro con criterios exigentes de compromiso, en el sentido más amplio del término.

En momentos como los actuales, la gestión innovadora y audaz de los criterios ESG en el ámbito empresarial, más allá de una moda, es un imperativo de crecimiento y diferenciación, un indicador indiscutible de capacidad competitiva. Más aún, en un mercado global en constante transformación, con contextos geopolíticos complejos, en los que la incertidumbre deja de ser coyuntural para convertirse en estructural.

Es una apuesta estratégica que impacta de lleno en la cuenta de resultado de toda empresa, de toda corporación que quiera perdurar en el mercado. El marchamo de empresa comprometida no es algo que pueda circunscribirse o constreñirse en determinados departamento o áreas de la organización, sino que debe vertebrar su espina dorsal, su razón de ser de cara a todos sus grupos de interés.

Hablar de su importancia o relevancia en tal o cual departamento (gestión del capital humano,

de marketing o comunicación, de finanzas...) de manera aislada es un contrasentido. La empresa de hoy y de mañana o es comprometida y con propósito claro o no será. Pensar que estas son cuestiones solo del área específica de sostenibilidad o de marketing, es la vía más directa al fracaso.

Aludí durante mi intervención en el acto de presentación de nuestra primera edición a que los nuevos tiempos demandan de los directivos y empresarios estar muy alertas y trabajar en lo que yo llamo la "sabiduría decisonal". Además de reafirmarme nuevamente en este pensamiento, considero que esta sabiduría, esta capacidad de analizar globalmente todo el ecosistema en el que se encuadra toda empresa u organización, ya no es posible sin el prisma del compromiso.

Un compromiso que ponen en práctica las empresas andaluzas en su actividad y que hacer diarios, que se encuentra en la buena dirección, y en el que hay que perseverar con inteligencia, perspicacia y eficacia. Un empeño que, estoy convencido, es compartido por los distintos estratos empresariales.

Nada más lanzar esta segunda edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* comenzaremos nuevamente a pensar y a trabajar en una próxima entrega. Nuestro fin es contribuir, precisamente, a esa mejora continua que se observa en la empresa andaluza en cuanto a sus capacidades sostenibles y competitivas por medio esta radiografía, de este diagnóstico.

Animo, pues, a que nuevas empresas se incorporen a esta mirada amplia del presente y el futuro del tejido productivo regional en la próxima edición. De modo, que entre todos aportemos, desde nuestras respectivas funciones y responsabilidades, al fortalecimiento de la actividad económica de nuestro entorno con una visión acorde a los retos y desafíos que como sociedad tenemos.

¿Se imaginan un mundo sin aceite de oliva?

Fernando de Llano Paz y Marcelino Fernández Mallo

Economistas y consultores

Durante décadas hemos dado por sentado que la seguridad alimentaria era un pilar inamovible: siempre habría cereales, hortalizas, legumbres, fruta y, por supuesto, siempre habría aceite de oliva. Sin embargo, la realidad climática está empezando a erosionar las certezas más consolidadas. Las largas sequías, las intensas olas de calor y los eventos meteorológicos extremos están alterando profundamente los sistemas agrícolas, comprometiendo tanto la cantidad como la calidad de nuestros alimentos.

El calentamiento global no es un concepto abstracto. Lo vemos en los cultivos que no maduran a tiempo, en los olivares que adelantan o retrasan la floración, en los árboles que no resisten noches tropicales sucesivas o en acuíferos que no consiguen recuperarse entre campañas. Y aunque cada sector agrícola está lidiando con sus propios desafíos, el del aceite de oliva se ha convertido en un símbolo especialmente claro de la fragilidad de nuestro modelo productivo frente a un clima que cambia demasiado rápido.

En los dos últimos años, España vivió una caída histórica en la producción de aceite de oliva. El país, líder mundial en este ámbito, redujo su volumen hasta niveles de máxima alerta. La campaña más reciente ha mostrado cierta recuperación, pero sigue lejos de los escenarios habituales y, sobre todo, lejos de garantizar estabilidad futura. El olivo está siendo empujado hacia sus límites fisiológicos. No se trata de una narración alarmista sino de una conclusión directa de los propios datos científicos.

El IPCC -*Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático*, organismo científico de referencia de Naciones Unidas- alerta de que la cuenca mediterránea es uno de los “puntos calientes” del planeta; un área donde las temperaturas aumentan un 20% más rápido que la media global, las precipitaciones se vuelven más irregulares y los episodios de calor extremo superan los umbrales que muchos cultivos pueden tolerar. Fenómenos como la escasez hídrica, la desertificación o el estrés térmico están afectando ya a la productividad agrícola. Y el olivar se encuentra en primera línea de esta metamorfosis.

Imaginar un mundo sin aceite de oliva no es, por tanto, un ejercicio literario. Las oscilaciones bruscas de producción que se han vivido, son una señal de que el sistema se está volviendo más vulnerable, menos predecible y más dependiente de una climatología que no responde a patrones históricos. No hace falta señalar que el descenso estructural de la producción de aceite implicaría un golpe cultural, económico y territorial de enormes dimensiones.

Por todo esto sorprende que siga creciendo la corriente que niega o minimiza la realidad del cambio climático. Los propios científicos del *Joint Research Centre* de la UE han señalado los riesgos de “desinformación climática” que retrasan decisiones urgentes. Porque los olivos no entienden de debates, igual que tampoco lo hace el resto de productos agrarios, que reaccionan al alza de la temperatura, a la falta de agua y a la violencia de algunos fenómenos meteorológicos.

¿Hay soluciones? Sí, pero exigen determinación y voluntad colectiva. Proteger nuestro entorno pasa por restaurar ecosistemas, frenar la degradación del suelo, reforzar la gestión sostenible del agua, impulsar la agricultura regenerativa, recuperar masas forestales autóctonas, gestionar el agua con criterios de eficiencia y fortalecer la investigación agronómica. También implica, por supuesto, acelerar la transición energética para disminuir las emisiones que están impulsando el calentamiento global. Sin una mitigación ambiciosa y una adaptación basada en ciencia, cada año perdido estrecha el margen para preservar paisajes, cultivos y modos de vida que hoy damos por garantizados.

La pregunta inicial —¿se imaginan un mundo sin aceite de oliva?— no es un recurso dramático ni una provocación gratuita. Es el reflejo de un interrogante mayor: ¿somos capaces de imaginar un mundo en el que el clima deje de ser compatible con la forma en que producimos y vivimos? Esa posibilidad ya no pertenece a la ciencia ficción; es la dirección hacia la que avanzamos si no corregimos el rumbo. Cada año de retraso en la adopción de medidas —locales y globales— encarece el futuro, reduce nuestra capacidad de adaptación y erosiona aquello que hoy damos por garantizado.



Conclusiones generales

La evolución positiva se consolida

El *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía 2025* evalúa el índice de **compromiso social** y **sostenibilidad** de la **empresa andaluza**, además de incorporar información sobre la interacción con los cambios geoestratégicos globales y las tendencias que moldean el entorno empresarial. El contexto actual está marcado por el cuestionamiento del esfuerzo en la lucha contra el cambio climático en determinadas esferas, la defensa de los mercados locales frente a la globalización, y la incertidumbre política. Sin duda todo ello acaba impactando en las estrategias de las empresas, lo que en cierto modo se ha visto trasladado a los resultados del Atlas.

En esta segunda edición se constata la **evolución positiva** en la totalidad de las categorías evaluadas, que se han descrito en el apartado de presentación del Atlas. En la tabla siguiente, se observan los índices de las cuatro categorías calculados sobre base 10:

Categoría	2024	2025
Buen Gobierno	5,3	5,7
Medio Ambiente	4,4	4,6
Entorno	6,2	6,5
Personas	4,8	5,4

La conclusión general que se puede extraer por los resultados del estudio es que la empresa andaluza ha conseguido **mejorar sus resultados** en **todas las categorías**. Si bien los resultados en Buen Gobierno y Entorno pueden considerarse aceptables y en Personas suficientes, en la categoría Medio Ambiente es en la que sigue pendiente una mejora significativa que eleve la puntuación hasta un acepta-

ble. Es la categoría de Entorno, en la cual se valora la relación de la empresa con el conjunto de la sociedad, la que alcanza unos resultados más positivos.

Una aproximación a las conclusiones por Categorías permite ofrecer las primeras reflexiones del Atlas:

Buen Gobierno

La empresa andaluza sigue mostrando un **buen desempeño** en la tarea de buen gobierno. Existen modelos empresariales estructurales relacionados con la transparencia y adhesión a los ODS-ONU que contribuyen significativamente a la mejoría en esta categoría. El tejido empresarial andaluz continúa con una mejora progresiva y continuada en materia ética, transparencia y responsabilidad institucional.

Medio Ambiente

El **leve incremento** en la **puntuación** global media de esta categoría se produce fundamentalmente por la inclusión de la nueva variable **Relación con la naturaleza**, que obtiene una puntuación de 7,12 sobre 10. Adicionalmente se producen leves mejoras en el uso más eficiente y acceso a energía renovable en las empresas, con un mayor compromiso por la certificación ambiental y lo que implica a su implementación en los procesos empresariales.

De forma opuesta sí se observa un **empeoramiento** más o menos sistemático en el **resto de las variables** que componen esta categoría, indicativo de cierta relación en el establecimiento de modelos de planificación y de gestión de recursos (agua, residuos y economía circular) derivados, posiblemente, del contagio de una menor determinación política respecto a la lucha contra el cambio climático.

En su conjunto, la empresa andaluza hoy tiene un menor grado de implicación en la estrategia medioambiental. En todo caso, la falta de un contexto político exigente puede convertirse en aliciente para el propio tejido empresarial, y aprovechar para reivindicarse como verdaderos líderes socioeconómicos en la lucha contra el cambio climático en ausencia de modelos gubernamentales en las distintas administraciones.

Entorno

Las empresas andaluzas mantienen un **compromiso sólido** en materia de **I+D+i**, incorporando criterios de sostenibilidad a sus proyectos, junto con una apuesta seria y reforzada por la expansión de mercados en un contexto difícil como el actual, tendente precisamente a lo contrario: repliegue de esfuerzos en un marco de mayor presión arancelaria y (aparentemente) una menor globalización.

En todo caso los resultados muestran que las empresas continúan cuidando y fortaleciendo las relaciones comerciales con proveedores de proximidad, consolidan su relevante papel con los agentes sociales y apuestan por mantener y fijar una estructura de innovación competitiva. A nivel europeo las empresas han sabido aprovechar el impulso público de los fondos europeos para internalizar aún más si cabe el proceso de modernización tecnológica en sectores como los industriales y de servicios.

Personas

En esta edición se confirma que el tejido empresarial andaluz **refuerza su apuesta** por la **integración**, una mayor **formación** de sus personas trabajadoras y que busca mayores niveles de **igualdad**. Se evidencia igualmente la posibilidad de mejorar tanto en creación y mantenimiento de empleo como en acciones y modelos que

refuercen la gobernanza compartida y una mayor implicación directa del personal en la toma de decisiones corporativas.

Aunque lo importante del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* es el análisis de la realidad agregada de la economía y empresas andaluzas, también se pretende poner de manifiesto las **mejores prácticas** en cada categoría. Son estas mejores prácticas las que han de servir de referente al conjunto del tejido empresarial y, por extensión, al resto de la ciudadanía y a los sectores económicos y sociales. De acuerdo con los resultados obtenidos en esta edición 2025 del Atlas, las **empresas** que más destacan serían:

Empresas destacadas*

*Empresas que alcanzan 16 o más estrellas en total

Aguas de Huelva
Atalaya Mining
Atlantic Copper
Castillo de Canena
Deoleo
Endesa
Grupo Osborne
Silbon
Supermercados Tu Super
Unei

Empresas relevantes**

**Empresas que alcanzaron 14 o 15 estrellas en total

AlmaNatura Social
Aertec
Azul Construcción Repair
Cajamar
Caja Rural del Sur
Educa Edtech
Emasagra
Exxita
Grupo MAS
Hidralia
Inerco
Rusvel

A woman with long dark hair, wearing a white lab coat, is shown from the chest up. She is looking off to the right with a thoughtful expression. The background is a modern office with desks, chairs, and large windows, slightly blurred. A warm orange light filter is applied to the right side of the image.

BUEN GOBIERNO



BUEN GOBIERNO



Avance sostenido

Un **buen gobierno corporativo** busca equilibrar los intereses de todas las partes involucradas en torno a una empresa, con el objetivo de garantizar su sostenibilidad y su éxito a largo plazo. Una organización que observa criterios de buen gobierno adopta estructuras y procesos que aseguran la transparencia, la responsabilidad y la toma de decisiones éticas. Implica una forma de dirigir y hacer que trasciende el beneficio económico inmediato, integrando principios de integridad, rendición de cuentas y contribución al interés general, en particular en relación con las personas, el entorno y la comunidad.

Durante 2024, el debate sobre el buen gobierno corporativo se vio impulsado por la aplicación progresiva de **nuevas exigencias europeas** en materia de **sostenibilidad y transparencia**, especialmente vinculadas a la Directiva CSRD y a los estándares de información no financiera. En este contexto, las empresas andaluzas participantes en el Atlas reflejan un **avance sostenido** en la **integración de criterios ESG** en su gestión y en la consolidación de políticas éticas y de sostenibilidad.

En esta segunda edición del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*, la categoría Buen Gobierno alcanza una valoración global de 57,48 puntos sobre 100, frente a los 53,52 puntos de la edición anterior, lo que representa un avance de 3,96 puntos y confirma una evolución positiva en la madurez de la gestión responsable del tejido empresarial andaluz.

El estudio de esta categoría se estructura en **cinco variables**, que permiten evaluar el grado de compromiso de las empresas en materia de gobernanza corporativa y responsabilidad institucional; se muestran el índice sintético de

cuatro de las cinco variables (la quinta es Pago de impuestos). Las tres primeras son sobre 10 y la última presenta el valor en porcentaje:

Variable	2024	2025
Ética	7,10	7,18
Transparencia	4,09	5,23
Gobernanza	7,17	7,16
Adhesión ODS	34,8%	44,2%
BUEN GOBIERNO	5,3	5,7

Los **resultados** permiten extraer varias conclusiones relevantes:

1. La **Ética** mantiene un nivel muy alto y estable, con más del 90% de las empresas declarando disponer de código ético y mecanismos de control, lo que confirma la consolidación del compromiso ético en la gestión empresarial.
2. La **Transparencia** es la variable que experimenta la mejora más notable, al pasar de 4,09 a 5,23 puntos, con avances en la publicación de auditorías, estructuras de propiedad, planes estratégicos y subvenciones públicas.
3. La **Gobernanza** conserva sus buenos resultados (7,16), reflejo de la existencia de unos órganos de dirección atentos a los temas de sostenibilidad.
4. La **Adhesión al Pacto Mundial de la ONU** y los ODS muestra un salto importante (del 34,8% al 44,2%), lo que evidencia un mayor alineamiento de las empresas andaluzas con los estándares internacionales de sostenibilidad.

5. En la variable **Pago de impuestos**, tal como se verá en el apartado específico, los datos de distribución muestran una mayor concentración de empresas en los tramos altos de tributación, lo que sugiere un incremento en la aportación fiscal efectiva y un refuerzo de la responsabilidad social corporativa.

En conjunto, la categoría **Buen Gobierno** presenta un **avance relevante** que confirma a las empresas andaluzas como un ejemplo de madurez en materia de ética, transparencia y responsabilidad institucional. Las mejoras observadas, especialmente en transparencia y compromiso con los ODS, confirman una evolución estructural hacia modelos de gestión más sólidos y comprometidos.

Ética

Se establece el nivel en el cual la ética está presente en la estrategia de la organización. De acuerdo con la *European Business Ethics 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 siguientes **atributos** dicotómicos respuesta Sí/No):

- Existencia en la organización de un **código** o herramienta similar en la 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 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 la ISO 9001 de Código de Conducta y Ética, la ISO 37001 de Sistema de gestión para prevenir el soborno, UNE 19601-19602 de Prevención de delitos, la Norma SA8000 de Empresa responsable o la SGE 21 de Sistema de gestión ética.

De acuerdo con los **resultados** de la segunda edición del Atlas, las empresas andaluzas mantienen una **valoración prácticamente idéntica** a la registrada en la **edición anterior**, con una puntuación media de 7,16 frente a 7,10 sobre 10 en 2024. Esta estabilidad confirma la **consolidación de la ética** como elemento estructural en la gestión empresarial andaluza.

El **92,3%** de las empresas participantes declaran disponer de un **código ético**, cifra ligeramente inferior a la del ejercicio anterior (97,8%), diferencia que se explica porque en esta edición dos empresas manifiestan no disponer de esta herramienta.

El **86,5%** realiza un **seguimiento del cumplimiento** del código, mientras que el **92,3%** afirma contar con **canales de información y transparencia**, mejorando en más de tres puntos respecto a 2024.

También se observa un incremento en la **exigencia ética a los proveedores**, que alcanza el **76,9%**, consolidando una tendencia positiva en la extensión de las prácticas éticas a la cadena de suministro. El ámbito donde se aprecia un **avance**

más notable es el de las **certificaciones éticas**, que pasan del 52,2% al **57,7%**, lo que implica una progresiva aplicación de estándares de gestión reconocidos.

Castillo de Canena, Cajamar, UG21 Engineering, Aguas de Huelva, Endesa, Hidralia, Azvi, Ayesa, Emasagra, Caja Rural del Sur y Deoleo alcanzan la más alta valoración posible en este parámetro.



92,3%

De las empresas tienen implantado un código ético.

(97,8% en 2024)



86,5%

Realizan un seguimiento periódico del cumplimiento del código ético.

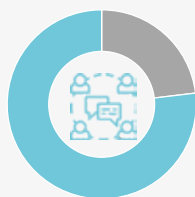
(89,1% en 2024)



92,3%

Cuentan con canales específicos de información y transparencia.

(89,1% en 2024)



76,9%

Aplican el código ético a sus proveedores.

(73,9% en 2024)



57,7%

Cuentan con un certificado de funcionamiento ético.

(52,2% en 2024)



Transparencia

La transparencia es otro de los pilares de la categoría Buen Gobierno del Atlas, y hace referencia a la **difusión clara** de la **información relevante** sobre las operaciones, finanzas y decisiones de la empresa. Supone proporcionar a todas las partes interesadas —internas y externas— una visión honesta y completa de la organización, favoreciendo la confianza, la rendición de cuentas y la toma de decisiones informada.

A este respecto, la variable se mide mediante los siguientes **atributos** dicotómicos (respuesta Sí/No):

- Publicación de los **currículums vitae** de los miembros del consejo de administración y del comité directivo.
- Publicación de las **retribuciones** del Consejo de Administración y del Comité de Dirección.
- Difusión del **plan estratégico** y de los planes y programas anuales y plurianuales.
- Publicación del **plan de sostenibilidad**.
- Comunicación del **dominio o estructura de propiedad** de la empresa.
- Publicación de **informes de auditoría** y **control financiero** emitidos por entidades externas.
- Difusión de **previsiones económicas y financieras** (balance y cuenta de resultados esperados).
- Información sobre **costes, ingresos y resultados** por líneas de negocio.
- Publicación de las **principales inversiones** del ejercicio contable.
- Publicación de **subvenciones** y ayudas públicas recibidas.
- Publicación de los **contratos y concesiones** obtenidos de **administraciones públicas**.

Los resultados del Atlas 2025 muestran una **mejora significativa** en materia de transparencia, con una **puntuación media** de **5,23 puntos**, frente a los 4,09 de la edición del ejercicio anterior. Se trata de un avance de 1,14 puntos, el mayor registrado entre las variables de Buen Gobierno, lo que indica un esfuerzo evidente de las empresas andaluzas por reforzar la comunicación pública de su actividad.

El crecimiento es generalizado en la mayoría de los indicadores. Destacan los avances en la publicación de informes de auditoría (que pasa del 50,0% al 71,2%, +21,15 puntos), el dominio de propiedad (del 56,5% al 73,1%, +16,56), la información por líneas de negocio (+16,14), el plan estratégico (+15,47) y la publicación de subvenciones y ayudas públicas (+14,63). También se incrementa la difusión de los planes de sostenibilidad, que alcanza el 59,6%, once puntos más que en la edición anterior.

En los ámbitos tradicionalmente más sensibles, como la publicación de retribuciones de los órganos de gobierno o los currículums vitae de consejeros y directivos, la mejora es más moderada, aunque se mantiene la tendencia ascendente.

Este avance en transparencia puede vincularse al **nuevo contexto normativo** europeo y nacional en materia de información no financiera y sostenibilidad. La Directiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), en vigor desde 2024, y la consolidación de la Ley 11/2018 sobre información no financiera y diversidad, han impulsado una mayor exigencia de comunicación pública de datos sobre gobierno corporativo, sostenibilidad y resultados económicos.

A ello se suma la creciente demanda de **información ESG** por parte de inversores, entidades financieras y clientes institucionales, que están trasladando estas exigencias a toda su cadena de suministro. Este entorno regulatorio y de mercado ha favorecido que numerosas empresas andaluzas anticipen la adopción de prácticas de transparencia avanzadas, situándose en línea con los estándares europeos de rendición de cuentas.

Las **empresas más destacadas** en este apartado, que alcanzan la máxima valoración posible, son **Atalaya Mining, Atlantic Copper, Endesa, Castillo de Canena, Deoleo y Silbon**, todas ellas referentes en la comunicación abierta y responsable de su gestión corporativa.



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

26,9%



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

30,8%



Publica el plan estratégico y planes y programas anuales y plurianuales

48,1%



Publica el plan de sostenibilidad

59,6%



Publica el dominio o estructura de propiedad de la empresa

73,1%



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

71,2%



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

30,8%



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

59,6%



Publica las principales inversiones del ejercicio contable

57,7%



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

71,2%



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

46,2%



Gobernanza

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

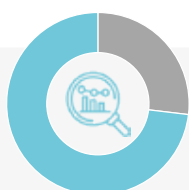
El Atlas evalúa esta variable a través de **cuatro atributos** principales:

- Evaluación del **desempeño** de los **órganos de gobierno**, es decir, la existencia de procesos periódicos de revisión del funcionamiento y eficacia de estos órganos.
- **Tratamiento de la sostenibilidad** en el seno de los órganos de gobierno, mediante la incorporación de riesgos, oportunidades e incidencias relacionadas con los aspectos ESG en sus deliberaciones.

- Presencia de un **miembro** con **conocimientos** específicos en **sostenibilidad** dentro del órgano de gobierno.
- **Identificación y gestión** de los **conflictos de interés** entre los miembros del órgano de gobierno y la estrategia o los objetivos empresariales.

Los resultados muestran un nivel de **estabilidad casi total** en materia de gobernanza, con una **valoración media** de **7,16 puntos** sobre 10, prácticamente idéntica a la registrada en la edición anterior (7,17). Este equilibrio refleja la consolidación de unas prácticas sólidas de gobierno corporativo entre las empresas andaluzas participantes.

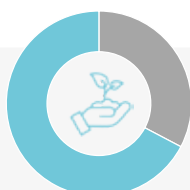
Por atributos, se observan variaciones muy leves. El 73,1% de las empresas realiza una **evaluación del desempeño** de sus **órganos de gobierno** (-0,8 puntos porcentuales respecto a 2024), mientras que el 75,0% aborda de forma sistemática **cuestiones de sostenibilidad en sus reuniones**, lo que supone un ligero avance (+1,1 puntos porcentuales).



73,1%

De las empresas realiza una evaluación del desempeño de sus órganos de gobierno.

(73,9% en 2024)



67,3%

Empresas con representación experta en sostenibilidad.

(63% en 2024)



71,2%

De las empresas identifica y gestiona los conflictos de interés.

(76,1% en 2024)



75%

Abordan de forma sistemática cuestiones de sostenibilidad en el seno de los órganos de gobierno.

(73,9% en 2024)

Crece ligeramente la proporción de empresas que cuentan con **representación experta en sostenibilidad** dentro del órgano de gobierno, pasando del 63,0% al 67,3% (+4,3 puntos porcentuales). La única disminución apreciable se produce en la **identificación de conflictos de interés**, que baja del 76,1% al 71,2% (-4,9 puntos porcentuales).

En conjunto, estos resultados confirman que las empresas andaluzas mantienen un **marco de gobernanza robusto** y estable, en el que la sostenibilidad se integra de manera natural en las funciones de supervisión y decisión. Las pequeñas oscilaciones detectadas entre ambos ejercicios responden más a los efectos de la muestra que a un cambio sustantivo en las políticas de gobierno corporativo.

Debe destacarse que, al igual que en la edición anterior, **la mitad de las empresas** del Atlas **cumplen con los cuatro atributos** de gobernanza considerados, lo que refuerza la percepción de que la buena gobernanza forma parte estructural del modelo de gestión empresarial en Andalucía.

Adhesión ODS 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 internacionales que buscan abordar desafíos globales y contribuir al desarrollo sostenible en sus tres dimensiones: económica, social y ambiental.

Esta variable, por tanto, evalúa el grado de vinculación formal de las empresas andaluzas al Pacto Mundial, entendido como un indicador directo de su voluntad de integrar los principios de la Agenda 2030 en la estrategia corporativa y en la gestión diaria.

Los resultados del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía 2025* reflejan un **avance significativo** en la adhesión de las empresas al Pacto Mundial. En esta edición, el **44,2%** de las empresas participantes declara estar adherida, frente al 34,8% registrado en el primer Atlas, lo que supone un **incremento de 9,45 puntos** porcentuales.

Este crecimiento evidencia un progreso claro en la integración de los ODS en el tejido empresarial andaluz, fruto tanto del refuerzo de las políticas públicas de sostenibilidad como de la creciente sensibilidad del sector privado hacia la gestión responsable y el reporte de impacto.

Entendemos esta evidencia como signo positivo pues la participación activa en el Pacto Mundial no solo mejora la reputación corporativa y la confianza de los inversores, sino que impulsa la innovación, la cooperación interempresarial y la eficiencia en el uso de los recursos.

Pago de impuestos

La inclusión del pago de impuestos dentro de la categoría Buen Gobierno se justifica como una **muestra de responsabilidad fiscal** y de compromiso con el sostenimiento de los servicios públicos esenciales y el desarrollo socioeconómico de la comunidad. El cumplimiento tributario constituye una expresión concreta de la ética empresarial y de la contribución de las compañías al bienestar colectivo, además de reforzar la confianza de los inversores, clientes y la sociedad en general.

El Atlas analiza esta variable a partir de **dos indicadores**:

- Impuestos sobre resultados (relación entre el Impuesto de Sociedades y el beneficio).

- Impuestos sobre facturación (relación respecto a la cifra de ingresos).

Los datos del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía 2025* muestran una **evolución positiva** en la **contribución media de las empresas** a las arcas públicas, tal como se expone en la tabla adjunta:

	2024	2025
PAGO IMPUESTOS	3,71	3,85
Impuestos sobre resultados		
0%	21,7%	27,5%
Hasta 15%	19,6%	5,9%
Hasta 25%	34,8%	25,5%
Más del 25%	23,9%	41,2%
Impuestos sobre facturación		
0%	19,6%	26,9%
Hasta 1%	54,3%	42,3%
Hasta 2%	10,9%	13,5%
Más del 2%	15,2%	17,3%

Nota aclaratoria: Se recuerda que la base imponible no tiene por qué coincidir con el beneficio neto contable; de ahí que algunos valores del pago de impuestos sean superiores al 25% del resultado contable.

En el caso del **impuesto sobre resultados**, se aprecia un traslado hacia el tramo más alto de tributación: el porcentaje de empresas que declaran pagar más del 25% de sus beneficios se eleva del 23,9% al 41,2% (+17,3 puntos), mientras que los dos tramos anteriores (hasta el 15% y hasta el 25%) pierden conjuntamente más de 22 puntos. Asimismo, el grupo de empresas que declara no haber tenido carga fiscal por resultados pasa del 21,7% al 27,5%, probablemente vinculado a ejercicios con pérdidas o compensaciones fiscales.

En cuanto al **impuesto sobre facturación**, también se observa una mayor concentración en los tramos superiores. Las empresas que tributan por encima del 2% de su cifra de negocio aumentan hasta el 17,3%, y aquellas en el tramo del 1-2% alcanzan el 13,5%. En conjunto, los dos tramos más altos ganan 4,7 puntos porcentuales respecto a la edición anterior, lo que confirma una tendencia hacia una mayor aportación fiscal efectiva.

Estos datos permiten concluir que las **empresas andaluzas** participantes en el Atlas **han reforzado su contribución fiscal**. Las diferencias entre ejercicios reflejan tanto la diversidad de situaciones económicas como el impacto de los beneficios empresariales, las deducciones aplicables o las inversiones en innovación y sostenibilidad, pero el patrón general apunta a una mayor madurez fiscal y ética en la gestión empresarial.

Empresas destacadas

En la categoría de Buen Gobierno, el 46% de las empresas del Atlas obtienen al menos 4 estrellas de las 5 posibles. Entre ellas, un selecto grupo de 11 empresas alcanza la **totalidad de estrellas: Endesa, Caja Rural del Sur, Cajamar, Aguas de Huelva, Emasagra, Hidralia, Silbon, Castillo de Canena, Deoleo, Atalaya Mining y Azul Construcción Repair.**

Si tomamos como referencia obtener al menos 3 estrellas de las 5, el porcentaje aumenta al 63%. Se puede confirmar, con todo, que una mayoría de empresas del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* tienen el Buen Gobierno entre sus prioridades estratégicas. Tan sólo un 10% de las empresas no alcanzan ninguna estrella en esta categoría.

Empresas destacadas*	Estrellas
Aguas de Huelva	★★★★★
Atalaya Mining	★★★★★
Azul Construcción Repair	★★★★★
Caja Rural del Sur	★★★★★
Castillo de Canena	★★★★★
Deoleo	★★★★★
Emasagra	★★★★★
Endesa	★★★★★
Grupo Cooperativo Cajamar	★★★★★
Hidralia	★★★★★
Silbon	★★★★★
Aertec	★★★★★
Aguas de Torremolinos	★★★★★
Atlantic Copper	★★★★★
Azvi	★★★★★
Educa Edtech	★★★★★
Exxita	★★★★★
Grupo MAS	★★★★★
Grupo Osborne	★★★★★
Hidral	★★★★★
Inerco	★★★★★
Lamaignere	★★★★★
Supermercados Tu Super	★★★★★
UG21 Engineering	★★★★★

Buen
Gobierno

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 77.



MEDIO AMBIENTE





MEDIO AMBIENTE

Sin progresos en protección ambiental

La categoría **Medio Ambiente** evalúa el grado de implicación de las empresas andaluzas en la adopción de políticas y acciones orientadas a la **protección y gestión sostenible** del **entorno natural** en el que desarrollan su actividad. Durante el año 2024 -periodo que se está evaluando-, Andalucía y el conjunto del país afrontaron episodios de sequía prolongada, estrés hídrico y temperaturas extremas que ratificaron la urgencia de avanzar hacia modelos productivos más eficientes en el uso de los recursos. Estos fenómenos, junto con el creciente coste energético y la presión regulatoria derivada de los objetivos europeos de descarbonización, refuerzan la importancia de integrar la sostenibilidad ambiental en la estrategia empresarial.

El análisis de esta categoría permite conocer hasta qué punto las empresas participantes en el Atlas incorporan criterios de economía circular, reducción de emisiones, gestión responsable del agua y protección de la biodiversidad, así como las evidencias de su impacto positivo en el territorio.

La **sostenibilidad empresarial** ejercida en su plenitud permite a la organización ser parte activa y responsable en la protección y conservación de la naturaleza, lo que sin duda va a reforzar su papel de liderazgo no sólo social sino económico. Para conseguirlo se entiende como necesario que la entidad **integre la sostenibilidad** en su **visión estratégica** e incorpore la planificación a medio y largo plazo enfocada en la gestión, control e implantación de medidas de reducción de emisiones y eficiencia en el uso de los recursos, como los energéticos o hídricos.

Asimismo, se considera diferencial la priorización de materiales de proximidad, la

adopción de los principios de la economía circular y la aplicación de criterios ecológicos en cada eslabón de las cadenas de suministro, producción y distribución.

En esta edición se ha hecho un esfuerzo para hacer aún más robusto, si cabe, el análisis en esta categoría. Así, se ha apostado por incluir la **nueva variable Relación con la naturaleza**, en la que se mide el compromiso de la empresa con la implantación de medidas sobre minoración de impacto paisajístico, mejora de la biodiversidad, identificación del nivel del impacto de sucesos ambientales o el establecimiento de un sistema de evaluación que permita el seguimiento de las medidas implantadas.

A la hora de caracterizar la categoría Medio Ambiente se han identificado **seis variables**, mediante las que se analiza el compromiso de cada empresa en este ámbito. Estas variables son las siguientes:

- **Gestión ambiental.** Incluye la planificación y las certificaciones ambientales. Se trata de una dimensión en la que las empresas andaluzas obtienen **5,7 puntos** sobre 10. Bajan levemente la media en este ámbito considerando el 6,03 sobre 10 de la edición anterior. Es el resultado de una leve mejoría en certificación (pasando del 3,9 al 4,3) y un retroceso en Planificación (del 8,2 al 7,2).
- **Relación con la naturaleza.** Se trata de una nueva variable que se incorpora en esta edición y que incluye la identificación de impactos de sus actividades en la naturaleza, el establecimiento de medidas para mejorar tanto la biodiversidad como el paisaje, y la existencia de un sistema de seguimiento y evaluación de las medidas implantadas en este

ámbito. De media, las empresas obtienen un **7,1 sobre 10** en esta variable. Esta buena calificación deriva de que el 52% de las empresas analizadas en este Atlas obtienen la máxima puntuación en esta variable: indicativo de que existe preocupación en este ámbito que recoge el nivel de impacto más directo de la empresa con los espacios naturales más próximos.

- **Huella de carbono.** Esta variable tiene en cuenta si la empresa dispone de certificaciones y sistema de control de la huella de carbono como si es conocedora de la evolución de sus emisiones de gases de efecto invernadero. Las empresas del Atlas no mejoran su ya escasa puntuación obtenida en la edición anterior, situándose en el **2 sobre 10**. Esta baja calificación se debe fundamentalmente tanto a que muchas de ellas siguen sin medir la evolución de sus emisiones como a que más de la mitad aún no han implementado certificaciones en este sentido.
- **Energía.** Con esta variable se analiza el nivel de uso de fuentes renovables y la certificación de eficiencia energética. Las empresas del Atlas mejoran levemente la puntuación casi un 10%, obteniendo un valor de **4,3 sobre 10** en este ámbito.
- **Gestión del agua.** Las empresas del Atlas alcanzan una puntuación media de **3,5/10** en este ámbito, ligeramente menor que la de la edición pasada. El leve empeoramiento se debe fundamentalmente a un peor valor en reducción del consumo y en reutilización del recurso hídrico.
- **Economía circular-residuos.** En esta edición, las empresas del Atlas empeoran la puntuación media, pasando del 6,4 al **5,3 sobre 10**. Esto se debe tanto al desconocimiento del porcentaje de valorización de residuos (nueva variable incluida en esta edición) como a que en

general las empresas siguen sin disponer de la Certificación Residuo Cero.

Teniendo en cuenta los resultados expuestos, las empresas del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* han alcanzado un **valor de 4,6** (sobre 10) frente al 4,4 de la primera edición en la categoría de Medio Ambiente. Este **progreso** se ha producido fundamentalmente por la ya comentada incorporación de la dimensión Relación con la naturaleza.

De esta forma, a las cinco dimensiones contempladas en la edición anterior del Atlas se ha incorporado como novedad en esta edición la Relación con la naturaleza, además de enriquecer las ya existentes con parámetros como la evolución de la emisión de gases de efecto invernadero o el porcentaje de valorización de los residuos. A continuación, se muestran las puntuaciones obtenidas en los diferentes índices por dimensión. En los apartados siguientes se analiza en detalle los **resultados obtenidos** con puntuaciones **sobre 10 puntos**:

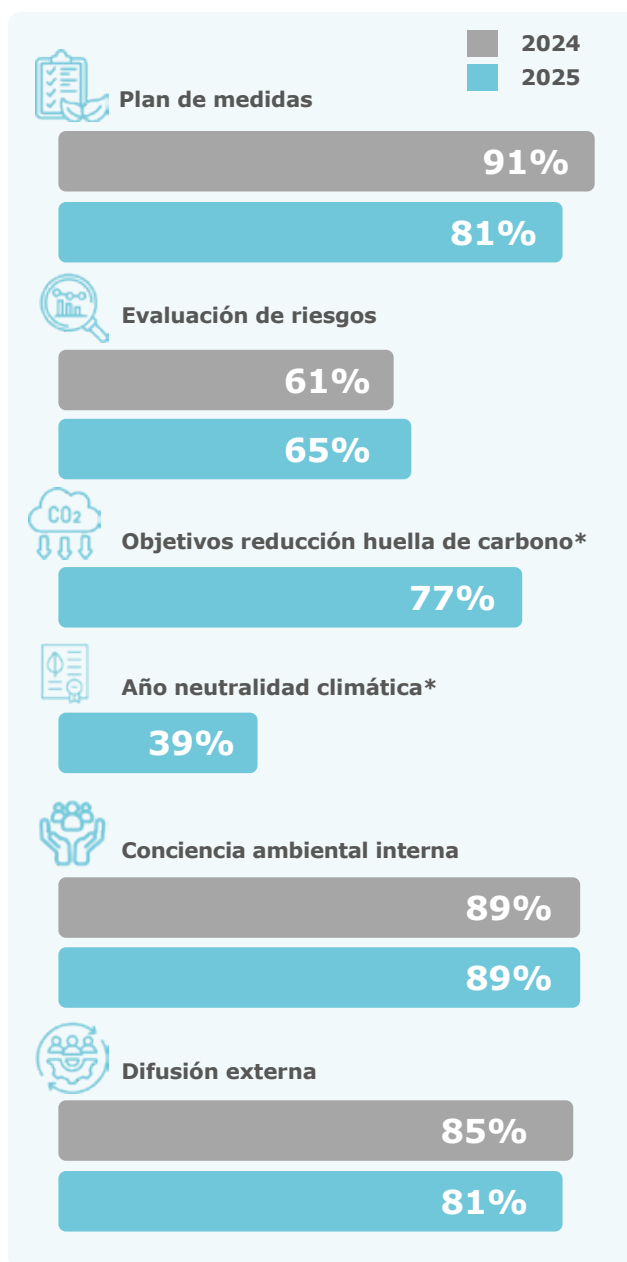
Variable	2024	2025
Planif. ambiental	8,2	7,2
Certific. ambientales	3,9	4,3
Relación con la naturaleza	-	7,1
Huella de carbono	2,1	2,0
Energía renovable y eficiencia	4,0	4,3
Gestión del agua	3,7	3,5
Economía circular	6,4	5,3
CATEGORÍA MEDIO AMBIENTE	4,4	4,6

Planificación ambiental

Con esta variable se mide el **grado de sensibilidad** a cuestiones de **sostenibilidad ambiental** por parte de las empresas andaluzas. Dentro de la misma variable se han considerado **distintos atributos** como la adopción de planes de contingencia ante impactos climáticos, la identificación de riesgos ambientales, inclusión de objetivos específicos de reducción de emisiones y neutralidad climática, así como el cuidado de la dimensión social de la empresa en lo referente a la promoción de conciencia ambiental. Se han propuesto las siguientes **seis cuestiones** de carácter dicotómico:

- ¿Cuenta su empresa con un plan de medidas y prácticas para minimizar el impacto negativo de sus operaciones en el medio ambiente y para fomentar la sostenibilidad?
- ¿Ha identificado y evaluado su empresa los riesgos que representa las consecuencias del calentamiento global para la viabilidad esta?
- ¿La empresa cuenta con objetivos específicos cuantitativos anuales para reducir la huella de carbono derivadas de sus actividades?
- ¿Establecieron en su empresa un año objetivo para alcanzar la neutralidad climática?
- ¿Cuenta su empresa con mecanismos para promover la conciencia ambiental entre el personal, capacitándolo en las prácticas y comportamientos sostenibles?
- ¿Traslada su empresa a la sociedad sus políticas medioambientales y participa en la comunidad en iniciativas que fomenten las prácticas sostenibles de consumo?

Se muestran a continuación los **porcentajes de respuesta afirmativa** a las cuestiones planteadas en las dos ediciones del Atlas. Obsérvese que para las cuestiones referidas al establecimiento de objetivos de reducción y año de neutralidad climática no hay datos de la primera edición por ser nuevas:



*Nueva cuestión introducida en 2025.

Del análisis de los resultados obtenidos se desprende que en general las empresas andaluzas muestran un **compromiso serio** con la **planificación medioambiental**.

Quizás sea necesario dar un mayor impulso empresarial en este ámbito mediante la fijación de un año objetivo para alcanzar la neutralidad climática empresarial. Objetivo, por otra parte, que ya está anunciado por la propia Comisión Europea para el año 2050.

Asimismo, se observa **margen de mejora** en lo referente a la inclusión de la evaluación y análisis de riesgos derivados del cambio climático en su operativa de cara a prepararse y protegerse ante posibles situaciones adversas que condicionen su viabilidad en el futuro.

En todo caso, sí que se evidencia una **cierta relajación** en **sensibilidad ambiental**, posiblemente condicionado por la presión negativa que ejercen ciertas corrientes conducen a un clima político-económico quizás menos enfocado en la consecución de objetivos ambientales y más en la autoprotección empresarial de las amenazas externas de otras economías. Todo ello se traduce en un menor interés en la difusión de este tipo de acciones a nivel social, como se puede observar en la menor puntuación obtenida en esta edición en difusión externa.

Resulta llamativa la bajada en el porcentaje de empresas que cuentan con un plan de medidas y prácticas para minimizar el impacto negativo de sus operaciones en el medio ambiente y para fomentar la sostenibilidad, que pasó del 91,3% al 80,8%. Posiblemente la ampliación de la muestra haya dado lugar a cierta reducción en esta cuestión, pero es una llamada de atención para animar a las empresas en la implementación de medidas que permitan cierta protección ante impactos negativos de sus actividades a nivel ambiental.

Debe destacarse, por último, que en materia de planificación medioambiental el

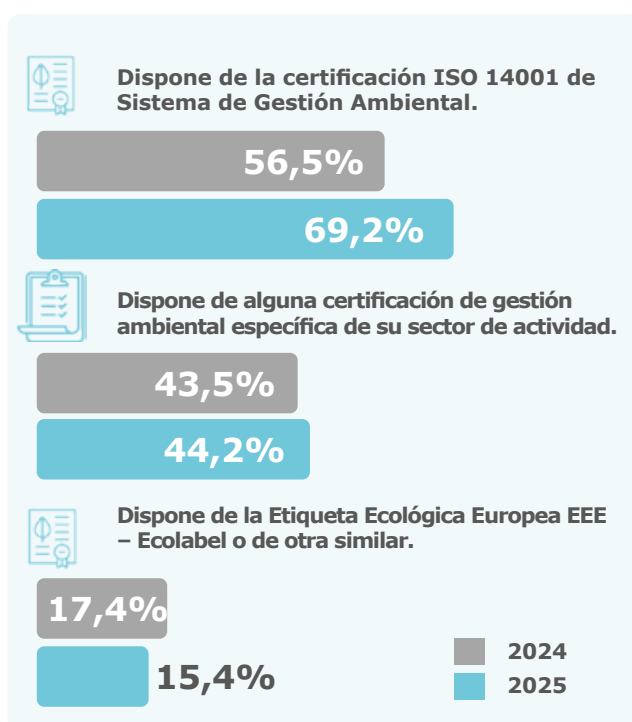
37% de las empresas analizadas han alcanzado la **máxima puntuación**, cifra bastante reducida en comparación con el 61% de la edición anterior. Esto explica, en parte, la menor puntuación en esta variable en esta segunda edición.

Certificaciones ambientales

A la hora de analizar esta importante variable, a las empresas se les ha preguntado sobre tres tipos de acreditaciones:

- La certificación ISO 14001 de Sistema de Gestión Ambiental.
- Certificaciones de gestión ambiental específica del sector de actividad.
- Etiqueta Ecológica Europea EEE-Ecolabel o de otra de similares características, que garanticen que los productos son elaborados bajo la política de producción y consumo sostenible.

A continuación, se muestra el porcentaje de empresas que cuentan con estos certificados:



Es relevante destacar positivamente el **incremento** en el **porcentaje de empresas** que dispone de **certificado ISO 14001** de Sistema de Gestión Ambiental, que pasó del 56,5% en la anterior edición al 69,2% en esta segunda edición. Se considera un avance importante en lo referente a la estandarización de procesos empresariales relacionados con la sostenibilidad ambiental con efectos muy positivos para las organizaciones empresariales.

La **certificación sectorial** continúa teniendo una **razonable aceptación** contando casi la mitad de las empresas con ella. La certificación con un ritmo más lento de implantación sigue siendo la Etiqueta Ecolabel o similar, que puede ser indicativo de la posible falta de interés y apoyo también desde las administraciones por darle valor a la misma.

Parece interesante añadir que, del total de empresas analizadas en el Atlas, un 12% cuentan con las tres autorizaciones (en la pasada edición, era sólo un 8%). En el lado opuesto estaría el dato de que un 19% de las empresas no cuentan con ninguna certificación.

En todo caso creemos que este dato debe interpretarse positivamente, ya que el porcentaje de empresas que no cuentan con ninguna certificación se redujo de la edición pasada a esta, pasando del 32% a ese comentado 19% actualmente. Por ello, se puede concluir que las empresas andaluzas están incrementando su interés por la certificación de tipo ambiental en su conjunto, con diferencias en función del certificado.

A nivel global, considerando el total de empresas analizadas, **esta variable evoluciona positivamente** (un 10%) comparando ambas ediciones: se alcanza un valor de 4,29 sobre 10 frente al 3,91 de la edición anterior. En todo caso, el valor reducido es indicativo de que hay margen de mejora en cuanto a los niveles de certificación a nivel empresarial.



Relación con la naturaleza

La **Unión Europea** continúa con su apuesta por **internalizar la información** de carácter **ambiental social y de gobernanza** (ESG) en la **normativa**. Se pretende así ampliar el alcance de la Directiva sobre Divulgación de Información No Financiera europea con la implantación de la normativa CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), que defiende la importancia de conectar la relación con la naturaleza y la estrategia de empresa.

Subyace en ella el objetivo claro de conseguir que las organizaciones funcionen en **modo Nature Positive**. Por todo ello se considera relevante para el análisis la incorporación de esta variable al *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*, la cual hemos desglosado en los atributos o cuestiones siguientes:

- Identificación por parte de la empresa del **impacto de sus actividades** en el **medio natural**. Un 84,6% de las empresas afirman sí identificar dicho impacto, cifra relevante.
- Establecimiento de **medidas específicas** para mejorar su **relación con el paisaje**. Se trata de una cuestión con un alto nivel de compromiso de la empresa a nivel ambiental, para el que un 65,4% han respondido afirmativamente.
- Fijación de **medidas** que contribuyan a la **mejora de la biodiversidad** en su territorio. En torno al 69,2% de las empresas afirman llevar a cabo acciones a favor de la biodiversidad.
- **Evaluación** por parte de la empresa de la **efectividad de las medidas** implementadas para mejorar su relación con el medio natural. Un 65,4% de las empresas de la muestra sostienen que realizan evaluaciones de resultados.



Identificación por parte de la empresa del **impacto de sus actividades** en el **medio natural**.

84,6%



Establecimiento de **medidas específicas** para mejorar su relación con el paisaje.

65,4%



Fijación de **medidas** que contribuyan a la mejora de la biodiversidad.

69,2%



Evaluación de la efectividad de las medidas implementadas para mejorar su relación con el medio natural.

65,4%

Los resultados confirman que las **empresas andaluzas** tienen en cuenta el **impacto de sus actividades** en el medio ambiente y biodiversidad; una gran mayoría lleva a cabo acciones que pretenden mejorar su relación con la naturaleza y ven necesario evaluar estas medidas con una motivación de mejora continua para aprovechar las sinergias existentes. Señalar, por último, que **más de la mitad** de las empresas analizadas (un 52%) **han alcanzado la máxima puntuación** de esta variable, dato a tener en cuenta.

Huella de carbono

El **calentamiento global** es el resultado negativo derivado de la emisión de gases de efecto invernadero. Los efectos de este calentamiento son diversos, en magnitud y tipología, relevantes y con impactos negativos serios directos e indirectos sobre las sociedades, el medio ambiente y las economías que los sufren.

Ante esta realidad, a esta variable se le atribuye un **mayor peso relativo** en el Atlas, siendo la más importante en la categoría Medio Ambiente. Para facilitar y homogeneizar la comparativa desde el Atlas optamos por incorporar estándares internacionales globalmente asumidos a nivel empresarial, al establecimiento de objetivos y a la medición efectiva de la emisión de GEI.

Así, a la hora de incorporar la **medición y registro** de la huella de carbono en la dinámica empresarial, se opta por las siguientes **certificaciones**: ISO 14064 de Verificación para organización y proyecto, ISO 14047 de ciclo de vida de producto, ISO 14069 de organización, Norma PAS 2060 de neutralidad de carbono, CeroCO2 Ecodes, o el Registro huella de carbono Ministerio Transición Ecológica.

En esta segunda edición del Atlas se confirma la **apuesta de las empresas andaluzas** por presentar alguna de estas certificaciones: el **42,3%** de las empresas afirman tener al menos **alguna certificación de emisión de huella de carbono**, porcentaje mucho mayor considerando el 23,9% de la edición anterior. Sin duda, la diversidad y cantidad de las certificaciones posibles a tener en cuenta, facilita la mejora del indicador.

En general se observa cierto retroceso, al ampliar la muestra en número de empresas, en cuanto al establecimiento de Sistema de **objetivos de Base Científica**: tan sólo el 15,4% confirman que disponen de alguno, dato menor al 19,6% de la edición pasada.



Finalmente se confirma también un **leve retroceso** en cuanto al **conocimiento y medición de emisiones** por parte de las empresas del Atlas. Mientras que en la primera edición un 39,1% señalaban que desconocían las emisiones que generaban, en la edición actual este porcentaje sube al 42,3%. A este habría que sumar otro 7,7% de empresas que afirman que no han conseguido reducirlas (frente al 4,4% de la edición anterior).

En definitiva, este año es mayor el porcentaje de empresas (el 50%), que o bien desconocen sus emisiones o no han conseguido reducirlas. Sin duda es una mala noticia en cuanto al alineamiento de las empresas andaluzas con las políticas europeas de control y de reducción de emisiones que están orientadas hacia una economía neta de emisiones de CO₂ en el horizonte 2050. En el lado opuesto,

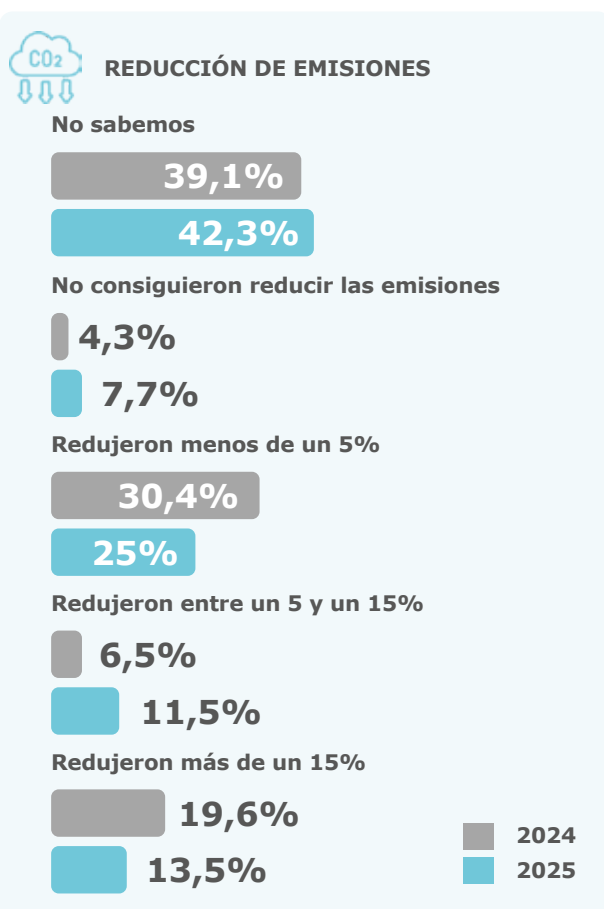
las empresas que redujeron sus emisiones más de un 5% suman el 25%, porcentaje similar (26%) al de la edición anterior.

Analizado en su conjunto, un **tercio de las empresas** del Atlas, hoy por hoy no tienen **ninguna certificación** relacionada con la **huella de carbono** y desconocen las emisiones que generan, cifra ligeramente mejor que la registrada en la edición de 2024, en la que se alcanzaba el 37%. Representa un porcentaje aún elevado que debe continuar mejorando año a año.

El **nivel de emisiones** de las empresas, contemplando la totalidad de la cadena de valor (huella de carbono), es un concepto que debe ser medido, analizado y controlado y que va a jugar un papel relevante en un futuro próximo a nivel europeo, con posible influencia en el acceso a financiación o a subvenciones dentro de la UE y a nivel de cada Estado miembro.

En el lado positivo, un **29%** de las **empresas andaluzas** destacan por alinearse razonablemente con las **políticas de reducción de emisiones** (obtiene 3 puntos o más de los 6). Estas empresas tienen ya un elemento diferencial a la hora de competir en un mercado europeo que valora positivamente los esfuerzos por "internacionalizar" la medición de la huella de carbono empresarial. **Endesa** y **Gonzalez Byass** destacan con las mejores puntuaciones en esta variable. Les siguen **Grupo Mas**, **Supermercados Tu Super**, **Azvi**, **Aertec**, **Silbon** y **Grupo Osborne**.

Esta variable, **huella de carbono**, en su conjunto evoluciona negativamente (un 7%) si se comparan ambas ediciones. Si se centra el foco en el conjunto de empresas se alcanza un valor de 1,99 sobre 10 frente al 2,13 de la edición anterior. Lo reducido de la valoración pone de relieve la necesidad de lograr avances y mejoras en este ámbito de la medición y reducción de la huella de carbono.



Energía

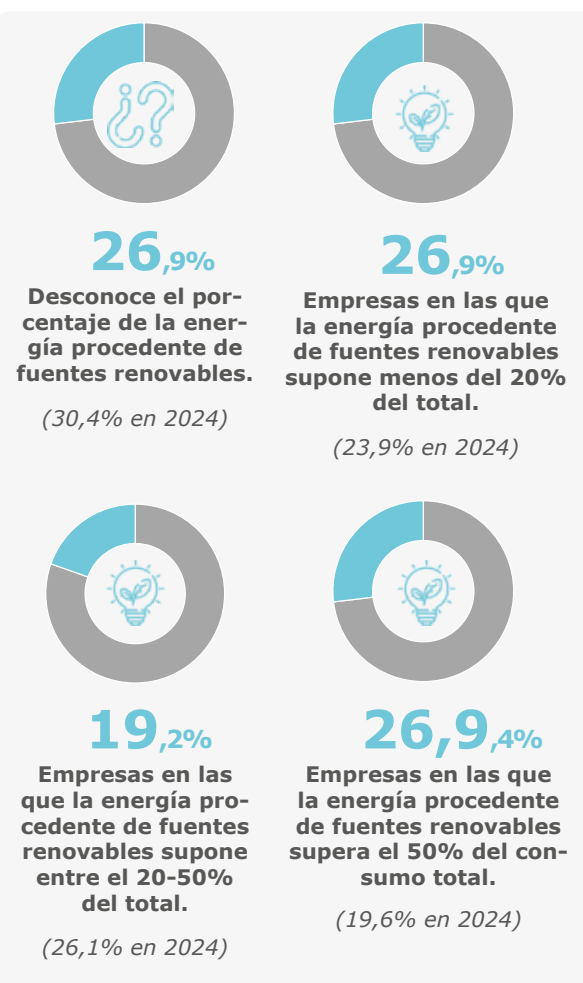
El **ahorro** y la **eficiencia energéticas** contribuyen sin duda a reducir las emisiones, además de favorecer un uso más ajustado de los recursos. Adicionalmente apostar por el uso de **energías renovables**, unidas en muchos casos a instalaciones de autoconsumo, completa el conjunto de acciones más relevantes relacionadas con la obtención y el uso de la energía, que permiten la reducción de emisiones en un campo que supone casi dos tercios de las emisiones globales.

Para incorporar estos conceptos en el Atlas se ha procedido a consultar a las empresas andaluzas por el porcentaje de **energía de fuentes renovables** sobre el consumo total de la empresa y si dispone o no de la **certificación de eficiencia energética** ISO 50001 o similar.

Se presenta en esta página el gráfico del nivel de penetración de energías renovables en cuanto al mix de consumo energético de las empresas andaluzas de las dos ediciones. Se pueden observar los porcentajes de respuesta a cada una de las cuestiones consultadas.

En esta segunda edición las **empresas** señalan **conocer** en **mayor medida** el porcentaje de uso de **energías renovables**, reduciéndose ligeramente el porcentaje de desconocimiento del 30,4% al 26,9%.

En esta edición, **una de cada cuatro empresas** del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* confirma que las **renovables** suponen **más del 50%** de su mix de consumo energético. Con todo, se trata de datos que están llamados a ser mejorados en las próximas ediciones y responder así en mayor medida al proceso de transición energética nacional que debe conducir a la reducción significativa del uso de los combustibles fósiles y a un mayor nivel de electrificación de la economía (con el sector transporte como clave); electrificación que



permitirá aprovechar el potencial renovable en el mix de consumo energético empresarial vinculado con las flotas de movilidad.

En lo referente a la implantación de la **norma ISO 50001** de eficiencia energética que proporciona las herramientas necesarias para identificar qué actividades implican un mayor consumo energético o presentan fugas de energía, se confirma un **cierto estancamiento** en torno al 25%. Se anima a que en futuras ediciones estos valores sean mejorados, ya que sin duda se trata de una herramienta que pue-

de ayudar a la empresa a mejoras relevantes en el ámbito del uso eficiente de la energía que conduzcan consecuentemente a un ahorro energético y económico.

En ambos casos, un **mayor empleo de fuentes renovables** gracias a la contratación de suministro de energía verde a proveedores que garanticen electricidad 100% renovable junto con la inversión en certificados energéticos que acrediten el uso eficiente y de fuentes limpias, son vías clave para avanzar en la lucha contra el calentamiento global y un uso más eficiente y limpio de los recursos.

A ello se le pueden añadir **iniciativas empresariales** en línea con el **autoconsumo** mediante la instalación de tecnologías como la solar fotovoltaica o la aerotermia, así como la creación o unión a comunidades energéticas.

En todo caso, se confirma, con los datos de las dos ediciones del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*, la necesidad de que las empresas impriman un **mayor impulso a la transición energética** para incrementar tanto el consumo energético renovable como el número de empresas certificadas con ISO 50001 de eficiencia energética (sólo el 25%). Recomendación que se basa en el dato de la variable que mide en su conjunto la gestión de la energía: una de cada cuatro empresas del Atlas ni sabe el porcentaje de uso de renovables ni dispone de certificación ISO 50001. En el lado opuesto, solo **5 empresas** (10%) obtienen la **mayor puntuación** posible: **Castillo de Canena, Supermercado TU Super, Emasagra, Cajamar y Caja Rural del Sur**.

Si nos enfocamos en el conjunto de empresas considerando ambas ediciones, estamos ante unos valores que vuelven a ser claramente insuficientes: se alcanza un valor de 4,28 sobre 10, frente al 3,97 de la edición anterior. Sin duda, la gestión

energética debe ser incluida entre las prioridades del tejido empresarial andaluz, por cuanto hay un claro y **amplio margen de mejora** en este ámbito.

Gestión del agua

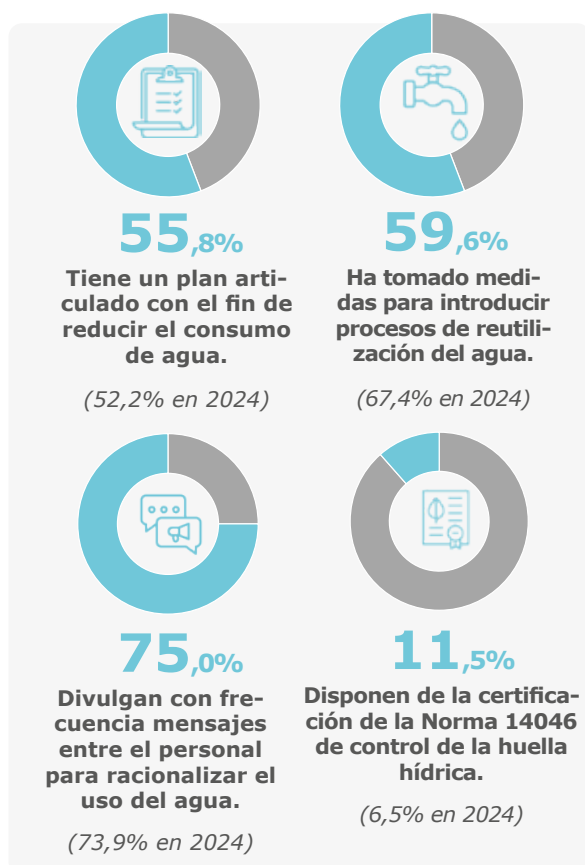
Esta variable mide cómo emplea la organización sus **recursos hídricos** bajo los criterios de **eficiencia y responsabilidad** en sus operaciones. Según el *Global Water Partnership*, una gestión óptima de estos recursos implica la planificación, el uso y el control sostenible del agua, considerando tanto su disponibilidad como su calidad. Entre otras medidas, incluiría 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.

La sociedad y la economía andaluza son conscientes del valor que tienen los recursos hídricos de esta tierra. Realizar una gestión eficiente es justa, necesaria y fundamental para garantizar la sostenibilidad ambiental y reducir los impactos negativos derivados del calentamiento global sobre la escasez y la variabilidad de las reservas de agua.

Las **cuestiones** que plantea el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* para evaluar este ámbito son las siguientes:

- Se cuenta con un plan para reducir el consumo de agua.
- Se han tomado medidas para introducir procesos de reutilización del agua y para reducir las pérdidas y desperdicios.
- Se divulgan en la organización con frecuencia mensajes entre el personal que recuerdan las prácticas internas para racionalizar el uso del agua.
- Se dispone de la certificación de la Norma 14046 de control de la huella hídrica.

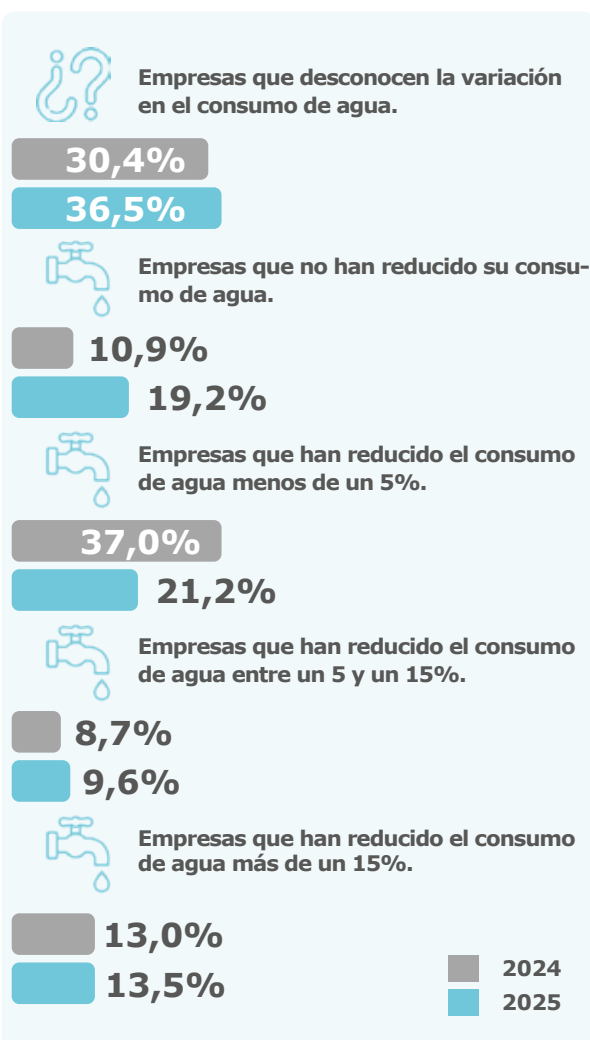
A continuación, se muestran los datos afirmativos, expresados en porcentajes de respuesta, aportados por las empresas para ambas ediciones del Atlas:



Se puede observar cómo, excepto en reutilización, las empresas del Atlas **mejoran levemente** en la disposición de un **plan de reducción**, así como en **difusión interna**. Parece relevante comentar el incremento significativo, aunque se trate de un valor reducido (11,5%), de empresas que cuentan con la Norma 14046 de control de la huella hídrica. Sin duda, confirma el avance de esta norma (de reciente creación) en el tejido empresarial andaluz y que puede convertirse en diferencial en este territorio por certificar la gestión de un elemento tan sensible como el agua para Andalucía.

El análisis en el **consumo de agua** (gráfico siguiente) indica que empeora en

términos generales: más de un 55% de las empresas o desconocen su consumo de agua o no consiguen reducirlo. En la edición anterior estos conceptos sumaban apenas el 41%. Por otra parte, mejora levemente el porcentaje de empresas que reducen al menos el 5% de su consumo de agua y que alcanza un 23%. Hay que destacar que tan sólo 7 empresas de las 52 confirman que fueron capaces de reducir más del 15% de su consumo de agua.



Está claro que contar con un plan interno de reducción de agua facilita tanto el conocimiento del consumo de agua como su control. En la medida que se continúe avanzando en esta línea las empresas

podrán activar las medidas necesarias para protegerse ante (seguras) futuras situaciones de escasez del agua y evitar poner en riesgo la viabilidad empresarial.

Destacan como **mejores empresas** en la variable analizada Gestión del agua **Atalaya Mining** como la única con la mayor puntuación, seguida por **Supermercados Tu Super, Inés Rosales, Covap, Unei y Deoleo**.

La **evolución en esta variable** del conjunto de empresas considerando ambas ediciones es **negativa**, pasando de un valor conjunto de 3,76 sobre a 10 a un 3,52. Supone un empeoramiento del 6% en esta variable, dato que debe de servir como alerta para activar una mayor implicación en este tema de la gestión del agua.



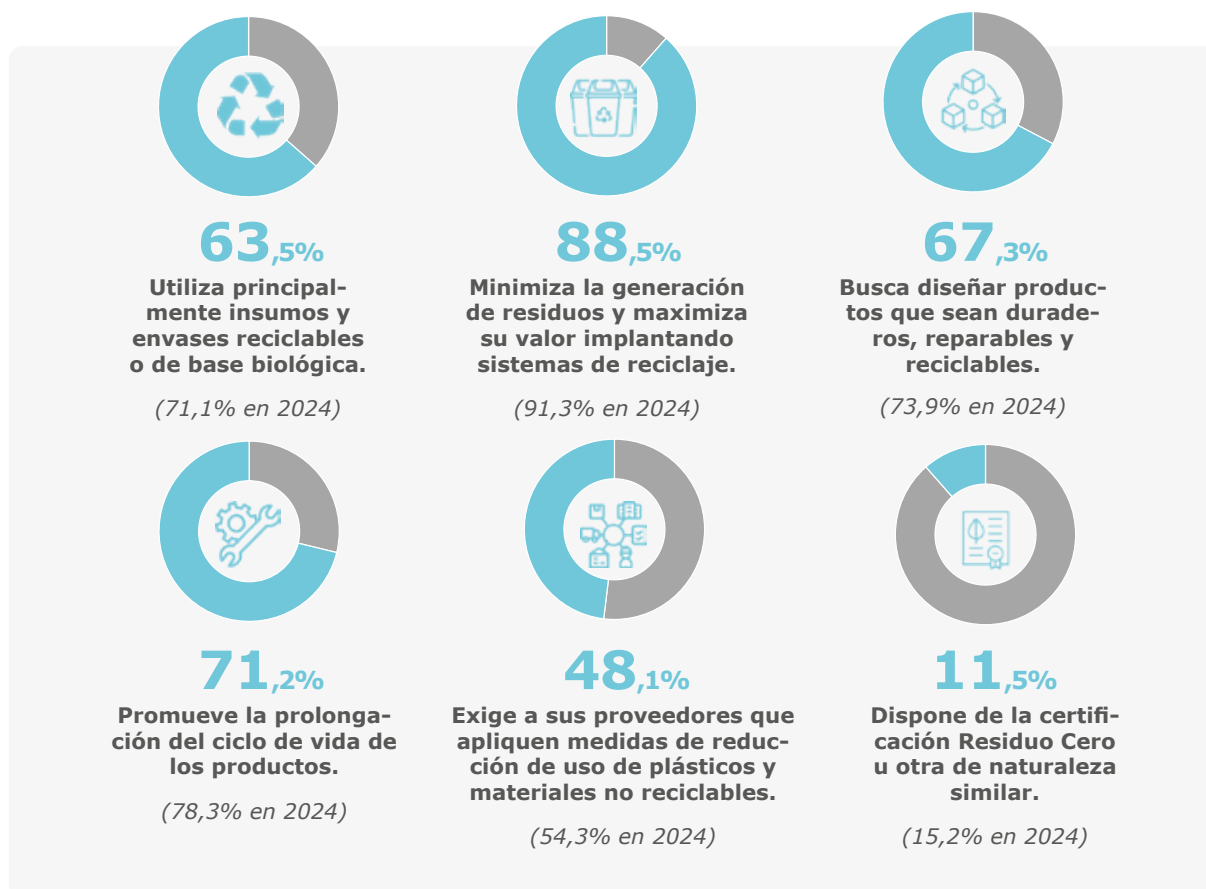
Economía circular

La economía circular ocupa un lugar destacado en el Atlas porque constituye un **enfoque clave** y necesario para avanzar en la **sostenibilidad ambiental**. La circularidad implica eficiencia en el uso de los recursos, reducción al mínimo de la generación de residuos, reutilización y reciclaje. Este conjunto de acciones va en sintonía tanto con un compromiso real con la preservación de recursos naturales como con la protección del medio ambiente y la transición hacia un sistema económico más sostenible y justo.

En el Atlas, los principios de economía circular fueron evaluados a través de las siguientes **cuestiones**:

- Se emplean principalmente insumos y envases reciclables o de base biológica.
- Se busca minimizar la generación de residuos, recoger selectivamente y reciclar las fracciones de residuos generados y/o incorporar materiales reciclados en los procesos productivos.
- Se busca diseñar productos que sean duraderos, reparables y reciclables.
- Se promueve la prolongación del ciclo de vida de los productos a través de la reparación, reacondicionamiento y remanufactura.
- Hay una exigencia por parte de la empresa a sus proveedores para que apliquen medidas de reducción en el uso de plásticos y materiales no reciclables y que introduzcan en sus procesos los principios propios de la economía circular.

Se muestran a continuación los porcentajes de respuestas afirmativas proporcionados por las empresas, comparados con los resultados obtenidos en la edición anterior del Atlas.



Los datos evidencian un **retroceso** en el **ámbito de la circularidad**. La totalidad de los indicadores empeoran los porcentajes. En todo caso, la minimización de residuos junto con la promoción de la prolongación del ciclo de vida de los productos son prioridades ampliamente asumidas con más del 70% de las empresas alineadas con estas dos cuestiones.

Destaca negativamente la caída (8 puntos porcentuales) en lo referente a insumos reciclables. Estos descensos pueden reflejar **posibles desafíos económicos o logísticos** en relación con la adopción de prácticas de economía circular, pese a que el contexto europeo va en reforzar esta línea. Asimismo, podría ser indicativo de cierta falta de priorización de estas áreas en la agenda estratégica de las empresas.

El retroceso en la exigencia a proveedores de reducción en el uso de plásticos y aplicación de principios de economía circular, junto con la caída de empresas que presentan certificación Residuo Cero, alerta sobre el posible efecto directo sobre la implantación de la circularidad en las empresas andaluzas.

Para completar el análisis, se pregunta por primera vez a las empresas del Atlas por el **porcentaje de valorización de los residuos** generados, es decir, aquellos destinados a reutilización, reciclaje o valorización energética. Los datos obtenidos, en porcentaje de respuesta para cada intervalo, son los siguientes:



VALORACIÓN DE RESIDUOS

No sabemos

46,2%

Menos del 50%

11,5%

Entre el 50 y 75%

7,7%

Más del 75%

34,6%

Los resultados indican que al menos **la mitad de las empresas** andaluzas **valorizan sus residuos** y que, al menos un tercio de ellas, superan un índice de valorización del 75% de sus residuos. Con estos datos es posible afirmar que parte del tejido empresarial andaluz está en dinámica sostenible positiva en relación con el aprovechamiento de residuos.

Sin embargo, el elevado porcentaje de empresas (46,2%) que afirman desconocer el nivel de valorización de sus residuos, viene a situar el análisis en lo relevante: una falta de monitoreo en el ámbito de la valorización de los residuos y que posiblemente limite la capacidad potencial de estas organizaciones a la hora de optimizar su gestión ambiental y a la vez aprovechar al máximo los recursos empleados.

El conjunto de los datos confirma que la **economía circular**, aunque comienza a formar parte del modelo productivo de Andalucía puede estar mostrando **signos de ralentización** y desinterés por parte de las empresas que puede conducir a cierta desconexión con la tendencia establecida por las políticas y directrices de la propia Unión Europea. Sin duda, existe margen de mejora para avanzar en su implantación.

Según los datos del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*, **Endesa** y **Deoleo** destacan con las mayores puntuaciones en la variable de Economía Circular, seguidas por **Supermercados Tu Super**, **Unei**, **Silbon**, **Reciclajes del Sur Bahía**, **Grupo Osborne** y **Atlantic Cooper**.

La **evolución** en esta variable, **Economía circular**, del conjunto de empresas considerando ambas ediciones es **negativa**, pasando de un valor conjunto de 6,41 sobre a 10 a un 5,34. Se produce, por tanto, una reducción del 17% en esta variable, dato que confirma lo señalado anteriormente.

A modo de conclusión se puede señalar la existencia de cierta "inercia" aparente por una falta de variaciones significativas en las variables consideradas: las mejoras proceden fundamentalmente de los resultados obtenidos en la nueva variable, Relación con la naturaleza, y los empeoramientos parecen situarse en los atributos de alguna variable como Planificación, Huella de carbono, Agua y, sobre todo, en Economía circular, con un empeoramiento del 17% sobre la edición anterior.



Empresas destacadas

En cuanto a las estrellas obtenidas por las empresas del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía 2025* en la categoría de **Medio Ambiente** se confirma que un 54% de ellas alcanzan las 3 estrellas de las 5 posibles: más de la mitad de las empresas de esta edición supera la mitad de las estrellas posibles en Medio Ambiente.

De ellas un grupo de 8 (15%) obtiene la totalidad de estrellas, destacando sobre las demás en esta categoría de respeto

ambiental, cumplimiento de normativa y establecimiento de objetivos de reducción de huella de carbono y emisiones, y valorización de residuos: **Endesa, Deoleo, Supermercados TU Super, González Byass, Grupo Osborne, Atlantic Cooper, Castillo de Canena y Unei.**

Desde el punto de vista negativo es necesario señalar que un 21% de las empresas no alcanzan ninguna estrella en Medio Ambiente, lo que confirma el claro margen de mejora en este ámbito por parte de las empresas de Andalucía.

Empresas destacadas*	Estrellas
Atlantic Copper	★★★★★
Castillo de Canena	★★★★★
Deoleo	★★★★★
Endesa	★★★★★
González Byass	★★★★★
Grupo Osborne	★★★★★
Supermercados Tu Super	★★★★★
Unei	★★★★★
Aguas de Huelva	★★★★
Atalaya Mining	★★★★
Azvi	★★★★
Covap	★★★★
Educa Edtech	★★★★
Emasagra	★★★★
Grupo MAS	★★★★
Grupo Rusvel	★★★★
Hidralia	★★★★
Silbon	★★★★

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 77.

Medio Ambiente

ENTORNO







ENTORNO



Más vínculo con el territorio

La categoría **Entorno** del Atlas analiza la relación de las empresas andaluzas con su **contexto económico, territorial y social**. A través de variables como la vinculación con proveedores locales, la expansión hacia nuevos mercados, la concentración del empleo en la comunidad, la colaboración con agentes sociales y el impulso a la I+D+i, esta categoría mide hasta qué punto las organizaciones integran su actividad en el tejido productivo regional y contribuyen al desarrollo sostenible del territorio.

En la edición de 2025, la categoría alcanza una valoración global de **6,55 puntos** (sobre 10) frente a los 6,18 puntos del año anterior, lo que supone un **avance relevante** de 0,37 puntos. Este incremento confirma una tendencia positiva y consolidada en la forma en que las empresas articulan sus relaciones con el entorno y cómo combinan arraigo local y proyección exterior como rasgos distintivos del modelo empresarial andaluz.

Variable	2024	2025
Proveedores locales	5,8	6,1
Expansión de mercados	3,9	5,2
Personal en Andalucía	8,4	8,1
Agentes sociales	6,5	6,8
I+D+i	6,0	6,4
CATEGORÍA ENTORNO	6,1	6,5

El conjunto de los resultados refleja una madurez creciente del tejido empresarial andaluz al mantener el **arraigo territorial** al tiempo que se acentúa la apertura hacia nuevos mercados y ámbitos tecnológicos. Las empresas andaluzas refuerzan su **relación con proveedores** y agentes sociales, consolidan su base laboral en la comunidad y avanzan en la integración de la innovación y la sostenibilidad en su gestión.

Durante 2024, este avance se ha producido en un contexto caracterizado por el **buen comportamiento exportador** de la economía andaluza, el dinamismo de los sectores agroalimentario, energético e industrial, y una mayor orientación hacia la digitalización y la transición verde. Todo ello se ha puesto de manifiesto en una visión más colaborativa donde la innovación, la cooperación institucional y la sostenibilidad se consolidan como ejes del crecimiento.

En síntesis, la categoría **Entorno** pone de manifiesto que la empresa andaluza avanza hacia un **modelo equilibrado y competitivo**, en el que la proximidad al territorio y la apertura exterior se complementan. La mejora de más de tres puntos respecto a la edición anterior evidencia que el compromiso con el entorno —económico, social y tecnológico— se ha convertido en una dimensión estructural del modelo de empresa comprometida en Andalucía.

Proveedores locales

La **colaboración** con **proveedores locales** constituye un pilar esencial del compromiso empresarial con su entorno. Esta variable del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* mide el grado en que las empresas apuestan por proveedores de proximidad, tanto en la cadena de valor — suministro de bienes e inputs productivos— como en los servicios auxiliares. Favorecer la contratación local contribuye a fortalecer el tejido económico regional y la creación de empleo, reduce la huella ambiental asociada al transporte y refuerza las relaciones empresariales basadas en la confianza y el conocimiento mutuo.

La **puntuación media** obtenida en esta edición es de **6,12 puntos**, frente a los 5,83 del Atlas anterior, lo que refleja una **ligera mejora** en la integración de proveedores locales por parte de las empresas andaluzas.

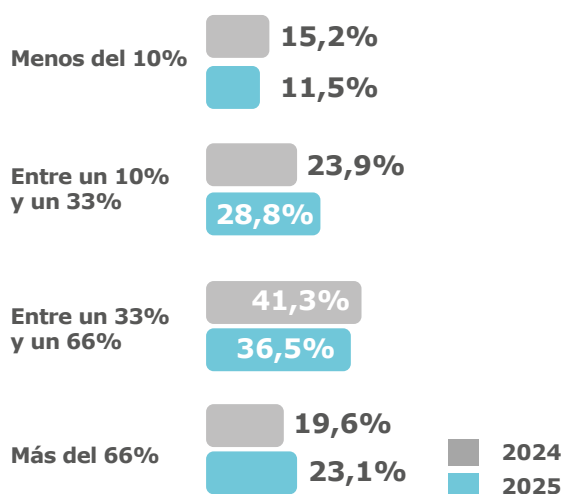
En la **cadena de valor**, los resultados muestran una **evolución positiva** hacia una mayor dependencia de proveedores

locales. El porcentaje de empresas que obtiene más del 66% de sus suministros de origen local ha pasado del 19,6% al 23,1%, mientras que las que declaran menos del 10% de proveedores locales se reducen del 15,2% al 11,5%. Los tramos intermedios (entre el 10% y el 66%) se mantienen en niveles similares a la edición anterior; el cambio se ha producido principalmente en los extremos, con menos empresas con baja presencia local y más con alta concentración de proveedores de proximidad.

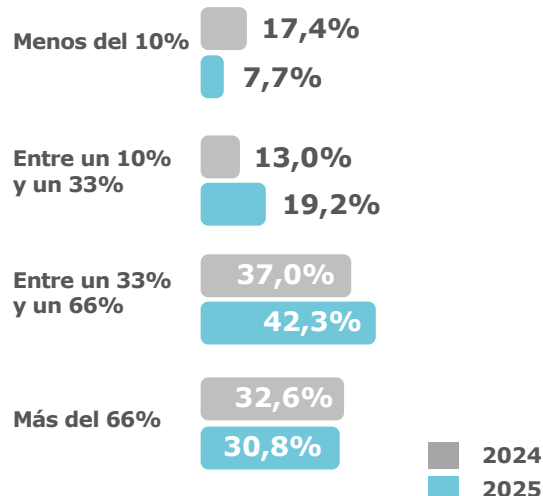
En el ámbito de los **servicios**, la **tendencia** también es **positiva**. El 73,1% de las empresas afirma que más de un tercio de sus proveedores de servicios son locales, cifra ligeramente superior a la del año anterior (69,6%). Destaca la reducción del número de empresas que trabajan con menos del 10% de proveedores locales, que pasa del 17,4% al 7,7%, un descenso de casi ocho puntos que indica una expansión real de la contratación local en servicios auxiliares.

Estos datos confirman que la empresa andaluza mantiene un **compromiso sos-**

Proveedores andaluces en la cadena de valor



Proveedores de servicios andaluces



tenido con su **entorno productivo**. El equilibrio entre las cadenas de valor y los servicios locales refleja un modelo de colaboración empresarial que favorece la resiliencia económica y la sostenibilidad territorial. La consolidación de la contratación de proximidad es especialmente relevante en un contexto de vulnerabilidad de las cadenas globales de suministro y de búsqueda de modelos más sostenibles y circulares.

Las **empresas** que destacan por su mayor integración de proveedores locales son **Supermercados Tu Super, Universidad Loyola, Reciclajes del Sur Bahía, Atlantic Copper, Rusvel, Cereales Méndez, Exxita y Martín Casillas**, todas ellas con una elevada proporción de compras o contrataciones dentro de su entorno territorial.

Expansión mercados

La inclusión de la variable Expansión de mercados en el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* refleja la importancia de la **diversificación territorial** de las ventas para el crecimiento y la competitividad de la empresa andaluza. La apertura a nuevos mercados —ya sean otras comunidades autónomas, países de la Unión Europea o terceros países— permite a las organizaciones reducir su exposición a las fluctuaciones locales, ganar escala y reforzar su posicionamiento competitivo.

La variable mide el porcentaje de facturación de las empresas fuera de Andalucía. En esta edición del Atlas, la variable alcanza una **puntuación media** de **5,24 puntos**, frente a los 3,97 de la edición anterior, lo que supone un **avance relevante** de 1,27 puntos. El progreso resulta especialmente destacable teniendo en cuenta el entorno comercial complejo de 2024, caracterizado por la persistencia de tensiones arancelarias internacionales (como las medidas aplicadas por EE.UU. al sector agroalimentario europeo), la

ralentización del comercio mundial y la incertidumbre en los mercados energéticos.

Este es el detalle de los **datos comparativos** entre las ediciones 2024 y 2025:

Ventas fuera de Andalucía

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

32,6%

30,8%

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

21,7%

5,8%

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

17,4%

15,4%

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

10,9%

19,2%

Empresas que venden más de un 75% fuera de Andalucía

17,4%

28,8%

■ 2024
■ 2025

El porcentaje de empresas que concentran más de la mitad de su facturación fuera de Andalucía ha pasado del 28,3% al 48%, lo que evidencia una **mayor apertura comercial** y capacidad de expansión del tejido empresarial andaluz. Esta evolución es especialmente destacable teniendo en cuenta el contexto de 2024, marcado por la desaceleración de algunos mercados internacionales y la persistencia de incertidumbres logísticas y arancelarias.

Los datos apuntan a que, incluso en este escenario, las empresas andaluzas han sabido **diversificar** sus **áreas de actividad** y fortalecer su presencia fuera del ámbito regional, ya sea mediante la consolidación de clientes en otras comunidades autónomas o la apertura hacia nuevos mercados exteriores. Este proceso de expansión suele apoyarse en la especialización sectorial, la diferenciación de producto y la capacidad tecnológica de sectores como el agroalimentario, industrial, energético y de servicios avanzados.

Las **empresas** que destacan por su mayor proyección en mercados exteriores o extrarregionales son **AlmaNatura Social, Atalaya Mining, Azvi, Castillo de Canena, Deoleo, Formación Universitaria, González Byass, Grupo Osborne, Hidral, Inerco, Ingelectus Innovative, Montrel, MP Ascensores, Skylife y UG21 Engineering**.

Personal en Andalucía

La variable Personal en Andalucía destaca como una de las más sólidas del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía*, y refleja el grado de **arraigo territorial** y compromiso con el **empleo local** por parte del tejido empresarial andaluz. Analiza la localización del personal de los servicios centrales y de dirección, así como la distribución del personal de producción, con el fin de medir la proporción de trabajadores que las empresas mantienen en la comunidad.

En esta edición, la **puntuación media** de la variable se sitúa en **8,14 puntos**, ligeramente por debajo del valor obtenido en la edición anterior (8,48).

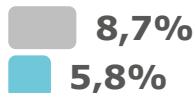
El análisis de la localización del personal de los **servicios centrales** y de **dirección** muestra algunos ajustes en la distribución. Si bien el 67,3% de las empresas declara que más del 75% de su personal

directivo y administrativo se encuentra en Andalucía, esta cifra desciende respecto al 80,4% del Atlas anterior.

En paralelo, aumenta notablemente el grupo de empresas que sitúa entre el 50% y el 75% de su personal directivo en la comunidad, que pasa del 6,5% al 25%. Esta **redistribución** puede interpretarse como una cierta dispersión organizativa, posiblemente vinculada a la expansión geográfica o diversificación operativa de algunas empresas con presencia en otras regiones o mercados exteriores.

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

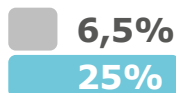
Empresas con menos del 25% del personal de unidades centrales establecido en Andalucía.



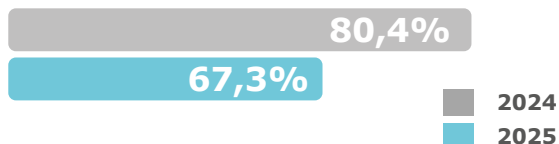
Empresas con entre el 25 y el 50% del personal de unidades centrales establecido en Andalucía.



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



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

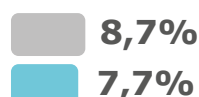


En cuanto al **personal de producción**, los datos parecen indicar un **descenso** de las **empresas** con una **mayor concentración** de sus **plantillas en Andalucía**, lo cual puede resultar coherente con la evolución de la variable anterior. En concreto, mientras que en la edición anterior, el 73,9% de las empresas manifestaba contar con más del 75% de su plantilla productiva radicada en la comunidad, en la presente edición esa cifra ha descendido hasta el 63,5%.

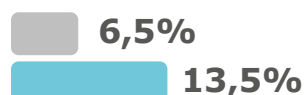
Hay que destacar que 29 empresas –el 55,8% de la muestra– concentran más del 75% de sus trabajadores tanto de servicios centrales como producción en Andalucía. En conjunto, los resultados confirman que la empresa andaluza mantiene una base laboral sólida en su territorio de origen, lo que constituye una garantía de cohesión social, estabilidad económica y compromiso con el desarrollo regional.

Porcentaje del personal de producción localizado en Andalucía.

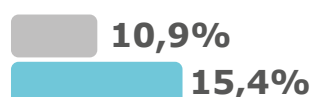
Empresas con menos del 25% del personal de producción establecido en Andalucía.



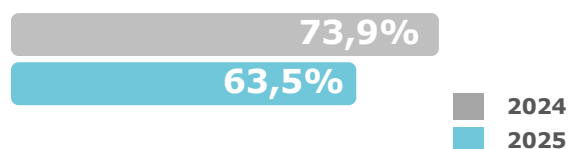
Empresas con entre el 25 y el 50% del personal de producción establecido en Andalucía.



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



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



Relación con la sociedad civil

Esta variable evalúa el nivel de **interacción y colaboración** de las empresas andaluzas con los diferentes actores de la **sociedad civil** —universidades, ONGs, asociaciones culturales, deportivas, políticas o sindicales—. Estas relaciones constituyen un indicador del grado de compromiso cívico y de integración del tejido empresarial en su entorno social lo que favorece la generación de sinergias que contribuyen tanto al bienestar colectivo como al fortalecimiento de las políticas de sostenibilidad y responsabilidad social.

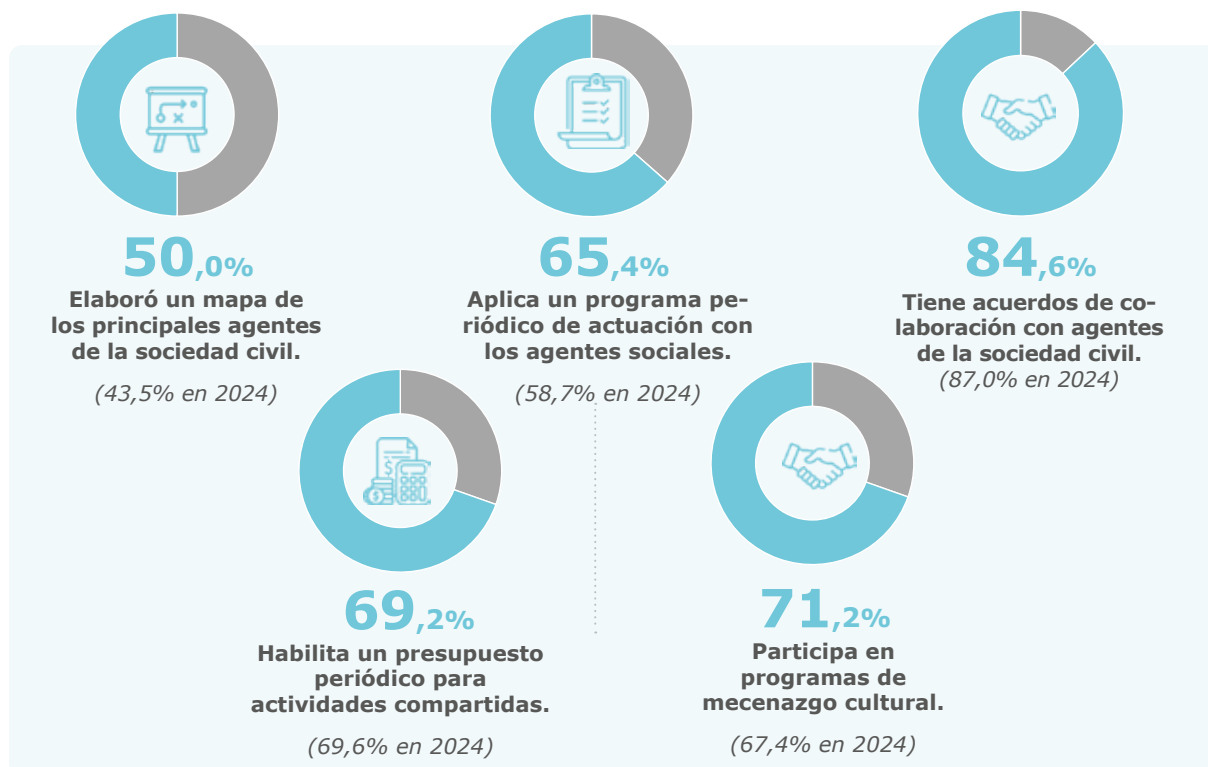
En la edición 2025, la variable obtiene una **valoración media** de **6,8 puntos**, superior en casi tres décimas a la registrada en el Atlas anterior (6,5). Esta **mejora moderada** confirma una implicación más estructurada de las empresas con los agentes sociales de su entorno.

Los datos reflejan avances en los principales indicadores. El 50,0% de las empresas declara haber elaborado un mapa de agentes sociales con los que mantiene relación —frente al 43,5% del año anterior—, y un 65,4% desarrolla programas de actuación específicos con dichos agentes, cifra que también mejora respecto al 58,7% anterior.

La proporción de empresas con acuerdos formales de colaboración se mantiene muy elevada (84,6%), y cerca de siete de cada diez (69,2%) destinan un presupuesto estable a actividades compartidas con organizaciones sociales, culturales o deportivas.

Finalmente, el mecenazgo cultural —que incluye apoyo a actividades artísticas, patrimoniales o identitarias propias de Andalucía— experimenta un leve repunte hasta el 71,2%.

Estos resultados evidencian un tejido empresarial comprometido y estable en su



relación con la sociedad civil. El 40% de las empresas participantes (21 de las 52) cumple los cinco atributos que definen el nivel más alto de implicación, y otras diez alcanzan cuatro de los cinco, lo que supone que más del 60% de las entidades analizadas mantienen una vinculación sólida y sistemática con los agentes sociales andaluces.

I+D+i

La variable I+D+i mide el nivel de **inversión** y compromiso de las empresas andaluzas con la **investigación**, el **desarrollo** y la **innovación**, pilares esenciales para la competitividad y la sostenibilidad empresarial a largo plazo. De acuerdo con la definición de la OCDE, la I+D comprende las actividades sistemáticas orientadas a incrementar el conocimiento y aplicarlo al desarrollo de soluciones que mejoren productos, servicios o procesos. En este sentido, la innovación se convierte en una herramienta estratégica para fortalecer la productividad y para impulsar la sostenibilidad, la digitalización y la transición ecológica.

En la presente edición, la variable obtiene una **puntuación media** de **6,42 puntos**, superior a la del Atlas anterior (6,09 puntos), lo que refleja un **avance consolidado** en la planificación y la cooperación tecnológica del tejido empresarial andaluz.

Los datos muestran una **mejora general** en la estructura de la I+D empresarial. El 71,2% de las empresas dispone de un plan de I+D con dotación económica definida, lo que representa un aumento de casi cuatro puntos respecto al año anterior. De forma paralela, el 71,2% mantiene objetivos específicos de aplicación de los resultados de I+D en productos y procesos, una cifra estable respecto a 2024.

Por primera vez, el Atlas incorpora el análisis de los **programas de sostenibilidad vinculados a la innovación**, presentes

en el 67,3% de las empresas andaluzas. Este nuevo indicador permite observar cómo la actividad investigadora empieza a integrarse en las estrategias ESG, utilizando la innovación como vía para reducir impactos ambientales y mejorar la eficiencia en el uso de recursos.

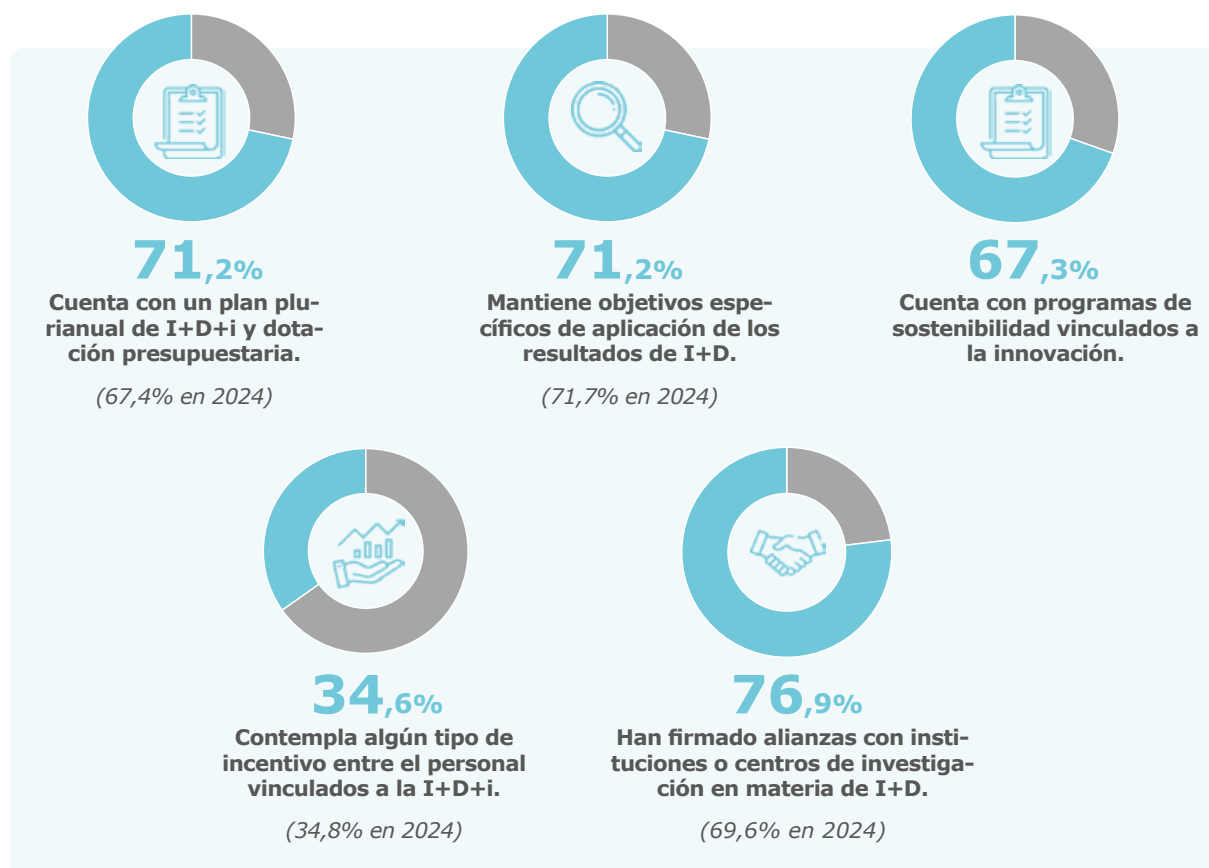


Las **alianzas estratégicas** con universidades, centros tecnológicos o instituciones de investigación alcanzan al 76,9% de las empresas del Atlas, lo que supone un incremento de más de siete puntos respecto al año anterior y señala una tendencia clara hacia la colaboración abierta y el intercambio de conocimiento. En cambio, los incentivos internos vinculados a resultados de I+D se mantienen en niveles similares (34,6 %), un aspecto que podría reforzarse para estimular la cultura innovadora dentro de las organizaciones.

El conjunto de los resultados evidencia que la empresa andaluza mantiene un compromiso sólido con la innovación y el desarrollo tecnológico, con el apoyo en la cooperación interinstitucional y en la incorporación de

criterios de sostenibilidad a sus proyectos. Este progreso se produce en un contexto de impulso público a la innovación y de acceso creciente a fondos europeos asociados al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y a los programas *Next Generation EU*, que han incentivado la modernización tecnológica en sectores industriales y de servicios.

Las **empresas** que destacan en esta edición por su liderazgo en I+D+i son **Atlantic Copper, Ayesa, Cajamar, Castillo de Canena, Endesa, Exxita, Formación Universitaria, Inerco, Ingelectus, MP Ascensores, Scoobic, Supermercados Tu Super, Unei y Universidad Loyola**, todas ellas con estrategias consolidadas en investigación, alianzas de innovación o desarrollo tecnológico aplicado.



Empresas destacadas

En la categoría Entorno, 2 de cada 3 empresas del Atlas alcanzan al menos las 3 estrellas de las 5 posibles. Esto es indicativo de que una mayoría amplia apuesta por **mantener su estructura en la región**, además de **potenciar la apertura de nuevos mercados**, explicitar el contacto y rendición de cuentas con la sociedad civil y apostar por una I+D+i activa y relacionada con la sostenibilidad.

Entre ellas podemos destacar a las 8 empresas que obtienen las 5 estrellas posibles (un 15% del total): **Exxita, Castillo de Canena, Atalaya Mining, Formación Universitaria, Hidral, Inerco, Supermercados Tu Super y Universidad Loyola.**

Es interesante destacar también que la **totalidad** de las **empresas** analizadas en este Atlas **obtienen estrellas** en la categoría Entorno.

Empresas destacadas*	Estrellas
Atalaya Mining	★★★★★
Castillo de Canena	★★★★★
Exxita	★★★★★
Formación Universitaria	★★★★★
Hidral	★★★★★
Inerco	★★★★★
Supermercados Tu Super	★★★★★
Universidad Loyola	★★★★★
Aertec	★★★★
AlmaNatura Social	★★★★
Atlantic Copper	★★★★
Dcoop	★★★★
Deoleo	★★★★
Endesa	★★★★
Ghenova Ingeniería	★★★★
González Byass	★★★★
Grupo Cooperativo Cajamar	★★★★
Grupo MAS	★★★★
Grupo Osborne	★★★★
Inés Rosales	★★★★
Ingelectus Innovative	★★★★
Martín Casillas	★★★★
Skylife	★★★★
Unei	★★★★

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 77.

Entorno



PERSONAS



PERSONAS



Mejora relevante y mayor integración

La categoría Personas del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía 2025* alcanza una valoración media de 5,40 puntos sobre 10, frente a los 4,79 de la edición anterior, lo que supone una **mejora relevante que consolida la evolución positiva** de la empresa andaluza en materia de gestión responsable del empleo y de las políticas laborales.

El conjunto de los indicadores muestra una empresa más madura y comprometida con su capital humano, en la cual la estabilidad, la formación, la igualdad y la inclusión avanzan de forma paralela y coherente. En un contexto económico menos expansivo, las compañías andaluzas han **priorizado la consolidación del empleo y la mejora cualitativa de las condiciones laborales** por encima del crecimiento de plantilla, que se ha moderado hasta el 3,7%, para el conjunto de empresas del Atlas entre los datos de plantilla de 2024 y de 2025.

La reforma laboral y las nuevas obligaciones en materia de igualdad y transparencia retributiva han impulsado cambios estructurales en la organización del trabajo. La **contratación indefinida se consolida** como norma general y la gestión de la seguridad laboral mediante certificaciones como la ISO 45001 refuerza la profesionalización de las políticas de personas.

Paralelamente, la formación continua se expande con fuerza: aumenta el número de empresas que dedican más de 20 o 40 horas anuales por empleado, reduciéndose las que apenas ofrecían capacitación. Esta evolución refuerza la competitividad y la capacidad de adaptación a los procesos de digitalización y transición ecológica.

Variable	2024	2025
Condiciones laborales	6,7	7,0
Formación	4,0	5,4
Integración	3,1	5,1
Igualdad	5,7	6,6
Participación	6,2	6,1
CATEGORÍA PERSONAS	4,7	5,3

Una de las mejoras más notables se observa en integración, con un **aumento del empleo de personas con discapacidad** y una fuerte caída de las empresas sin presencia de este colectivo en plantilla. La tendencia indica una **creciente sensibilidad social** y un cumplimiento más riguroso de las exigencias legales de inclusión.

También la igualdad mantiene una línea ascendente, impulsada tanto por el cumplimiento normativo —planes de igualdad, registros salariales— como por la **consolidación** de prácticas efectivas de **conciliación y teletrabajo**. La presencia de mujeres en los órganos de dirección y consejos de administración mejora gradualmente, aunque aún por debajo de los niveles de equilibrio que marca la ley.

Por su parte, la participación de los trabajadores en la gestión empresarial sigue siendo elevada, con un **notable avance en la implicación en la definición de objetivos estratégicos**, aunque con retrocesos en la evaluación del desempeño. El conjunto refleja una estructura laboral cada vez más dialogante, aunque todavía con margen de mejora en los mecanismos de gobernanza compartida.

En síntesis, la categoría Personas confirma que el tejido empresarial andaluz avanza hacia un **modelo más sólido y responsable, centrado en la calidad del empleo** y en el desarrollo integral de sus equipos. La mejora de casi seis puntos respecto a la edición anterior sitúa al capital humano como eje estratégico de la sostenibilidad empresarial.

Evolución del personal

La variable Evolución del personal analiza la **dinámica del empleo** en las empresas andaluzas participantes en el Atlas y ofrece una visión del grado de expansión, estabilidad o ajuste de sus plantillas durante el ejercicio. Este indicador busca reflejar la capacidad de crecimiento de las organizaciones como su adaptabilidad ante los cambios del entorno económico.

En conjunto, las empresas del Atlas registraron en 2025 un **incremento medio del empleo del 3,7%** respecto al ejercicio anterior. Este crecimiento, más moderado que el observado en la edición previa (9,9%), se sitúa en niveles coherentes con el comportamiento general del empleo en Andalucía durante el mismo periodo. El ajuste sugiere una normalización del ritmo de contratación tras un año anterior de fuerte expansión.



La **distribución de empresas** según la variación porcentual de sus plantillas es la siguiente:

Variación del personal

Redujeron o mantuvieron estable su plantilla

23,9%

32,7%

Aumentaron plantilla menos del 10%

37,0%

38,5%

Aumentaron plantilla entre el 10 y el 20%

15,2%

13,5%

Aumentaron plantilla más de un 20%

23,9%

15,4%

■ 2024
■ 2025

Los datos muestran un traslado desde los crecimientos más elevados hacia **incrementos más moderados**, acompañado de un aumento de las empresas que mantienen estable su plantilla. En total, más de la mitad de las empresas del Atlas aumentaron su personal, aunque en la mayoría de los casos con tasas inferiores al 10%.

Esta moderación puede relacionarse con un contexto económico de **ralentización del crecimiento** y encarecimiento de los costes financieros, que ha llevado a muchas organizaciones a priorizar la eficiencia y la estabilidad sobre la expansión rápida. Aun así, el balance sigue siendo positivo: el empleo agregado continúa creciendo, lo que evidencia la solidez del tejido empresarial andaluz incluso en un escenario de menor dinamismo macroeconómico.

Las **empresas** que destacan por un mayor incremento porcentual del empleo en esta

edición son **AlmaNatura Social, Duponte I+D, Educa Edtech, Martín Casillas, Rusvel, Scoobic, Silbon y Supermercados Tu Super**, que han mostrado una notable capacidad de expansión de sus equipos durante el último ejercicio.

Condiciones laborales

La variable Condiciones laborales evalúa dos aspectos fundamentales de la relación entre las empresas y sus trabajadores: la **estabilidad en el empleo** y la implantación de sistemas de gestión de la **seguridad y salud laboral** conforme a la norma internacional ISO 45001. En el conjunto del Atlas, la variable alcanza una **puntuación media de 7,01**, frente al 6,73 de la edición anterior.

En cuanto a la **estabilidad en el empleo**, los resultados muestran un desplazamiento hacia el tramo más alto de contratación indefinida a costa del tramo de menor estabilidad:

Empleos fijos a tiempo completo

Menos del 50% de la plantilla

8,7%

5,8%

Entre el 50% y el 75%

8,7%

13,5%

Entre el 75% y el 90%

37,0%

28,8%

Más del 90%

45,7%

51,9%

2024
2025

La **mejora en estabilidad** podría estar vinculada, al menos en parte, a los efectos de la reforma laboral (RDL 32/2021), que limitó la contratación temporal, impulsó el contrato indefinido y reforzó la primacía del convenio sectorial en subcontratación. Sin probar causalidad directa, la distribución observada en la muestra (más empresas con >90% de empleo fijo y menos con <50%) resulta consistente con la tendencia nacional de **menor temporalidad** en 2023-2024.

Por otra parte, la implantación de la **certificación ISO 45001** —que acredita una gestión sistemática de la seguridad y salud en el trabajo— alcanza en esta edición al 55,8% de las empresas, frente al 52,2% del año anterior. Este avance, aunque moderado, es relevante y apunta hacia una **mayor sensibilización** en materia de **prevención de riesgos y gestión responsable** del entorno laboral.

En conjunto, los resultados reflejan un panorama favorable para la estabilidad y la seguridad del empleo en Andalucía, con empresas que fortalecen progresivamente sus políticas laborales. No obstante, persisten diferencias sectoriales que sugieren la conveniencia de seguir impulsando la adopción de estándares de seguridad laboral y el refuerzo de las buenas prácticas en entornos con mayor temporalidad.

Las **empresas** que obtienen las mejores valoraciones en la variable Condiciones laborales son **Jarquíl, Deoleo, Emasagra, Cajamar, Ayesa y Caja Rural del Sur**.

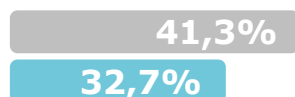
Formación

La formación de los empleados constituye un indicador esencial del compromiso de las empresas con el desarrollo de su capital humano. Invertir en capacitación mejora el rendimiento individual y colectivo al tiempo que fortalece la capacidad de adaptación, innovación y sostenibilidad de las organizaciones ante un entorno económico y tecnológico en constante evolución. En conjunto, la puntuación media sube de 4,07 a 5,40, señal de un **salto cualitativo hacia una cultura de aprendizaje** más sistemática.

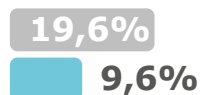
En esta variable se mide el número medio de horas anuales de formación por persona trabajadora, tomando como referencia el mínimo de 20 horas establecido en el Estatuto de los Trabajadores. Como acabamos de señalar, los resultados de esta edición muestran una mejoría significativa respecto al año anterior:

Horas de formación anual por persona

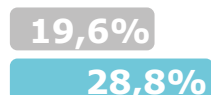
Empresas con menos de 10 horas de formación anual por persona.



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



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



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



La proporción de empresas que ofrecen más de 20 horas de formación por empleado ha pasado del 39,2% al 57,6%, lo que representa un avance de más de 18 puntos porcentuales en un solo año. De forma paralela, se reduce de manera notable el número de compañías que destinan menos de 10 horas anuales por persona, aunque todavía un tercio de las empresas del Atlas mantiene niveles bajos de inversión en capacitación.

Estos datos confirman una tendencia positiva hacia la **consolidación de una cultura de aprendizaje continuo**, cada vez más necesaria para afrontar los retos de digitalización, sostenibilidad y transformación organizativa. Además, el impulso de programas de formación vinculados a **competencias tecnológicas, sostenibles y de liderazgo** refuerza el papel de la empresa como agente de progreso y empleabilidad.

Las **empresas** con mejor valoración en Formación en el *Atlas de Andalucía 2025* han sido **Aguas de Huelva, AlmaNatura Social, Atlantic Copper, Caja Rural del Sur, Cajamar, Castillo de Canena, Corporación Jiménez Maña, Coviran, Educa Edtech, EIG Education, Endesa, Exxita, Formación Universitaria, Hidral, Ingellectus, Reciclajes del Sur Bahía y Silbon.**

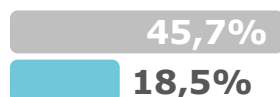
Integración

La variable Integración evalúa la presencia de **personas con discapacidad** en las plantillas de las empresas del Atlas. La normativa española exige a las organizaciones de 50 o más trabajadores reservar al menos el 2% de los puestos a personas con discapacidad, umbral que sirve como referencia para interpretar los resultados.

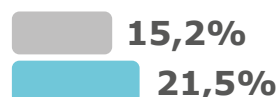
En esta edición se observa una **mejora muy significativa**: la puntuación media pasa de 3,11 a 5,16. El cambio se aprecia nítidamente en la distribución por tramos:

Proporción de personas con discapacidad en la plantilla

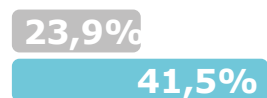
Empresas con ningún trabajador en plantilla con discapacidad.



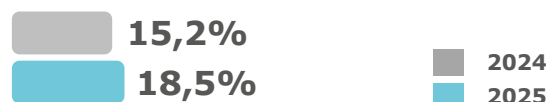
Empresas en las que las personas con discapacidad son menos del 1% de la plantilla.



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



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



Los datos muestran tres hechos indiscutibles:

- Desplome del grupo sin ninguna persona con discapacidad (-27,2 puntos).
- Fuerte crecimiento del tramo 1-2% (+17,6 puntos), que indica un acercamiento masivo a los niveles de cumplimiento.
- Aumento del tramo que supera el 2% (+3,3 puntos), hasta el 18,5% de las empresas.

En conjunto, seis de cada diez empresas (61,5%) ya cuentan con al menos un 1% de su plantilla compuesta por personas con discapacidad, frente al 39,1% del año anterior. Aun así, solo el 18,5% supera el 2% que marca la ley, por lo que sigue habiendo margen de mejora.

Las **empresas** con mejor valoración en 2025 han sido **Aguas de Huelva, Azul Construcción Repair, Cajamar, Emasagra, Unei, Exxita, Jarquil y Martín Casillas**.



Igualdad

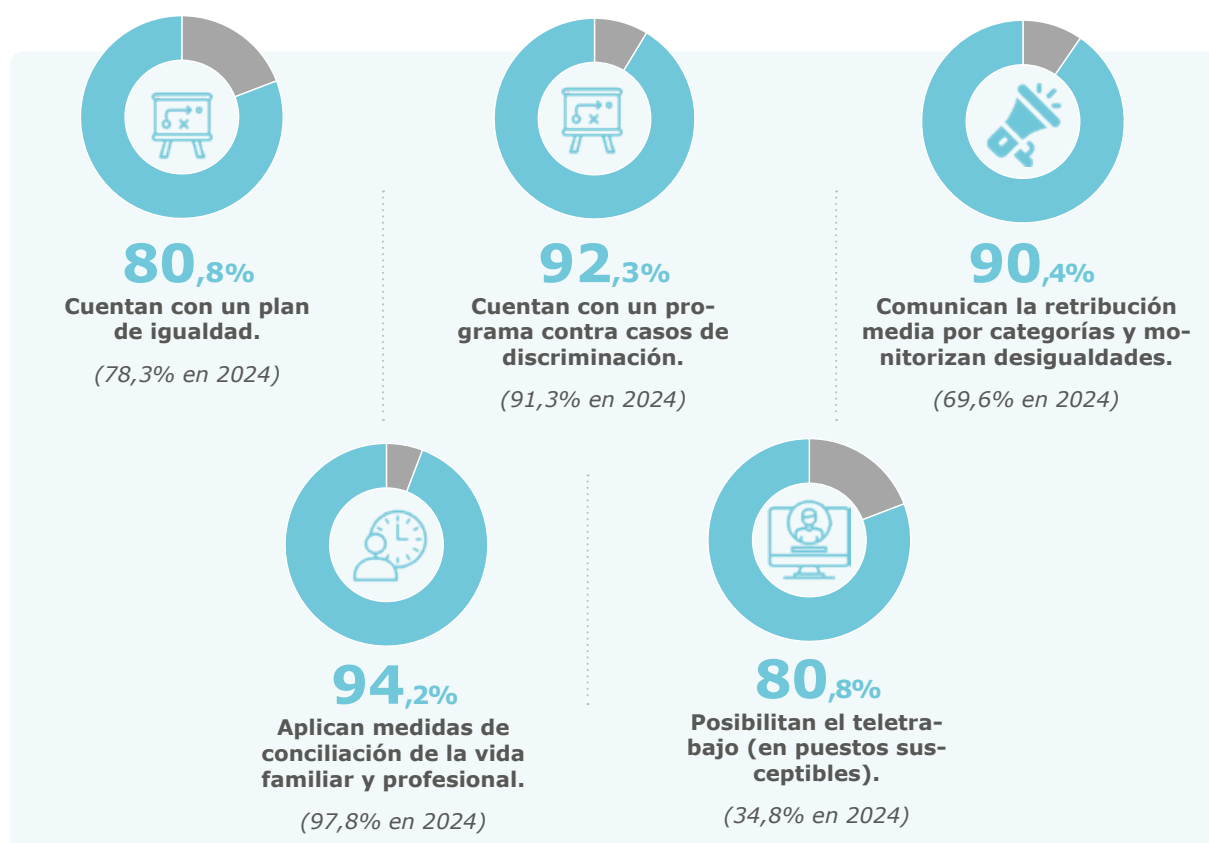
La variable Igualdad del Atlas mide el compromiso de las empresas con la **equidad de género** y la eliminación de cualquier forma de **discriminación**. Su objetivo es evaluar no solo el grado de cumplimiento normativo, sino también la profundidad de las políticas que promueven entornos laborales diversos, inclusivos y corresponsables.

La valoración global alcanza en esta edición una **media de 6,66 puntos**, frente al 5,76 de 2024, lo que refleja un **avance generalizado** en la consolidación de **políticas de igualdad** en la empresa andaluza. Parte de esta mejora se explica por la reformulación del atributo de **teletrabajo**, que ahora se calcula exclusivamente sobre el personal cuyos puestos pueden desarrollarse a distancia.

Los **resultados** comparados por atributos son los siguientes:

Las altas tasas de presencia de planes de igualdad y programas de detección de casos de discriminación pueden obedecer a la aprobación del Real Decreto-ley 6/2019 y su desarrollo mediante el Real Decreto 901/2020 y el Real Decreto 902/2020, según el cual las empresas de más de 50 trabajadores están obligadas a disponer de un plan de igualdad registrado.

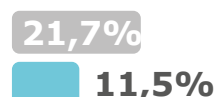
Por otra parte, las cifras confirman un avance sustancial en la gestión de la igualdad retributiva, que se ha convertido en una práctica mayoritaria entre las empresas del Atlas (90,4%, +20,8 puntos). El notable incremento del seguimiento de la retribución por género responde, al menos en parte, al cumplimiento de las exigencias derivadas del Real Decreto 902/2020 sobre igualdad retributiva, que obliga a las empresas de más de 50 empleados a disponer de un registro salarial desagregado por sexo y a realizar auditorías retributivas.



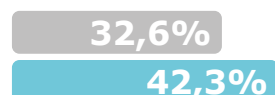
A fin de completar el análisis, se ha medido la **presencia de mujeres** en los **órganos de dirección y gobierno** de las empresas:

Mujeres en comités de dirección

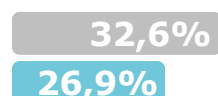
Empresas sin presencia de mujeres en su comité de dirección.



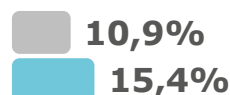
Empresas en cuyo comité de dirección hay entre un 1 y un 25% de mujeres.



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



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



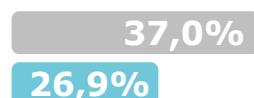
Empresas en cuyo comité de dirección hay más de un 75% de mujeres.



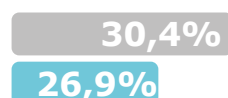
La **presencia femenina mejora de forma apreciable**, especialmente en los consejos de administración, donde las empresas con al menos un 25% de mujeres pasan del 32,6% al 42,3%. En los comités de dirección, el porcentaje de empresas sin representación femenina se reduce a la mitad (-10 puntos), aunque sigue siendo relevante el número de compañías con menos del 25% de mujeres en esos órganos.

Mujeres en consejos de administración

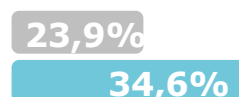
Empresas sin presencia de mujeres en su consejo de administración.



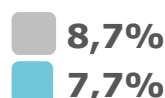
Empresas en cuyo consejo hay entre un 1 y un 25% de mujeres.



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



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



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



En conjunto, la variable Igualdad refleja una **madurez creciente** en la política empresarial andaluza: la gran mayoría de compañías del Atlas cuenta con planes específicos, políticas activas y mecanismos de seguimiento de brecha salarial, y avanza hacia una **representación más equilibrada de mujeres** en los puestos de decisión.

Las **empresas** del Atlas de Andalucía con mejor valoración en Igualdad son **Castillo de Canena, Atlantic Copper, Skylife Engineering, Aguas de Huelva, Inés Rosales** y **Universidad de Loyola**.

Participación

El propósito de esta variable es evaluar la **implicación real del personal** en la estrategia, la gestión y la vida corporativa de las empresas, entendiendo que su participación refuerza el sentido de pertenencia, la motivación y el compromiso laboral, al tiempo que contribuye a una toma de decisiones más informada y equitativa. La participación activa del personal constituye, además, un elemento clave para la sostenibilidad organizativa y la cohesión interna.

En esta edición del Atlas, los resultados muestran una **ligera reducción global** de la **valoración media** (6,12 frente a 6,22

en la edición anterior), aunque con comportamientos dispares según los distintos atributos analizados.

El mayor avance se registra en la participación en la definición de los objetivos generales de la empresa, que aumenta más de 16 puntos porcentuales, lo que indica una **creciente apertura de las organizaciones a integrar la visión del personal** en la planificación estratégica.

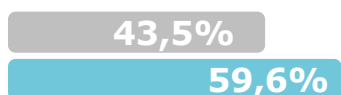
Por el contrario, destaca el **retroceso** en la participación en la **evaluación del desempeño**, que pasa del 50,0% al 32,7%, lo que parece señalar una reducción en la implicación de los equipos en los procesos de retroalimentación interna. También se aprecia una disminución en la participación en la selección de personal, que, aunque sigue siendo alta (65,4%), pierde parte del protagonismo mostrado en la edición anterior.

En conjunto, los datos de esta edición reflejan que la empresa andaluza mantiene un **nivel de participación razonablemente elevado**, aunque con márgenes de mejora en aspectos que refuercen la gobernanza compartida y la implicación directa de los trabajadores en las decisiones corporativas.

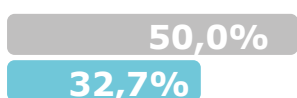
Las **empresas** con mejores resultados en esta variable son **Castillo de Canena, Supermercados Tu Super, Hidral, Formación Universitaria, Lamaignere, Endesa, Covap, González Byass, Caja Rural del Sur, Deoleo e Ingelectus**, todas ellas caracterizadas por integrar prácticas activas de diálogo y participación interna en su gestión cotidiana.

Participación del personal

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



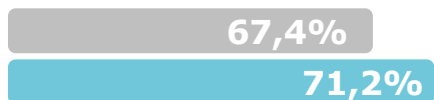
Los trabajadores participan en la valoración del desempeño de los directivos.



Los trabajadores participan en selección de personal y cobertura de vacantes internas.



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



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



Empresas destacadas

En cuanto a las estrellas obtenidas por las empresas del *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* en la categoría Personas, se confirma que dos de cada tres empresas alcanzan las 3 estrellas de las 5 posibles. Entre ellas un grupo de sólo **5 empresas** (10%) obtiene la **totalidad de estrellas**, destacando sobre las demás en esta categoría: **AlmaNatura Social, Atlantic Cooper, Educa Edtech, Rusvel y Silbon**.

En caso de ampliar la valoración a las empresas que alcanzan al menos **4 estrellas** de 5, el porcentaje de empresas sube al 40%: un total de 22 empresas de las 52 evidencian una apuesta seria por ámbitos tan relevantes para la cultura empresarial como la igualdad, la estabilidad de la plantilla, las condiciones laborales, la integración y la participación en la organización.

Empresas destacadas*	Estrellas
AlmaNatura Social	★★★★★
Atlantic Copper	★★★★★
Educa Edtech	★★★★★
Grupo Rusvel	★★★★★
Silbon	★★★★★
Aguas de Huelva	★★★★
Azul Construcción Repair	★★★★
Caja Rural del Sur	★★★★
Castillo de Canena	★★★★
Corporación Jiménez Maña	★★★★
EIG Education	★★★★
Endesa	★★★★
Exxita	★★★★
Formación Universitaria	★★★★
Inerco	★★★★
Ingelectus Innovative	★★★★
Jarquil	★★★★
Martín Casillas	★★★★
Scoobic Holding	★★★★
Supermercados Tu Super	★★★★
Unei	★★★★

*Empresas con 5 y 4 estrellas según la metodología del Atlas. Ver página 77.

Personas

NOTA METODOLÓGICA



La arquitectura del Atlas

La **metodología** aplicada en el *Atlas de la Empresa Comprometida de Andalucía* ha sido diseñada en **cinco fases**:

- La **primera fase** se centra en la identificación de las variables que son representativas del compromiso de las empresas hacia su entorno. Estas variables serán clasificadas atendiendo a distintos atributos, que representan los distintos ámbitos de la realidad que se van a tener en cuenta y que se pretende medir.
- La **segunda fase** tiene como objetivo la clasificación y ponderación de las variables, que pueden dividirse en tres clases:
 - **Variables principales** son aquellas con una presencia general en el contexto empresarial y con trascendencia elevada; se les asignan 4 puntos, con la excepción de Huella de carbono, que se considera la variable objetivo final y se le asignan 6 puntos.
 - **Variables no principales** son aquellas 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 distintas variables principales; se les asignan 2 puntos.
- La **tercera fase** conduce a la definición de las categorías o ámbitos en las que se agruparán las variables que compartan 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**.

- En la **cuarta fase** se elaboran los índices por atributos que, por agregación, permiten sintetizar la realidad medida a través de cada variable; y ello por empresa y en valor del conjunto del panel.
- En la **quinta y última fase** se clasifican 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 habrá de ser 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 **23 variables** con una partición en **86 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 asignado 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 detallará 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 **fuerza principal de la información** es una encuesta cubierta por 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 cada empresa participante en el Atlas:

Categoría Buen Gobierno

- **Ética.** Máximo 4 puntos. Se suman los seis atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/6.
- **Transparencia.** Máximo 4 puntos. Se suman los once atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/11.
- **Gobernanza.** Máximo 4 puntos. Se suman los cuatro atributos dicotómicos.
- **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 conceptos 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 25%, se conceden 2 puntos. Si está por debajo del 25%, se asignan los puntos por regla de tres simple: el valor multiplicado por 2 y dividido por el 25%.

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: el valor multiplicado por 2 y dividido por el 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 4 puntos. Se suman los seis atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/6. Se incluyen en esta edición dos cuestiones: una relativa al establecimiento de objetivos anuales de reducción de la huella de carbono y si se ha establecido un año objetivo para alcanzar la neutralidad climática.
- **Naturaleza.** Máximo 4 puntos. Se suma el resultado de la respuesta a los cuatro atributos dicotómicos. También cuestión novedosa en esta edición. Incluye la

gestión empresarial relativa a la identificación de impactos en la naturaleza, el establecimiento de medidas para la mejora de su relación con el entorno y con la biodiversidad y la existencia o no de evaluaciones sobre la efectividad de las medidas establecidas en este ámbito.

- **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 valores obtenidos en certificaciones de medición de la huella de carbono (0 a 2), la implantación del sistema SBTi (0-1) y la evolución de la reducción de emisiones de GEI durante el último año (Entre -1 y 3).
- **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 nueve atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/9. En esta variable se incluye una cuestión novedosa relativa al porcentaje de valorización de residuos con valores entre 0 y 3.

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 29 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. Como puntuación final se obtiene ese mismo valor asignado.
- **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+i:** Máximo 4 puntos. Se suman los valores obtenidos en los cinco atributos dicotómicos y el resultado se multiplica por 4/5. En esta edición se incluye una nueva cuestión relativa a si dispone la empresa con un programa de I+D+i relacionado con la sostenibilidad.

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: el valor multiplicado por 4 y dividido por el 20%.
- **Formación:** Máximo 3 puntos. Si el número medio de horas por trabajador/a al año es superior al doble de 20 (número indicado en el Estatuto de los Trabajadores), se otorgan 3 puntos. Si es menor a la mitad de 20, se otorgan 0 puntos. En el intervalo entre 10 y 40, se aplica una regla de tres simple.
- **Condiciones laborales:** Máximo 2 puntos. Se suma el porcentaje (en tanto por uno) de contratos fijos a tiempo completo y se añade 1 punto por la certificación ISO 45001.
- **Integración:** Máximo 3 puntos. Se divide en 2 secciones. En la primera, se otorgan 2 puntos a las empresas con más del 2% de personas con discapaci-

dad; por debajo del 2%, se aplica una regla de tres simple: el valor multiplicado por 2 y dividido por el 2%. La segunda sección se corresponde con un punto adicional si dispone de la Certificación de Accesibilidad Universal UNE 170001.

- **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: el valor dividido por el 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 19 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.aertecsolutions.com


 **Sector:** 7112 - Serv. téc. de ingeniería y otras actividades relac. con el asesoramiento técnico




 **Sede:** Málaga  **Ingresos:** 48.657.660 €  **Plantilla:** 711

Aguas de Huelva Valoración:

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

www.aguashuelva.com


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




 **Sede:** Huelva  **Ingresos:** 23.444.534 €  **Plantilla:** 119

Aguas de Torremolinos Valoración:

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

www.aguasdetorremolinos.es


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




 **Sede:** Torremolinos  **Ingresos:** 13.398.350 €  **Plantilla:** 42

AlmaNatura Social Valoración:

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

www.almanatura.es

 **Sector:** 9699 - Otros servicios personales n.c.o.p.

 **Sede:** Arroyomolinos de León  **Ingresos:** 419.730 €  **Plantilla:** 10

Atalaya Mining		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★☆
www.riotinto.atalayamining.com		



Sector: 0729 - Extracción de otros minerales metálicos no férricos



Sede: Minas de Río Tinto



Ingresos: 327.000.000 €



Plantilla: 460

Atlantic Copper		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★★
www.atlantic-copper.es		



Sector: 2444 - Producción de cobre



Sede: Huelva



Ingresos: 2.790.000.000 €



Plantilla: 809

Ayesa		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.ayesa.com		



Sector: 8299 - Otras actividades de apoyo a las empresas n.c.o.p.



Sede: Sevilla



Ingresos: 800.000.000 €



Plantilla: 14.000

Azul Construcción Repair		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★★☆
www.azulconstruccion.com		



Sector: 4399 - Otras actividades de construcción especializada n.c.o.p.



Sede: Sevilla



Ingresos: 7.900.000 €



Plantilla: 49

Azvi		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★☆☆
www.azvi.es		



Sector: 4212 - Construcción de vías férreas de superficie y subterráneas



Sede: Sevilla



Ingresos: 995.000.000 €



Plantilla: 7.356

Bida Farma		Valoración:
	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★★☆
www.bidafarma.es		



Sector: 4646 - Comercio al por mayor de productos farmacéuticos y médicos



Sede: Sevilla



Ingresos: 2.967.337.251 €



Plantilla: 1.687

Businessgo		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.businessgo.es		



Sector: 6210 - Actividades de programación informática



Sede: Sevilla



Ingresos: 7.000.000 €



Plantilla: 110

Caja Rural del Sur		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.grupocajarural.es		



Sector: 6419 - Otra intermediación monetaria



Sede: Sevilla







Ingresos: 355.840.000 €







Plantilla: 1.075





Cajamar		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.cajamar.es		

 **Sector:** 6419 - Otra intermediación monetaria
 **Sede:** Almería
  **Ingresos:** 1.552.240.000 €
  **Plantilla:** 5.189





Castillo de Canena		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★☆
www.castillodecanena.com		

 **Sector:** 4633 - Comercio al por mayor de productos lácteos, huevos, aceites y grasas comestibles
 **Sede:** Canena
  **Ingresos:** 40.720.000 €
  **Plantilla:** 84

Cereales Méndez		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.cerealesmendez.com		

 **Sector:** 4621 - Comerc. al por mayor de cereales, tabaco en rama, simientes y alimentos para animales
 **Sede:** La Campaña
  **Ingresos:** 30.864.030 €
  **Plantilla:** 20

Corporación Jiménez Maña		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.corporacionjimenezmana.com		

 **Sector:** 7020 - Otras actividades de consultoría de gestión empresarial
 **Sede:** Dos Hermanas
  **Ingresos:** 141.000.000 €
  **Plantilla:** 740

Corsevilla	Valoración:				
	Buen gobierno	★	★	★	★
	Medio ambiente	★	★	★	★
	Entorno	★	★	★	★
	Personas	★	★	★	★
www.corsevilla.es					

⚙️ **Sector:** 1091 - Fabricación de prod. para la alimentación de animales de granja

📍 **Sede:** Cazalla de la Sierra 💰 **Ingresos:** 18.394.850 € 👥 **Plantilla:** 59

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:** 1.013.000.000 € 👥 **Plantilla:** 1.303

Covirán	Valoración:				
	Buen gobierno	★	★	★	★
	Medio ambiente	★	★	★	★
	Entorno	★	★	★	★
	Personas	★	★	★	★
www.coviran.es					

⚙️ **Sector:** 4639 - Comercio al por mayor, no espec., de prod. alimenticios, bebidas y tabaco





📍 **Sede:** Atarfe 💰 **Ingresos:** 1.846.207.918 € 👥 **Plantilla:** 14.813

Dcoop	Valoración:				
	Buen gobierno	★	★	★	★
	Medio ambiente	★	★	★	★
	Entorno	★	★	★	★
	Personas	★	★	★	★
www.dcoop.es					





⚙️ **Sector:** 1043 - Fabricación de aceite de oliva

📍 **Sede:** Antequera 💰 **Ingresos:** 1.578.106.080 € 👥 **Plantilla:** 9.018





Deoleo		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.deoleo.com		

 **Sector:** 1043 - Fabricación de aceite de oliva
 **Sede:** Alcolea
  **Ingresos:** 996.000.000 €
  **Plantilla:** 622


Duponte		Valoración:
	Buen gobierno	★☆☆☆☆
	Medio ambiente	☆☆☆☆☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.duponteadn.com		

 **Sector:** 7210 - Investigación y desarrollo experimental en ciencias naturales y técnicas
 **Sede:** Sevilla
  **Ingresos:** 22.000.000 €
  **Plantilla:** 15

Educa Edtech		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★★★
www.ieditorial.net		

 **Sector:** 9499 - Otras actividades asociativas n.c.o.p.
 **Sede:** Macarena
  **Ingresos:** 45.000.000 €
  **Plantilla:** 791


EIG Education		Valoración:
	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	☆☆☆☆☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★★☆
www.esgerencia.com		

 **Sector:** 8541 - Educación universitaria
 **Sede:** Granada
  **Ingresos:** 11.500.000 €
  **Plantilla:** 75

Emasagra		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.emasagra.es		


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

 **Sede:** Granada


 **Ingresos:** 52.051.868 €

 **Plantilla:** 217

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

 **Sector:** 3511 - Producción de energía eléctrica a partir de fuentes no renovables


 **Sede:** Sevilla


 **Ingresos:** 5.426.518.000 €

 **Plantilla:** 2.068

Exxita		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★☆☆
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★☆
www.exxita.com		


 **Sector:** 6290 - Otros servicios relacionados con las tecnologías de la información y la informática

 **Sede:** Bollullos de la Mitación


 **Ingresos:** 19.365.490 €

 **Plantilla:** 155

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

 **Sector:** 8532 - Educación secundaria profesional

 **Sede:** Sevilla

 **Ingresos:** 14.100.000 €

 **Plantilla:** 155


Ghenova Ingeniería**Valoración:**

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

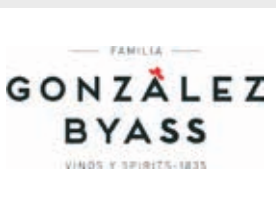
www.ghenova.com

 **Sector:** 7112 - Serv. téc. de ingeniería y otras actividades relacionadas con el asesoramiento técnico

 **Sede:** Sevilla


 **Ingresos:** 55.150.000 €

 **Plantilla:** 895


González Byass**Valoración:**

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

www.gonzalezbyass.com

 **Sector:** 4725 - Comercio al por menor de bebidas

 **Sede:** Jerez


 **Ingresos:** 234.943.000 €


 **Plantilla:** 969


Grupo MAS**Valoración:**

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

www.somosgrupomas.com

 **Sector:** 4639 - Comercio al por mayor, no espec, de prod. alimenticios, bebidas y tabaco

 **Sede:** Dos Hermanas


 **Ingresos:** 675.000.000 €

 **Plantilla:** 4.300

Hidral**Valoración:**

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

www.hidral.com


 **Sector:** 2822 - Fabricación de maquinaria de elevación y manipulación

 **Sede:** Sevilla


 **Ingresos:** 48.843.299 €

 **Plantilla:** 304

Hidralia		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★★
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.hidralia-sa.es		


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

 **Sede:** Sevilla


 **Ingresos:** 98.215.245 €

 **Plantilla:** 338

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:** 69.907.485 €

 **Plantilla:** 741

Inés Rosales		Valoración:
	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.inesrosales.com		


 **Sector:** 1072 - Fabricación de galletas y productos de panadería y pastelería de larga duración

 **Sede:** Castilleja de la Cuesta

 **Ingresos:** 19.000.000 €

 **Plantilla:** 138

Ingelectus		Valoración:
	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★☆
	Personas	★★★★☆
www.ingelectus.com		

 **Sector:** 7112 - Serv. téc. de ingeniería y otras actividades relacionadas con el asesoramiento técnico

 **Sede:** Sevilla

 **Ingresos:** 1.700.000 €

 **Plantilla:** 27

Jarquil		Valoración:
	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★
www.jarquil.es		



Sector: 4101 - Construcción de edificios residenciales



Sede: Almería



Ingresos: 215.556.693 €



Plantilla: 596

Lamaignere		Valoración:
	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★
www.lamaignere.com		



Sector: 5226 - Otras actividades auxiliares del transporte



Sede: Sevilla



Ingresos: 37.000.000 €



Plantilla: 137

Martín Casillas		Valoración:
	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★
www.martincasillas.com		



Sector: 4211 - Construcción de carreteras y autopistas



Sede: Alcalá de Guadaria



Ingresos: 84.918.390 €



Plantilla: 718

Montrel		Valoración:
	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★
www.montrel.es		



Sector: 4321 - Instalaciones eléctricas



Sede: Dos Hermanas



Ingresos: 14.000.000 €



Plantilla: 78

MP Ascensores

Valoración:



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

www.mpascensores.com

**Sector:** 2822 - Fabricación de maquinaria de elevación y manipulación**Sede:** Sevilla**Ingresos:** 166.597.000 €**Plantilla:** 1.100

Osborne

Valoración:



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

www.osborne.es

**Sector:** 4639 - Comercio al por mayor, no espec., de productos alimenticios, bebidas y tabaco**Sede:** El Puerto de Santa María**Ingresos:** 250.600.000 €**Plantilla:** 1.063

Reciclajes del Sur Bahía

Valoración:



Reciclajes del Sur Bahía

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

www.reciclajesdelsurbahia.es

**Sector:** 4687 - Comercio al por mayor de chatarra y productos de desecho**Sede:** Chiclana de la Frontera**Ingresos:** 1.400.000 €**Plantilla:** 10

Rusvel

Valoración:







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





www.rusvel.com


**Sector:** 6812 - Promoción inmobiliaria**Sede:** Sevilla**Ingresos:** 119.664.000 €**Plantilla:** 279





Scoobic		Valoración:
	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★
www.scoobic.com		

 **Sector:** 2910 - Fabricación de vehículos de motor
 **Sede:** Dos Hermanas
  **Ingresos:** 8.568.801 €
  **Plantilla:** 59





SGR Garantía		Valoración:
	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★
www.sgrgarantia.es		

 **Sector:** 6619 - Otras actividades auxiliares a los servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones
 **Sede:** Granada
  **Ingresos:** 10.458.148 €
  **Plantilla:** 81





Silbon		Valoración:
	Buen gobierno	★ ★ ★ ★ ★
	Medio ambiente	★ ★ ★ ★ ★
	Entorno	★ ★ ★ ★ ★
	Personas	★ ★ ★ ★ ★
www.silbonshop.com		

 **Sector:** 4771 - Comercio al por menor de prendas de vestir
 **Sede:** Córdoba
  **Ingresos:** 65.000.000 €
  **Plantilla:** 659





Skylife		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:** 1.670.347 €
  **Plantilla:** 59





Tu Super		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★★★
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★☆
www.supermercadostusuper.com		

 **Sector:** 4711 - Comercio al por menor no espec. con predominio de prod. alimenticios, bebidas y tabaco
 **Sede:** Granada
  **Ingresos:** 27.831.757 €
  **Plantilla:** 394

UG21 Engineering		Valoración:
	Buen gobierno	★★★★☆
	Medio ambiente	★★★☆☆
	Entorno	★★★☆☆
	Personas	★★★★☆
www.ug21.com		

 **Sector:** 7112 - Servicios técnicos de ingeniería y otras activ. rel. con el asesoramiento técnico
 **Sede:** Mairena del Aljarafe
  **Ingresos:** 18.500.000 €
  **Plantilla:** 400

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:** 32.552.000 €
  **Plantilla:** 1.482

Universidad Loyola		Valoración:
	Buen gobierno	★★★☆☆
	Medio ambiente	★★★★☆
	Entorno	★★★★★
	Personas	★★★★☆
www.uloyola.es		

 **Sector:** 8541 - Educación universitaria
 **Sede:** Dos Hermanas
  **Ingresos:** xx
  **Plantilla:** 645



CON EL APOYO DE:

