



Càtedra d'Innovació, Creativitat
i Aprenentatge · INCREA

OBSERVATORIO EMPREDIMIENTO SOSTENIBLE Y DIGITAL

Informe de resultados

Abril 2022

Investigación realizada por **Desmarca**
MARKETING

Contenido

Sector	4
Número de empleados	4
Nivel de facturación	5
Porcentaje de actividad que realizan las empresas en otros países	6
Proceso de fabricación	6
Investigación y desarrollo	6
Comercialización	6
Publicidad y promoción	7
Servicio postventa	7
Compras	7
Sostenibilidad	8
Digitalización	9
Opinión sobre la situación en la Comunidad Valenciana	12

Sector

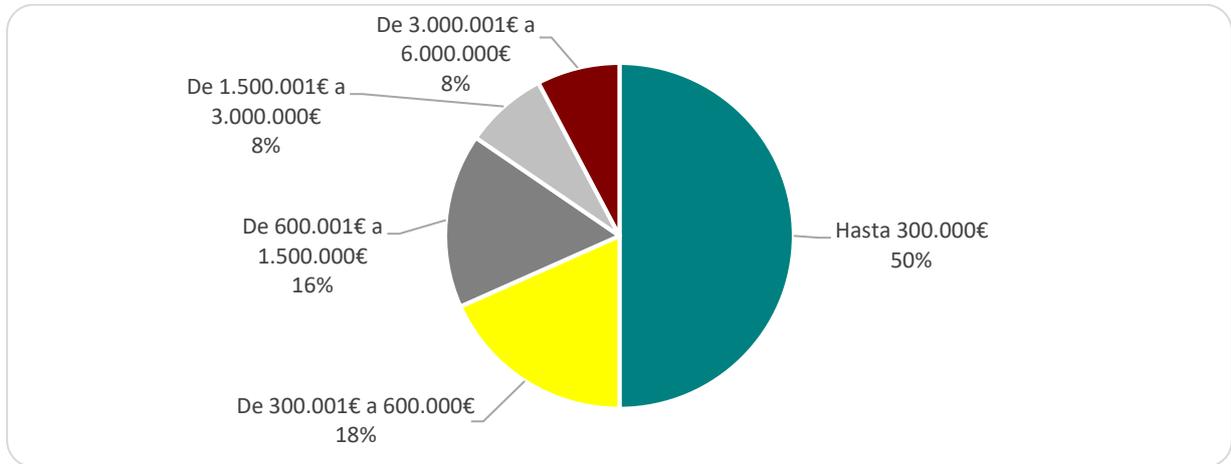


Sector	n	%
Salud	12	12%
Marketing	3	3%
Servicios empresariales	19	18%
Construcción y actividades inmobiliarias	27	26%
Metal	9	9%
Transporte	1	1%
Intermediación financiera	3	3%
Comercio	13	13%
Educación	5	5%
Industria	4	4%
Hostelería	3	3%
Comunicaciones	3	3%
Deporte	1	1%
Desconocido	1	1%
TOTAL	104	100%

Número de empleados

Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Respuestas totales
0	120	12.6	21.5	104

Nivel de facturación



Valor	Porcentaje	Cuenta
Hasta 300.000€	50.0%	52
De 300.001€ a 600.000€	18.3%	19
De 600.001€ a 1.500.000€	16.3%	17
De 1.500.001€ a 3.000.000€	7.7%	8
De 3.000.001€ a 6.000.000€	7.7%	8
Totales		104

Porcentaje de actividad que realizan las empresas en otros países

Proceso de fabricación



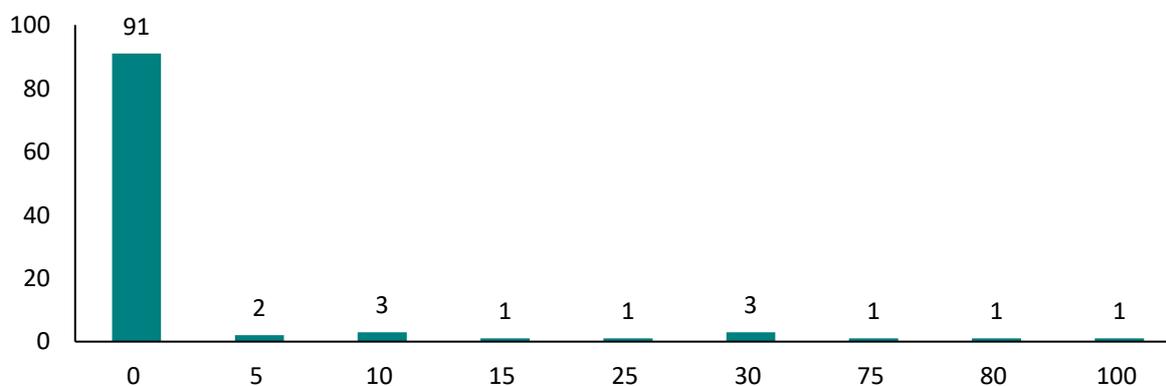
Minimo	Maximo	Media	Desviación estandar	Respuestas totales
0	1	0.0	0.1	104

Investigación y desarrollo



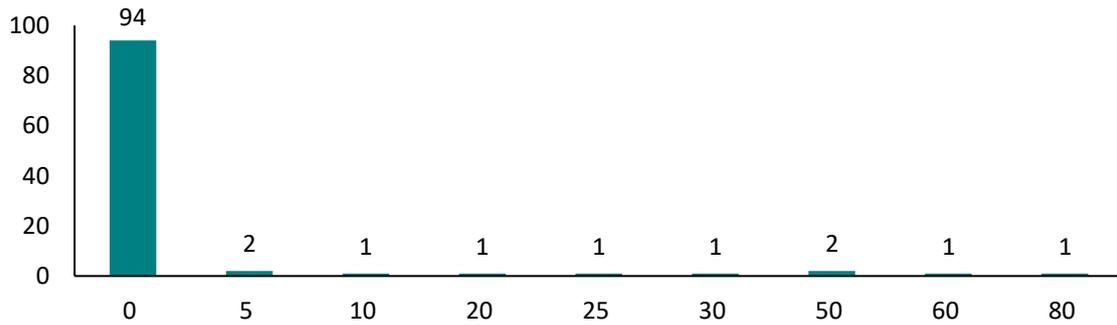
Minimo	Maximo	Media	Desviación estandar	Respuestas totales
0	2	0.0	0.2	104

Comercialización



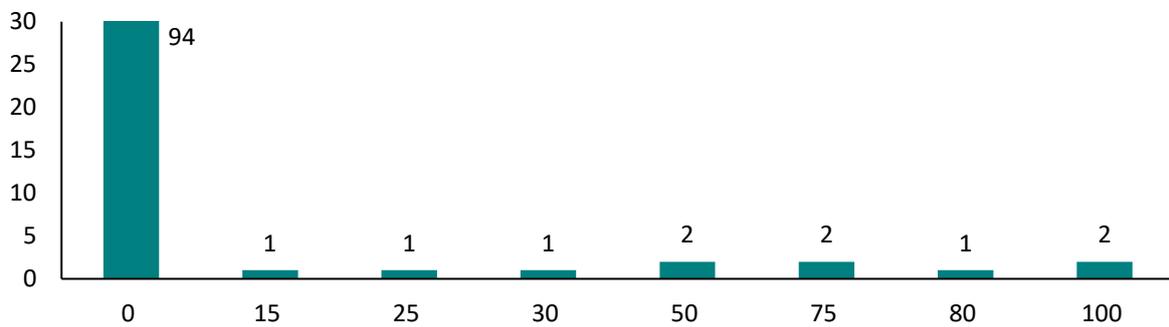
Minimo	Maximo	Media	Desviación estandar	Respuestas totales
0	100	4.1	15.3	104

Publicidad y promoción



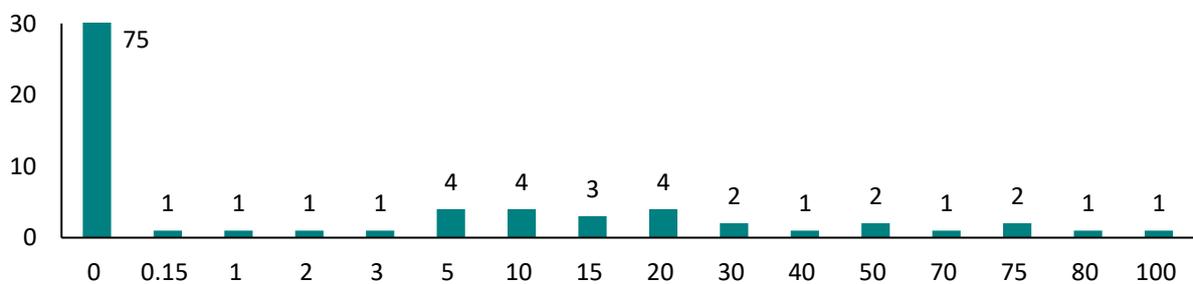
Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Respuestas totales
0	80	3.2	12.4	104

Servicio postventa



Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Respuestas totales
0	100	5.8	19.8	104

Compras



Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Respuestas totales
0	100	7.6	19.0	104

Sostenibilidad

	1		2		3		4		5		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Hacemos un esfuerzo para garantizar que todos los empleados comprendan la importancia de la protección del medio ambiente	2	1.9%	5	4.8%	16	15.4%	50	48.1%	31	29.8%	104
Tenemos políticas claras que instan a la conciencia ambiental en todas las áreas	3	2.9%	4	3.8%	28	26.9%	43	41.3%	26	25.0%	104
La protección del medio ambiente es muy valorada por los miembros de nuestra empresa	1	1.0%	3	2.9%	32	30.8%	40	38.5%	28	26.9%	104
La protección del medio ambiente es un valor corporativo central de nuestra empresa	3	2.9%	6	5.8%	43	41.3%	35	33.7%	17	16.3%	104
Los desarrollos tecnológicos relacionados con la sostenibilidad afectan a las actividades comerciales de nuestra empresa	6	5.8%	9	8.7%	43	41.3%	32	30.8%	14	13.5%	104
La protección del medio ambiente es vital para la supervivencia de nuestra empresa	8	7.7%	16	15.4%	40	38.5%	28	26.9%	12	11.5%	104
Nuestros clientes y trabajadores esperan que nuestra empresa proteja el medio ambiente	3	2.9%	4	3.8%	38	36.5%	40	38.5%	19	18.3%	104

Digitalización

	1		2		3		4		5		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
El nivel de digitalización de mis productos y servicios es alto en comparación con el de mis competidores	0	0%	11	10.6%	40	38.5%	36	34.6%	17	16.3%	104
Aprovechamos todas las oportunidades de digitalización en el mercado para el desarrollo de nuestros productos y servicios	1	1.0%	14	13.5%	28	26.9%	36	34.6%	25	24.0%	104
Hemos implementado con éxito nuevas ideas de negocios digitales y somos capaces de adoptar rápidamente nuevas ofertas digitales	2	1.9%	13	12.5%	39	37.5%	34	32.7%	16	15.4%	104
Tenemos dificultades a la hora de encontrar la tecnología digital apropiada para nuestras necesidades	9	8.7%	32	30.8%	20	19.2%	34	32.7%	9	8.7%	104
Tenemos dificultades para contratar personal con capacidades digitales suficientes	6	5.8%	22	21.2%	35	33.7%	30	28.8%	11	10.6%	104

	1		2		3		4		5		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Utilizan tecnología digital para respaldar los procesos empresariales	1	1.0%	7	6.7%	29	27.9%	42	40.4%	25	24.0%	104
Implementan los canales digitales más actuales (incluidos móviles y redes sociales, plataformas de videoconferencias) en su actividad empresarial	2	1.9%	9	8.7%	28	26.9%	36	34.6%	29	27.9%	104
Miden sus acciones realizadas en los diferentes canales digitales	15	14.4%	19	18.3%	32	30.8%	18	17.3%	20	19.2%	104
Tienen capacidad para gestionar con éxito las demandas de sus clientes de forma digital	4	3.8%	7	6.7%	24	23.1%	44	42.3%	25	24.0%	104
Sus clientes realizan el proceso de compra principalmente a través de diferentes medios digitales.	23	22.1%	29	27.9%	25	24.0%	17	16.3%	10	9.6%	104
Se utilizan medios digitales para personalizar el marketing y la comunicación con los clientes, por ejemplo, a través del uso de un CRM donde se recogen los datos de los clientes	23	22.1%	15	14.4%	26	25.0%	21	20.2%	19	18.3%	104
Utilizan herramientas digitales para la comunicación, la colaboración y el intercambio de información con otras empresas (por ejemplo, SharePoint, Jive, Trello, Slack, Dropbox, Google Drive)	16	15.4%	14	13.5%	29	27.9%	20	19.2%	25	24.0%	104
Pueden trabajar desde cualquier lugar porque tienen acceso a herramientas de colaboración digital	9	8.7%	14	13.5%	25	24.0%	23	22.1%	33	31.7%	104

	1		2		3		4		5		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
La empresa experimenta ahorros de costes de producción debido a la digitalización.	4	3.8%	9	8.7%	34	32.7%	41	39.4%	16	15.4%	104
La empresa experimenta ahorros de costes de personal debido a la digitalización	6	5.8%	18	17.3%	30	28.8%	37	35.6%	13	12.5%	104
La empresa experimenta ahorros de espacio debido a la digitalización	5	4.8%	12	11.5%	28	26.9%	38	36.5%	21	20.2%	104
La digitalización conduce a una mayor flexibilidad operativa y de mercado	2	1.9%	4	3.8%	20	19.2%	47	45.2%	31	29.8%	104

Opinión sobre la situación en la Comunidad Valenciana

	1		2		3		4		5		6		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Hay suficientes fondos de capital privado disponibles para empresas ecológicas (bancos, business angels...)	8	7.7%	30	28.8%	38	36.5%	5	4.8%	0	0%	23	22.1%	104
Hay suficientes subsidios gubernamentales disponibles para empresas nuevas y ecológicas	13	12.5%	37	35.6%	29	27.9%	2	1.9%	0	0%	23	22.1%	104
Hay suficientes fondos disponibles de inversores informales (familiares y amigos) para nuevas empresas ecológicas	14	13.5%	33	31.7%	30	28.8%	4	3.8%	1	1.0%	22	21.2%	104
Las políticas gubernamentales (p. ej. contratación pública) favorecen sistemáticamente a las nuevas empresas ecológicas	14	13.5%	22	21.2%	35	33.7%	12	11.5%	4	3.8%	17	16.3%	104
El apoyo a nuevas empresas ecológicas es una prioridad para las	13	12.5%	21	20.2%	39	37.5%	10	9.6%	3	2.9%	18	17.3%	104

	1		2		3		4		5		6		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
políticas gubernamentales													
Los impuestos y otras regulaciones gubernamentales se aplican a las nuevas empresas ecológicas de una manera predecible y consistente	11	10.6%	19	18.3%	47	45.2%	6	5.8%	0	%	21	20.2%	104
Hacer frente a la burocracia gubernamental, las regulaciones y los requisitos de licencia no es excesivamente difícil para las nuevas empresas ecológicas	21	20.2%	24	23.1%	30	28.8%	4	3.8%	4	3.8%	21	20.2%	104
Se puede obtener una amplia gama de asistencia gubernamental para nuevas empresas ecológicas mediante el contacto con una sola agencia	14	13.5%	22	21.2%	36	34.6%	2	1.9%	2	1.9%	28	26.9%	104
Los parques científicos y las incubadoras de empresas brindan un apoyo eficaz a las empresas nuevas ecológicas	6	5.8%	10	9.6%	43	41.3%	13	12.5%	3	2.9%	29	27.9%	104

	1		2		3		4		5		6		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Las personas que trabajan para agencias gubernamentales son competentes y eficaces en el apoyo a nuevas empresas ecológicas	11	10.6%	14	13.5%	51	49.0%	7	6.7%	0	%	21	20.2%	104
Las universidades brindan una preparación buena y adecuada en emprendimiento sostenible	2	1.9%	15	14.4%	37	35.6%	27	26.0%	7	6.7%	16	15.4%	104
El desarrollo de valores medioambientales acordes con los objetivos de desarrollo sostenible son una prioridad para las universidades	3	2.9%	5	4.8%	38	36.5%	35	33.7%	5	4.8%	18	17.3%	104
En la universidad existe un buen apoyo disponible para que los ingenieros y científicos comercialicen sus ideas sostenibles a través de nuevas empresas	2	1.9%	9	8.7%	46	44.2%	19	18.3%	6	5.8%	22	21.2%	104

	1		2		3		4		5		6		N
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Hay suficientes agentes empresariales para apoyar a las nuevas empresas ecológicas	2	1.9%	20	19.2%	47	45.2%	8	7.7%	0	%	27	26.0%	104
La cultura apoya enormemente las iniciativas verdes	4	3.8%	11	10.6%	37	35.6%	27	26.0%	12	11.5%	13	12.5%	104
La cultura respalda en gran medida el éxito individual logrado a través de esfuerzos personales	6	5.8%	8	7.7%	40	38.5%	24	23.1%	12	11.5%	14	13.5%	104
La cultura enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	6	5.8%	11	10.6%	35	33.7%	26	25.0%	10	9.6%	16	15.4%	104
La cultura fomenta la toma de riesgos empresariales	8	7.7%	11	10.6%	37	35.6%	25	24.0%	8	7.7%	15	14.4%	104