

## Barómetro de Empresas

### Edición 59

Valoración del segundo semestre  
de 2021 y previsiones para el  
primer semestre de 2022

#### Dirección

Juan Hernández Galante

Elena Rey

#### Coordinación

Claudia Peris

Marketing y Relaciones Institucionales

En la presente edición del Barómetro de Empresas han participado **268** empresas panelistas que emplean a más de un millón doscientas mil personas.

El asesoramiento de esta edición por parte del equipo Economics & Financial Advisory Analytics dirigido por Ana Aguilar, ha sido liderado por Kyle Thomson con la colaboración de Oscar Canales, Jordi Domingo Olm, José Manuel Pernaete y con las aportaciones realizadas por Claudia Peris .

Los especialistas de la sección sexta de esta edición, "Aumento de la apuesta por la sostenibilidad empresarial", lo ha liderado Concha Iglesias, Socia líder de Sostenibilidad y Cambio Climático, junto a su equipo compuesto por José Antonio Jiménez Corpa y Maria Aguilar Martin.

#### Contacto:

[barometro.elpais@deloitte.es](mailto:barometro.elpais@deloitte.es)

# Contenidos

Introducción	5
Resumen ejecutivo	6
Conclusiones generales	9
Aumento de la apuesta por la sostenibilidad empresarial	19
Datos del panel	27
Integrantes del panel	31
Anexos	35

**Dirección**

Juan Hernández Galante  
Elena Rey

**Coordinación**

Claudia Peris  
Marketing y Relaciones Institucionales

**Diseño del Estudio**

Estudio transversal con cuestionario en dos oleadas al año.

El actual estudio corresponde al segundo semestre de 2021 y perspectivas para el primer semestre y global 2022.

**Ámbito**

Nacional.

**Universo**

Compuesto por empresas con sede en España y determinado por las 2.300 empresas con mayor facturación dentro de cada sector de actividad.

**Muestra obtenida**

268 empresas

**Cuestionario**

Autoaplicado por correo electrónico

**Trabajo de campo**

Diciembre 2021-Enero 2022

# Introducción

## Objetivos

El estudio económico Barómetro de Empresas, realizado por Deloitte y que publica el diario El País desde 1999, persigue los siguientes objetivos:

- Recopilar periódicamente las expectativas y tendencias empresariales de las principales compañías españolas dentro de su sector de actividad, así como su visión general sobre la situación económica española y los impactos eventuales de la coyuntura.
- Obtener una radiografía de la realidad económica española, comparando los indicadores de tendencia sistemáticamente en dos periodos al año.

## Panel de empresas participantes

El panel de empresas participantes se ha obtenido a partir de un muestreo seleccionando las principales empresas españolas dentro de cada sector de actividad por volumen de facturación, a las que se les ha presentado un cuestionario que fue cumplimentado en los meses de diciembre de 2021 y enero 2022.

## Alcance del Estudio

Las preguntas han hecho referencia al segundo semestre de 2021 y las perspectivas sobre el primer semestre y el año 2022.

El cuestionario se estructura en tres apartados básicos:

- Una primera sección que hace referencia a datos de las empresas que integran el panel.
- Un segundo apartado integrado por un conjunto de secciones fijas con preguntas tanto de carácter global como específicas sobre tendencia empresarial, empleo, rentabilidad e inversión (indicadores de tendencia). En este apartado se incluye una sección con preguntas sobre los aspectos más importantes que influyen en la realidad económico-empresarial.
- Un tercer apartado correspondiente a la última sección del cuestionario (cuya temática difiere en cada edición), y que en esta ocasión analiza cómo las empresas españolas estructuran sus áreas de sostenibilidad, sus capacidades y el grado de implicación de organizaciones y directivos con los criterios de ESG.

## Resultados del Estudio

El estudio que se presenta a continuación se ha elaborado a partir de la información arrojada en cada uno de los apartados del cuestionario:

- Principales conclusiones del estudio, relativas a las preguntas fijas relacionadas con la situación económica actual y las previsiones para el año 2022.
- Análisis de la situación en materia de sostenibilidad en empresas españolas.
- Información sobre la tipología de las empresas que han participado en esta edición del Barómetro.

# Resumen ejecutivo

Los 268 panelistas muestran un comportamiento positivo con un crecimiento significativo durante el segundo semestre de 2021:

Para el **62%** la economía ha mejorado.



La producción y facturación sigue creciendo para el

**65%**

por tercer semestre consecutivo.



Un **45%** han incrementado el número de empleados.



Para el **33%** las exportaciones superan el 20% de su facturación total, cuatro puntos más que al inicio de 2021.



Los panelistas apuestan por volver a la presencialidad, reduciéndose los empleados acogidos a teletrabajo más de dos días a la semana.



## Calendario 2022 y 2023

El sector turístico retrasa al segundo semestre del año su recuperación y la matriculación de vehículos a 2023



Los diferentes rebrotes de la COVID-19 han tenido un alto impacto en el rendimiento del **36%** de los panelistas

El **50%** aún no ha trasladado el incremento de costes de materias primas a los clientes.



Las perspectivas económicas para 2022 son más optimistas siempre y cuando no se produzcan nuevos rebrotes de la pandemia, un 53% esperan que sigan afectando negativamente a su negocio en el primer semestre



Hasta un **71%** espera una mejora económica en 2022

La mayoría realizará inversiones en 2022 en tres palancas: 1. Ciberseguridad y Digitalización 2. reestructuración y automatización de procesos y 3. Integración de aspectos sostenibles que impacten en el negocio.



El **35%** de los participantes pronostica una disminución en la disponibilidad de insumos/materias primas en el primer semestre de 2022

Esperan convivir con una inflación relativamente elevada durante los próximos meses. Durante el primer semestre de 2021 previsiblemente se trasladará al consumidor final el alto precio energético y la menor disponibilidad de materias primas. Un mayoritario 92% insiste en la necesidad de incrementar medidas que fomenten las exportaciones. La mitad incide en la necesidad de reducir el Gasto Público si bien esperan una subida de impuestos



El **55%** de los paneistas han convertido la sostenibilidad en un foco estratégico

El **55%** de los panelistas incorporan los aspectos de sostenibilidad sobre la Dirección permanente, y un 30% dispone de un Comité de Sostenibilidad

La medición del impacto de actividades sociales y medioambientales es una de las herramientas más extendidas entre los panelistas para la retención de talento

Las principales barreras detectadas en el desarrollo de una estrategia corporativa sostenible son la complejidad de las amenazas y riesgos percibidos y la escasa especialización en sostenibilidad por parte de sus empleados

El **80%** de las empresas considera que la palanca prioritaria es la implementación de modelos de negocio innovadores





# Conclusiones generales

## Perspectivas económicas

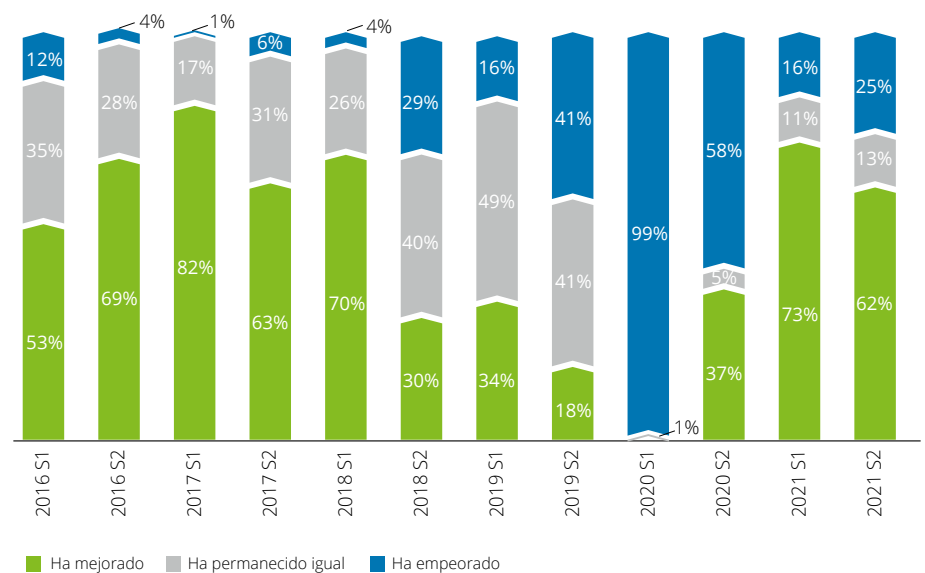
La percepción de mejora de la situación macroeconómica en el segundo semestre de 2021 sigue siendo mayoritaria, un 62% de los encuestados han percibido una mejora en la evolución de la economía española, una percepción más moderada que la esperada en la edición anterior (82%)

En cuanto a los principales motivos de este crecimiento percibido en la segunda mitad del 2021, vemos que la evolución de la demanda interna y externa ha tenido un papel fundamental, un 82% de los encuestados cree que la demanda nacional afectó positivamente a su negocio, mientras que para un 74% el principal motivo fue la demanda externa. La variable que más ha afectado a las exportaciones ha sido el rebrote de la pandemia en el comercio mundial.

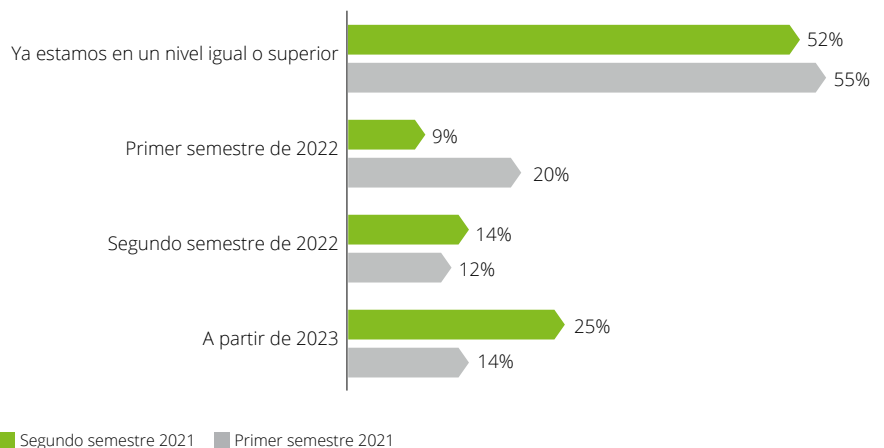
## Producción y facturación

La evolución de la producción/facturación de los panelistas continúa incrementándose por tercer semestre consecutivo. El 65% subió su facturación durante el segundo semestre de 2021 respecto al anterior. Por otro lado, un 14% de los panelistas ha sufrido caídas en su producción/facturación – el valor más bajo de los últimos 6 años. Aun así, se mantiene el porcentaje de empresas que han recuperado o superado niveles de facturación previos a la crisis sociosanitaria (52% de los encuestados).

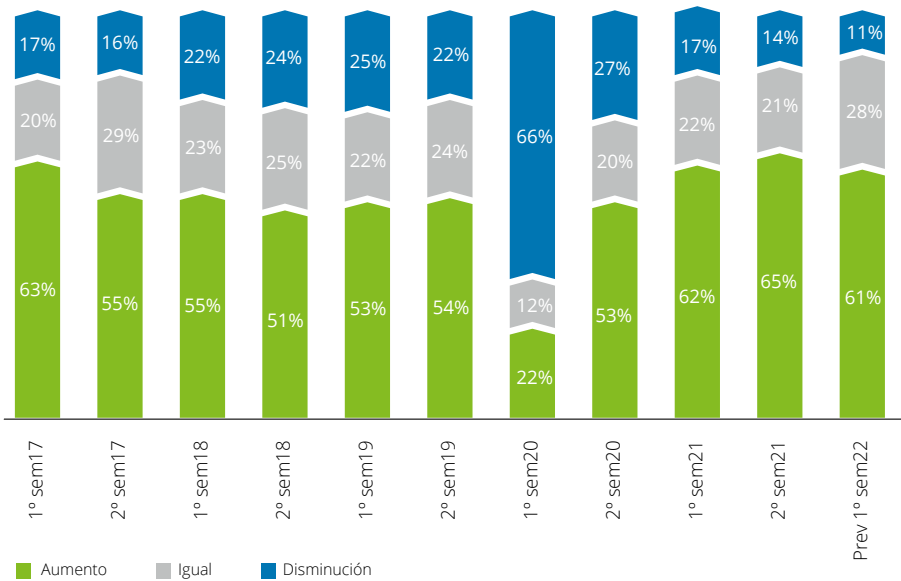
 **Evolución y previsión de la producción /facturación**  
Últimos cinco años



**Previsión de la recuperación de la producción/facturación a los niveles anteriores a la crisis**



**Evolución y previsiones de la producción/facturación**  
Últimos cinco años

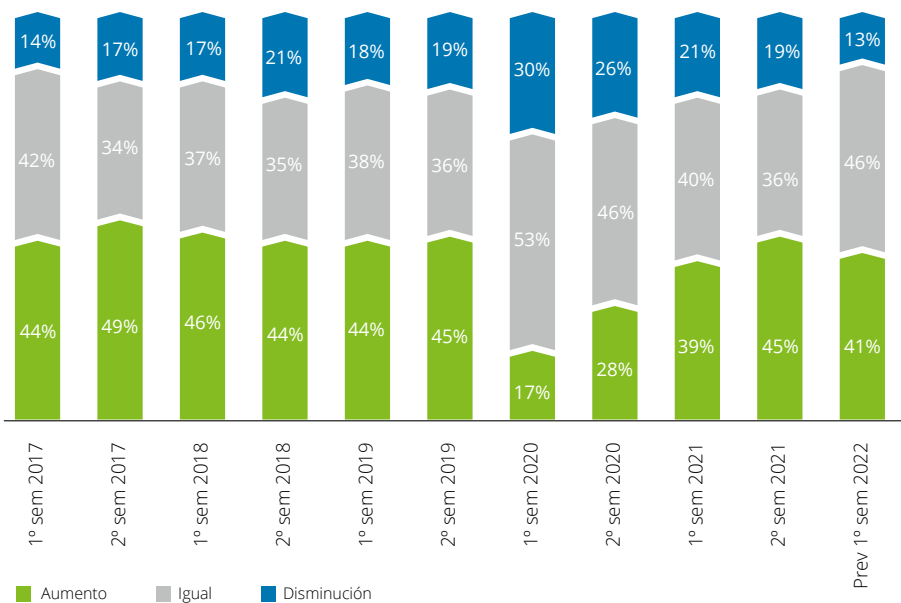


**Empleo**

En el plano del empleo, sigue la evolución positiva iniciada en la segunda mitad de 2020. En el segundo semestre de 2021 concretamente, un 45% de los panelistas experimentaron un incremento en el número de empleados, mejorando en más de 25 puntos porcentuales los resultados del primer semestre de 2020 y recuperando niveles estables pre-pandemia cercanos al 45%.

Cuando las empresas identifican las principales causas que han motivado un incremento en el número de empleados para el segundo semestre de 2021, un 29% de los panelistas destaca la coyuntura económica derivada de la pandemia como el principal motivo, 10 puntos porcentuales por debajo de las expectativas definidas para el próximo semestre. En segundo lugar, los panelistas señalan a la variación de cartera de productos/servicios (23%), seguido por la productividad (16%).

**Evolución y previsiones del número de empleados**  
Últimos cinco años



Para los que han reducido plantilla, los factores que han influido más en la disminución del empleo en el mismo periodo han sido de nuevo la coyuntura económica derivada de la pandemia (26%), al mismo nivel que la adopción de medidas de regulación de empleo (26%).

Conforme la nueva normalidad se abre paso, y la vacunación sigue avanzando, el número de empresas que cuentan con medidas de empleo específicas resultado de la pandemia sigue cayendo, en el segundo semestre de 2021 un 12% cuenta con este tipo de medidas frente al 34% en el mismo periodo del año anterior. Mientras se observa una mejora en el empleo global también se aprecia una disminución de aquellas empresas acogidas a ERTE, pasando del 74% en el mismo periodo del año anterior a un 69%.

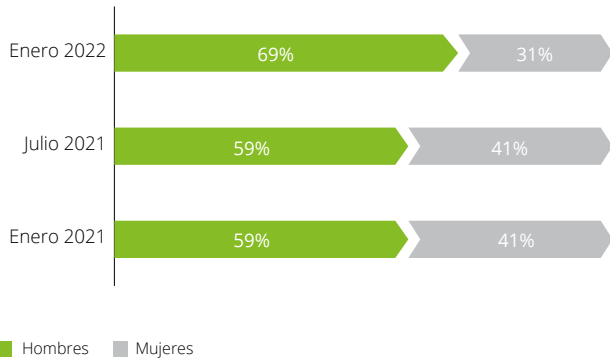
Un cambio que parecía haber acelerado la pandemia es el trabajo desde casa o teletrabajo, y parecía un cambio estructural que se había instaurado. Sin embargo, la vuelta a la oficina promovida por muchas empresas no va por esta línea, dado que cerca de la mitad de las empresas encuestadas (47%) no cuentan en esta edición con ningún empleado trabajando desde casa más de dos días a la semana, cifra que sube significativamente desde el 29% de la edición anterior.

En cuanto a la distribución de los empleados por géneros los resultados generales han mejorado y el porcentaje de mujeres es mayor que el año pasado (enero 2021). El 59% de la plantilla formada por hombres y un 41% por mujeres. Cabe destacar que un 34% de las empresas consultadas cuentan con objetivos cuantitativos de inclusión para mujeres tanto en el total de la plantilla como en la alta dirección.

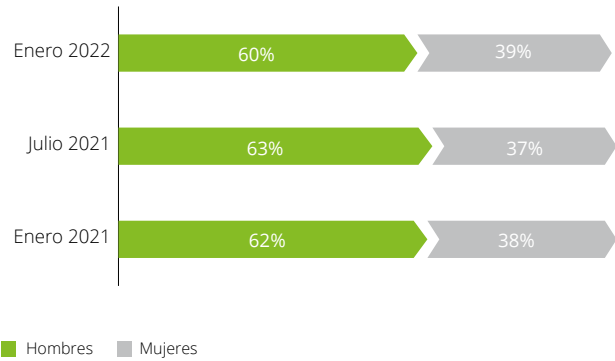
**Causas que motivarán el aumento del número total de empleados**



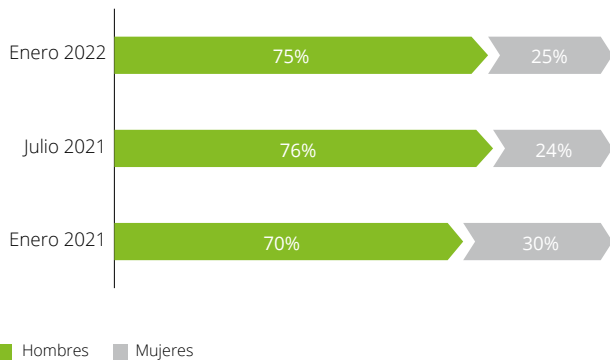
**Evolución de la distribución de empleados por género y funciones. Total empleados.**



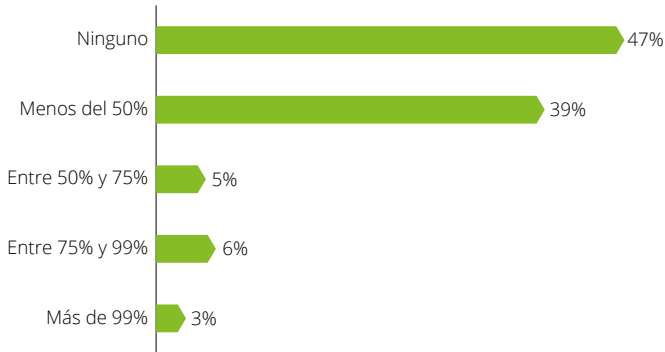
**Evolución de la distribución de empleados por género y funciones. Cargos intermedios.**



**Evolución de la distribución de empleados por género y funciones. Directivos.**



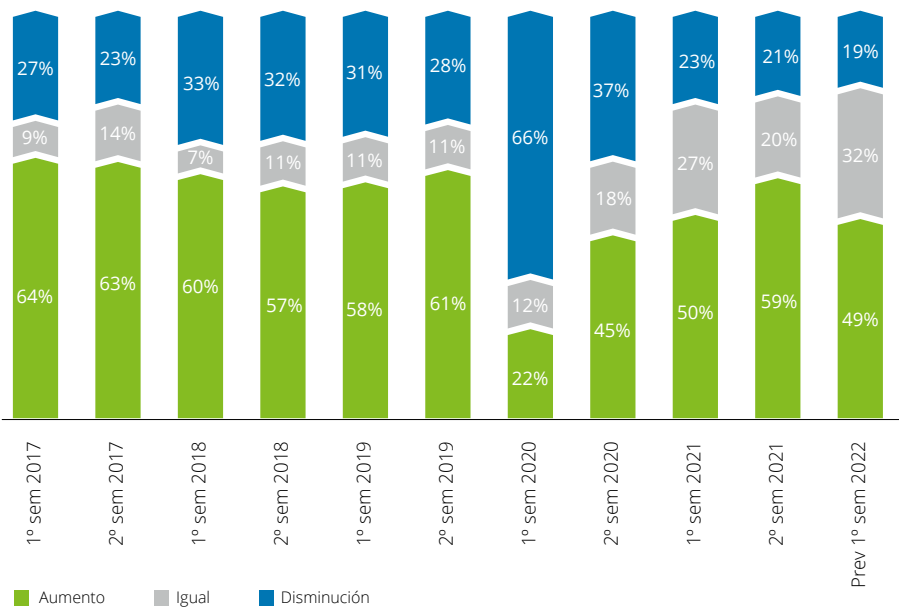
**Porcentaje de trabajadores que trabajan desde casa más de 2 días a la semana**



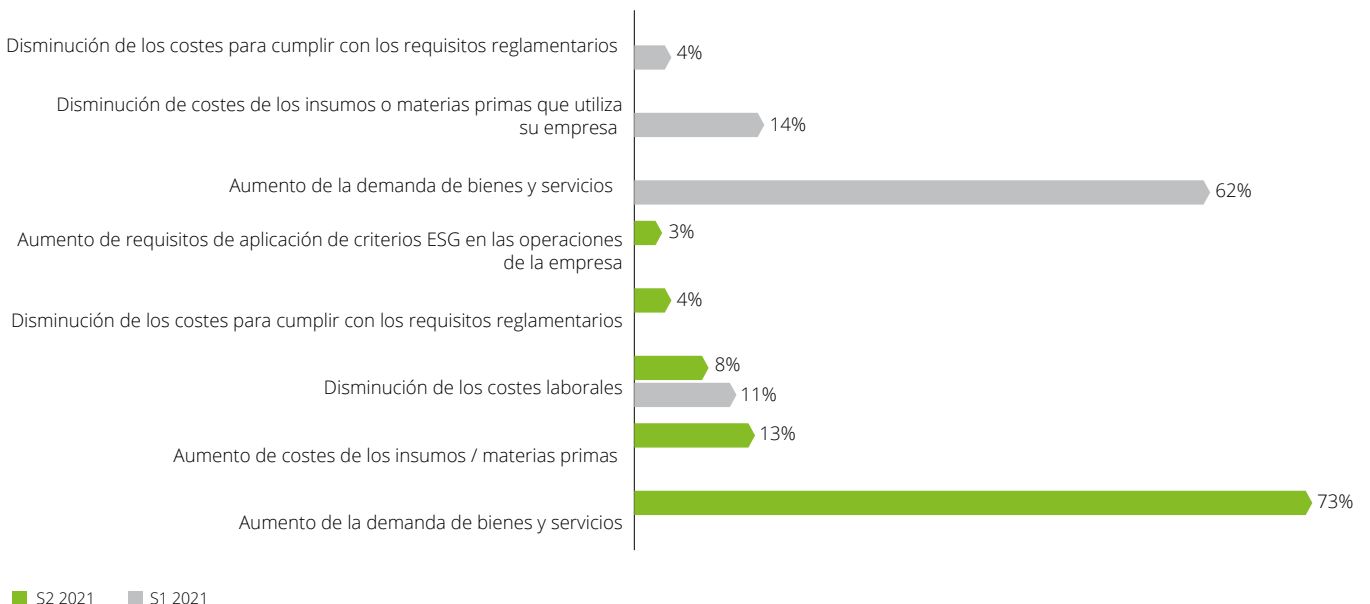
**Rentabilidad**

En el plano de la rentabilidad, sigue la evolución positiva en el Beneficio Antes de Impuestos (BAI). Un 59% de los panelistas ha experimentado un incremento en su BAI en los últimos meses de 2021, porcentaje que se incrementa desde el 50% del primer semestre de 2021 y supera en más de 35 puntos porcentuales los mínimos vistos en el primer semestre de 2020 (22%), para volver a niveles estables pre-pandemia cercanos al 60%. En este contexto, un 73% de los panelistas señalan al aumento en la demanda de bienes/servicios como el factor con mayor impacto positivo en su BAI respecto al 62% de la edición anterior del barómetro.

**Evolución y previsiones del Beneficio Antes de Impuestos (BAI) Últimos cinco años**



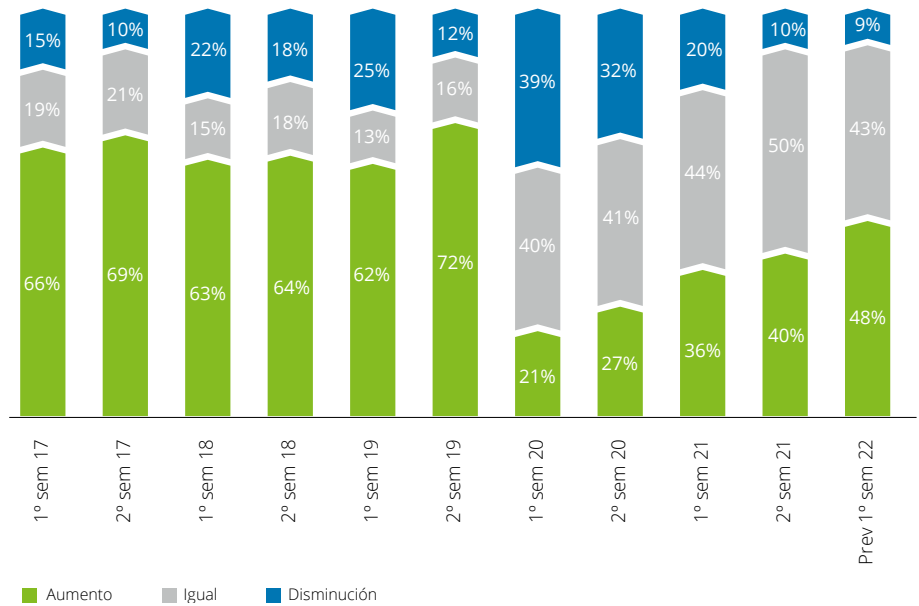
**Variables que más han afectado positivamente a los Beneficios (últimos 6 meses)**



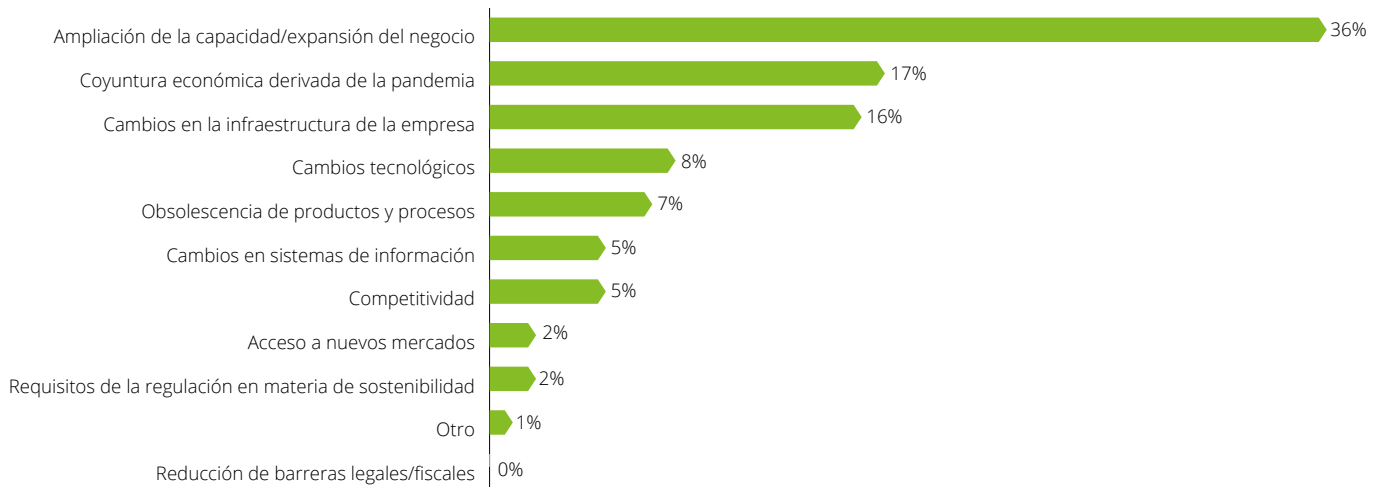
### Inversiones

La mejora en la economía española se ve reafirmada en el plano de la inversión. Sigue el crecimiento visto en las ediciones anteriores, con un 40% de las empresas reportando un incremento en sus inversiones en este segundo semestre de 2021, frente al 27% y 36% de las dos últimas ediciones, lo que supone una recuperación respecto al inicio de la crisis sanitaria (22%).

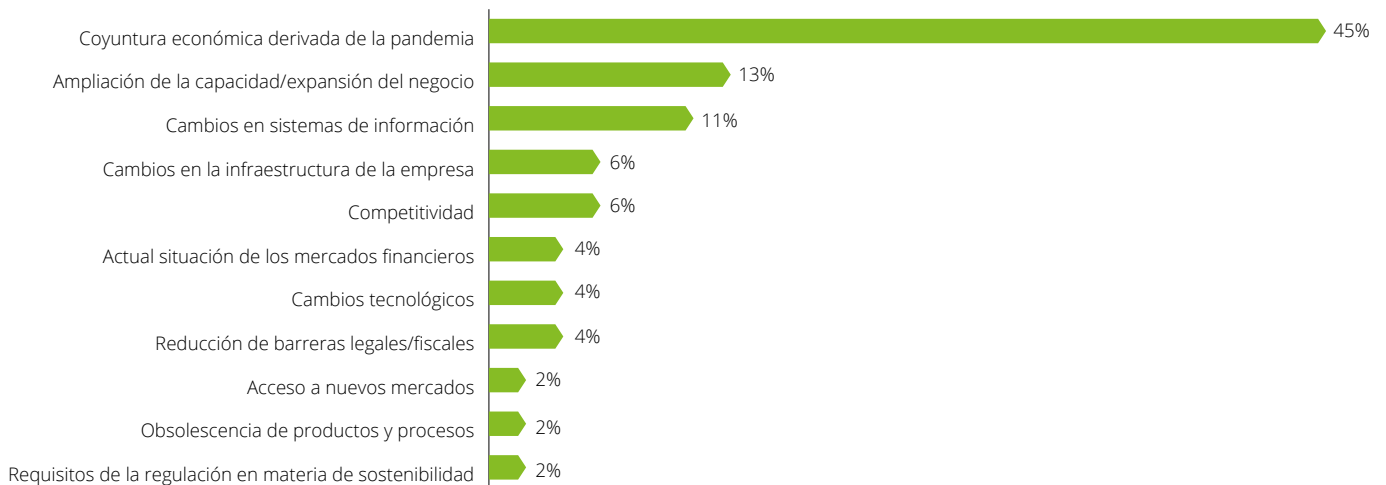
**Evolución de las inversiones**  
Últimos cinco años



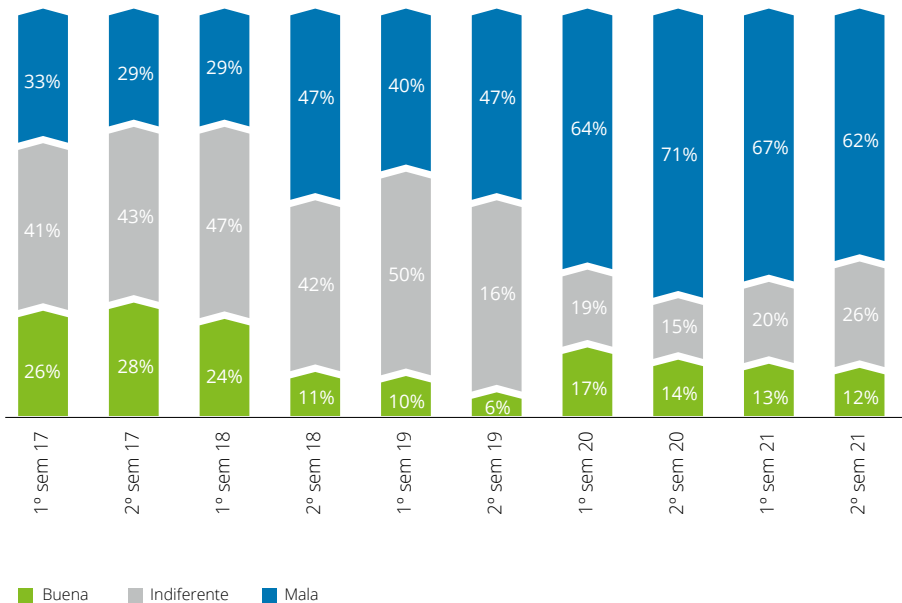
### Aumento - impacto inversiones



### Disminución - impacto inversiones



**Evolución de la gestión económica del Gobierno según los encuestados.**  
Últimos cinco años



**Gestión de Gobierno, fondos europeos y gestión de la pandemia**

Tras un año complicado por las diversas olas epidemiológicas, los encuestados mantienen sus impresiones sobre la gestión del Gobierno en materia económica. El 62% opina que la gestión ha sido mala o muy mal, frente a un 12% de los panelistas que la considera buena o muy buena.

Por otra parte, 2022 es el año donde se prevé que se inyecte una parte importante de los Fondos de Recuperación de la UE que se presentan como un apoyo clave al desarrollo empresarial. El Barómetro señala que un 38% de los panelistas ha recibido o espera recibir una parte de los fondos, número que ha descendido sustancialmente respecto a la edición anterior (50%). En línea con las percepciones de la gestión del Gobierno en materia económica, más de la mitad de los panelistas (54%) califica como mala la gestión de los Fondos de la UE.

**Retos**

Las perspectivas son optimistas si bien las empresas se han visto impactadas por algunos factores que generan riesgos para sus expectativas en los próximos meses entre los que destacan el riesgo de rebrotes, el coste de insumos / materias primas y la inflación.

**Rebrotes**

Los constantes rebrotes de la COVID-19 suponen un reto para la planificación y normal funcionamiento de las empresas. Concretamente, un 36% de los panelistas piensa que los brotes de la COVID-19 a lo largo de 2021 tuvieron un impacto alto en su rendimiento, mientras que para un 41% tuvieron un impacto medio. En 2022 el foco en este riesgo crece, un 53% de las empresas considera que los rebrotes futuros de la pandemia tendrán un impacto alto en la economía española.

**Coste insumos / materias primas e inflación**

Pese al crecimiento de la demanda, para más de la mitad de los encuestados (56%) la escasez o aumento de costes de insumos y materias ha sido el factor que más ha impactado negativamente en su rentabilidad en el segundo semestre de 2021.

Las perspectivas de inflación siguen siendo altas, un 59% de las empresas cree que la inflación seguirá subiendo a lo largo del 2022, frente al 68% que lo anticipaban en la edición pasada respecto del 2021. Un 96% cree que los costes energéticos afectarán negativamente su desempeño, y el consenso es que los precios de energía van a seguir altos, con un 37% de los panelistas que opinan que el índice BRENT estará por encima de los \$70 y un 46% entre los \$60 y \$70 en el 2022. En términos de costes de insumos/materias primas, un 93% prevé un impacto negativo por el incremento de costes. A pesar de las presiones inflacionarias percibidas, la mayoría de los encuestados (70%) cree que el BCE debe mantener los tipos de interés.

## Expectativas

Las perspectivas para el primer semestre de 2022 son de crecimiento para el 64% , sin embargo, este optimismo ha disminuido 18 puntos porcentuales respecto a las expectativas del Barómetro anterior (82%) para este periodo.

Para el primer semestre de 2022, se mantiene la confianza en la evolución de la demanda nacional y exterior, con más del 82% destacando la previsión de impacto positivo en el negocio para el próximo semestre.

Los panelistas esperan que la tendencia creciente de empleo continúe en 2022, en el primer semestre se reduce un 41% los que esperan incrementarlo, mientras que, para el global de 2022, se espera un incremento para cerca de la mitad de los panelistas (49%).

La percepción de las empresas sobre las causas que motivarán el incremento de empleo en el primer semestre de 2022 son la variación de cartera de productos/ servicios (29%), la productividad (20%) y la coyuntura económica derivada de la pandemia (17%), que cae 12 puntos porcentuales desde la última edición. Por otro lado, la coyuntura económica derivada de la pandemia supondrá el principal motivo de pérdida de empleados para el 34% de las empresas.

En el plano de la rentabilidad, las expectativas de los panelistas se reducen ligeramente para los primeros seis meses de 2022, con una previsión de aumento para el 49% y un 32% reportando beneficios similares a los vistos este semestre. A nivel global en 2022, la tendencia de crecimiento de los últimos periodos se mantiene, un 63% de los encuestados prevé un aumento de beneficios.

Aproximadamente la mitad de los panelistas (48%) espera incrementar la inversión en el próximo semestre, debido a la ampliación de la capacidad/ expansión del negocio (36%), la mejora de la coyuntura económica derivada de la pandemia (17%), y a los cambios en la infraestructura de la empresa (16%). Mientras que aquellos que indican una disminución en la inversión para los próximos 6 meses (9%), señalan como responsable a la coyuntura económica derivada de la pandemia (45%).

En cuanto a las tendencias de inversión, en 2022 el 48% incrementará su apuesta respecto a 2021 siendo las principales tecnologías ciberseguridad, digitalización, redes de IT y actividades web, seguido de inversión en la mejora de la organización y procesos de negocio (como reestructuración o automatización y palancas de sostenibilidad. Las tecnologías específicas en las que se aumentará la inversión en 2022 están encabezadas por CRM (27%), Digitalización (22%), seguido por IA (12%) y Energías renovables / sostenibilidad (11%).

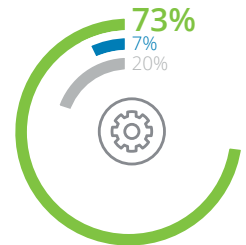
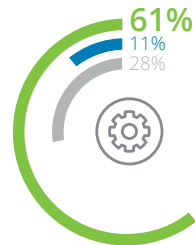
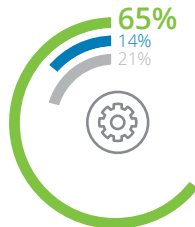
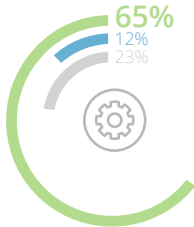
Perspectivas 2º semestre de 2021

Evolución 2º semestre de 2021

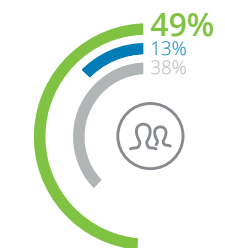
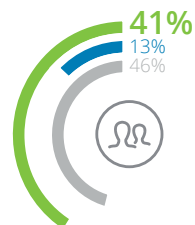
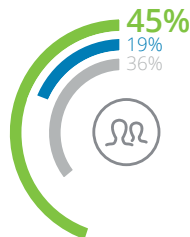
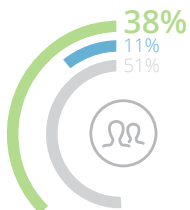
Perspectivas 1º semestre de 2022

Perspectivas global 2022

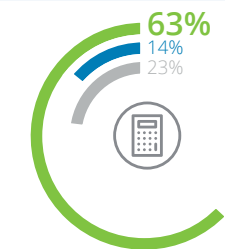
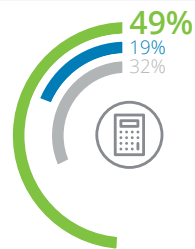
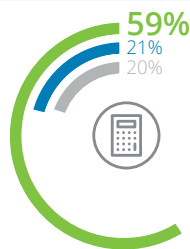
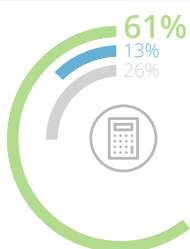
Producción / Facturación



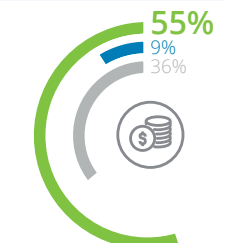
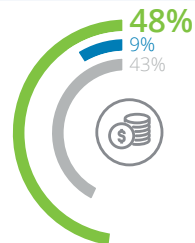
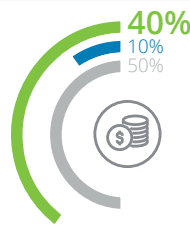
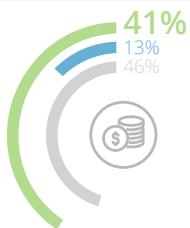
Empleo



Rentabilidad



Inversión





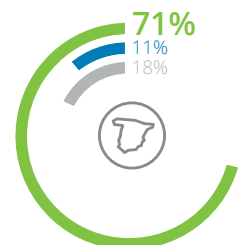
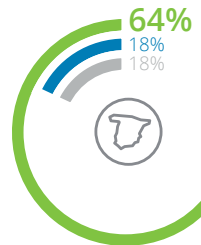
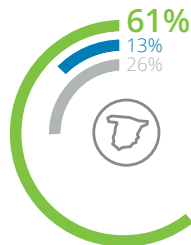
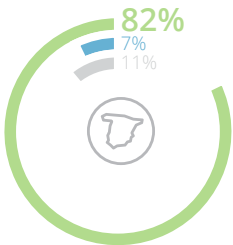
Perspectivas 2º semestre de 2021

Evolución 2º semestre de 2021

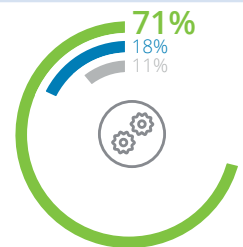
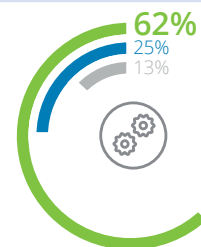
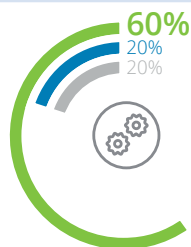
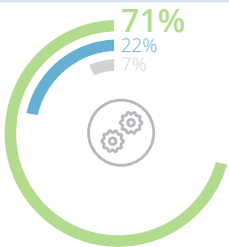
Perspectivas 1º semestre de 2022

Perspectivas global 2022

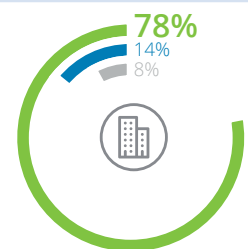
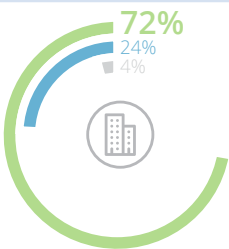
Economía General



Sector de Actividad



Organización



■ Aumento ■ Igual ■ Disminución



# Aumento de la apuesta por la sostenibilidad empresarial

**E**l Barómetro de las Empresas nº 59, muestra en esta edición el crecimiento de la relevancia que las empresas otorgan a la sostenibilidad en sus decisiones operacionales, lo que paulatinamente ha ido transformando los focos estratégicos de las compañías. Los últimos avances legislativos en materia de sostenibilidad para empresas a nivel nacional como el Estado de Información No Financiera, La Ley de Cambio Climático y transición energética; e internacionales, como el Green Deal de la Unión Europea o la Taxonomía, así como la última COP26 para tratar la crisis climática, han promovido la integración de la sostenibilidad en los modelos de negocio no como un simple ejercicio de comunicación y tendencia, sino como un pilar estratégico.

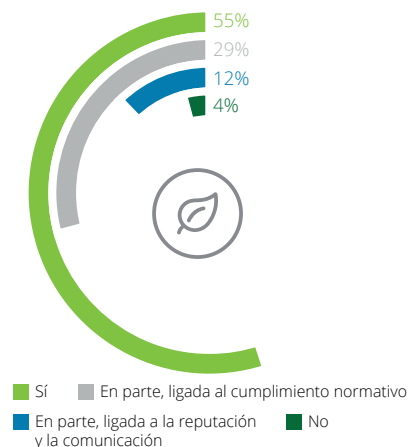
Para entrar en detalle sobre la percepción de las compañías con respecto a la sostenibilidad, se ha realizado un seguimiento de cara a conocer e identificar las principales acciones del sector privado para así contribuir a la integración de la sostenibilidad en sus operaciones.

Hace un año, en la edición nº 57 del Barómetro, ya se percibió una gran evolución en cuanto al conocimiento y entendimiento de los ODS, al igual que una

tendencia a otorgar mayor relevancia a los temas medioambientales y la lucha contra el cambio climático. Este año, teniendo en cuenta el impacto económico y estructural de la pandemia derivada de la Covid-19, se pone de manifiesto en las respuestas las reflexiones realizadas y medidas tomadas por las compañías del sector privado para integrar la sostenibilidad en sus operaciones y responder a los requisitos de la creciente presión regulatoria y social.

Por otro lado, si bien hasta el momento la contribución y el fomento de la sostenibilidad desde las compañías parecían ser puntuales a través de iniciativas concretas enfocadas desde la responsabilidad social corporativa; el análisis de los resultados del Barómetro nos permite comprobar una mayor involucración por parte de las empresas en la inclusión de la sostenibilidad de una manera más estratégica e integral. Esto se está imbricando en la visión y operativa de las compañías a través de la definición de nuevos valores corporativos, que se alinean con los retos sociales y medioambientales a los que nos enfrentamos; la vinculación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y el uso de sistemas y estándares de reporting más exhaustivos (GRI, SASB, etc..) dentro de los planes estratégicos establecidos.

**¿Considera que la Sostenibilidad es un driver estratégico en su compañía?**



Para hacer posible la integración estratégica de la sostenibilidad a todos los niveles empresariales, es necesario actuar de manera conjunta y multisectorial, implicando a todos los agentes de la sociedad. No obstante, el hecho de que el sector privado impulse y lidere estas iniciativas con el convencimiento de que la sostenibilidad es fundamental para llevar a cabo su actividad, tiene el potencial de generar un gran impacto en la sociedad y el medioambiente.

**La sostenibilidad como clave estratégica para las compañías**

La pandemia derivada de la COVID-19 ha intensificado los grandes retos a los que nos enfrentamos en un escenario social, cultural, económico y ambiental más complejo y delicado. Los desafíos medioambientales que ya existían en las inquietudes comunes como la urgencia de la lucha contra el cambio climático, la contaminación o la pérdida de la biodiversidad, se ven aún más difíciles de combatir en un contexto en el que la crisis económica ha transformado el entorno laboral, generando una mayor falta de empleo y aumentado las desigualdades. Este nuevo contexto socioeconómico nos recuerda cuán importante es el papel que tiene nuestro tejido empresarial para sostener y reforzar el desarrollo sostenible de nuestra sociedad y nuestra economía. Las compañías pueden y deben liderar el cambio hacia nuevos modelos de negocio más inclusivos, más resilientes y eficientes, y ante todo respetuosos con el entorno humano y natural en el que operan.

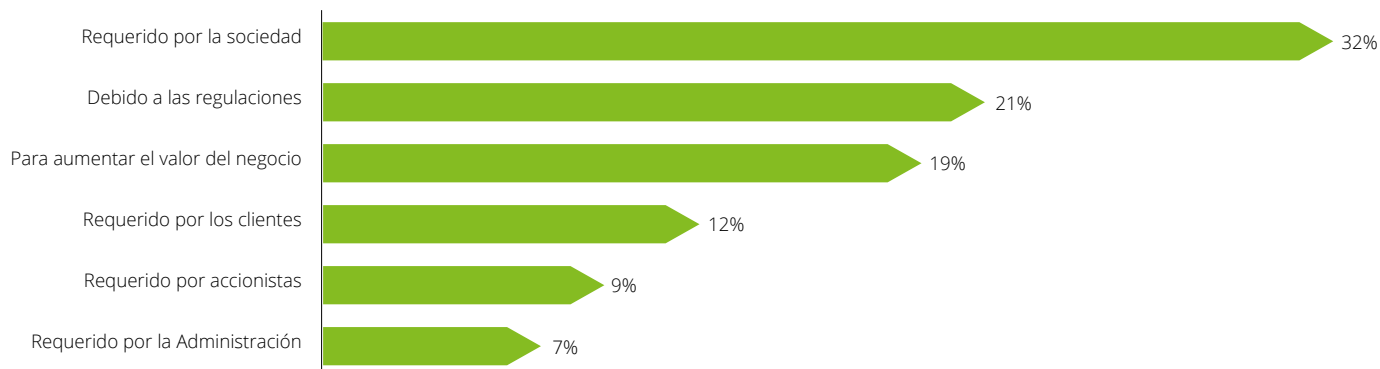
La primera cuestión de este Barómetro trata precisamente sobre la relevancia de la sostenibilidad como un driver estratégico para las compañías. Así, el 55% de los panelistas del Barómetro consideran que la Sostenibilidad es un driver estratégico para su empresa, mientras que para el 29% y el 12% de los encuestados es un driver ligado al cumplimiento normativo y a la reputación y comunicación respectivamente.

Se aprecia por tanto la consideración de la sostenibilidad como estratégica para las entidades, bien por el valor propio de los aspectos que la integran, o bien impulsada por diferentes factores en una sociedad que cada vez está más concienciada.

En este sentido, en el Barómetro se plantea qué factor es más influyente para los participantes a la hora de contemplar la integración de la sostenibilidad en sus compañías. Como resultado, el 32% de los panelistas confirman que el factor más relevante es el requerimiento por parte de la sociedad, para el 21% la tracción es regulatoria, el 19% declaran que es para aumentar el valor del negocio, y el 12% responden que es debido a los requerimientos de los clientes.

Es evidente que existen una multitud de motivos por los que invertir en una estrategia de sostenibilidad, ya sea por las presiones regulatorias ejercidas sobre nuestros mercados y estructuras operativas, o bien por las demandas de nuestros grupos de interés.

**¿Cuál de las siguientes opciones es la más relevante a la hora de invertir en sostenibilidad?**



## ¿Dispone en su empresa de un responsable en materia de sostenibilidad?

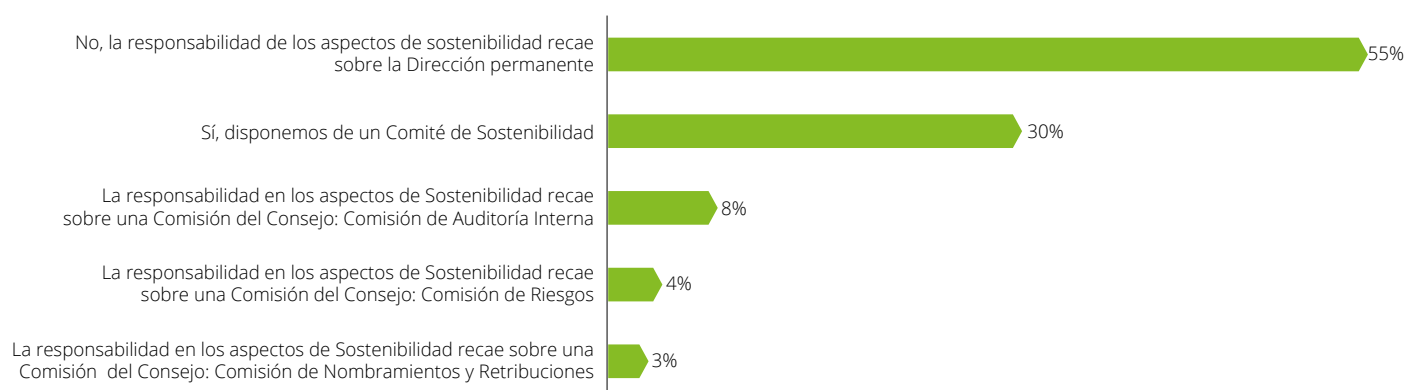
Sectores	Sí	No disponemos de responsable de sostenibilidad
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	50%	50%
Banca y Finanzas	86%	14%
Bienes de Consumo	53%	47%
Construcción y Contratas	72%	28%
Distribución	24%	76%
Energía y Recursos Naturales	61%	39%
Fabricantes	70%	30%
Hostelería / Turismo	75%	25%
Inmobiliarias	62%	38%
Ocio	80%	20%
Sanidad y Farmacéuticas	79%	21%
Seguros	67%	33%
Servicios / Consultoría	61%	39%
Tecnología	57%	43%
Telecomunicaciones	86%	14%
Transportes y Logística	50%	50%
<b>Total Muestra</b>	<b>63%</b>	<b>37%</b>

Por todo ello, la integración de una estrategia de sostenibilidad se convierte en una herramienta fundamental para ayudar a las compañías a vincular su modelo de negocio con los principios de la sostenibilidad demandados por todos sus grupos de interés, como clave de un éxito empresarial a largo plazo.

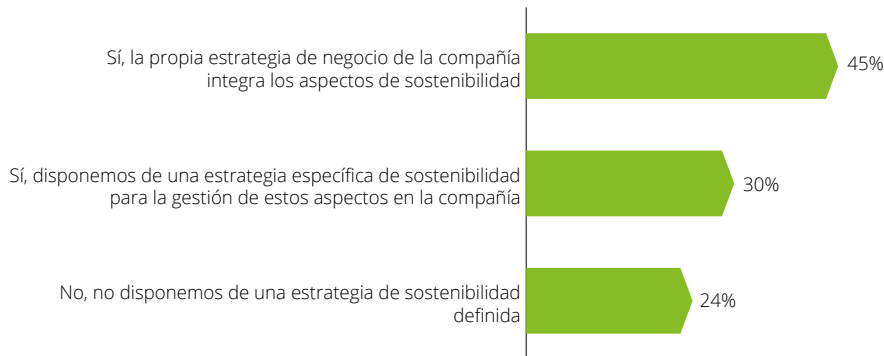
En este sentido, las estructuras de gobierno internas funcionan tanto para coordinar la hoja de ruta como para orientar el propósito de las organizaciones en materia de sostenibilidad, coherente con la cultura corporativa y los valores de la organización. Del total de participantes en el Barómetro, el 63% de los panelistas

declaran disponer de un responsable en materia de sostenibilidad, destacando en este sentido los participantes de empresas del sector de Banca y Finanzas, y el de Telecomunicaciones con un 86%. Además, el 55% de los panelistas declaran que la responsabilidad de los aspectos de sostenibilidad recae sobre la Dirección permanente, y un 30% ya disponen de un Comité de Sostenibilidad. La presencia de un órgano de gobierno específico responsable de la ejecución de medidas de sostenibilidad se ha convertido en un elemento cada vez más relevante para generar un verdadero compromiso a todos los niveles de la compañía y así maximizar el éxito empresarial.

## ¿Dispone su empresa de un órgano de gobierno específico responsable de los aspectos de sostenibilidad?



**¿Dispone su empresa de un órgano de gobierno específico responsable de los aspectos de sostenibilidad?**



Así, estas estructuras de gobierno sirven de soporte a las compañías que disponen de una estrategia de sostenibilidad, que según los resultados obtenidos, supondrían tres cuartas partes del total de las compañías consultadas. Un 45% de los panelistas declara que cuenta con una estrategia de negocio propia que integra los aspectos de sostenibilidad; mientras que un 30% dispone de una estrategia que estructura solamente los aspectos específicos relacionados con la sostenibilidad.

La integración de esta ambición en la propia visión de negocio de la compañía, así como la definición de metas que involucre a todos los trabajadores y equipos es clave para poder generar cambios estructurales duraderos y así poder aportar el valor que están demandando los accionistas, clientes, empleados, proveedores y al conjunto de la sociedad.

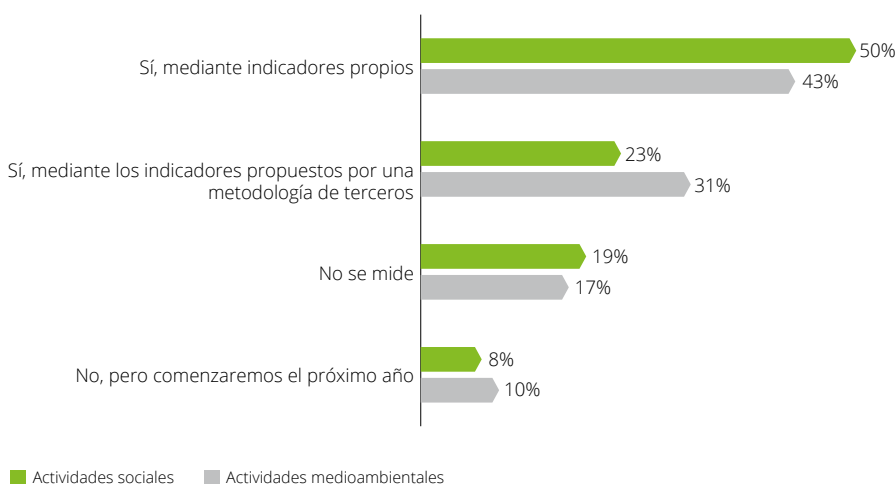
**Favoreciendo la integración de la sostenibilidad**

Para diseñar una estrategia de sostenibilidad congruente y respaldada, se requiere establecer estructuras internas transversales y multidisciplinarias que abarquen toda la visión de la operativa de las compañías en consonancia con las estrategias de negocio, y definir compromisos en todos los aspectos de la sostenibilidad alineados con la ambición corporativa. Esta labor de transformación no es tarea fácil teniendo en cuenta el papel fundamental que ejerce el sector privado para transformar el contexto socioeconómico hacia un desarrollo sostenible real.

En este sentido, y a pesar de los grandes avances que se han llevado a cabo en los últimos años en la implantación de estrategias climáticas, la definición de compromisos públicos de las empresas posicionándose sobre los temas más relevantes a nivel social o el impulso de las finanzas sostenibles, siguen existiendo retos significativos y muchas oportunidades de negocio por desarrollar.

Por ello, las empresas deben pasar a la acción y comenzar a contribuir de forma activa, medible y con objetivos concretos más relevantes para su negocio a fin de maximizar su impacto.

**¿Se está realizando una medición del impacto de sus actividades?**



Entre las acciones más innovadoras, y que más llevan a cabo las empresas encuestadas en esta edición del Barómetro, cabe destacar la medición del impacto de actividades medioambientales y sociales, dado que el 43% y el 50% respectivamente de los panelistas miden su impacto medioambiental y social mediante indicadores propios.

Si bien existe un amplio margen de mejora, entre los que no han comenzado a medir su impacto medioambiental y social (17% y 19% respectivamente), un 9% considera que será necesario comenzar a realizar esta medición en el próximo ejercicio, por lo que se espera que en los próximos años exista una práctica habitual de realizar dicho análisis.

En coherencia con los propósitos que se han fijado las compañías, en la mayoría de los casos, las empresas elaboran políticas internas para contribuir

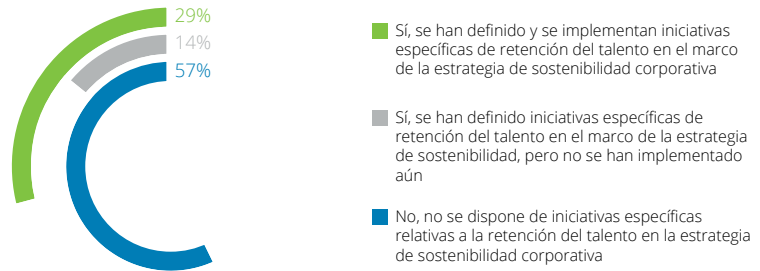
a los retos que se les presentan en este tipo de ámbitos, como puede ser la atracción y retención de talento. Se observa que el 57% de los panelistas ya han definido e implementado iniciativas específicas de retención de talento en el marco de la estrategia de sostenibilidad corporativa.

En esta línea, a medida que crece el concepto de la sostenibilidad en el entorno empresarial y la voluntad de implicación de los empleados en este proceso, también florecen las iniciativas de formación para preparar a los trabajadores para afrontar los cambios estructurales y organizacionales que suponen la adopción de medidas más sostenibles. En este Barómetro de empresas, contrastamos con los panelistas si en efecto recibieron y/o reciben actualmente formación específica sobre sostenibilidad, a lo que un 57% afirmaron que efectivamente lo recibían. Este resultado es consecuente con la presencia progresiva de la sostenibilidad dentro de entornos corporativos a nivel nacional e internacional.

### Barreras que ralentizan la integración de la sostenibilidad

Si bien se observan grandes avances en la definición de planes y estrategias de sostenibilidad, también se presentan retos que suponen una dificultad para las

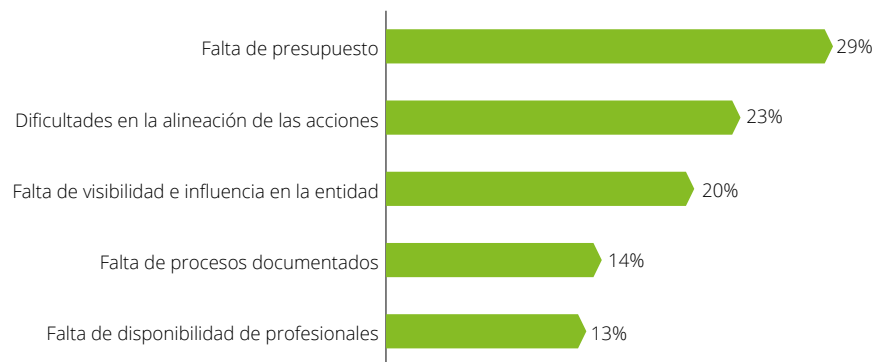
### ¿Se han definido iniciativas de retención del talento en el marco de la estrategia de sostenibilidad de la compañía?



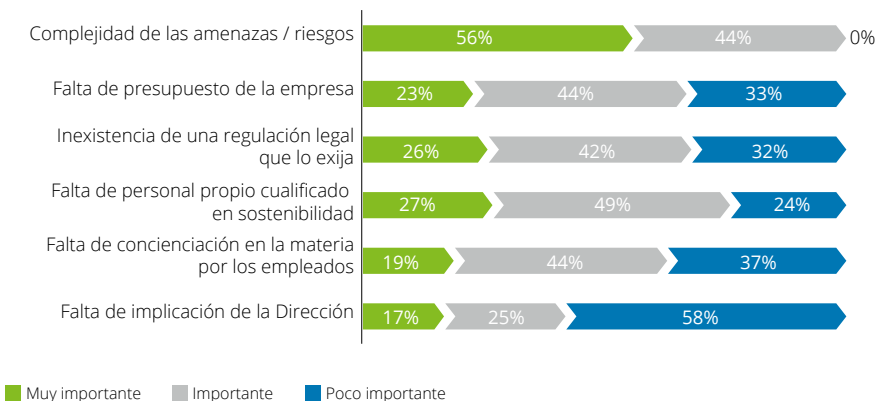
### Los empleados de su empresa, ¿reciben formación específica sobre materia de sostenibilidad?



### ¿Cuál es la mayor dificultad a la que se enfrenta su organización a la hora de poner en práctica las medidas de sostenibilidad acordadas?



### ¿Cuales son las dificultades que encuentra su empresa para desarrollar una política/estrategia corporativa de sostenibilidad?



empresas en su camino hacia el desarrollo de los mismos.

Este número del Barómetro de Empresas analiza cuales son las mayores dificultades a la hora de poner en práctica las medidas de sostenibilidad a las que se enfrentan las empresas. Se observa que la falta de presupuesto representa la mayor dificultad para los panelistas con un 29%, seguido de las dificultades en la alineación de las acciones (23%), así como la falta de visibilidad e influencia en la entidad (20%), la falta de procesos documentados (14%) y, por último, la falta de disponibilidad de profesionales (13%).

Cabe destacar que más allá de las dificultades identificadas, también se perciben otras barreras que frenan la puesta en acción de las compañías, incluyendo: la complejidad de las amenazas y riesgos percibidos, donde un 56% lo considera muy importante; la inexistencia de una regulación legal que lo exija, con un 42% que lo considera importante; la falta de personal propio cualificado en sostenibilidad, con un 49% que lo considera importante; la falta de concienciación en la materia por parte de los empleados, con un 44% que lo considera importante; y falta de implicación de la Dirección, con un 25% que lo considera importante.

### Avanzando hacia un modelo más sostenible

Además del compromiso mostrado por parte de las empresas de manera voluntaria en los procesos de medición de impacto, de reporting, de formación de empleados o de retención de talento; el regulador ha seguido dando pasos para garantizar la presencia de asuntos

sociales relevantes como son la igualdad de género, la no discriminación, la inclusión o la accesibilidad. Asimismo, los analistas demandan cada vez más información en lo referente a las estrategias de sostenibilidad de las compañías, sus propósitos y sus iniciativas de impacto.

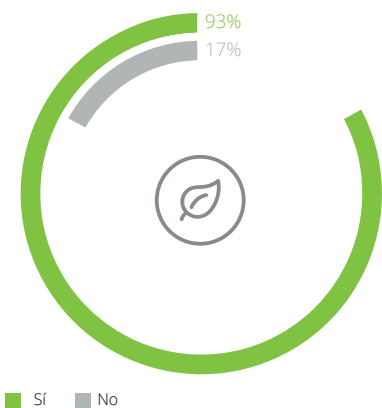
Otros grupos de interés como los clientes o los empleados, cada vez más concienciados con la sostenibilidad, exigen y demandan mayor transparencia por parte de las empresas, así como su posicionamiento y compromiso para contribuir positivamente a la sociedad y reducir su impacto sobre el medioambiente, valorando estos actos a la hora de realizar decisiones de compra o decidir en qué empresa trabajar.

No obstante, otro grupo de interés de gran influencia y capacidad como pueden ser los proveedores también son clave para fomentar el desarrollo y aplicación de estrategias de sostenibilidad en toda la cadena de valor de las compañías. Sin un trabajo sectorial conjunto en el que se comparten recursos y responsabilidades para ofrecer servicios y productos más sostenibles, las empresas no podrán alcanzar sus principales objetivos como la reducción de emisiones de efecto invernadero o la eliminación de desigualdades en sus operaciones directas e indirectas.

En este Barómetro, se planteó si los panelistas consideran relevante que sus proveedores tengan un plan de acción de sostenibilidad en sus respectivas actividades, a lo que un 83% afirmó que sí que lo era. Indiscutiblemente, para evitar encontrarse con riesgos dentro de la cadena de valor, es imprescindible fomentar y demandar transparencia e integridad en el reporting y comunicación de proveedores para garantizar una correcta gestión de riesgos de sostenibilidad y así tener visibilidad sobre todos los niveles de la cadena.

Este proceso conlleva la implicación de equipos de compras y/o adquisiciones internas que avalen y contrasten la información enviada por los proveedores. Su labor supervisora es crucial ya que son ellos quienes controlan y homologan a los proveedores de su compañía, determinando cuales se adecúan a los requisitos establecidos por las

### ¿Considera relevante que sus proveedores tengan un plan de acción de sostenibilidad en sus respectivas actividades?





compañías y demuestran una correcta gestión en materia de sostenibilidad en sus operaciones. En definitiva, son ellos quienes gestionan los posibles riesgos presentes y futuros en materia de sostenibilidad dentro de la cadena de valor.

En este sentido, se planteó a los panelistas si sus compañías realizan algún tipo de evaluación sobre políticas de sostenibilidad a la hora de contratar un tercero. El 53% de los panelistas indica que no lo realizaba frente a un 47% que si lo realizaba. Este resultado es indicativo de que aún queda trabajo por hacer, particularmente en desarrollar medidas concretas que no solo generen un valor directo para la compañía, si no que protejan y limiten los posibles riesgos directos o indirectos de sostenibilidad en la cadena de valor a los que las empresas ya se enfrentan cada vez en mayor medida.

Las compañías deben realizar un trabajo de transformación extenso, comenzando por la integración de la sostenibilidad en sus operaciones directas e indirectas, ya que es así es como podrán alcanzar y responder a las demandas de sus grupos de interés, a los requerimientos regulatorios y a los objetivos de la Agenda 2030.

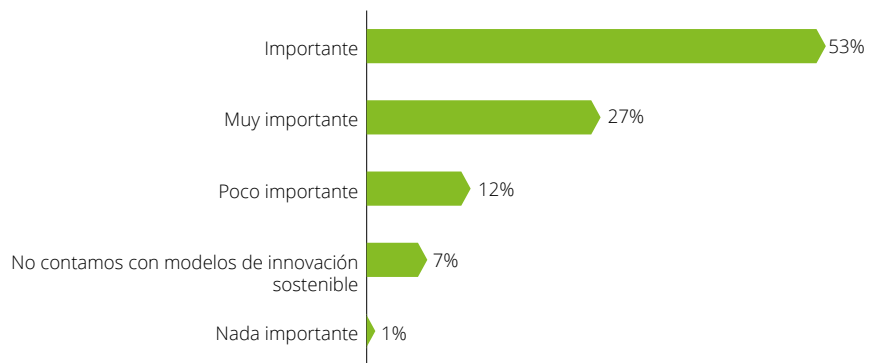
La transformación empresarial hacia un propósito más sostenible está altamente ligada a los avances tecnológicos de nuestra sociedad, un aspecto en el que las compañías pueden apalancarse para seguir progresando en este sentido. El 53% de las empresas analizadas afirma que su organización otorga importancia a modelos de innovación sostenible en su modelo de negocio, y un 27% lo considera muy importante, apelando a la utilidad de la innovación en la implementación de nuevas soluciones en las operaciones.

No cabe duda de que la sostenibilidad ya forma parte de la reflexión estratégica de las empresas a nivel local e internacional, dando sitio y recursos a nuevas estructuras de gobierno que lo respaldan y promocionan, asegurando el cumplimiento de nuevos estándares operativos directos e indirectos. Las empresas ya reactivan esta reflexión con una periodicidad de 12 meses o menos, conscientes de la velocidad con la que se generan nuevos cambios regulatorios, novedades

**En ese sentido, ¿realiza su compañía algún tipo de evaluación sobre políticas de sostenibilidad a la hora de contratar un tercero?**



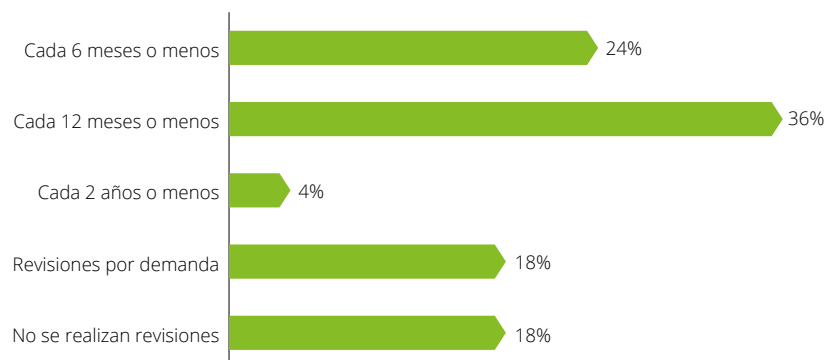
**¿Qué importancia otorga su organización a modelos de innovación sostenible en su modelo de negocio?**



tecnológicas, impulsos sociales y riesgos medioambientales.

La respuesta empresarial a la creciente importancia de la sostenibilidad es clara, una respuesta estratégica y transformativa que se impone ante otras prioridades empresariales para hacer frente a los futuros retos de nuestra sociedad.

**¿Con qué periodicidad se revisan los planes de acción en materia de sostenibilidad en la entidad?**



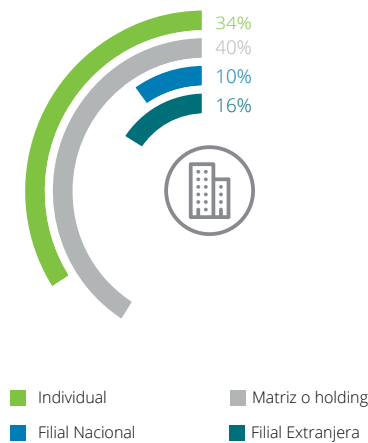


# Datos del panel

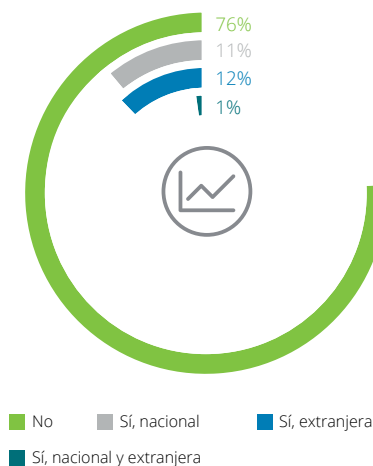
**E**n el Barómetro correspondiente al segundo semestre de 2021, elaborado con las respuestas de las 268 empresas participantes, las tipologías de empresa con mayor representación han sido las sociedades matrices o holding y las sociedades individuales, cada una con un 40% y 34% de las respuestas respectivamente. Las filiales extranjeras ocupan la siguiente plaza (16%), mientras que las filiales nacionales se sitúan nuevamente en la última posición con un 10%.

Del total de las empresas que han colaborado en el presente estudio, el 76% no cotiza en bolsa, el 12% cotiza en bolsas extranjeras, y las que cotizan en bolsas nacionales suponen el 11%. Por su parte, las que cotizan en ambos mercados han disminuido respecto a la edición anterior, agrupando un 2%.

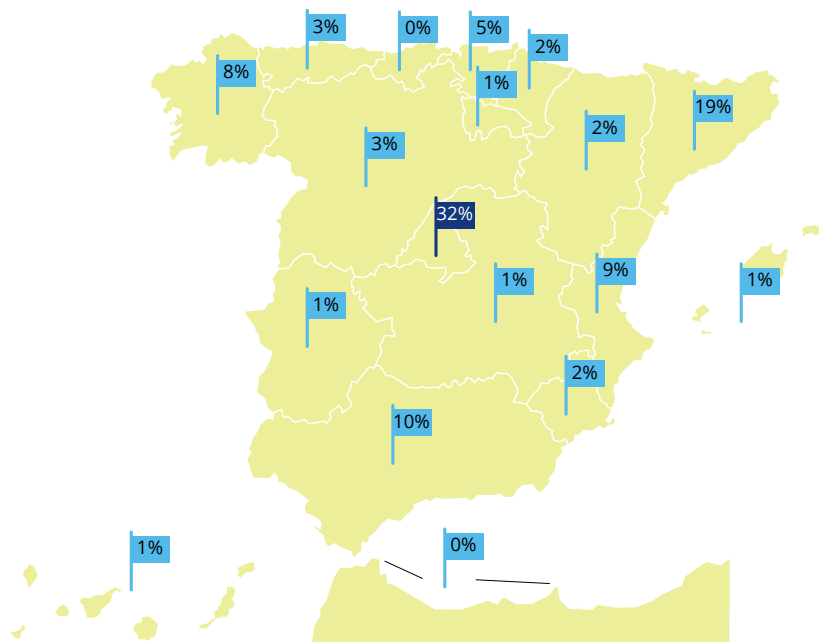
## Tipo de empresa



## Su empresa cotiza en bolsa



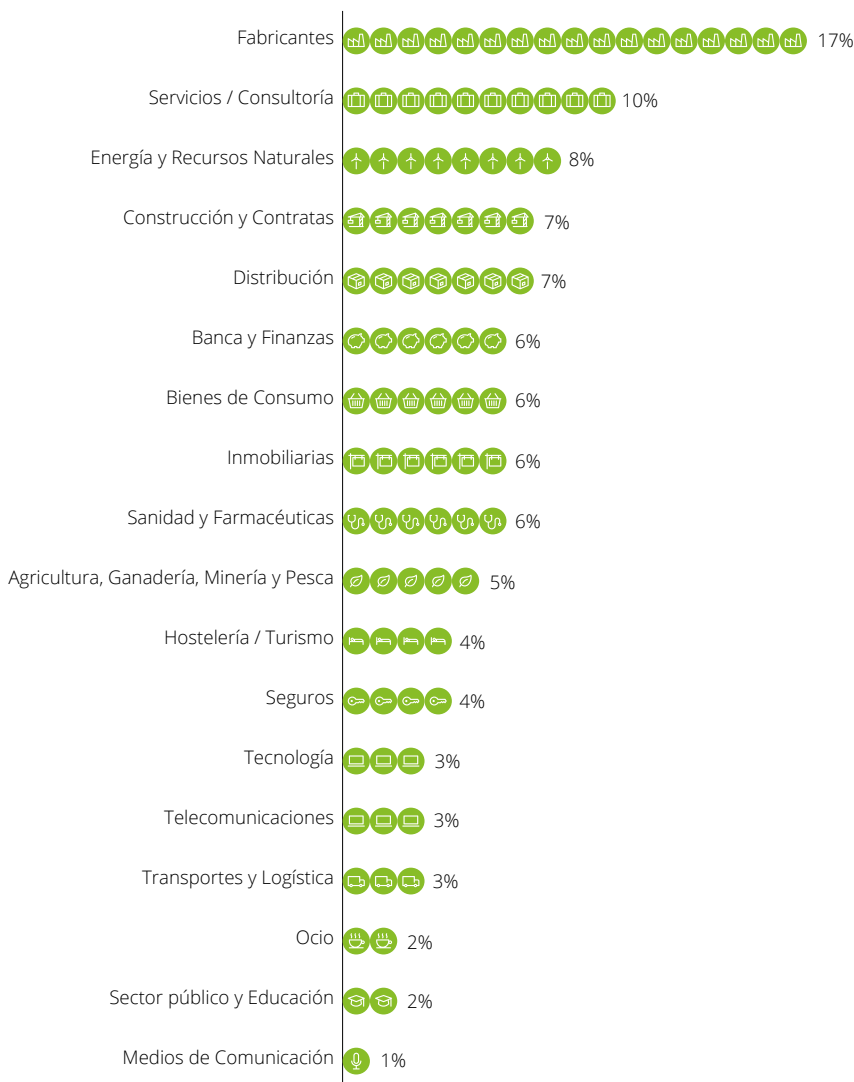
### Distribución geográfica de los panelistas



Centrándonos en la distribución geográfica de los participantes, la Comunidad de Madrid ocupa de nuevo la primera posición, con un 32% de los panelistas procedentes de esta región. Le sigue nuevamente Cataluña (19%), mientras que el tercer puesto lo ocupa Andalucía con un 10%, seguida de la Comunidad Valenciana y Galicia (con niveles de 9% y 8% respectivamente). A continuación, nos encontramos el País Vasco, con un 5%; Castilla y León y Asturias con un 3%; y Murcia y Navarra, con un 2% cada una. Tras estas se posicionan Extremadura, Canarias, Castilla-La Mancha, Baleares y La Rioja con 1% cada una. Finalmente, Cantabria, Ceuta y Melilla se sitúan en último lugar, sin representación.

Analizando la distribución de los panelistas por sectores de actividad, repite en primera posición el sector de Fabricantes, con un 17%, seguido por los sectores de Servicios/Consultoría, con un porcentaje del 10%. En tercer lugar, se encuentra el sector de Energía y Recursos Naturales con 8% y la cuarta posición la comparten Construcción y Contratas y Distribución con 7%. Seguidamente se encuentran, con un 6%, los sectores de Banca y Finanzas, Bienes de Consumo, Inmobiliarias y Sanidad y Farmacéuticas. Por su parte, con un 5% se presentan los sectores primarios con Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca. Representados por un 4% de los panelistas se encuentra la Hostelería / Turismo y el sector Seguros. En las últimas posiciones se sitúan sectores con una representación entre 3% y 2%, mientras que el sector el Sector Público y Educación cierra la lista, sin representación.

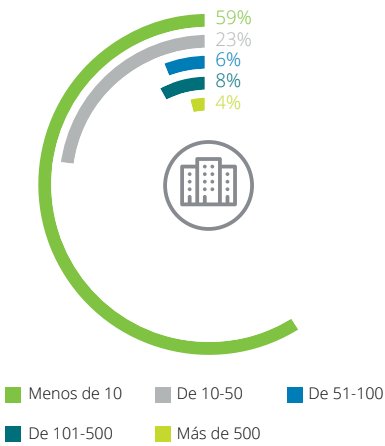
### Distribución de los panelistas según los sectores de actividad



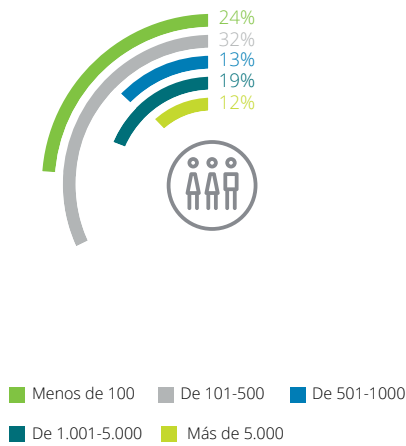
Tomando como referencia el número de centros de empleo, poco más de la mitad de las empresas encuestadas (59%) cuenta con menos de 10 centros de empleo, mientras que el 23% cuenta con entre 10 y 50 centros. Por su parte, el 6% de las empresas cuenta con una cifra de entre 51 y 100 centros y un 8% entre 101 y 500 centros de empleo. Finalmente, el 4% restante posee más de 500 centros. En relación con esta última cifra, entre los sectores con más de 500 centros de empleo, destacan el sector de Telecomunicaciones (14%), el sector Servicios y Consultoría (12%) y Distribución (11%).

Si nos referimos al número de trabajadores de las organizaciones encuestadas, el mayor porcentaje obtenido, el 32%, se corresponde con aquellas con una cifra de empleados entre 101 y 500; el 24% representa a aquellas empresas de menos de 100 trabajadores; y el 19% pertenece a las que tienen entre 1.001 y 5.000 trabajadores. Por último, el 13% de las empresas encuestadas tiene entre 501 y 1.000 trabajadores, mientras que el 12% restante cuenta con más de 5.000 empleados.

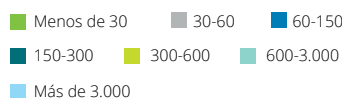
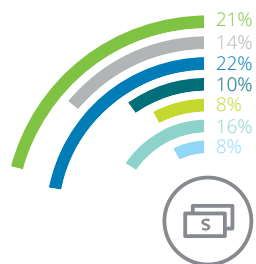
### Número de centros de empleo



### Número de empleados



**Volumen de facturación  
(en millones de euros)**



Haciendo referencia al volumen de facturación de los panelistas, las empresas que facturan entre 60 y 150 millones suponen un 23% y aquellas con una cuota menor de 30 millones suponen un 21%. Seguidamente, las que facturan entre 600 y 3.000 millones abarcan el 16%. A continuación, se sitúan las que tienen una facturación de entre 30 y 60 millones, con un 14% y las que facturan entre 150 y 300 se encuentran en un 10%.

Por último, las empresas con menor representación en el Barómetro actual, en función de su facturación, son aquellas que facturan entre 300 y 600 millones y las de más de 3.000 millones de euros (8%).

**Volumen de facturación por sectores de actividad (%)**

Sectores	Menos de 30	Entre 30 y 60	Entre 60 y 150	Entre 150 y 300	Entre 300 y 600	Entre 600 y 3.000	Más de 3.000
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	0	25	33	17	17	8	0
Banca y Finanzas	21	0	14	0	0	14	50
Bienes de Consumo	38	0	25	6	13	6	13
Construcción y Contratas	17	6	28	22	6	11	11
Distribución	6	28	17	22	6	6	17
Energía y Recursos Naturales	20	20	20	0	5	35	0
Fabricantes	5	19	36	5	14	14	7
Hostelería / Turismo	44	11	22	11	0	11	0
Inmobiliarias	44	13	19	6	6	13	0
Medios de Comunicación	33	0	0	0	33	33	0
Ocio	0	20	60	20	0	0	0
Sanidad y Farmacéuticas	13	13	20	20	13	13	7
Seguros	27	0	9	27	9	27	0
Servicios / Consultoría	44	12	16	4	0	20	4
Sector público y Educación	25	25	25	0	0	25	0
Tecnología	29	0	14	14	29	0	14
Telecomunicaciones	14	29	0	0	14	29	14
Transportes y Logística	29	14	14	14	0	29	0
<b>Total Muestra</b>	<b>21</b>	<b>14</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>8</b>

# Integrantes del panel

**E**n la presente edición del Barómetro de Empresas han participado 268 panelistas cuya facturación conjunta alcanza casi el billón de euros y emplean a un millón doscientas mil personas. El equipo de Deloitte está dirigido por Juan Hernández Galante y Elena Rey y coordinado por Claudia Peris. El asesoramiento de esta edición por parte del equipo Economics & Financial Advisory Analytics dirigido por Ana Aguilar, ha sido liderado por Kyle Thomson con la colaboración de Oscar Canales, Jordi Domingo Olm y Jose Manuel Pernalet y con el diseño de Eduardo Pradana. El análisis de la sección sexta de esta edición, "Aumento de la apuesta por la sostenibilidad empresarial", lo ha liderado Concha Iglesias, Socia Líder de Sostenibilidad y Cambio Climático, junto a su equipo compuesto por José Antonio Jiménez Corpa y Maria Aguilar Martin.

**Diseño del estudio:** Estudio transversal con cuestionario en dos oleadas al año. El actual estudio corresponde al segundo semestre de 2021.

**Ámbito:** Nacional.

**Universo:** Compuesto por empresas con sede en España y determinado por las 2.300 empresas con mayor facturación dentro de cada sector de actividad.

**Muestra obtenida:** 268 empresas

**Cuestionario:** Autoaplicado por correo electrónico y postal.

**Trabajo de campo:** diciembre 2021 - enero 2022.

La información facilitada por cada uno de los integrantes del panel es absolutamente confidencial, y se han mantenido en el anonimato las empresas que así lo han solicitado. Se adjunta una relación nominal autorizada de los integrantes del panel.

- 2000 BYM AA
- A.P.E. Radio y Televisión de Andalucía
- ACS Actividades de Construcción y Servicios
- Actual BCN Capital Advisors
- Aedas Homes
- Aernnova Aerospace
- Agrupación Cooperativas Valle Del Jerte
- Agrupación Guinovart Oshsa
- Alsa
- Alsimet
- Anjoca
- Applus
- Arnoia distribución de libros
- Asemac
- Asepeyo
- Ashurst
- Athletic Club
- Autoridad Portuaria de A Coruña
- Aves Nobles y Derivados
- Banco Santander
- Barpimo
- Bayer
- BBVA ALLIANZ
- Befesa
- Belcon Obras y Servicios
- Bo de Debò
- Bouygues Inmobiliaria
- Bon Preu
- Brose
- BSH Electrodomésticos
- Bubok Publishing
- Caixa Rural Galega
- Caja de Ingenieros
- Caja Rural Extremadura
- Caja Rural Soria
- Caja Rural Zamora
- Caja Rural Granada
- Cajasieta Caja Rural
- Cámara Oficial de Comercio de Oviedo
- Canal de Isabel II
- Canon Medical Systems.
- Cellnex
- Cementos Molins
- Cereales Torremorell
- Cesce
- Cevasa
- Clece
- Cofano
- Cofares
- CLH
- Congelados y frescos del mar
- Construcciones Urdecon
- Continental Automotive Spain
- Contratas y Obras EC
- Covap
- Credito y Caución
- Dana Automoción
- Davasa Automoción
- Digamel
- Dinahosting
- Diners Club Spain
- Distribuidora eléctrica monesterio
- DKV Seguros y Reaseguros
- Ecoembes
- Emasesa
- Emergia
- Engie España
- Ercros
- Eroski
- Evos Algeciras
- Fagor Arrasate
- Famadesa
- Filhet Allard MDS
- Fira Barcelona
- Fissa Finalidad Social
- Game Stores Iberia
- Garantía SGR
- Gedesco
- Ghenova Ingeniería
- Globalvia
- Gredos San Diego
- Grupo ACS
- Grupo Antolin Irausa
- Grupo APEX
- Grupo Daniel Alonso
- Grupo Gransolar
- Grupo Imesapi
- Grupo Indukern
- Grupo Juliatours
- Grupo Lantania
- Grupo Manuel Palma
- Grupo Marjal
- Grupo Nosa Terra
- Grupo Red Eléctrica



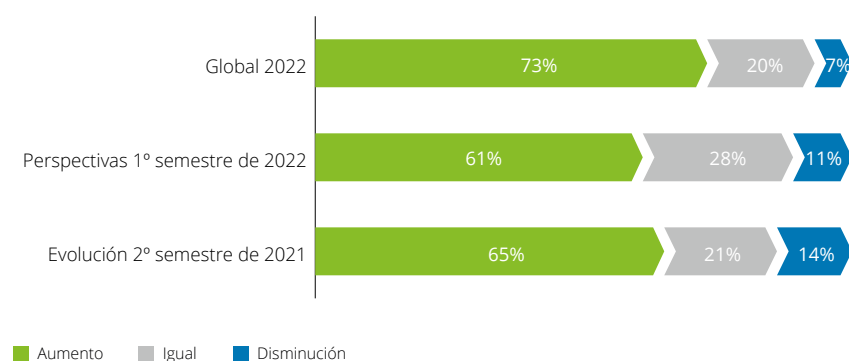
- Grupo Rusvel
- Grupo Sanoma España Educación
- Hansa Urbana
- Heineken España
- Hewlett Packard Enterprise
- Hortofructicola Costa de Almería
- Hotansa
- Hulleras del Norte
- Ibercaja Banco
- Ibermutua
- IGN
- Industrias carnicas Tello
- Industrias Teixido
- Ingeniería de suelos y explotación de recursos
- Interxion
- Inverama
- J. Vilaseca
- Jealsa
- Juliano Bonny Gomez
- KIA Iberia
- La Escandella
- La farga yourcoppersolutions
- Laboratorios Ordesa
- Layde Steel
- Legálitas
- Legrand Group España
- Libertas 7
- Mac Puar Corporación
- Maier
- Mat Holding
- Mecalux
- Mercalicante
- Metrovacesa
- Mondragon
- Mundomovil
- Musgrave España
- Mussap
- Mutua de Propietarios
- Mutua Universal MCSS nº10
- Mutual Midat Cyclops
- Neinor Homes
- NEO
- Nintendo Ibérica
- Nokia Spain
- Nueva Pescanova
- ONCE
- Ormazabal
- Orpea Iberica
- Ortiz Construcciones y Proyectos
- Palacio de los Duques; a Gran Meliá
- Palletways Iberia
- Pañalon
- Peronda group
- Persán
- Persax
- Phb Weserhutte
- Prosegur Compañía de Seguridad
- Qaleon
- Quimialmel
- Ramondin
- Real Betis Balompié
- Real Club Celta de Vigo
- Red Eléctrica de España
- Renta Corporacion Real Estate
- RNB
- Santalucía
- Secundino Ponte
- Seguros Lagun aro
- Seguros RGA
- SEITSA
- Sepiia 2080
- Serviliano García
- SII Concatel
- Sociedad Azucarera Larios
- Sociedad Española de Montajes Industriales
- Solera Motor
- Steelcase
- Suez Spain
- Surinver El Grupo
- Taylor Wimpey de España
- TDK Electronics Components
- Tecnoaranda
- Teltronic
- TotalEnergies Marketing España
- Tubacex
- Urbs Iudex et Causidicus
- Valvulas Arco
- Valwealth Management
- Vocento
- Volkswagen Navarra
- Windup
- Yara Iberian
- Yatri



# Anexos

## Sección 1: Producción y facturación

### Evolución y previsiones de la producción/facturación



### Evolución de la producción / facturación por sectores (%)

Sectores	Segundo Semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Aumento	Disminución	Igual	Aumento	Disminución	Igual	Aumento	Disminución	Igual
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	58%	17%	25%	50%	25%	25%	58%	17%	25%
Banca y Finanzas	64%	36%	0%	71%	29%	0%	57%	3%	0%
Bienes de Consumo	88%	0%	13%	50%	31%	19%	88%	6%	6%
Construcción y Contratas	44%	50%	6%	67%	33%	0%	72%	22%	6%
Distribución	67%	17%	17%	50%	33%	17%	56%	33%	11%
Energía y Recursos Naturales	55%	30%	15%	60%	35%	5%	55%	30%	15%
Fabricantes	55%	14%	31%	69%	24%	7%	76%	21%	2%
Hostelería / Turismo	100%	0%	0%	44%	22%	33%	89%	11%	0%
Inmobiliarias	69%	31%	0%	50%	38%	13%	75%	19%	6%
Ocio	100%	0%	0%	80%	0%	20%	100%	0%	0%
Sanidad y Farmacéuticas	53%	27%	20%	40%	40%	20%	60%	20%	20%
Seguros	82%	0%	18%	82%	0%	18%	82%	0%	18%
Servicios / Consultoría	60%	32%	8%	68%	20%	12%	80%	20%	0%
Tecnología	86%	0%	14%	86%	14%	0%	86%	14%	0%
Telecomunicaciones	57%	43%	0%	43%	57%	0%	71%	29%	0%
Transportes y Logística	86%	0%	14%	29%	71%	0%	71%	29%	0%
<b>Total Muestra</b>	<b>65%</b>	<b>21%</b>	<b>14%</b>	<b>61%</b>	<b>28%</b>	<b>11%</b>	<b>73%</b>	<b>20%</b>	<b>7%</b>

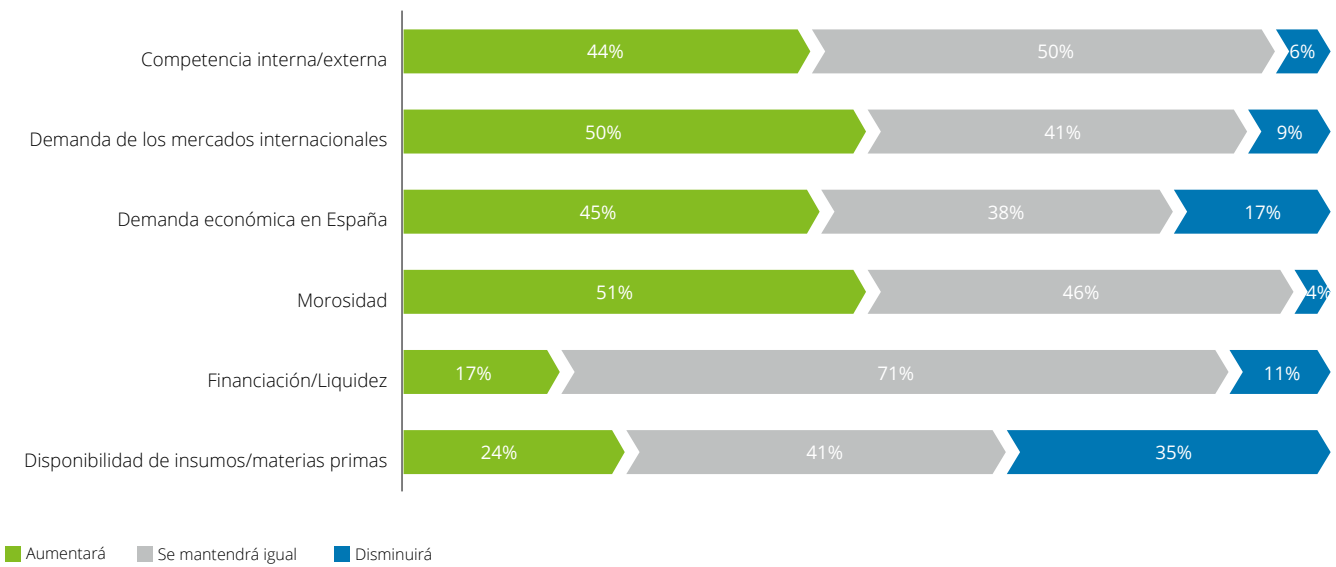
## Evolución de la producción por volumen de facturación (%)

Facturación (millones de euros)	Segundo Semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Aumento	Disminución	Igual	Aumento	Disminución	Igual	Aumento	Disminución	Igual
Menos de 30	68%	25%	8%	60%	30%	9%	79%	15%	6%
De 30 a 60	65%	15%	21%	59%	29%	12%	65%	21%	15%
De 60 a 150	68%	13%	20%	63%	27%	11%	73%	21%	5%
De 150 a 300	60%	24%	16%	44%	28%	28%	52%	24%	24%
De 300 a 600	76%	14%	10%	86%	14%	0%	90%	10%	0%
De 600 a 3.000	64%	28%	8%	62%	31%	8%	79%	21%	0%
Más de 3.000	52%	33%	14%	57%	33%	10%	62%	38%	0%
<b>Total Muestra</b>	<b>65%</b>	<b>21%</b>	<b>14%</b>	<b>61%</b>	<b>28%</b>	<b>11%</b>	<b>73%</b>	<b>20%</b>	<b>7%</b>

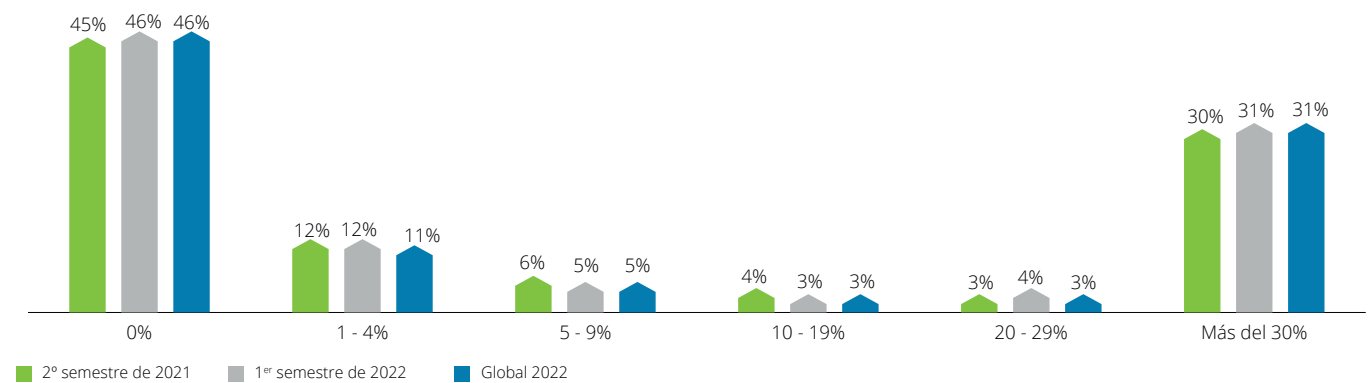
## ¿Cuándo espera que la producción/facturación de su empresa en España, regrese a los niveles anteriores a la crisis?

Sectores	Ya estamos en un nivel igual o superior	Primer semestre de 2022	Segundo semestre de 2022	A partir de 2023
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	67%	17%	0%	17%
Banca y Finanzas	50%	0%	29%	21%
Bienes de Consumo	56%	0%	13%	31%
Construcción y Contratas	56%	22%	17%	6%
Distribución	67%	6%	22%	600%
Energía y Recursos Naturales	65%	10%	10%	15%
Fabricantes	67%	7%	7%	19%
Hostelería / Turismo	0%	11%	22%	67%
Inmobiliarias	38%	6%	0%	56%
Ocio	0%	0%	80%	20%
Sanidad y Farmacéuticas	60%	7%	13%	20%
Seguros	82%	0%	0%	18%
Servicios / Consultoría	28%	20%	16%	36%
Tecnología	57%	0%	14%	29%
Telecomunicaciones	71%	0%	0%	29%
Transportes y Logística	29%	0%	14%	57%
<b>Total Muestra</b>	<b>52%</b>	<b>8%</b>	<b>15%</b>	<b>25%</b>

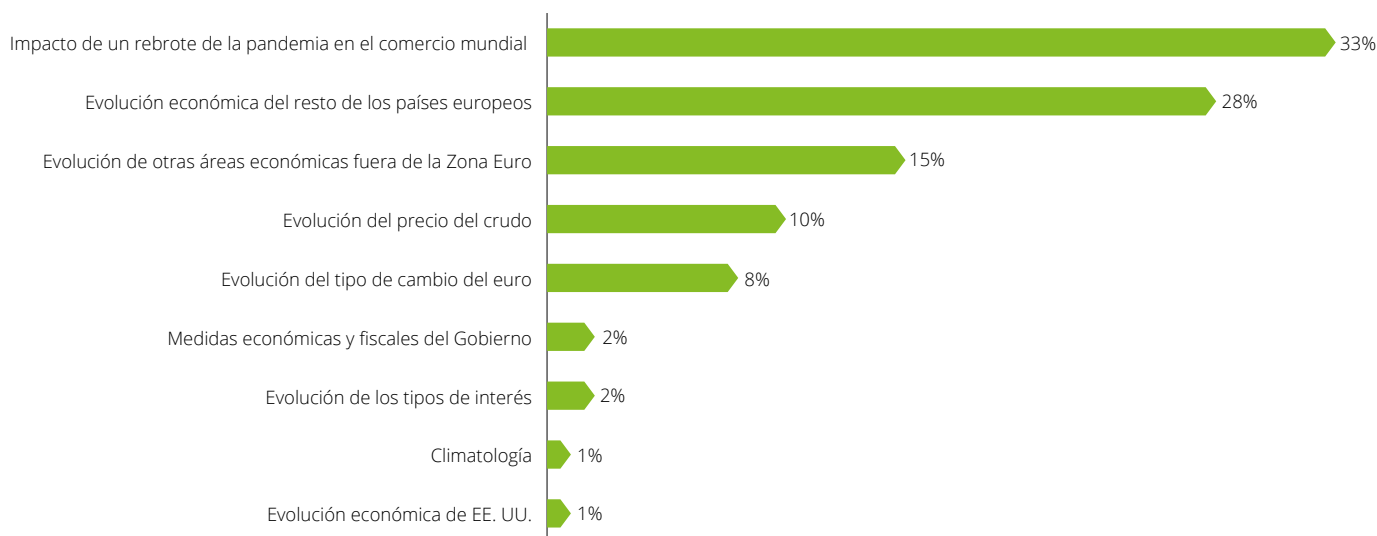
### Cómo espera que se comporten las siguientes variables en el primer semestre de 2022



### Importancia de las exportaciones sobre la facturación total

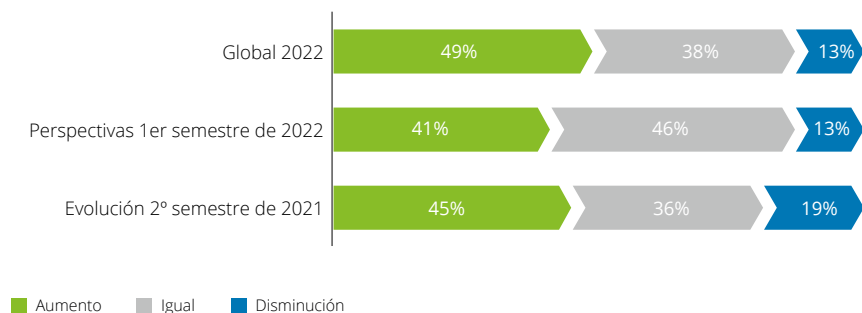


### ¿Cuál de las siguientes variables es la que más afectará a sus exportaciones en el año 2022?



## Sección 2: Empleo

### Evolución y previsiones del número de empleados



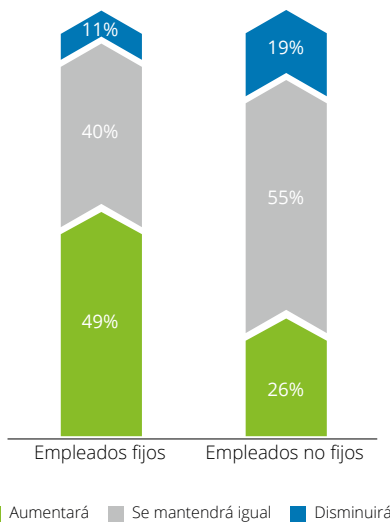
### Evolución del empleo por sectores (%)

Sectores	Segundo Semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Aumento	Igual	Disminución	Aumento	Igual	Disminución	Aumento	Igual	Disminución
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	45%	27%	27%	36%	45%	18%	27%	55%	18%
Banca y Finanzas	50%	29%	21%	29%	57%	14%	50%	36%	14%
Bienes de Consumo	56%	31%	13%	19%	56%	25%	31%	44%	24%
Construcción y Contratas	33%	50%	17%	39%	56%	6%	50%	44%	6%
Distribución	56%	22%	22%	28%	61%	11%	50%	28%	22%
Energía y Recursos Naturales	45%	35%	20%	40%	50%	10%	40%	50%	10%
Fabricantes	36%	43%	21%	43%	45%	12%	40%	45%	14%
Hostelería / Turismo	67%	11%	22%	22%	44%	33%	67%	33%	0%
Inmobiliarias	38%	63%	0%	44%	56%	0%	63%	38%	0%
Ocio	40%	40%	20%	60%	20%	20%	60%	20%	20%
Sanidad y Farmacéuticas	29%	36%	36%	50%	29%	21%	43%	29%	29%
Seguros	64%	9%	27%	82%	0%	18%	82%	0%	18%
Servicios / Consultoría	56%	32%	12%	40%	56%	4%	60%	36%	4%
Tecnología	71%	29%	0%	86%	14%	0%	71%	29%	0%
Telecomunicaciones	29%	43%	29%	29%	29%	43%	29%	29%	43%
Transportes y Logística	29%	57%	14%	43%	57%	0%	57%	29%	14%
<b>Total Muestra</b>	<b>45%</b>	<b>36%</b>	<b>19%</b>	<b>41%</b>	<b>46%</b>	<b>13%</b>	<b>49%</b>	<b>38%</b>	<b>14%</b>

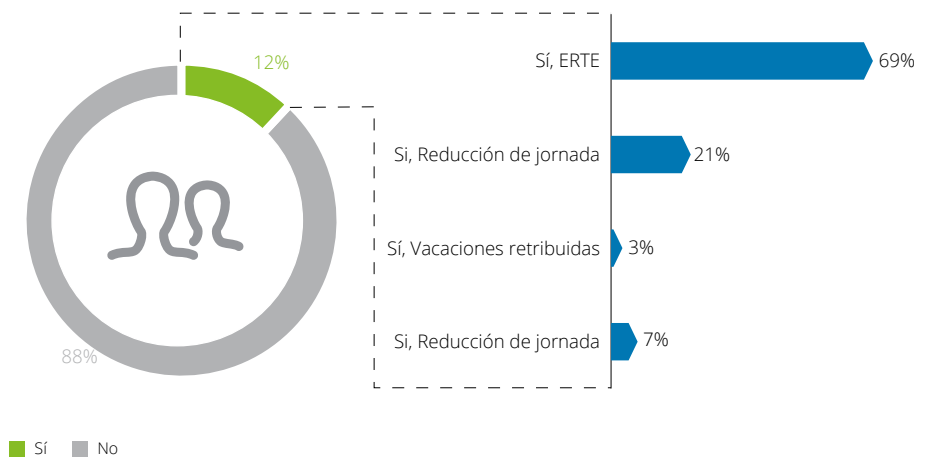
### Evolución del empleo por número de empleados (%)

Número de empleados	Segundo Semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Aumento	Igual	Disminución	Aumento	Igual	Disminución	Aumento	Igual	Disminución
Menos de 100	37%	48%	15%	37%	57%	7%	45%	48%	7%
De 101 a 500	47%	38%	14%	49%	42%	9%	56%	33%	10%
De 501 a 1.000	66%	13%	22%	50%	25%	25%	59%	22%	19%
De 1.001 a 5.000	38%	33%	29%	29%	54%	17%	29%	48%	23%
Más de 5.000	48%	34%	17%	38%	45%	17%	55%	28%	17%
<b>Total Muestra</b>	<b>45%</b>	<b>36%</b>	<b>19%</b>	<b>41%</b>	<b>46%</b>	<b>13%</b>	<b>49%</b>	<b>38%</b>	<b>14%</b>

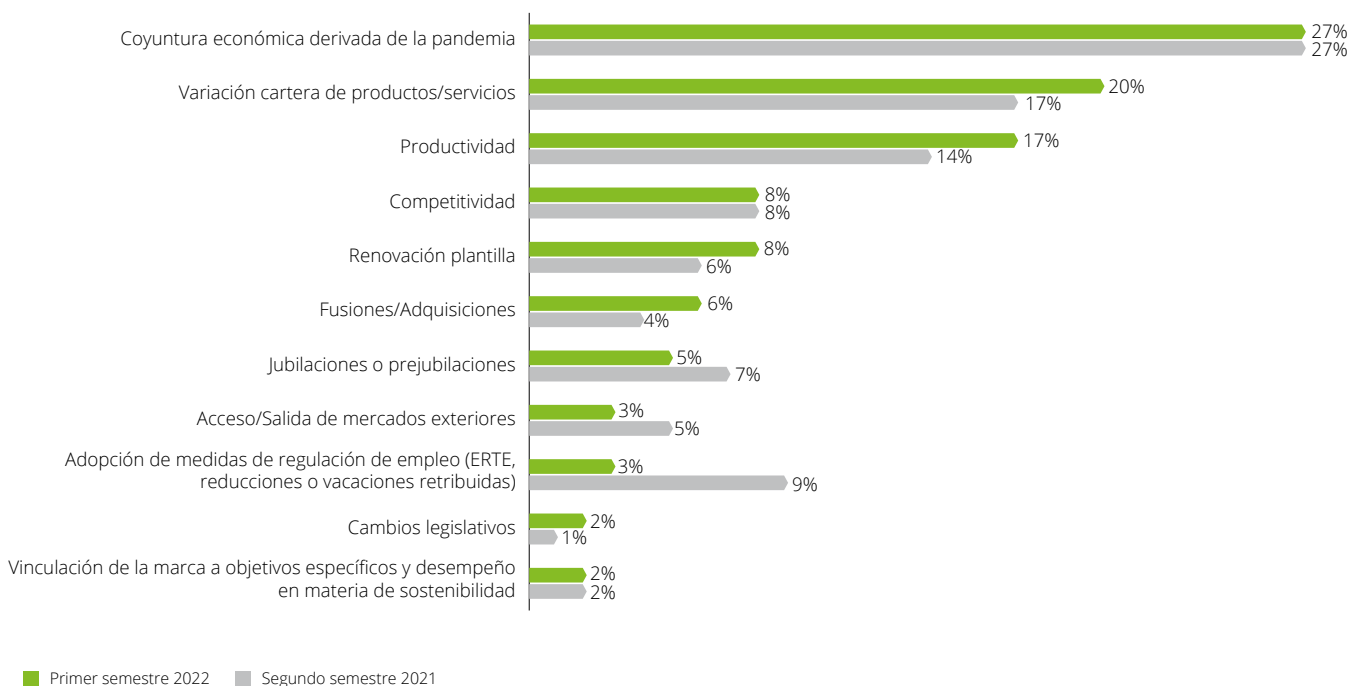
### Evolución del número de empleados fijos y no fijos en 2021



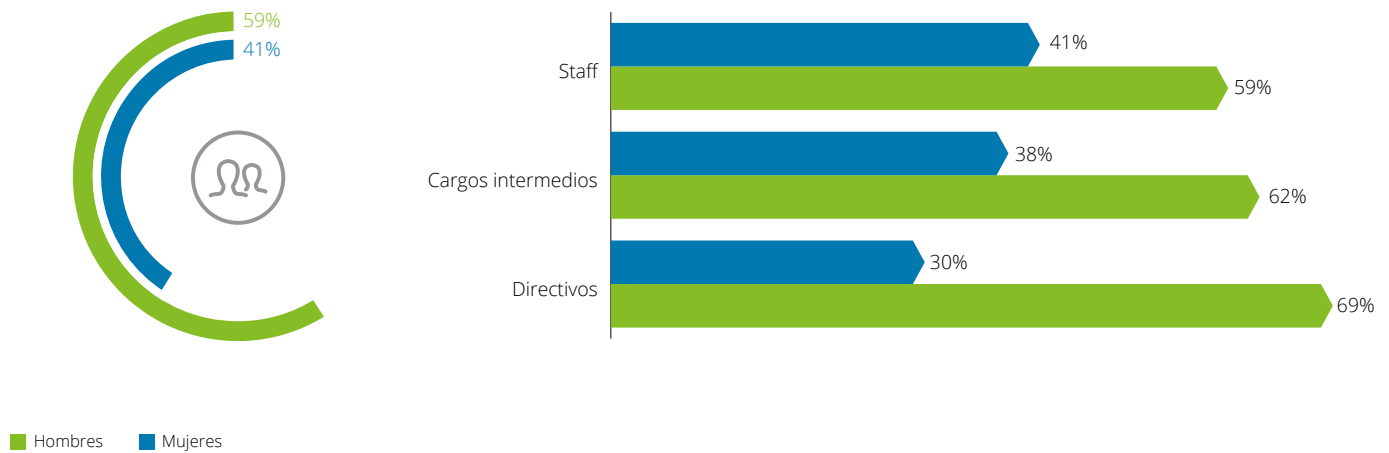
### ¿Cuenta con empleados acogidos a medidas específicas resultado de la pandemia?



### Causas que motivarán el aumento/disminución del número total de empleados

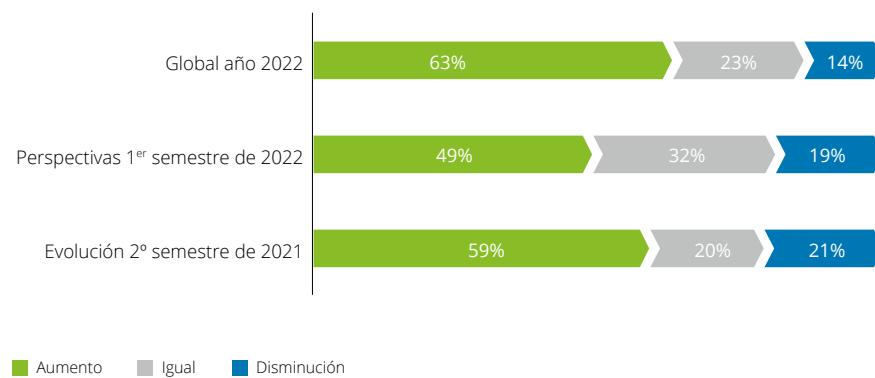


### Porcentaje medio de distribución de empleados por género y funciones



### Sección 3: Rentabilidad

#### Evolución y previsiones del Beneficio Antes de Impuestos (BAI)

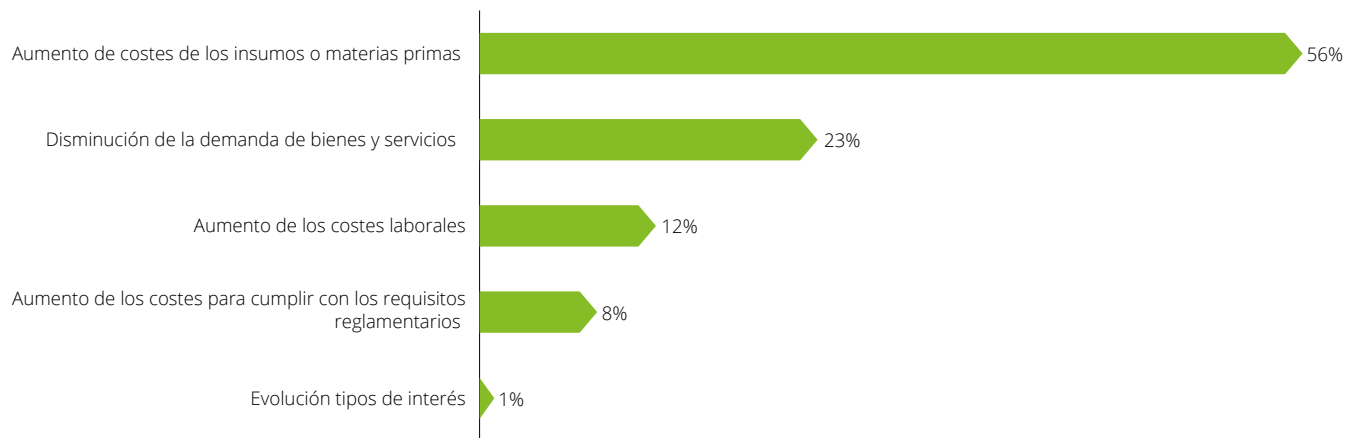


#### Evolución del BAI por facturación (%)

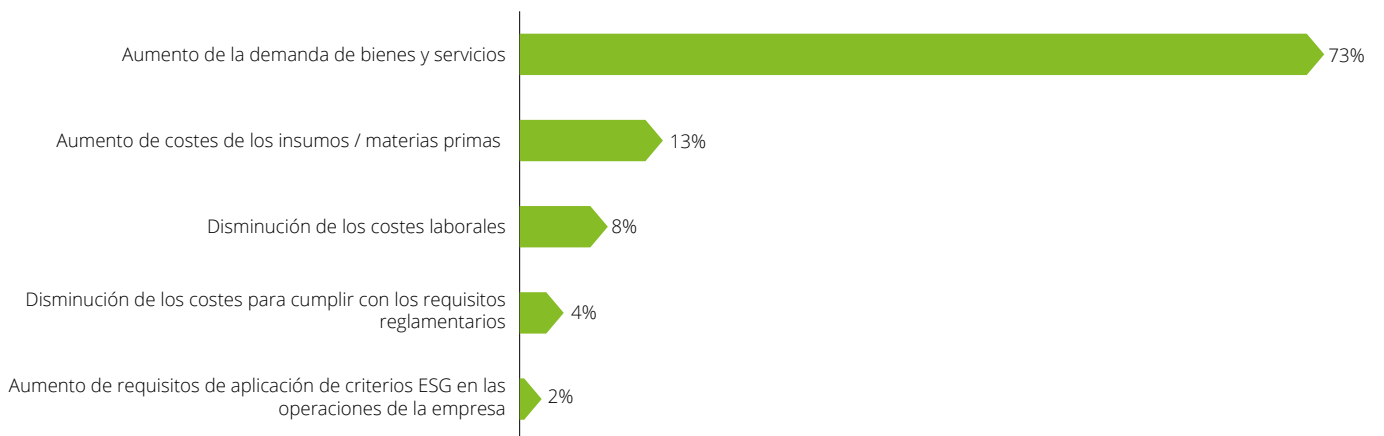
Facturación	Segundo semestre 2021			Primer semestre 2022			Global 2022		
	Aumento	Disminución	Igual	Aumento	Disminución	Igual	Aumento	Disminución	Igual
Menos de 30	53%	26%	21%	58%	25%	17%	72%	15%	13%
De 30 a 60	53%	24%	24%	50%	26%	24%	65%	24%	12%
De 60 a 150	64%	16%	20%	38%	38%	24%	60%	20%	20%
De 150 a 300	56%	20%	24%	24%	48%	28%	40%	32%	28%
De 300 a 600	57%	14%	29%	62%	19%	19%	67%	19%	14%
De 600 a 3.000	72%	15%	13%	59%	31%	10%	67%	26%	8%
Más de 3.000	52%	19%	29%	52%	43%	5%	62%	38%	0%
<b>Total Muestra</b>	<b>59%</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>49%</b>	<b>32%</b>	<b>19%</b>	<b>63%</b>	<b>23%</b>	<b>14%</b>



**Durante los últimos 6 meses, ¿cuál de los siguientes aspectos ha tenido el mayor impacto negativo en los beneficios?**

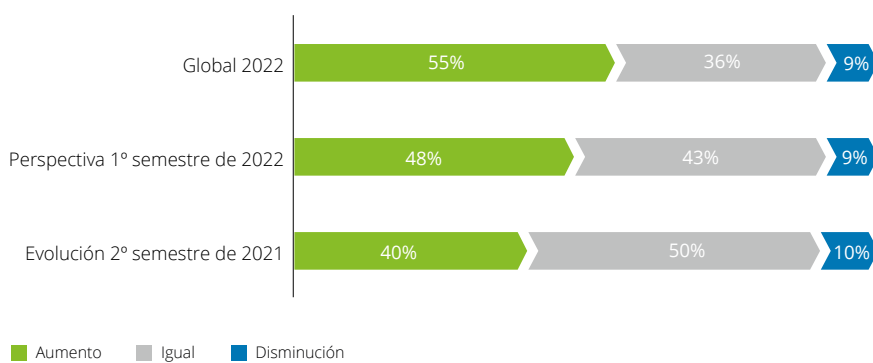


**Durante los últimos 6 meses, ¿cuál de los siguientes aspectos ha tenido el mayor impacto positivo en los beneficios?**



**Sección 4: Inversión**

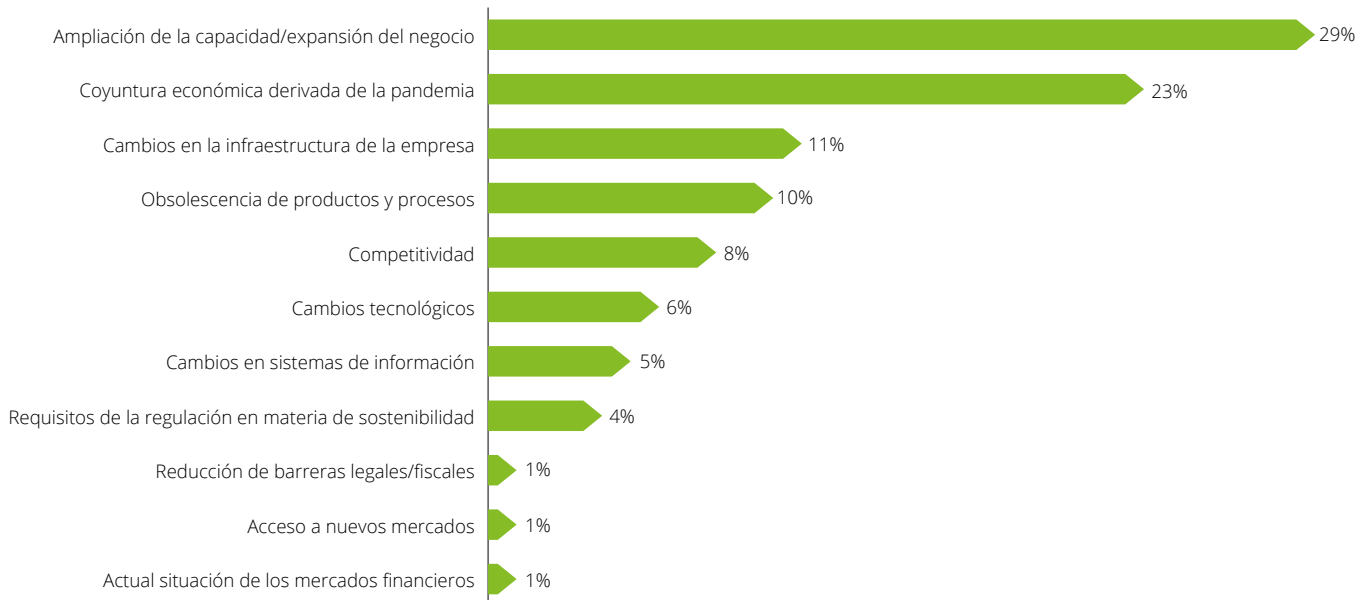
**Evolución y previsiones de la inversión neta**



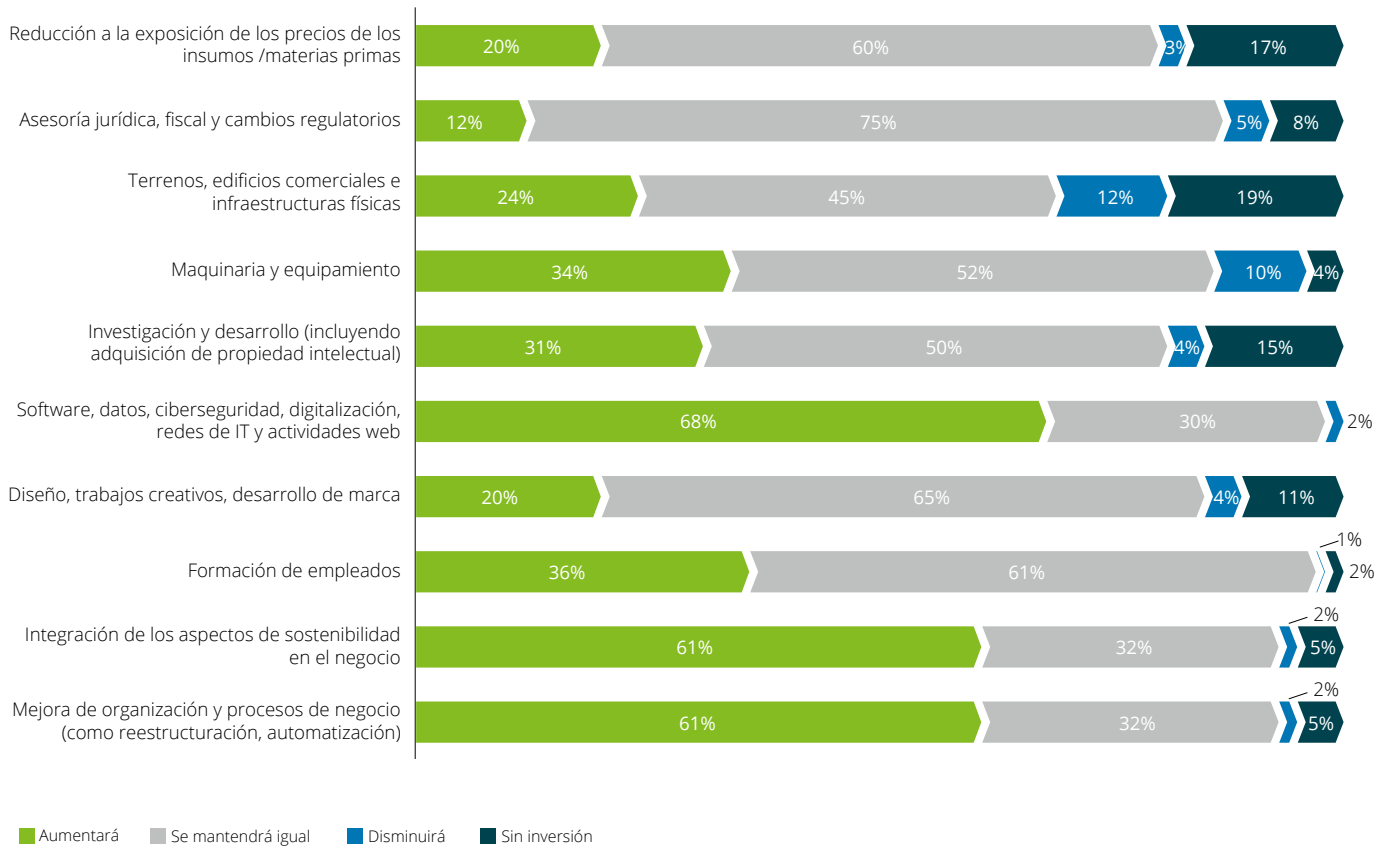
**Evolución de la inversión por sectores (%)**

Sectores	Segundo Semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Aumento	Igual	Disminución	Aumento	Igual	Disminución	Aumento	Igual	Disminución
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	18%	45%	36%	36%	45%	18%	27%	45%	27%
Banca y Finanzas	71%	29%	0%	43%	57%	0%	57%	43%	0%
Bienes de Consumo	31%	56%	13%	63%	19%	19%	63%	19%	19%
Construcción y Contratas	33%	61%	6%	44%	56%	0%	50%	50%	0%
Distribución	56%	39%	6%	44%	44%	11%	44%	33%	22%
Energía y Recursos Naturales	50%	45%	5%	55%	40%	5%	70%	30%	0%
Fabricantes	31%	55%	14%	50%	38%	12%	60%	31%	10%
Hostelería / Turismo	33%	44%	22%	56%	33%	11%	67%	22%	11%
Inmobiliarias	60%	33%	7%	67%	27%	7%	73%	20%	7%
Ocio	20%	80%	0%	60%	40%	0%	60%	40%	0%
Sanidad y Farmacéuticas	36%	36%	29%	36%	50%	14%	36%	50%	14%
Seguros	33%	67%	0%	44%	56%	0%	44%	56%	0%
Servicios / Consultoría	24%	72%	4%	32%	64%	4%	32%	64%	4%
Tecnología	29%	57%	14%	57%	43%	0%	57%	29%	14%
Telecomunicaciones	57%	43%	0%	57%	29%	14%	71%	14%	14%
Transportes y Logística	71%	14%	14%	43%	43%	14%	86%	0%	14%
<b>Total Muestra</b>	<b>40%</b>	<b>50%</b>	<b>10%</b>	<b>48%</b>	<b>43%</b>	<b>9%</b>	<b>55%</b>	<b>36%</b>	<b>9%</b>

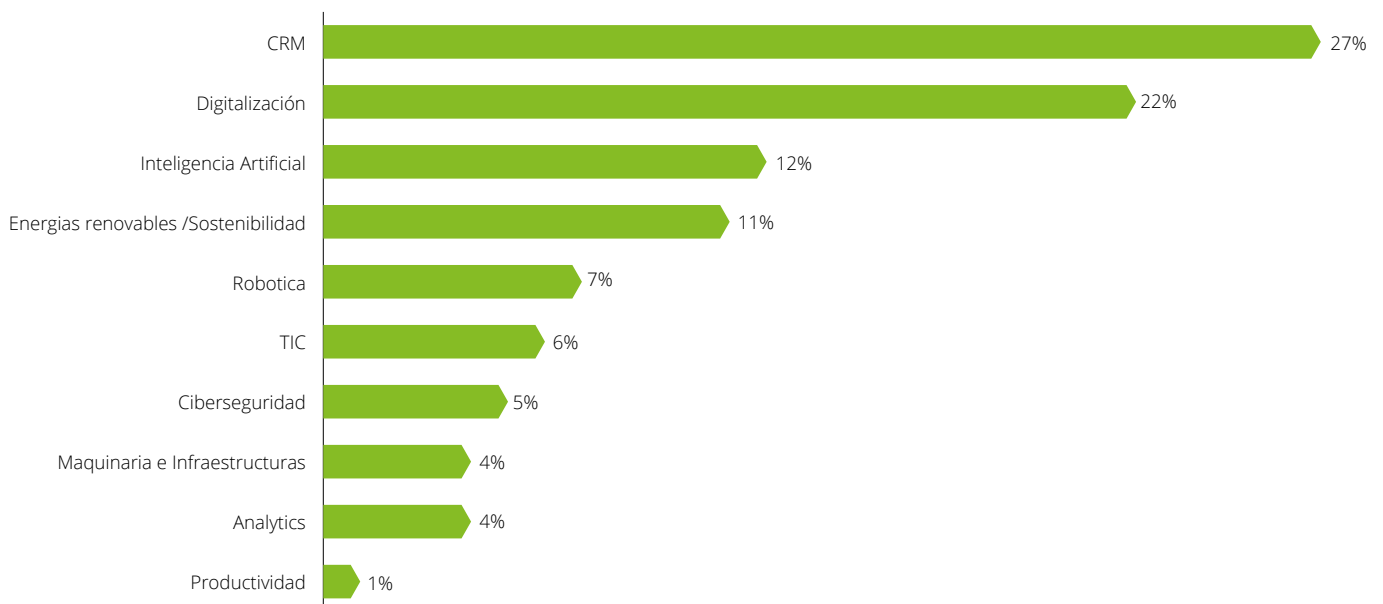
**¿Cuál es la causa que más impactará las inversiones en el próximo semestre?**



### Indique cómo se verán afectadas sus inversiones durante el año 2022 en comparación con el 2021

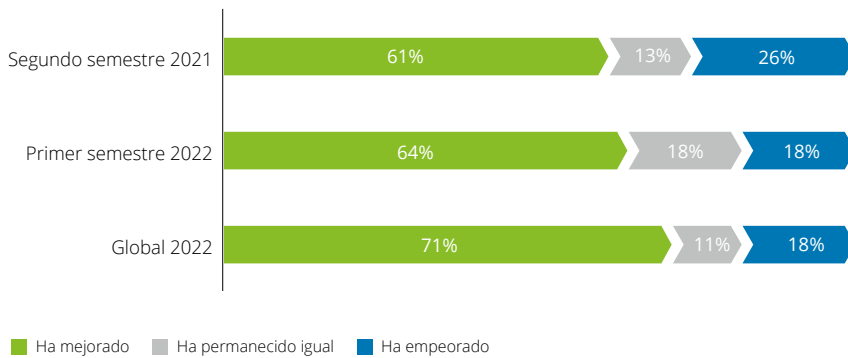


### Tipos de tecnología que se pretenden implementar en 2022

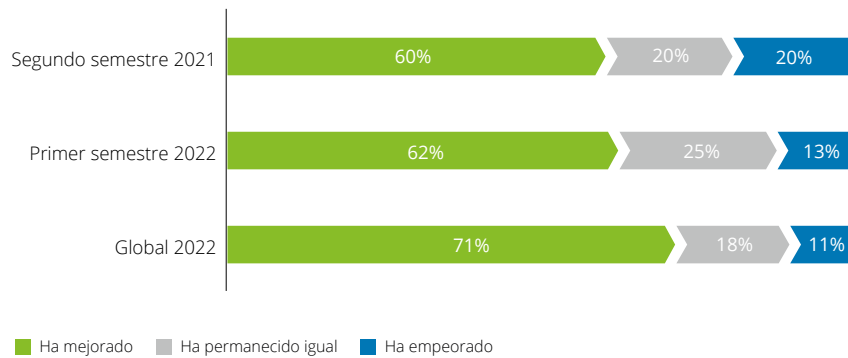


## Sección 5: Perspectiva económica

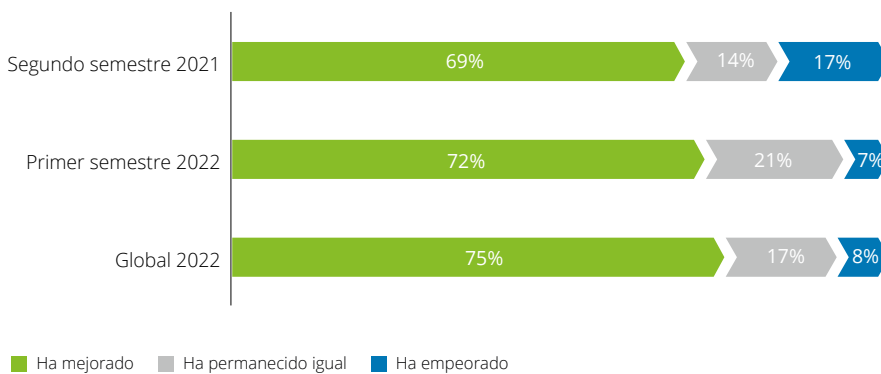
### Evolución y previsiones de la economía española



### Evolución y previsiones de su sector



### Evolución y previsiones de su organización



## Evolución de la economía española por sectores (%)

Sectores	Segundo semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Mejóro	Permaneció igual	Empeoró	Mejorará	Permanecerá igual	Empeorará	Mejorará	Permanecerá igual	Empeorará
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	50%	17%	33%	58%	17%	25%	67%	0%	33%
Banca y Finanzas	64%	14%	21%	50%	14%	36%	64%	14%	21%
Bienes de Consumo	73%	7%	20%	67%	7%	27%	73%	7%	20%
Construcción y Contratas	59%	18%	24%	65%	18%	18%	71%	18%	12%
Distribución	47%	6%	47%	47%	12%	41%	53%	6%	41%
Energía y Recursos Naturales	53%	24%	24%	59%	18%	24%	71%	6%	24%
Fabricantes	64%	10%	26%	69%	17%	14%	69%	10%	21%
Hostelería / Turismo	78%	0%	22%	79%	11%	11%	78%	11%	11%
Inmobiliarias	60%	13%	27%	73%	13%	13%	73%	13%	13%
Ocio	80%	20%	0%	80%	20%	0%	100%	0%	0%
Sanidad y Farmacéuticas	50%	21%	29%	50%	29%	21%	64%	21%	14%
Seguros	60%	20%	20%	70%	20%	10%	70%	10%	20%
Servicios / Consultoría	64%	12%	24%	60%	24%	16%	76%	8%	16%
Tecnología	43%	29%	29%	57%	43%	0%	57%	29%	14%
Telecomunicaciones	86%	0%	14%	71%	29%	0%	86%	14%	0%
Transportes y Logística	71%	14%	14%	71%	14%	14%	86%	0%	14%
<b>Total Muestra</b>	<b>62%</b>	<b>13%</b>	<b>25%</b>	<b>64%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>71%</b>	<b>10%</b>	<b>19%</b>

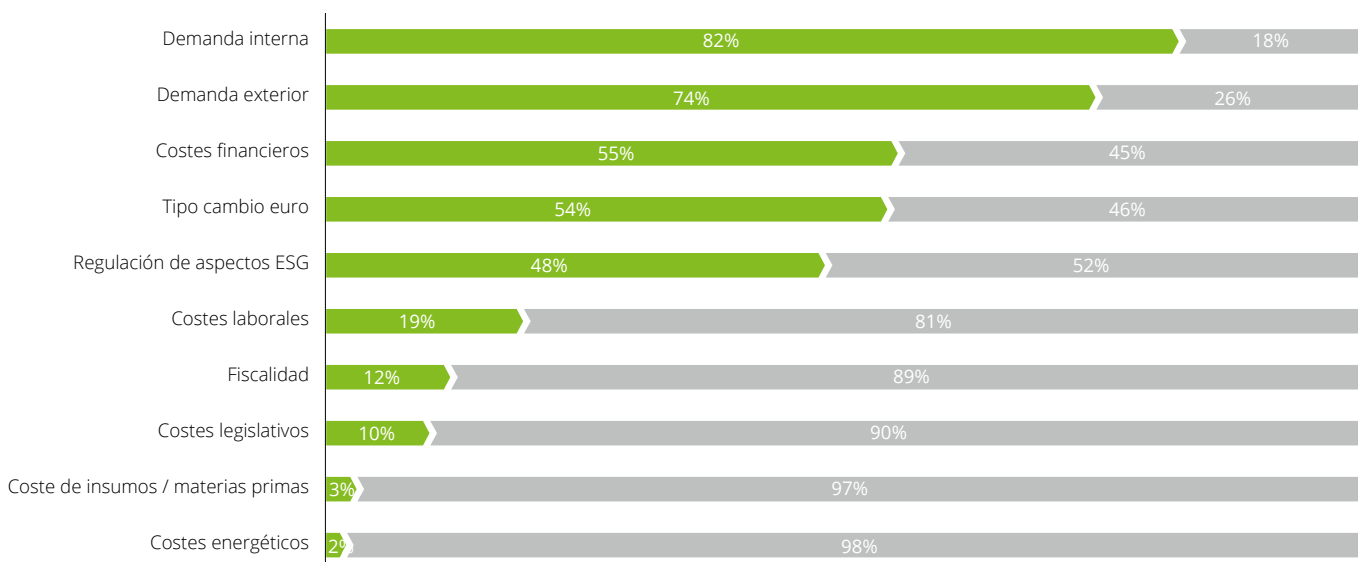
## Evolución del sector de actividad por sectores (%)

Sectores	Segundo semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Mejóro	Permaneció igual	Empeoró	Mejorará	Permanecerá igual	Empeorará	Mejorará	Permanecerá igual	Empeorará
Agricultura, Ganadería, Minería y Pesca	50%	8%	42%	33%	33%	33%	33%	42%	25%
Banca y Finanzas	50%	36%	14%	43%	43%	14%	57%	29%	14%
Bienes de Consumo	47%	13%	40%	53%	43%	33%	67%	13%	20%
Construcción y Contratas	65%	29%	6%	65%	29%	6%	71%	29%	0%
Distribución	29%	6%	65%	35%	29%	35%	53%	29%	18%
Energía y Recursos Naturales	59%	24%	18%	65%	18%	18%	65%	24%	12%
Fabricantes	52%	24%	24%	71%	14%	14%	71%	14%	14%
Hostelería / Turismo	78%	0%	22%	67%	0%	33%	78%	11%	11%
Inmobiliarias	67%	33%	0%	73%	27%	0%	87%	13%	0%
Ocio	80%	20%	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%
Sanidad y Farmacéuticas	64%	14%	21%	43%	50%	7%	71%	21%	7%
Seguros	80%	10%	10%	60%	40%	0%	80%	10%	10%
Servicios / Consultoría	60%	24%	16%	60%	32%	8%	84%	4%	12%
Tecnología	71%	29%	0%	86%	14%	0%	86%	14%	0%
Telecomunicaciones	71%	29%	0%	57%	43%	0%	86%	14%	0%
Transportes y Logística	86%	0%	14%	71%	0%	29%	71%	0%	29%
<b>Total Muestra</b>	<b>60%</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>61%</b>	<b>24%</b>	<b>15%</b>	<b>72%</b>	<b>17%</b>	<b>11%</b>

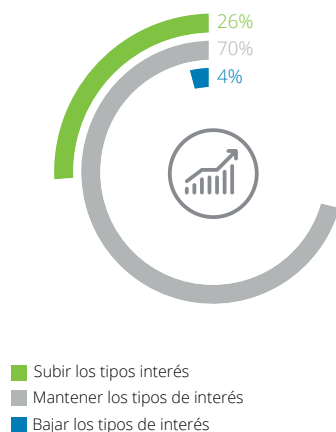
**Evolución / previsión de la economía española por volumen de facturación (%)**

Facturación	Segundo Semestre 2021			Primer Semestre 2022			Global 2022		
	Ha mejorado	Ha Permanecido igual	Ha empeorado	Mejorará	Permanecerá igual	Empeorará	Mejorará	Permanecerá igual	Empeorará
Menos de 30	66%	14%	20%	66%	18%	16%	76%	6%	18%
De 30 a 60	64%	9%	27%	73%	15%	12%	79%	6%	15%
De 60 a 150	65%	13%	22%	62%	20%	18%	67%	15%	18%
De 150 a 300	61%	9%	30%	57%	17%	26%	61%	13%	26%
De 300 a 600	67%	10%	24%	62%	19%	19%	71%	10%	19%
De 600 a 3.000	57%	22%	22%	76%	16%	8%	81%	11%	8%
Más de 3.000	48%	10%	43%	43%	14%	43%	52%	10%	38%
<b>Total Muestra</b>	<b>62%</b>	<b>13%</b>	<b>25%</b>	<b>64%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>71%</b>	<b>10%</b>	<b>19%</b>

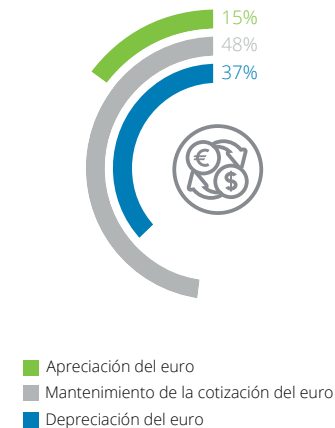
**Influencia de las siguientes variables en la actuación y en el rendimiento de su empresa en el 2º semestre 2021**



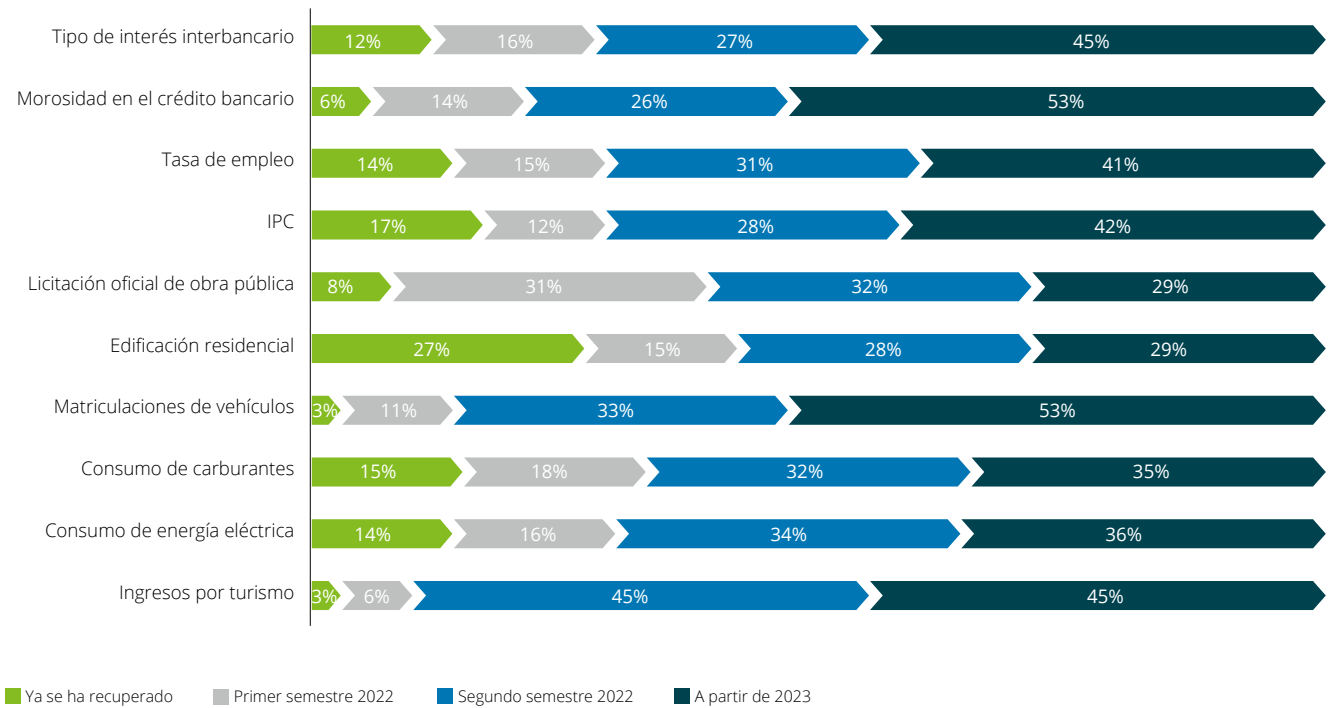
**Durante el 1er semestre de 2022, considera que el Banco Central Europeo (BCE) debería:**



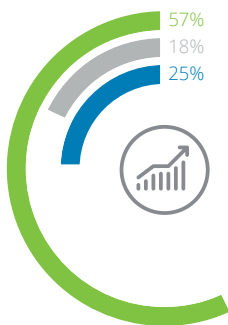
**Evolución del tipo de cambio del euro respecto al US dólar en los próximos meses**



### Previsión de recuperación de los siguientes indicadores macroeconómicos

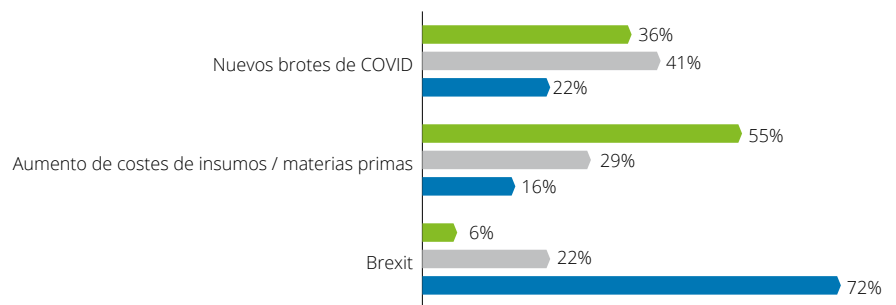


### ¿Cuál es su expectativa sobre la inflación para el año 2022?



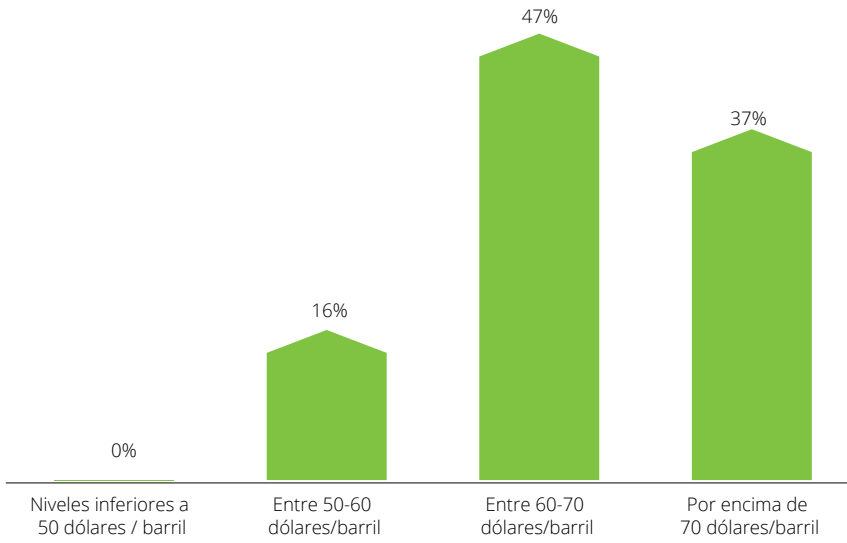
■ Aumentará ■ Se mantendrá ■ Disminuirá

### ¿Cómo afecta a su negocio el Brexit, la crisis de suministros y los nuevos brotes de COVID?

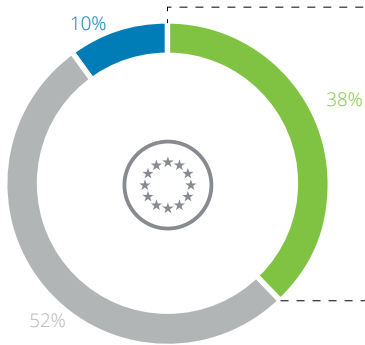


■ Alto impacto ■ Medio impacto ■ Bajo impacto

**Evolución del precio del crudo en los próximos meses**

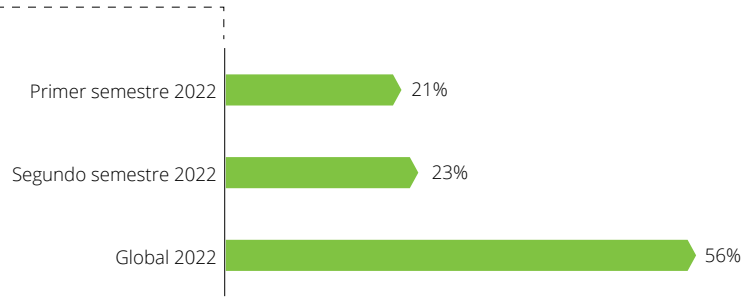


**¿Ha sido beneficiado o espera serlo por la asignación de Fondos Europeos?**

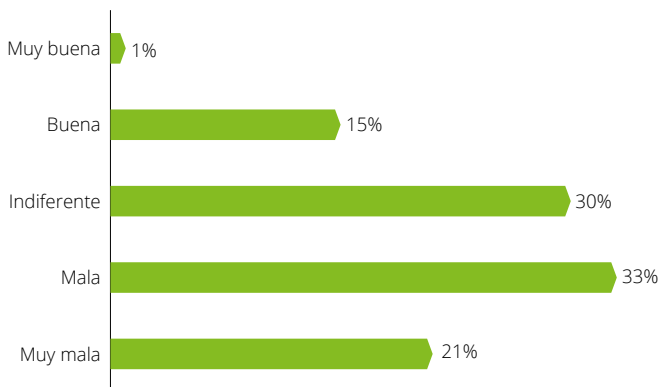


■ Sí ■ No ■ NS/NC

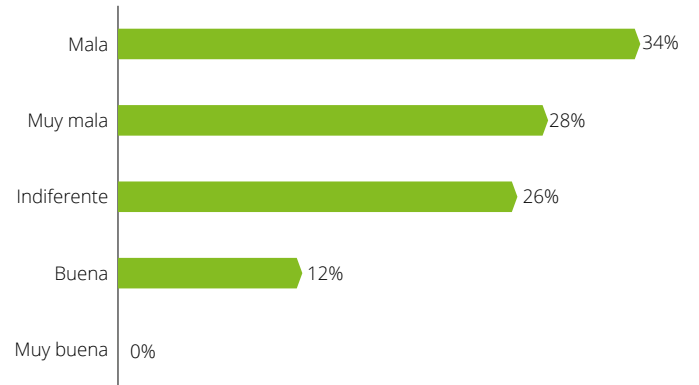
**¿Cuándo espera recibir los Fondos Europeos?**



**¿Qué opinión le merece la gestión por parte del gobierno de los fondos europeos (NextGenEU)?**

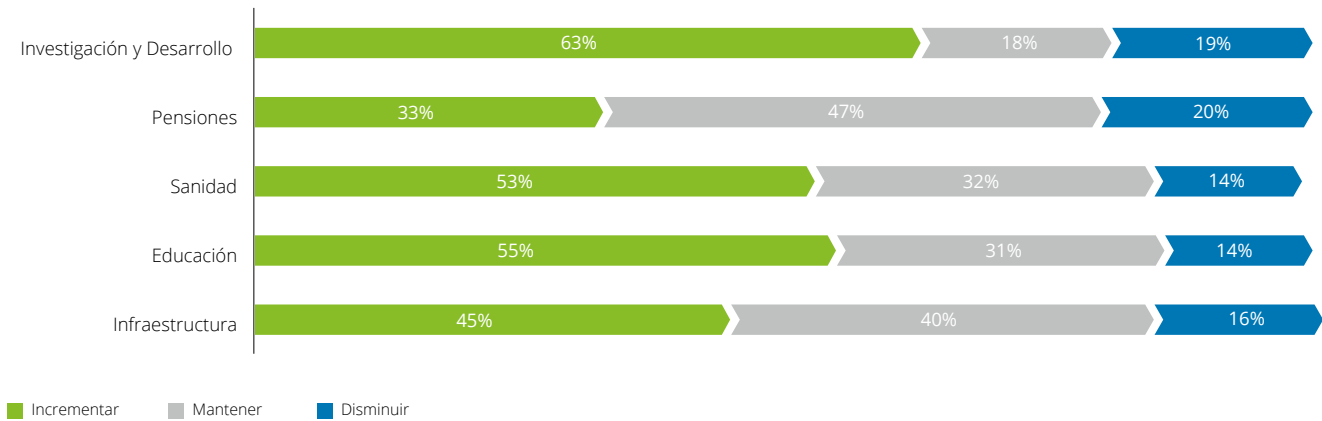


**¿Qué opinión le merece la gestión económica del Gobierno?**

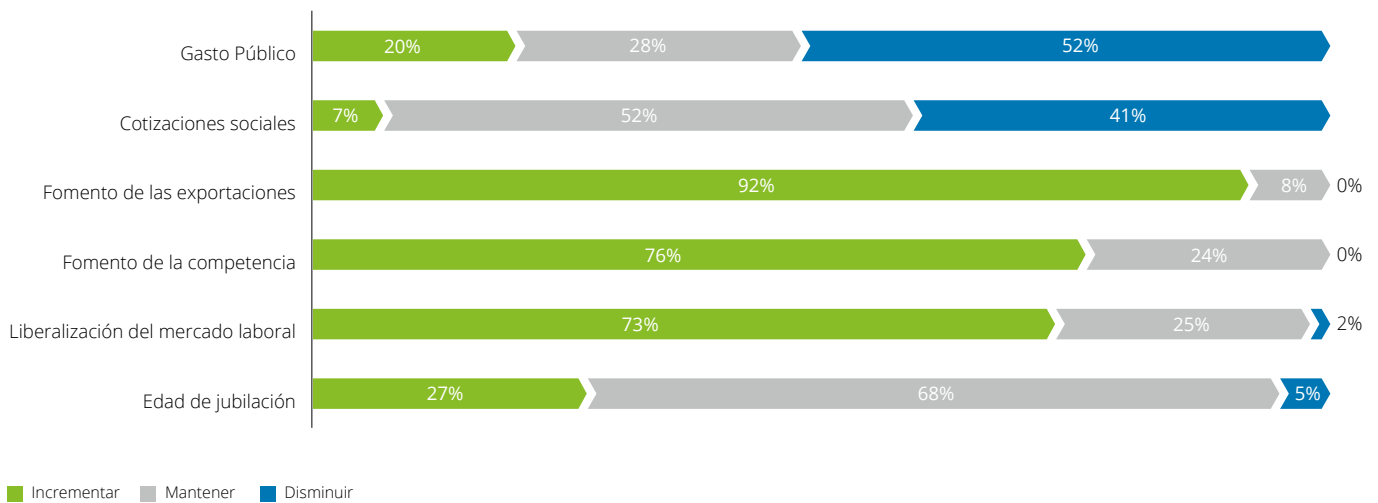




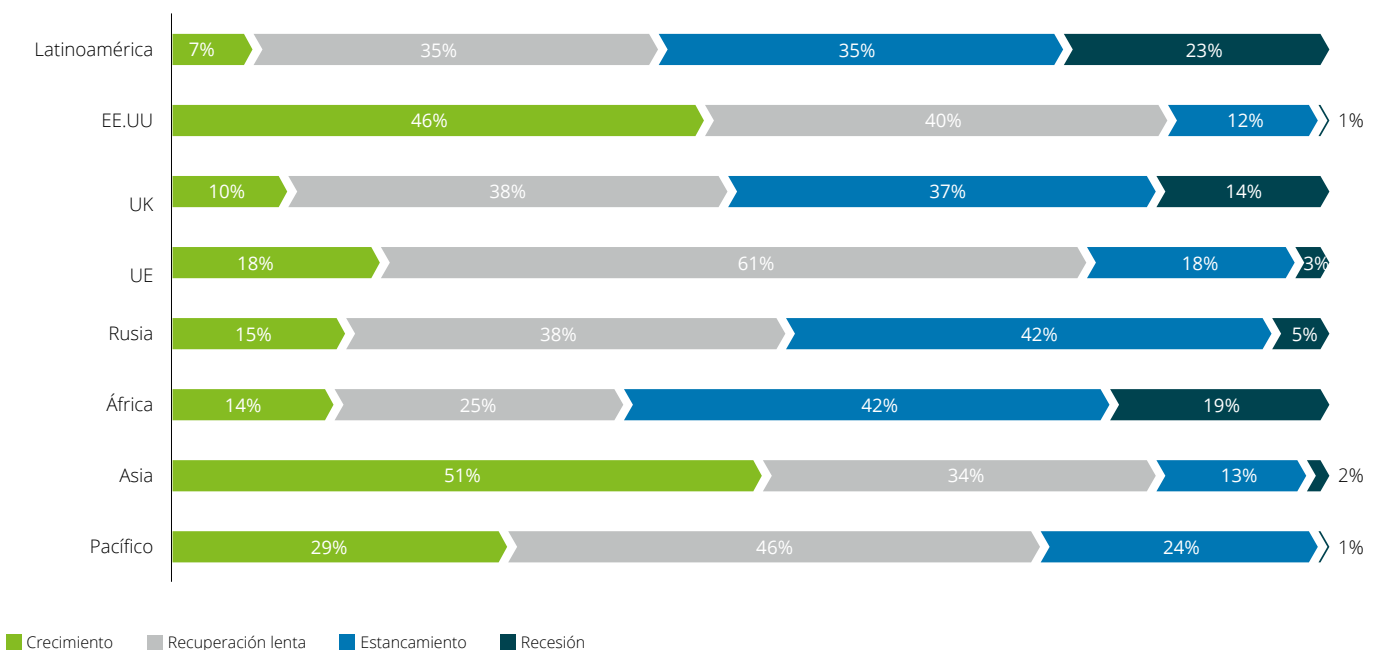
### Cómo considera que el Gobierno debe afrontar los siguientes aspectos



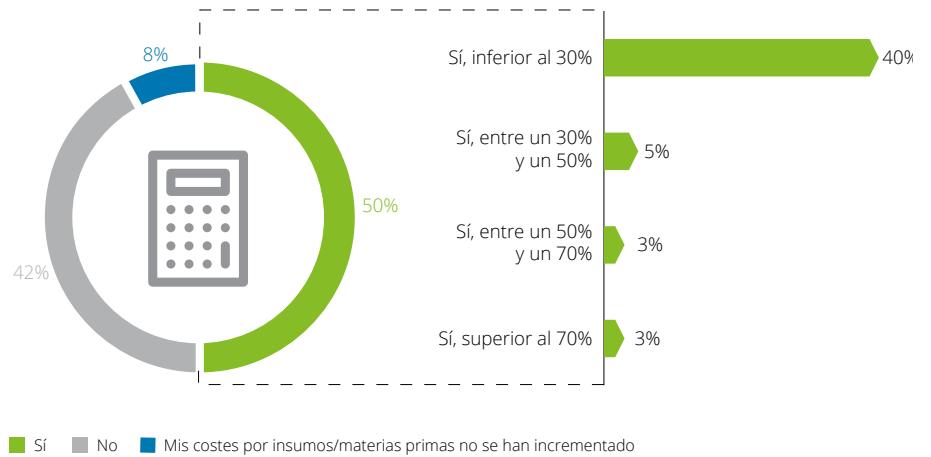
### ¿Cómo considera que el Gobierno debe afrontar los siguientes aspectos?



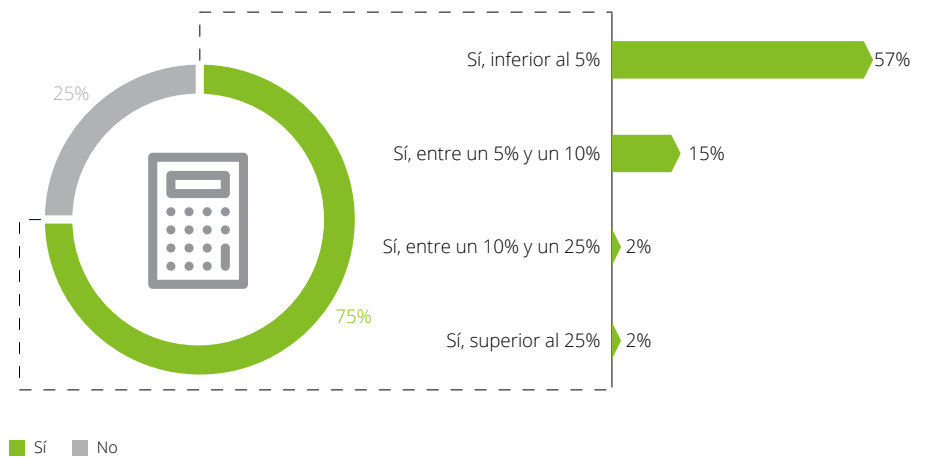
### En los próximos 12 meses, ¿cómo cree que se va a comportar la economía en las siguientes regiones?



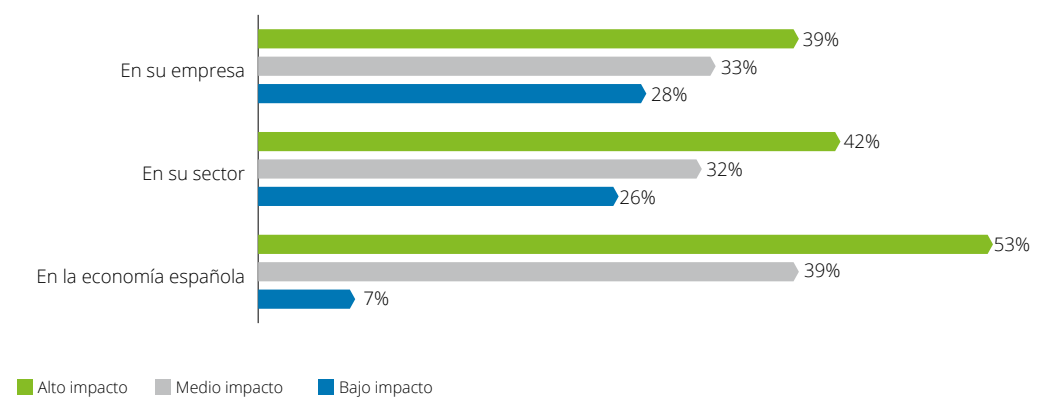
**¿Está trasladando los incrementos de los costes de insumos / materias primas a los precios de venta de sus productos y servicios?**



**¿Considera que el Gobierno aplicará una subida de impuestos en los próximos meses?**



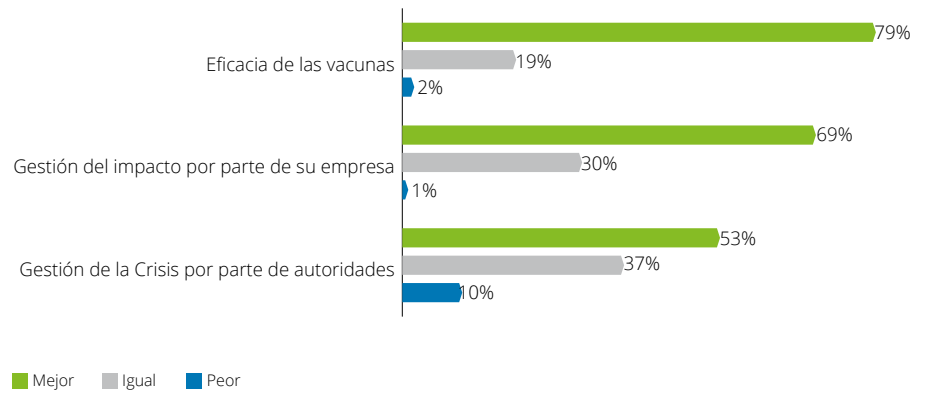
**¿Cómo considera que afectarán las nuevas variantes de la Covid-19 al crecimiento económico general, su sector y su empresa?**



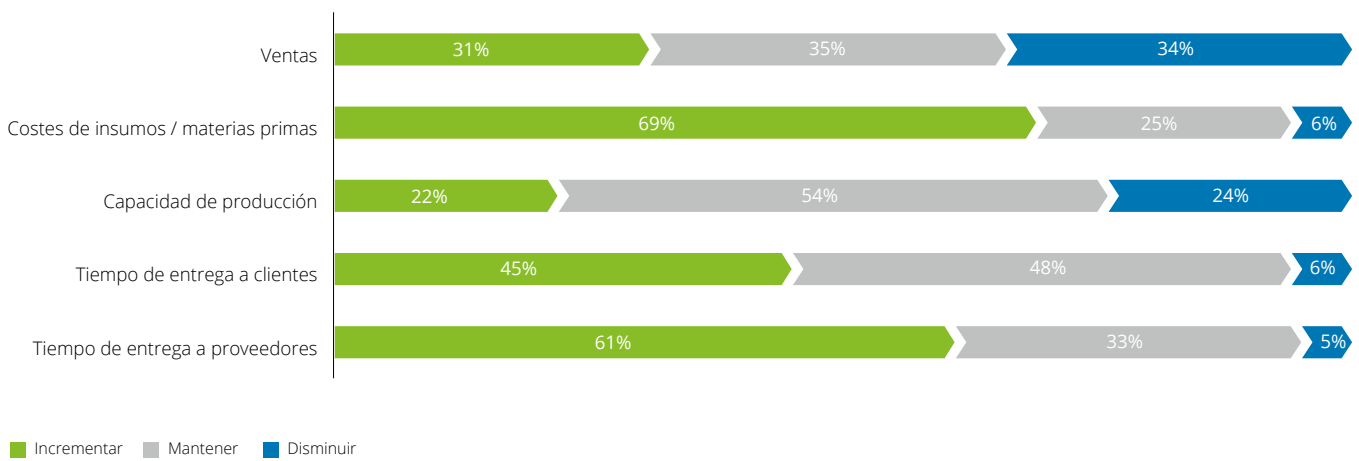
**¿Confía en que la aprobación de los Presupuestos generales del Estado traiga estabilidad a la economía?**



**En comparación con rebrotes previos, ¿cómo espera que se comporten en los siguientes rebrotes de Covid-19?**



**¿Qué elementos de su negocio se verían más afectados ante nuevos rebrotes epidemiológicos?**











# Radiografía semestral de la economía española

## Contacto

**Juan Hernández Galante**  
Director de Marketing  
y Relaciones Institucionales

**Elena Rey**  
Senior Manager de Marketing  
y Relaciones Institucionales

[barometro.elpais@deloitte.es](mailto:barometro.elpais@deloitte.es)

+34 91 443 26 46

# Deloitte.

Deloitte hace referencia a Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL») y a su red global de firmas miembro y sus entidades vinculadas, ya sea a una o a varias de ellas. DTTL (también denominada «Deloitte Global») y cada una de sus firmas miembro son entidades jurídicamente separadas e independientes. DTTL no presta servicios a clientes. Para obtener más información, consulte la página [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, legal, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados, a clientes públicos y privados en un amplio número de sectores. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países y territorios, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la ayuda que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Los más de 312.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o entidades asociadas (conjuntamente, la «Red Deloitte»), pretenden, por medio de esta publicación, prestar un servicio o asesoramiento profesional. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

© 2022 Deloitte

Diseñado y producido por el Dpto. de Marketing & Brand, Madrid.

Este papel ha sido fabricado de forma sostenible por Sheedo, empresa certificada

