



SOBRE ESTE ESTUDIO

CIO Research, empresa líder en investigación de mercado en el segmento de ejecutivos C-Level de la región, junto con SEEKMENT, referente en el mercado de evaluación y análisis de información entre directores y gerentes de las empresas más importantes de los continentes americano y europeo, condujeron con el patrocinio de SAP un estudio con el objetivo de delinear un primer acercamiento al estado de situación de la agenda de sostenibilidad en el mercado empresarial de Latinoamérica.

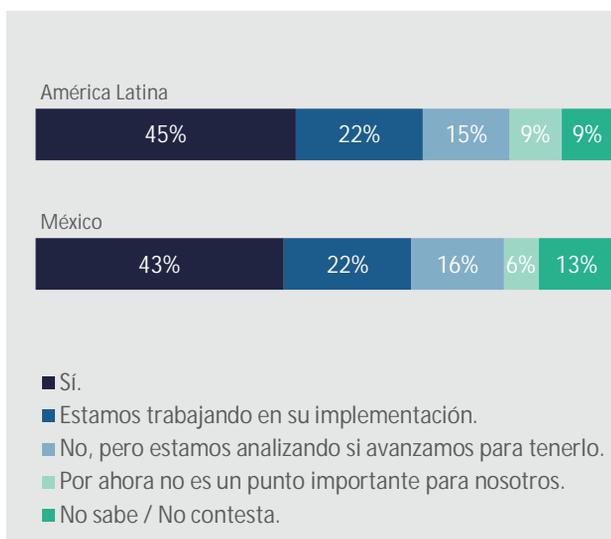
Entre octubre y noviembre de 2020 más de 450 altos ejecutivos de las principales empresas medianas y grandes de Argentina, Brasil, Colombia y México compartieron impresiones y experiencias en relación con la mirada de sus empresas sobre la sostenibilidad: el impacto en los negocios, los avances en la implementación de estrategias y lo que se espera para 2021 en materia de recursos. El presente resumen ejecutivo reporta los principales datos sobre la actualidad de esta agenda en los ejecutivos de México.

LAS EMPRESAS MEXICANAS Y LAS ESTRATEGIAS SOSTENIBLES

Desde la perspectiva de una segmentación por países, es posible ver que el progreso de las estrategias de sostenibilidad en México se encuentra alineado al promedio de la región (45%) con apenas un par de puntos porcentuales por debajo. Si hacemos un zoom a este 43% para México, encontramos que las empresas prestadoras de servicios están muy por encima de la media con un 60% y las productoras de bienes por debajo con un 40%.

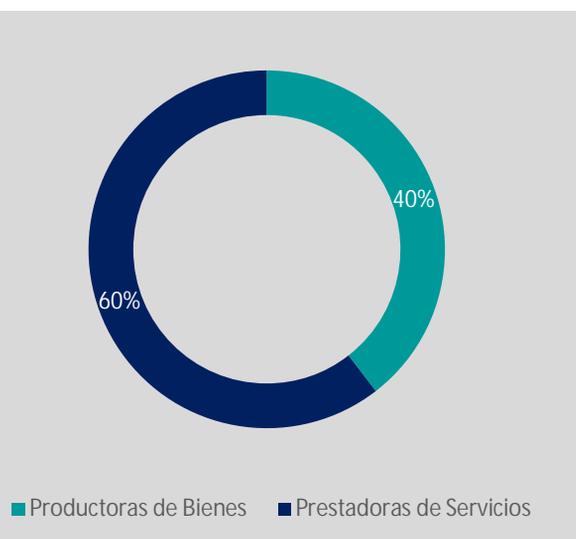
Cuadro 1-A

¿Tiene su empresa establecida una estrategia de sostenibilidad?



Cuadro 1-B

Empresas con estrategia de sostenibilidad establecida, según tipo de actividad



SOSTENIBILIDAD, RENTABILIDAD Y MEDICIÓN

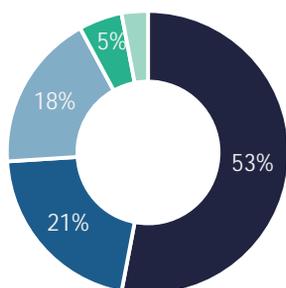
- La agenda de sostenibilidad de las organizaciones en Latinoamérica muestra señales de crecimiento continuo. Consultados sobre cuáles son los aspectos de sostenibilidad con los que más se identifican las organizaciones, las respuestas de los ejecutivos en México ubicaron los temas de “igualdad de género” (56%) y los relativos al “cambio climático” y a la “economía circular” (51%) en lo más alto de la agenda.
- La sostenibilidad atraviesa a toda la organización y ha dejado de ser un “programa” para transformarse en una forma de enfocar el negocio. En este sentido, 63% de los ejecutivos de México señala que consideran que la sustentabilidad es absolutamente rentable para sus organizaciones (por encima del promedio regional) y 28% marca que es poco rentable pero importante para los valores de la empresa.
- De modo parejo y transversal a todas las organizaciones consultadas, la figura del reporte de sostenibilidad se presenta como un instrumento de valor. Un 35% de las empresas mexicanas confirma contar con un informe anual de este tipo y un 21% dijo estar trabajando en tener uno.

PROTAGONISTAS DEL CAMBIO

- El rol de los clientes, los empleados y los proveedores cobra un protagonismo de peso en la agenda de sostenibilidad de las empresas por tener la capacidad de influir en aspectos del negocio como las ventas y la ponderación de la empresa como marca empleadora.
- El 53% de los ejecutivos mexicanos encuestados dijeron estar “Totalmente de acuerdo” con las ventajas competitivas que la sostenibilidad trae a la mesa corporativa, clasificando por encima del promedio regional (46%). Al evaluar la cadena de valor, solo el 13% de las empresas mexicanas toman en cuenta los esfuerzos sostenibles de un proveedor a la hora de elegirlo. Un sólido 36% clasificó como “Muy Importante” la sostenibilidad para los empleados de las organizaciones mexicanas.

Cuadro 2

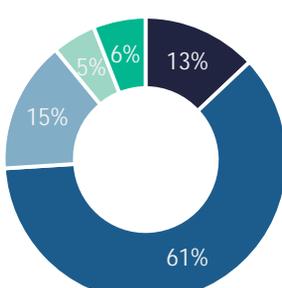
Una estrategia de sostenibilidad otorga ventaja competitiva frente al cliente



- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

Cuadro 3

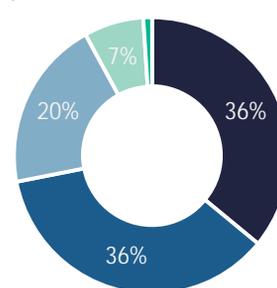
¿Considera los esfuerzos de sostenibilidad al elegir proveedores?



- Es un gran diferenciador.
- Es importante pero no definitivo.
- No es relevante a la hora de elegir.
- Estoy obligado por la norma a supervisarlo en la cadena.

Cuadro 4

¿Cuán importante es su estrategia de sostenibilidad para sus empleados?



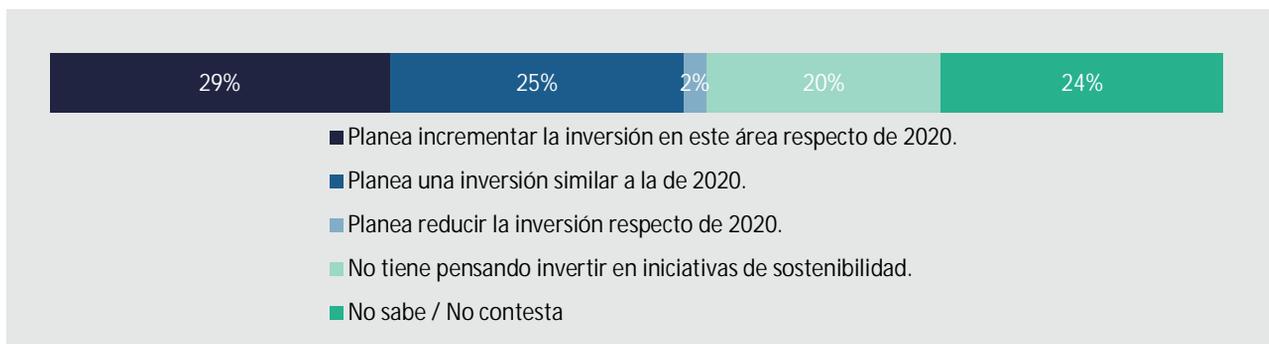
- Muy importante.
- Bastante importante.
- Importante.
- Poco importante.
- Nada importante.

SOSTENIBILIDAD, TECNOLOGÍA E INVERSIÓN

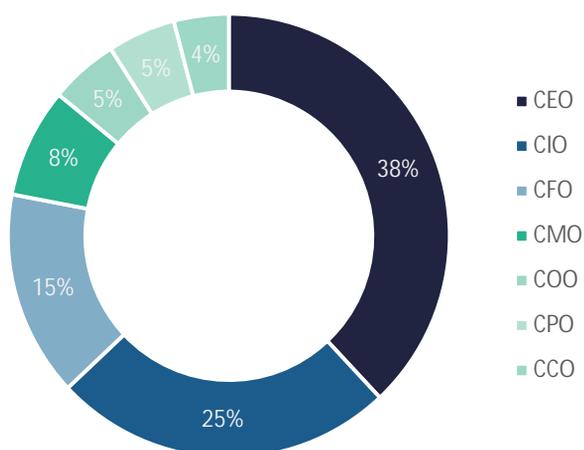
- Para poder conocer el avance real de las políticas de sostenibilidad, la medición y el seguimiento de indicadores (KPIs) son aspectos fundamentales que no pueden faltar. En este sentido 40% de los ejecutivos mexicanos señala que sus organizaciones ya cuentan con KPIs, en línea con el promedio regional.
- Una tendencia regional a la que las empresas en México no escapan es que entre los KPIs que se destacan a la hora de medir los esfuerzos de sostenibilidad las respuestas se concentran en el impacto de huella de carbono y economía circular.
- Del total de consultados, en México 46% expresó usar tecnología para impulsar la sostenibilidad. Este indicador podría crecer en los próximos meses, si consideramos que 30% señaló encontrarse en el proceso de evaluar el uso o no de la misma.
- Para los próximos meses se estima que 29% de las empresas del país azteca incrementará su inversión y el 25% estima realizar una inversión similar a la de 2020. Noticias muy positivas para el progreso del área sostenible.

Cuadro 5

¿En relación con sus planes de invertir en iniciativas de sostenibilidad, su empresa...?



¿QUIÉN PARTICIPÓ DEL ESTUDIO EN MÉXICO?



- La mayoría de los ejecutivos entrevistados son CEOs (38%), seguidos de los CIOs (25%).
- Hemos clasificado la muestra en dos: productores de bienes (34%) y empresas de servicios (66%).
- Entre los productores de bienes se encuentran las siguientes industrias: petróleo y gas, minería, agroindustria, automotriz, farmacéutica, construcción y bienes de consumo.
- En las empresas de servicios encontramos a los servicios financieros, telecomunicaciones, retail, salud, viajes y entretenimiento.