



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.

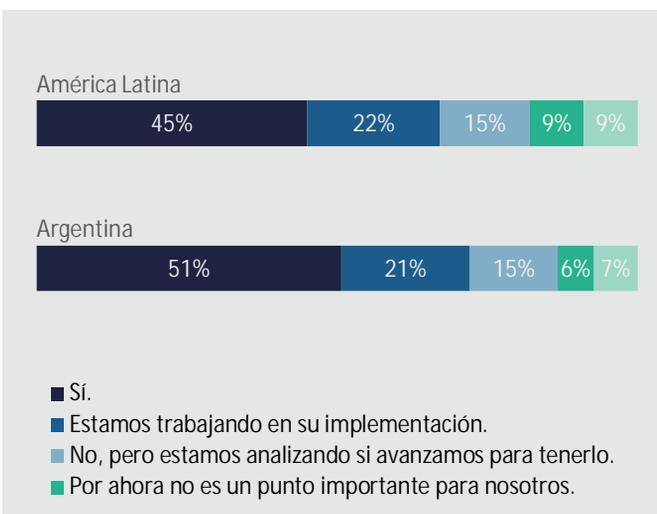
Entre octubre y noviembre de 2020 más de 450 altos ejecutivos de las principales empresas medianas y grandes de Argentina, Brasil, Colombia y México compartieron impresiones y experiencias en relación con la mirada de sus empresas sobre la sostenibilidad: el impacto en los negocios, los avances en la 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 Argentina.

LAS EMPRESAS ARGENTINAS Y LAS ESTRATEGIAS SOSTENIBLES

Desde la perspectiva de una segmentación por países, es posible ver que el progreso de las estrategias de sostenibilidad en Argentina se encuentra por encima del promedio de la región (45%). Si hacemos un zoom a este 51% encontramos que las empresas productoras de bienes argentinas están por encima de la media con un 60% y las de servicios por debajo del promedio con un 40%.

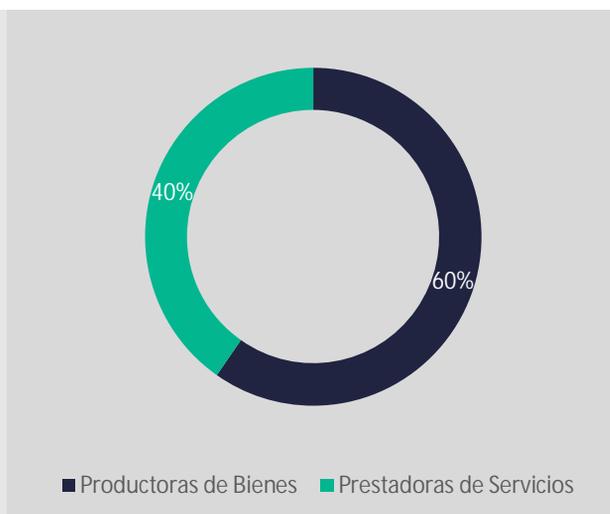
Cuadro 1-A

¿Tiene su empresa establecida una estrategia de sostenibilidad?



Cuadro 1-B

Empresas con estrategia de sostenibilidad establecida, según tipo de actividad



LA AGENDA, LA RENTABILIDAD Y EL REPORTE

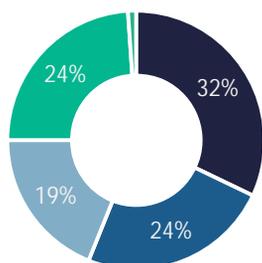
- La agenda de sostenibilidad de las organizaciones en Latinoamérica muestra señales de crecimiento continuo e incorpora temas nuevos y conocidos a los ya existentes. Consultados sobre cuáles son los aspectos de sostenibilidad con los que más se identifica sus organizaciones, las respuestas de los ejecutivos en Argentina ubicaron a los temas de la “fuerza laboral del futuro” (57%) y los relativos a “igualdad de género” (56%) 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, 47% de los ejecutivos de Argentina señala que consideran que la sostenibilidad es absolutamente rentable para sus organizaciones y 39% 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 45% de las empresas argentinas confirma contar con un informe anual de este tipo y 13% se encuentra trabajando en él.

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 32% de los ejecutivos argentinos encuestados dijo estar “Totalmente de acuerdo” con las ventajas competitivas que la sostenibilidad trae a la mesa corporativa, clasificando por debajo del promedio regional (46%). Al evaluar la cadena de valor, un bajo 12% de las empresas argentinas toman en cuenta los esfuerzos sostenibles de un proveedor a la hora de elegirlo, quedando por debajo de la media regional (19%). Un 18% clasificó como “Muy Importante” la sostenibilidad para los empleados de las organizaciones argentinas y un 39% como “Bastante Importante”.

Cuadro 2

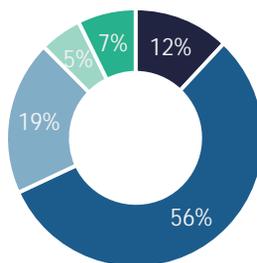
Una estrategia de sostenibilidad otorga ventaja competitiva frente al cliente



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

Cuadro 3

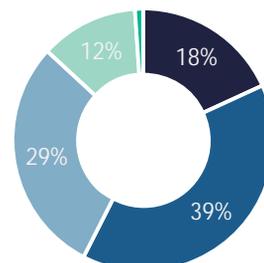
¿Considera los esfuerzos de sostenibilidad al elegir proveedores?



- Es un gran diferenciador a la hora de tomar una decisión.
- Es importante pero no definitivo en el proceso de elección.
- No es relevante a la hora de elegir.
- Estoy obligado, por la norma a la que aplico, a supervisar estos temas en la cadena.
- No sabe o no contestó

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

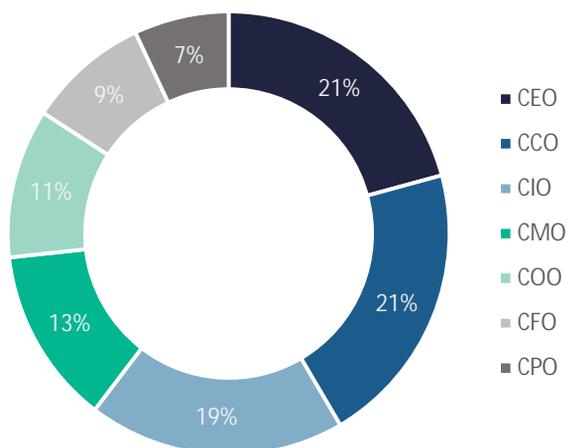
- Para poder conocer el avance real de las políticas de sostenibilidad, la medición y el seguimiento de indicadores (KPIs) son aspectos fundamentales que no pueden faltar. En este sentido 38% de los ejecutivos argentinos señala que sus organizaciones ya cuentan con KPIs.
- Una tendencia regional a la que las empresas en Argentina 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 Argentina 39% expresó usar tecnología para impulsar la sostenibilidad. Este indicador podría crecer en los próximos meses, si consideramos que 29% señaló encontrarse en el proceso de evaluar el uso o no de la misma.
- Para los próximos meses se estima que 21% de las empresas argentinas incrementarán su inversión y que 31% estima realizar una inversión similar a la de 2020.

Cuadro 5

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



¿QUIÉN PARTICIPÓ DEL ESTUDIO EN ARGENTINA?



- La mayoría de los ejecutivos entrevistados son CEOs (21%) junto con los CCOs.
- Hemos clasificado la muestra por productores de bienes (41%) y empresas de servicios (59%).
- Entre los productores de bienes se encuentran las siguientes industrias: petróleo y gas, minería, agroindustria, construcción y bienes de consumo, automotriz y farmacéutica.
- En las empresas de servicios encontramos a los servicios financieros, telecomunicaciones, retail, salud, viajes y entretenimiento.