



La sostenibilidad en la agenda del liderazgo latinoamericano

CEOs y altos ejecutivos de las empresas de la región analizan los avances de la agenda de sostenibilidad en sus mercados, el impacto que genera en sus negocios y las previsiones y tendencias para el futuro.

3^{ra} EDICIÓN

2023

cio
INVESTIGACIÓN

SEKMENT

SAP

CONTENIDO

P. 03 INTRODUCCIÓN: AVANCES Y CAMBIOS EN TIEMPOS IMPREDECIBLES

P. 05 LAS ESTRATEGIAS Y SU EVOLUCIÓN

P. 08 LAS MISMAS MOTIVACIONES, NUEVOS RETOS

P. 12 EL INTERÉS Y LA INVERSIÓN EN SOSTENIBILIDAD NO CRECEN CON LA MISMA FUERZA

P. 13 SUMAR TECNOLOGÍA Y RODEARSE DE EXPERTOS: LA NUEVA ESTRATEGIA

P. 14 POLÍTICAS EMPRESARIALES: HACER, MEDIR Y COMUNICAR

P. 19 LOS CRÉDITOS DE CARBONO: LA NUEVA OPORTUNIDAD

P. 20 ROL Y VALOR DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

P. 22 EL DESAFÍO DE PONERNOS DE ACUERDO

P. 24 UNA MIRADA A FUTURO

P. 25 METODOLOGÍA

P. 26 REFERENCIAS



Introducción:

Avances y cambios en tiempos impredecibles

Desde el Tratado de París (2015), la agenda de sostenibilidad del mundo transita un proceso de revisión de hitos y promesas. La evidencia acumulada estos años sobre los efectos de la contaminación ambiental y la calidad de vida de las personas impuso una mayor presión sobre la necesidad de promover cambios genuinos y mejoras verificables tanto para las generaciones actuales como para las que vienen. Esto explica en parte que durante la COP27 (siglas en inglés de la “Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático”) los países hayan iniciado conversaciones para revertir, ya no sólo atenuar, los efectos del cambio climático.

En América Latina, la firma del Acuerdo de Escazú cumplió su quinto aniversario (2018) y durante la segunda reunión de la Conferencia de las Partes realizada en abril de 2023 se confirmó la voluntad de los países de la región para trabajar en el fortalecimiento del “acceso a la información, la participación ciudadana y el acceso a la justicia en materia ambiental”. Como veremos en este informe, la sostenibilidad continúa evolucionando y se cuela entre las principales motivaciones que las organizaciones consideran para activar, mantener o ampliar sus agendas ejecutivas en la materia.

Aun con los avances que se han obtenido en materia de acuerdos y tratados desde 2018¹ a la fecha, la brecha entre las leyes, regulaciones y la aplicación de ellas es enorme². América Latina tiene desafíos cada vez más grandes que no solo incluye el cambio climático, sino también la deforestación, la pérdida de biodiversidad, la contaminación del aire y del agua, y esto sin dejar de lado los temas sociales, parte vital de la agenda ESG.

Al mismo tiempo, la agenda crece y se expande. Suma elementos y llega a más gente. La impulsan artistas, diseñadores y líderes globales y locales. Por citar apenas uno entre muchos ejemplos, Coldplay, una de las bandas más reconocidas del mundo, puso en marcha una estrategia para hacer sostenible su gira *Music of the Spheres*, dando impulso a un mensaje positivo dirigido a sus millones de fanáticos en todo el globo e inspirando a otros conjuntos musicales a realizar acciones similares.



En este contexto, CIO Investigación, empresa líder en estudios de mercado en el segmento de ejecutivos C-Level de América Latina, junto con SEEKMENT, referente en evaluación y análisis de información entre directores y gerentes de las empresas más importantes de los continentes americano y europeo, condujeron por tercer año consecutivo con el patrocinio de SAP, un estudio sobre el estado de situación de la agenda de sostenibilidad en el mercado empresarial de Latinoamérica.

A comienzos de 2023, 500 altos ejecutivos de las principales empresas medianas y grandes de la región compartieron sus motivaciones para llevar adelante programas de desarrollo sostenible, los desafíos con los que se encuentran a diario, el rol de la tecnología aplicada al negocio y las proyecciones a futuro, incluyendo sus expectativas para los próximos meses. Esta edición incluye los 4 países originales de los dos estudios anteriores: Argentina, Brasil, Colombia, México y se suma Chile.

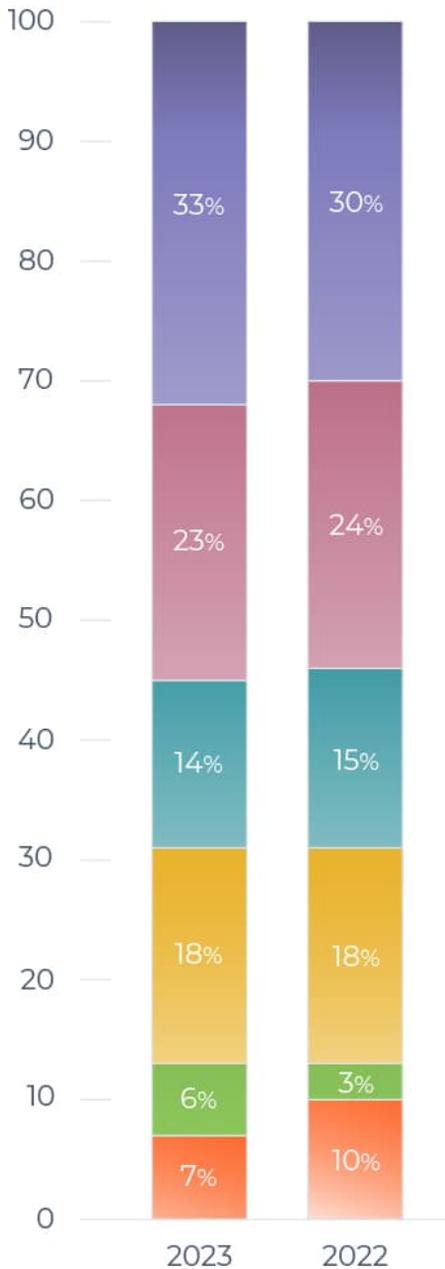
De sus respuestas surge que el mapa de Latinoamérica, aunque con ligeros avances, refleja situaciones dispares de contextos e iniciativas, con diferencias entre los resultados por país y por tipo de empresa, según se trate de productoras de bienes o de proveedoras de servicios. Esta tercera edición de *La Sostenibilidad en la Agenda del Liderazgo Latinoamericano* contribuye a que sea posible reconocer tendencias claras en materia de sostenibilidad en la región, su progreso desde el primer estudio presentado en 2021 y una agenda para las oportunidades de mejora.

A continuación, los hallazgos más importantes.

Las estrategias y su evolución

Cuadro 1

¿Cómo evolucionó la estrategia de sostenibilidad de su compañía en el último año?



- Sumamos más pilares relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Mantuvo su foco y alcance
- Logramos ponerla en práctica
- Aún estamos trabajando para implementarla
- Aún estamos considerando implementar una
- No tenemos estrategia de sostenibilidad

El impacto de la sostenibilidad va más allá de la reputación, la responsabilidad social o el legado que las organizaciones planean para el futuro: impacta de manera directa en el *bottom line* de sus negocios. Según un estudio de McKinsey citado por el World Economic Forum, una estrategia ESG es clave para reducir costos y contribuir a las ganancias operativas hasta en un 60%³.

Mientras tanto, el #CCSIndex, que evalúa las tendencias en consumo responsable, identificó en 2022 que el 67% de los consumidores a nivel global considera "importante" comprar a compañías responsables y que un 36% planea incrementar el gasto que realiza con este tipo de organizaciones⁴.

Las empresas latinoamericanas parecen estar tomando nota de este fenómeno y consolidan sus estrategias sostenibles: si bien el número de organizaciones que declara tener una estrategia ya en práctica tuvo una variación positiva (pasó del 69% en 2022 al 70% en 2023), un tercio asegura haber incorporado nuevos pilares relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

Aún en el marco de un entorno macroeconómico desafiante, el 23% de las organizaciones de la región mantuvo el foco y el alcance de la estrategia sostenible en relación con el año anterior y un 14% logró ponerla en práctica.

Por otra parte, la cifra de empresas que no tiene contemplado ningún plan sobre este tema sigue en descenso, ya que apenas 7% de ellas manifestó esto, frente a un 10% en 2022 y 18% en 2021.



El **70%** de las organizaciones latinoamericanas cuenta con una estrategia de sostenibilidad, 1 punto porcentual más que en la edición 2022 y 24 puntos más que en 2021.

El número de empresas que señalan no tener una estrategia de sostenibilidad alcanzó su mínimo histórico de **7%** frente a un **10%** en 2022 y al **18%** declarado en 2021.

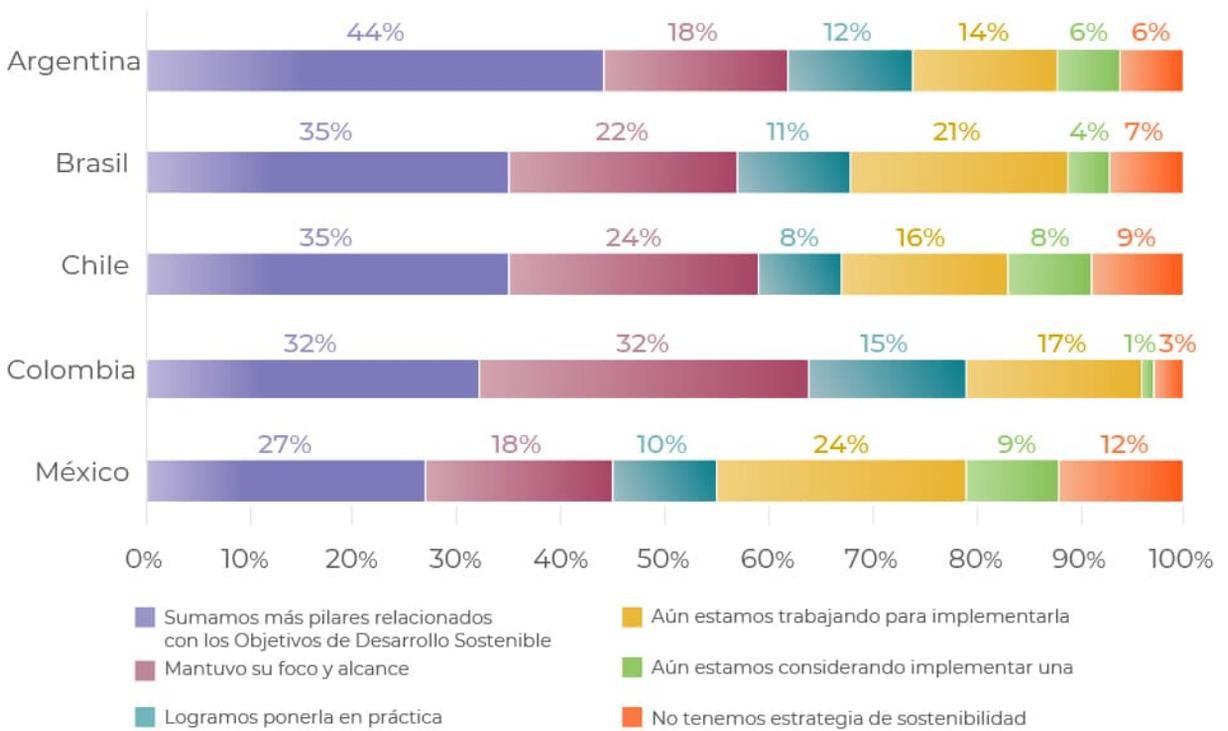
Cuadro 2

¿Quiénes tienen estrategia y quienes no? Evolución 2021-2023



Cuadro 3

¿Cómo evolucionó la estrategia de sostenibilidad de su compañía en el último año?



Si bien existe una brecha entre los diferentes territorios, el porcentaje de organizaciones que está reforzando sus estrategias sostenibles y sumando nuevos pilares vinculados a los ODS está por encima del 27% en todos los países participantes del estudio. En el caso de Argentina, este ítem alcanza un destacado 44%, seguido por Brasil y Chile, con un 35% cada uno.

Brasil es el país con menor proporción de empresas que no tienen definida aún una estrategia sostenible o que está considerando implementar una (11%) y Colombia, el que más nuevas iniciativas logró poner en práctica a lo largo del año (15%). En el caso de México, si bien aún hay un enorme margen de oportunidad, destaca que el número de organizaciones sin ningún plan vinculado con la sostenibilidad cayó, en apenas un año, del 17% en 2022 a 9% en 2023, lo cual es una buena noticia.

En cualquier caso, la puerta de entrada al universo de la sostenibilidad continúa siendo la diversidad y la inclusión. Sin embargo, como veremos, el foco comienza a diversificarse y se multiplican los esfuerzos en otras áreas.

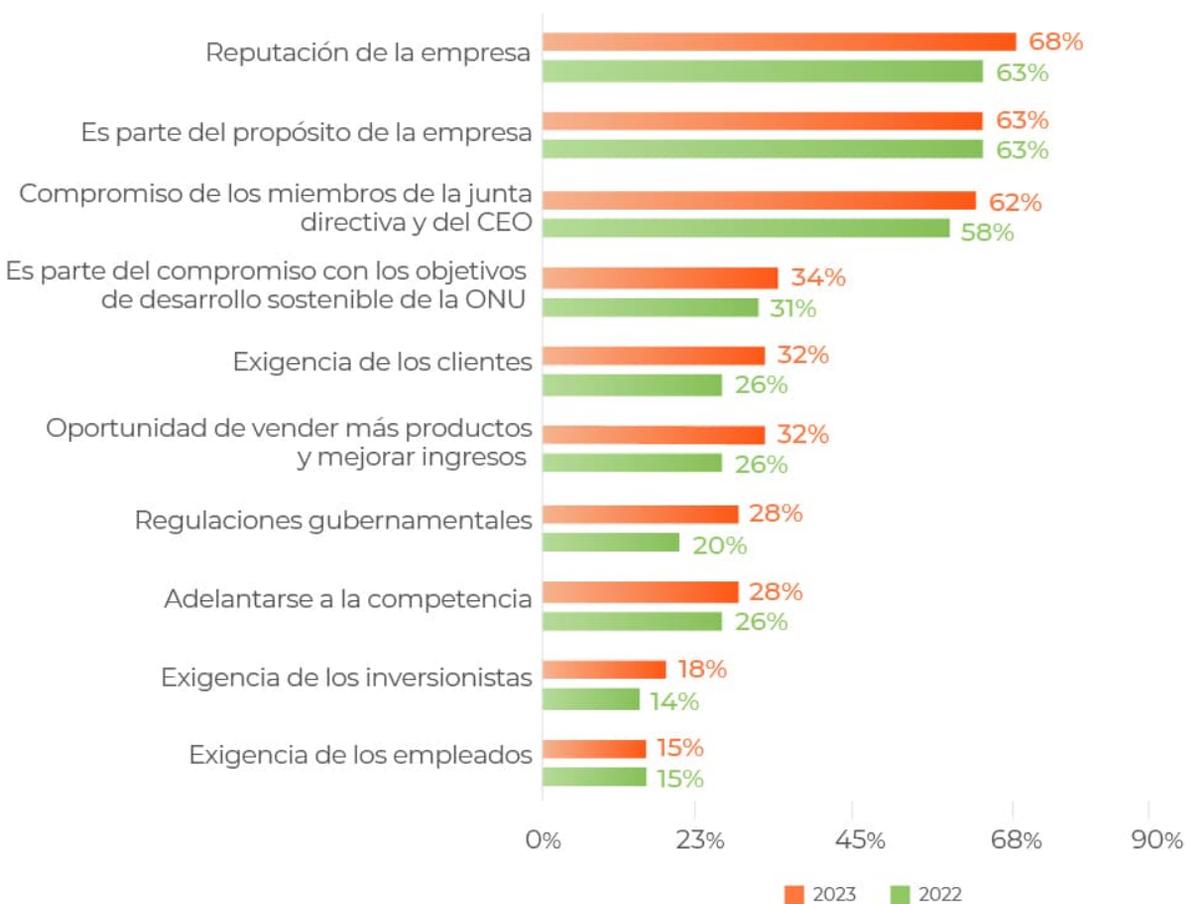


LAS MISMAS MOTIVACIONES, NUEVOS RETOS

La reputación y el propósito continúan siendo, al igual que el año anterior, la principal razón por la cual las empresas de la región adoptan una estrategia sostenible. Sin embargo, comienza a sentirse más el peso relativo de otras variables.

Cuadro 4

¿Cuáles son las fuerzas que motivan a su empresa a tener una estrategia de sostenibilidad? Comparativo 2023-2022



Un dato alentador es el crecimiento del compromiso de los miembros de la junta directiva y de los CEOs en estas iniciativas (pasó del 58% al 62%), ya que la participación de los miembros del “board” es considerado un acelerador de las iniciativas sostenibles y un factor clave para el éxito de los proyectos a largo plazo.

También, la sostenibilidad es vista cada vez más como una variable competitiva. Por eso es lógico que las exigencias de los clientes hayan tenido un crecimiento de seis puntos, hasta alcanzar 32% de las respuestas. Además, la demanda de los inversionistas también creció y hoy representa el 18%.

Las presiones regulatorias van en aumento a nivel global, lideradas por la Unión Europea⁵, y el efecto ya se nota por estas tierras:

- **Argentina** se ha centrado en la legislación sobre finanzas sostenibles, principalmente en relación con la emisión de instrumentos financieros sostenibles. La Comisión Nacional de Valores de Argentina (CNV) ha tomado medidas para establecer un marco jurídico para las emisiones sostenibles, con el objetivo de seguir las normas reconocidas internacionalmente.
- **Brasil** ha aplicado varias leyes y reglamentos relacionados con las prácticas ESG. Una de las más recientes es la Resolución 59/2021, emitida por la Comisión de Valores Mobiliarios de Brasil (CVM), que obliga a las empresas cotizadas a proporcionar información sobre prácticas e indicadores ESG en un formulario de referencia sobre la base de "cumplir o explicar". El formulario debe presentarse al menos una vez al año y está sujeto a investigación y sanciones administrativas en caso de tergiversación.
- **Chile** ha implementado una serie de leyes y regulaciones que buscan promover el desarrollo sostenible y mitigar los efectos del cambio climático. Entre ellas, la Ley Marco de Cambio Climático N°21.455, la Estrategia Climática de Largo Plazo de Chile y las Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional de Chile (presentación actualizada de 2020) son iniciativas clave que buscan reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y alcanzar la neutralidad de carbono en 2050.
- **Colombia** presentó, en marzo de 2022, un esquema de clasificación estandarizado (Taxonomía Verde) para promover y facilitar la canalización de recursos hacia inversiones sostenibles y definir directrices primarias para el desarrollo de las finanzas verdes. La Taxonomía Verde fue adoptada formalmente por el regulador financiero (SFC; Superintendencia Financiera de Colombia) en abril de 2022.
- **México** impulsa las prácticas ESG, en un movimiento que principalmente es una autorregulación del mercado más que por la iniciativa gubernamental, según informes recientes. Muchas empresas mexicanas y multinacionales con presencia en México han adoptado voluntariamente estrategias ESG para mitigar el riesgo y mejorar el rendimiento.

Todo esto también se refleja en esta nueva edición de "La Sostenibilidad en la Agenda del Liderazgo Latinoamericano": el 28% de los encuestados señaló a la cuestión regulatoria como un factor movilizante y, con una variación del 8%, se trata del ítem con mayor incremento en relación con el estudio del año anterior. En este sentido, es posible tomar este punto como un argumento que justifica la mayor participación de la mesa chica de las organizaciones en los temas de sostenibilidad.

El marco regulatorio aumentó **8 puntos porcentuales** su incidencia entre las motivaciones de las empresas

EL ROI Y LA CAPACIDAD DE DEMOSTRAR EL IMPACTO DE LAS ACCIONES: PRINCIPALES DESAFÍOS

Cuadro 5

¿Cuáles son las principales barreras que enfrenta su organización para poder implementar o incrementar esfuerzos en materia de sostenibilidad? Comparativo 2023-2022



Las principales barreras a la hora de subirse a las iniciativas sostenibles continúan siendo las dificultades para medir el impacto de las acciones (subió de 46% en 2022 a 48% en 2023) y, fundamentalmente, para demostrar el retorno de la inversión, un dolor de cabeza en el que coincidió el 53% de los encuestados (contra 46% del año anterior).

Con relación a los obstáculos que estas compañías encuentran en el camino, hubo avances en algunos aspectos: por ejemplo, el número de organizaciones que considera no tener ninguna barrera creció del 14% al 17% entre 2022 y 2023.

Sin embargo, quedan vigentes desafíos muy profundos. Desde cuestiones culturales como la resistencia organizacional (15%, bajó dos puntos respecto a 2022) o el hecho de que no sea una prioridad para el negocio (19%, creció llamativamente cinco puntos, en especial considerando el contexto ofrecido previamente) o que la organización no sabe por dónde comenzar (también aumentó del 3% al 8%).

La importancia de contar con el acompañamiento de un socio adecuado en el recorrido se hace evidente en estos casos, al igual que en aquellos donde falta experiencia (32%, 2 puntos en alza) o que no hay claridad sobre cómo incorporar sostenibilidad a los procesos de negocios y a los sistemas de gestión (42%, un punto encima del año anterior).

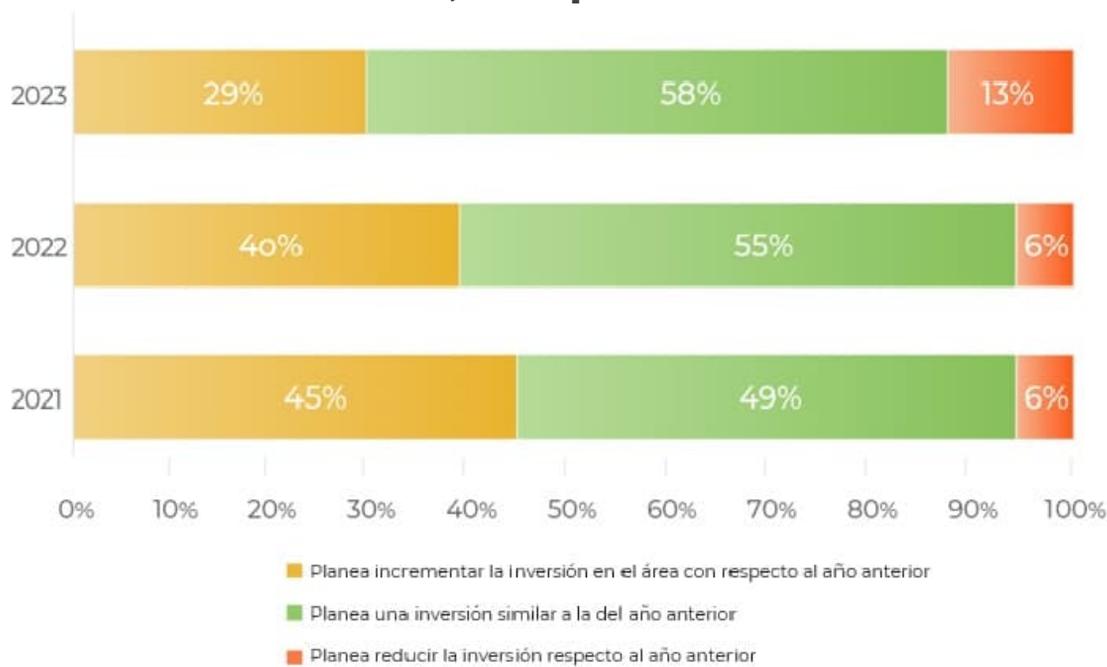


Más de la mitad de los encuestados considera que la mayor dificultad está en demostrar el ROI realizada: un **7%** de incremento respecto al año anterior.

EL INTERÉS Y LA INVERSIÓN EN SOSTENIBILIDAD NO CRECEN CON LA MISMA FUERZA

Cuadro 6

¿En los próximos meses, en relación a sus planes de invertir en iniciativas de sostenibilidad, su empresa...?



Una lectura apresurada sobre las respuestas relativas a la inversión refleja una desaceleración de ésta en la región y, como consecuencia, podría interpretarse como un menor interés en los temas de sostenibilidad. Esto puede ser un reflejo de la dificultad de demostrar el retorno de la inversión o la dificultad de medir las acciones sostenibles, dos barreras muy claras y constantes en este estudio. Sin embargo, existen algunos factores que se deben tener en cuenta al momento de analizar la evolución de esta respuesta a lo largo de los años.

En primer lugar, la proporción de organizaciones que han incrementado la cantidad de pilares a su estrategia de sostenibilidad volvió a crecer, así como los porcentajes de empresas que mantuvieron o lograron poner en marcha sus iniciativas se sostuvo parejo de un año a otro. Esto puede dar lugar a suponer que las organizaciones de la región estarán a la espera de los resultados de la inversión anterior, en un contexto económico global impredecible, afectado por variables que van desde un riesgo de recesión anunciado por organismos internacionales a fines del año pasado⁶ hasta los efectos de la guerra en Ucrania, más la volatilidad política y económica propias de la región que redujeron las expectativas de crecimiento.

En un corte por país, Argentina tiene la mayor proporción de empresas que incrementarían la inversión en relación con 2022 (34%), seguido de Chile y Colombia (32%), Brasil (29%) y México (20%).

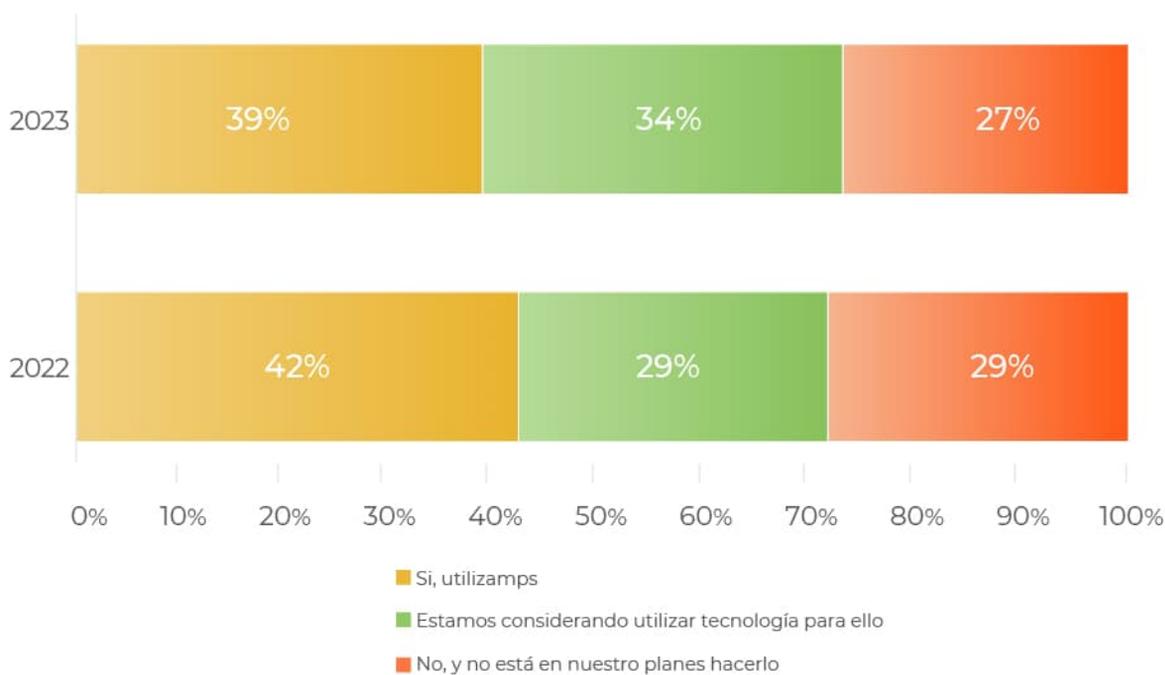
Crece el interés, pero disminuye la inversión...¿Problemas de ejecución, dificultad para demostrar el ROI o medir el impacto?

SUMAR TECNOLOGÍA Y RODEARSE DE EXPERTOS: LA NUEVA ESTRATEGIA

La transformación digital es una aliada fundamental de las estrategias sostenibles: los datos y las nuevas tecnologías permiten monitorear la eficiencia energética, medir los cambios en las emisiones de la huella de carbono, evaluar la sostenibilidad de la cadena de suministro de punta a punta, dar soporte a las políticas de inclusión y diversidad, eliminar los desperdicios en la producción, optimizar el uso de medios de transporte contaminantes, asegurar el cumplimiento de muchos de los derechos humanos más básicos, promover estrategias de comercio justo entre otros puntos.

Cuadro 7

¿Está considerando utilizar tecnología para gestionar sus estrategias de sostenibilidad?



En este contexto, el 39% de las empresas latinoamericanas ya utiliza tecnología para dar soporte a sus estrategias sostenibles, contra un 27% que planea no hacerlo. Estas cifras presentan una leve disminución respecto al estudio de 2022, debido a que en aquella ocasión no se habían incluido ejecutivos de empresas chilenas, que parecen tener por delante desafíos mayores a los de los cuatro países que participaron ya de las tres ediciones de este informe.

Colombia y Brasil lideran el uso de la tecnología para impulsar la sostenibilidad, mientras que Argentina y de nuevo Colombia son los que exhiben una mayor proporción de organizaciones que analizan hacerlo.

También indagamos entre los C-Level de la región sobre si en el último año realizaron consultas a expertos en tecnología sobre cómo avanzar en la medición, control y gestión de su estrategia de sostenibilidad, y hallamos que 52% de ellos buscaron o concretaron reuniones con estos especialistas.

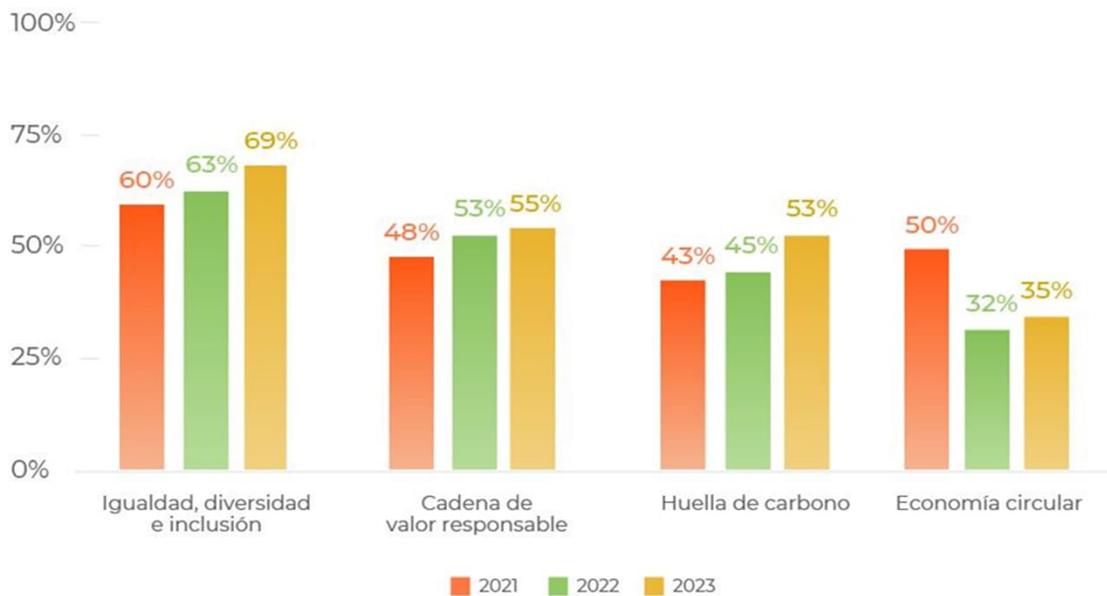
POLÍTICAS EMPRESARIALES: HACER, MEDIR Y COMUNICAR

Al igual que en las ediciones anteriores, hemos consultado a las organizaciones sobre cuál es el foco en el que centran su estrategia de sostenibilidad, permitiendo de esta manera identificar patrones y algunas novedades.

Cuadro 8

¿Cuál es el foco de su estrategia de sostenibilidad?

Comparativo 2023-2021



El punto de acceso de las organizaciones latinoamericanas al mundo de la sostenibilidad continúa siendo la “Igualdad, diversidad e inclusión”: es una práctica que en 2023 fue contemplada por el 69% de las organizaciones participantes lo que muestra un crecimiento continuo a lo largo de las tres ediciones de este estudio.

Pero lejos de concentrarse en este ítem, el foco continúa diversificándose: las iniciativas vinculadas con las cadenas de valor responsables alcanzaron un 55% de las respuestas (7% más que en la encuesta de 2021), mientras que los trabajos por la disminución de la huella de carbono sumaron el 53% de las respuestas (10% más que en 2021). Los objetivos de llegar a emisiones cero netas para 2050 planteados por las Naciones Unidas⁷ y el avance de regulaciones al respecto en distintas geografías, particularmente en Europa, podría empujar a las filiales regionales de las empresas globales a acelerar este tipo de iniciativas.

Destaca la eficiencia de las herramientas de SAP como aliadas para medir la huella de carbono, uno de los pilares de las estrategias sostenibles: el 65% de los clientes de la compañía tienen este eje como uno de sus principales focos sostenibles, contra un 42% del total de la industria.

Por otra parte, resalta que la economía circular, que había tenido su *momentum* en 2021, cuando estaba presente en la estrategia sostenible del 50% de los encuestados, muy probablemente consecuencia de los cambios de hábito vinculados con una pandemia que aún estaba entre las prioridades de las organizaciones, se mantiene en torno al 30% (32% en 2022 y 35% en 2023).

Este año por primera vez se incorporó el ítem “Soluciones basadas en la naturaleza”: el 21% de las empresas consultadas declaró estar trabajando en el tema. Se trata del conjunto de acciones o políticas que buscan proteger, restaurar y gestionar de manera sostenible los ecosistemas para que aumenten su resiliencia, estén mejor preparados para abordar desafíos urgentes (desastres naturales, baja disponibilidad de agua, impacto del cambio climático) y logren un equilibrio entre salvaguardar la biodiversidad e impulsar el bienestar humano. Un área de oportunidad sobre la cual ya está puesta la mirada, pero que tiene un amplio margen de crecimiento.

55% de las compañías latinoamericanas tiene iniciativas sobre la cadena de suministro.

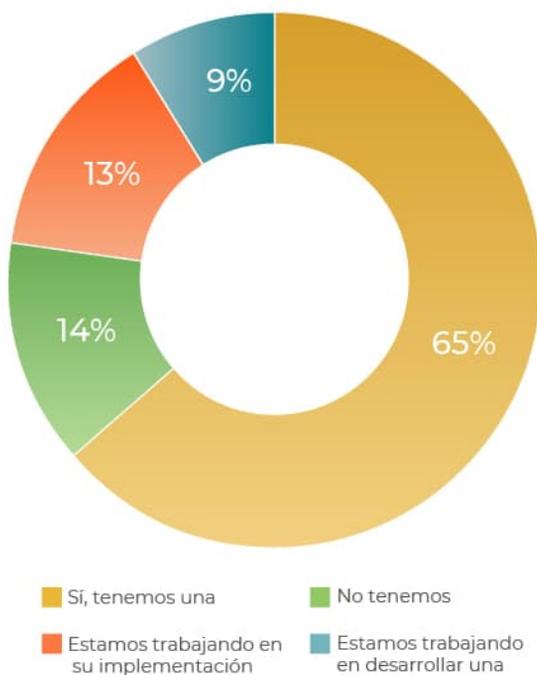


Cuando se consulta a las empresas sobre programas concretos de sostenibilidad, se hace visible que existen avances y, al mismo tiempo, que continúa habiendo un buen espacio para seguir creciendo, más en algunas líneas de trabajo que en otras.

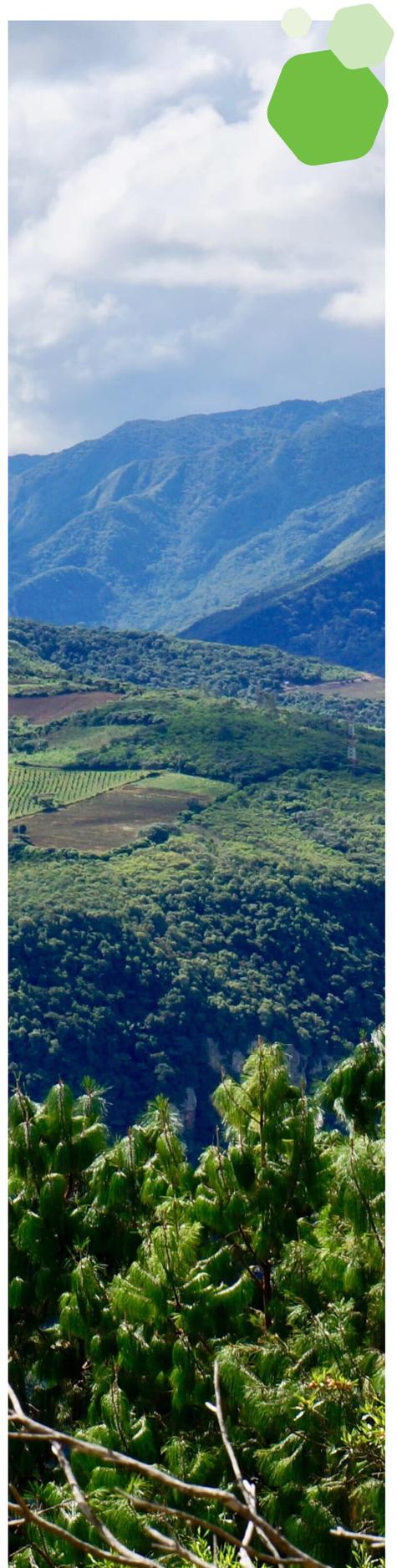
Por otra parte, existe evidencia de un progreso en la profesionalización y en la profundización en el nivel de detalle con el que se trata la agenda de sostenibilidad y sus programas, plasmado por ejemplo en la utilización de parámetros o estándares internacionales para la generación de indicadores y la construcción de reportes.

Cuadro 9

¿Tiene su empresa una política de diversidad e inclusión?

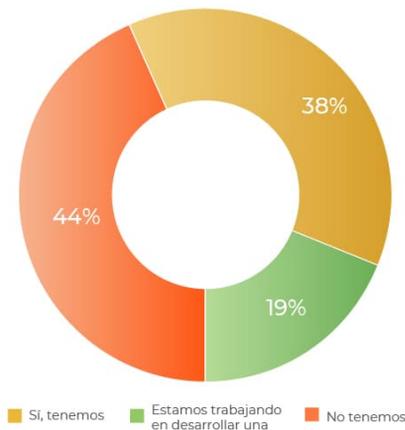


En el caso de los programas de diversidad, inclusión e igualdad, hubo un incremento del 3% con relación al año anterior, consolidándose como el pilar de gestión sostenible más fuerte en toda la región, en todos los mercados.



Cuadro 10

¿Tiene su empresa una política de emisiones de carbono?



La reducción de la huella de carbono es parte de la agenda del 53% de las empresas, tal como señalaba el Cuadro 8. Sin embargo, sólo 38% de quienes participaron de este estudio ha logrado contar con una política formal al respecto, donde inclusive los alcances también varían.

24% señala que la política desarrollada es de alcance 1 y 2 y un **14%** restante ha incorporado también el alcance 3.

Otro 19% asegura estar trabajando en desarrollar una política. En 2022, 36% había declarado tener una línea de trabajo en este sentido y otro 18% se encontraba ocupada en desplegar una. Es decir que, en líneas generales, se notan avances que podrían prometer mejores resultados a futuro.

En **2023** hay un incremento de **2%** en el número de empresas que trabajan con una política de disminución de **CO²**

¿Qué son y qué implican los distintos niveles alcance en la medición de la huella de Carbono

Actualmente, las organizaciones que siguen la evolución de su huella de carbono suelen utilizar estándares o parámetros internacionales para su medición. Estos criterios, además, permiten diferenciar y ordenar las emisiones de dióxido de carbono según distintos tipos:

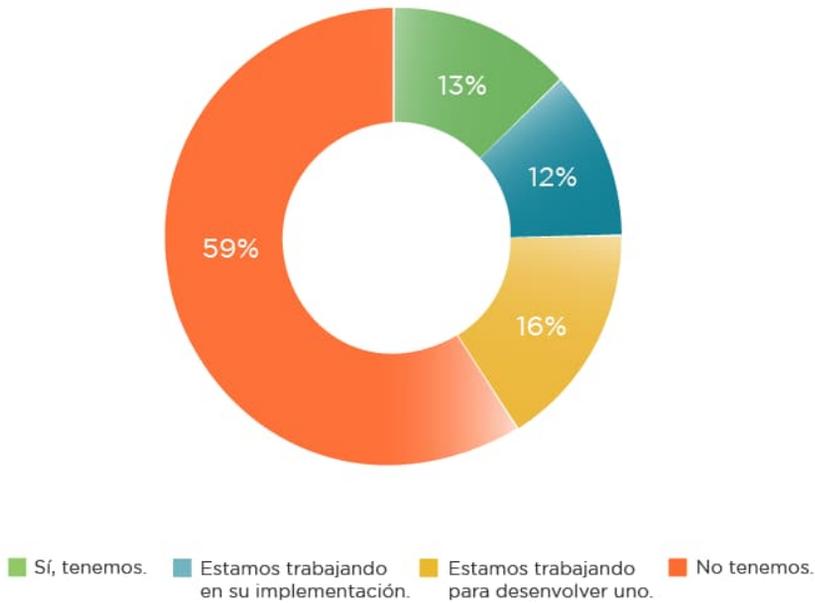
Emisiones de alcance 1: son las emisiones directas, es decir, aquellas que surgen desde la misma organización por el uso del combustible fósil para vehículos, maquinarias, etc., así como por pérdidas de gases refrigerantes como los que usan los aires acondicionados o, también, como resultado de los procesos productivos vinculados con fenómenos químicos.

Emisiones de alcance 2: son emisiones indirectas generadas por la energía consumida y comprada por el emisor. En este punto, parte de lo que se mide es la emisión de gases de una parte de la cadena de valor donde participa la organización.

Emisiones de alcance 3: se trata de una segunda variante de emisiones indirectas, correspondientes a los productos y servicios que adquiere la organización para poder desarrollar su actividad y que, por el hecho de existir, ya han generado una emisión previa de gases. Esto las hace más difícil de trazar, porque implicar ir de modo profundo dentro de la cadena de valor de una organización.

Cuadro 11

¿Tiene su empresa un programa que ayude a sus proveedores a reducir la huella de carbono o a lograr el equilibrio de emisiones?



Cuando se pidió a los encuestados que indicarán el foco de sus estrategias sostenibles, un 54% hizo referencia a las cadenas de valor responsables. Sin embargo, a la hora de indicar si cuentan con un programa que ayude a los proveedores a reducir la huella de carbono, apenas un 13% respondió de manera afirmativa. El 69% ni siquiera está trabajando en el tema. Esto significa que quienes comiencen a recorrer este camino estarán un paso adelante de sus competidores.

Esta situación no es únicamente propia de Latinoamérica: pese a que existe evidencia a nivel global de que 90% de las emisiones de gases invernaderos provienen de la cadena de suministro de una organización, y que entre 50% y 70% de los costos operativos también provienen de ella, un estudio global muestra que 33% de las empresas carece de casos de referencia sobre cadenas de suministro sostenible y cerca de la mitad de los consultados señala que sus empresas “tienen dificultades para medir el rendimiento de las actividades de la cadena de suministro sostenible”.⁸

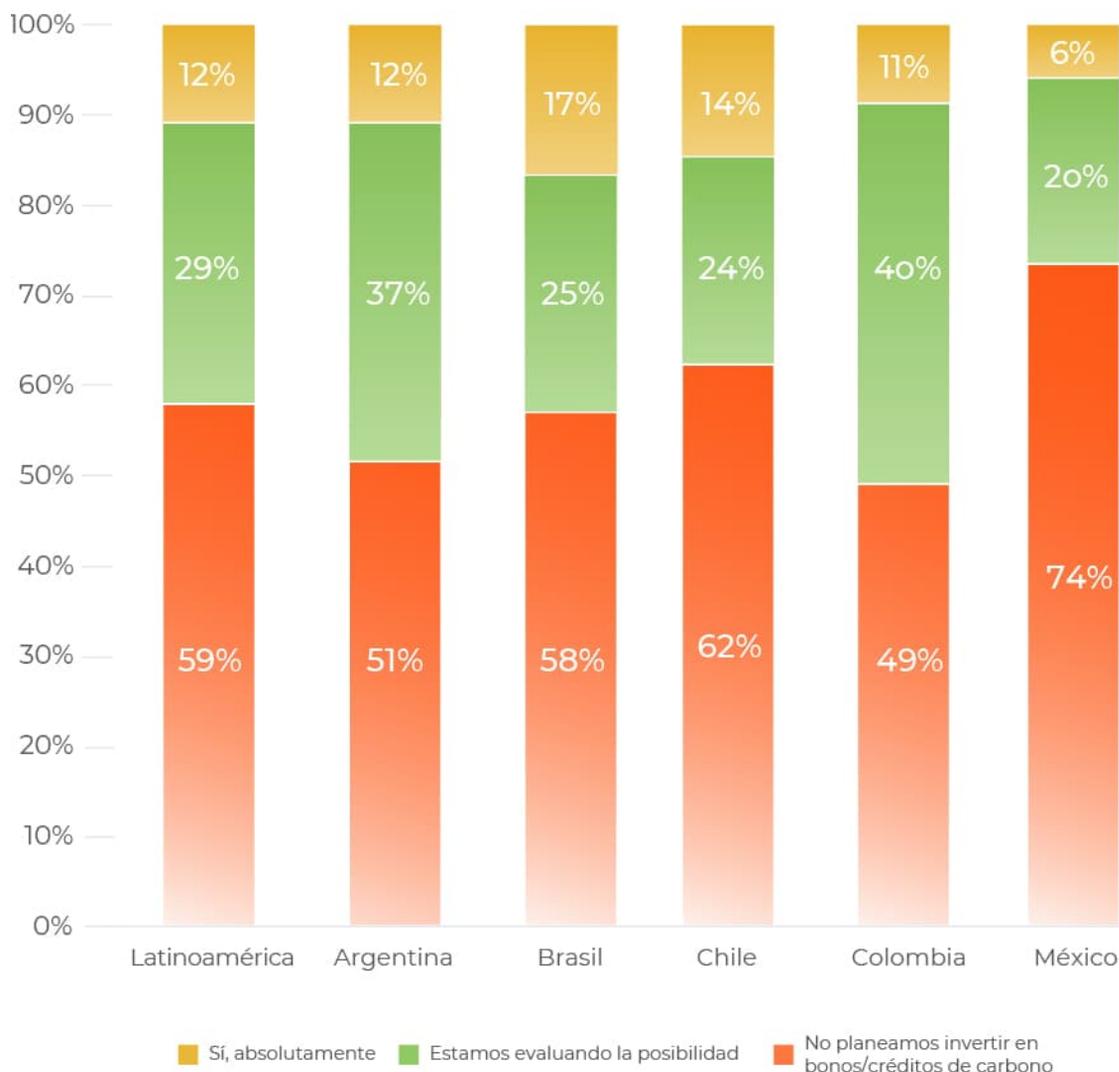
Los programas vinculados a la cadena de valor sostenible son muy escasos: para las empresas que se atrevan a ser pioneras en este campo, **pueden significar una importante ventaja competitiva.**

Los créditos de carbono: la nueva oportunidad

Un tema emergente en la agenda es, sin dudas, la cuestión de los créditos de carbono o bonos verdes.

Cuadro 12

Durante 2023, ¿planea su organización invertir en bonos/créditos de carbono?



El 41% de las empresas de la región ya busca invertir en bonos de carbono, lo que significa una tremenda oportunidad para América Latina, que representa un tercio del potencial global del mercado voluntario de carbono con soluciones basadas en la naturaleza.

Si vemos un corte por país, de las empresas que buscan invertir o ya invierten, Colombia toma el liderazgo con el 51% de la muestra, seguida por Argentina con un 49%.

En resumen, el potencial de avance de los bonos verdes habrá que seguir observándolo y darle seguimiento en los próximos años.

ROL Y VALOR DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

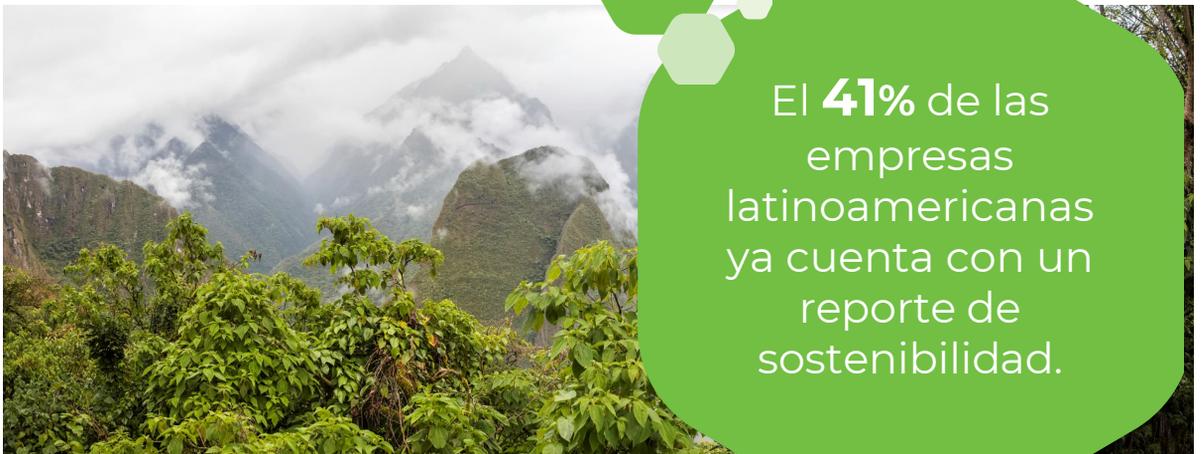
El reporte de sostenibilidad es una pieza clave; es el instrumento que permite entender el desempeño de las acciones adoptadas, cuán cerca o lejos se está de los objetivos planteados y qué tan acertada está resultando la estrategia sostenible definida⁹.

Cuadro 13

¿Tiene su empresa un reporte de sostenibilidad?



En este campo también existe mucho margen para que las empresas latinoamericanas maduren y se desarrollen. En concreto, la proporción de empresas que tiene un reporte de sostenibilidad se sostuvo igual que en 2022: 41%. Quizás, en este punto, lo más prometedor esté en que 10% ya trabaja en la elaboración de su primer informe y que 22% analiza trabajar en él. Esto podría llevar a que 7 de cada 10 empresas tenga un reporte de sostenibilidad en los próximos años.



El **41%** de las empresas latinoamericanas ya cuenta con un reporte de sostenibilidad.

Cuadro 14

¿Incluyó su empresa datos de sostenibilidad en su último reporte financiero?



Acerca de la inclusión de datos de sostenibilidad en el reporte financiero, el 34% de las organizaciones ya lo venía haciendo, el 5% los incorporó por primera vez en el reporte del 2023 y el 16% planea hacerlo en su próximo informe financiero. De los encuestados restantes, un 36% aún no consideró el tema y un 9% no piensa hacerlo tampoco en el futuro.

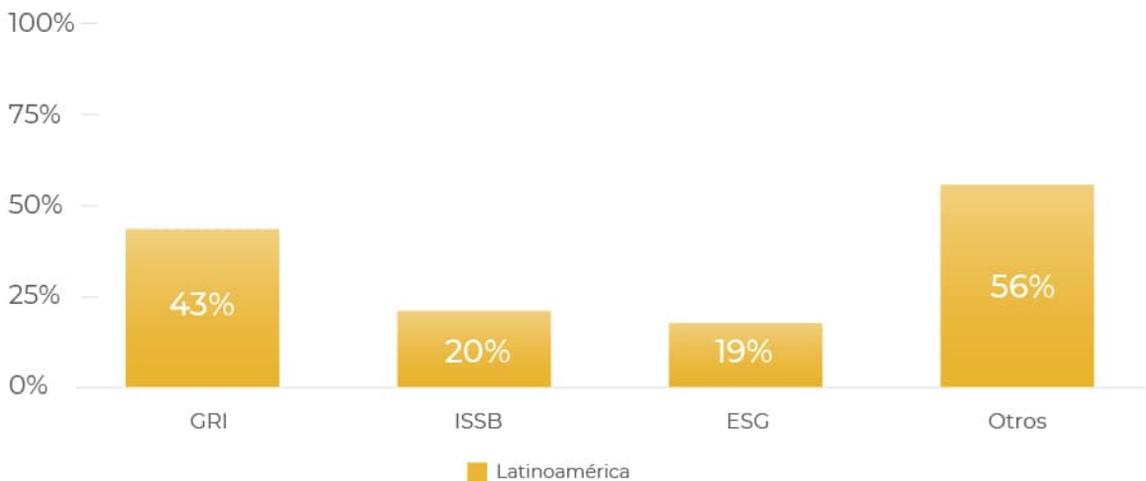
55% de las empresas incluyó los datos de sostenibilidad en su último reporte financiero o piensa hacerlo en el próximo.

El desafío de ponernos de acuerdo

Hasta aquí hemos visto que las organizaciones avanzan y reportan. Ahora, ¿Cómo miden y bajo qué criterios?

Cuadro 15

¿Usa su empresa algún modelo estándar para sus reportes o métricas relacionadas a la sostenibilidad? (respuestas múltiples).



De las 500 empresas consultadas para este estudio, el 62% utiliza algún modelo estándar para sus reportes o métricas relacionadas con la sostenibilidad. La particularidad de este punto es que se dan dos fenómenos. Por una parte, el número de modelos para medir es amplio y está muy distribuido, pese a que predominan tres. Por otra parte, una misma organización suele utilizar en promedio 3.4 modelos distintos que coexisten. Esto refleja la importancia creciente que representa la necesidad de medir, de demostrar de alguna manera el retorno de la inversión y de superar el resto de las barreras vinculadas a los proyectos de sostenibilidad.

Sobre los tres modelos predominantes, podemos señalar que tienen una participación geográfica heterogénea y que, en algunos mercados, predominan más unos que otros, según el siguiente detalle:

- GRI (Global Reporting Initiative), es elegido por el 43% de las empresas de la región, con una muy alta incidencia en Colombia, donde es empleado por el 56% de las organizaciones. Le siguen Brasil (44%), Argentina y Chile (38%) y México (29%).
- ISSB (International Sustainability Standards Board), es señalado por el 20% de quienes respondieron afirmativamente contar con un modelo de medición. Aquí el principal usuario es Chile (35%), seguido por Argentina (19%), Colombia (18%), Brasil (16%) y México (14%).
- ESG (Environmental, Social & Governance), con una adopción de 19% a nivel regional, con Brasil (36%) a la cabeza y luego México (29%), Argentina (25%) y Colombia (9%). Chile no reportó ningún caso.

La mayoría de las empresas combinan más de 3 modelos diferentes de reportes, lo que **refleja la necesidad de regular y homogeneizar la manera de medir la sostenibilidad.**

Con los ojos puestos en los resultados

Cuadro 16

¿Cuánto tiempo cree usted que tardará en impactar en su negocio sus esfuerzos de sostenibilidad?



El dato alentador es que 57% de las empresas en Latinoamérica ven hoy resultados de sus iniciativas sostenibles o espera obtenerlos durante los próximos doce meses. El 43% restante considera que se trata de una estrategia a largo plazo, lo que significa que esperan cosechar lo sembrado recién en un período de dos a cuatro años.

En comparación con los números del estudio anterior, vemos una disminución de las expectativas. En efecto, en 2022 hubo un 40% de encuestados que respondió “ya estamos viendo resultados”.

¿A qué puede deberse la disminución en el número? Hemos visto en un apartado anterior que el foco de las iniciativas de sostenibilidad se está diversificando. En esa ampliación de las estrategias sostenibles se hace razonable que muchas empresas se hayan puesto nuevos objetivos y en un plazo a futuro.



El **57%** de las empresas ya ve resultados de sus estrategias sostenibles o espera verlos a lo largo de este año.



Una mirada a futuro

● Más organizaciones por un mundo mejor

El número de empresas que señala no estar haciendo nada o no considera hacer algo por el planeta se reduce año tras año, lo que representa una buena señal de cara al futuro inmediato. La expectativa es que este indicador tienda a cero y que el desafío esté puesto en la articulación de las cadenas de valor sostenibles entre los distintos sectores.

● El marco regulatorio avanza

El avance de los marcos normativos vinculados al medio ambiente es claro y concreto. En la región, como en el resto del mundo, el tema gana protagonismo en la opinión pública y las organizaciones sienten cada vez más el peso de un tema que, a la vista, muestra una conveniencia por la autorregulación. Esto ha llevado de alguna manera a que los altos ejecutivos del sector privado se involucren más con el desarrollo de su agenda de sostenibilidad.

● Medir se vuelve recurrente

Se ha extendido como una buena práctica la medición de la gestión de las acciones sostenibles, lo que contribuirá a mejorar los puntos de dolor de las organizaciones: la demostración del retorno de la inversión y el fortalecimiento de los reportes financieros con datos verdes. Dentro del próximo año el número de empresas que asumirían esta práctica podría pasar de 39% a 55%, consolidando así una tendencia en crecimiento.

● Crece el interés, pero no la inversión

Aunque hay una tendencia clara en el aumento de las estrategias sostenibles, la inversión en ella no crece de la misma manera. Esto puede ser un reflejo de la dificultad de demostrar el retorno de la inversión o la dificultad de medir las acciones sostenibles, dos barreras muy claras y constantes en este estudio.

● Un foco diverso y relevante

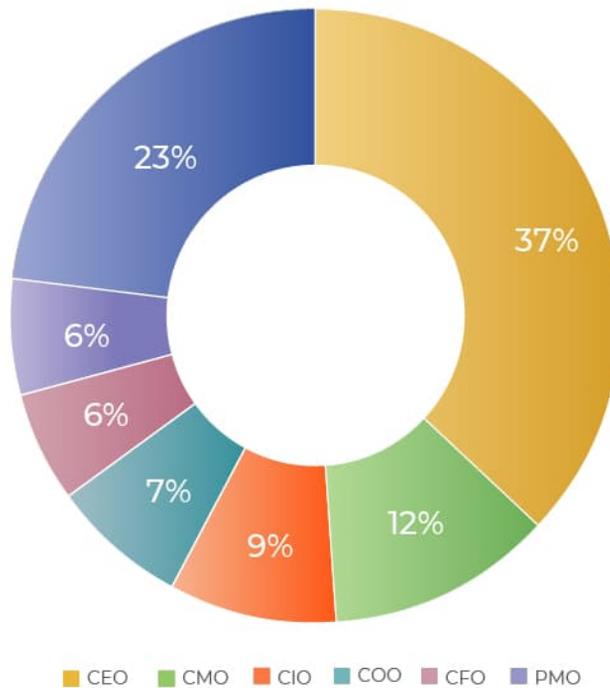
El punto de acceso o piedra angular de las estrategias de sostenibilidad continúan siendo las personas: motivación de empleados, de clientes o inversionistas y diversidad e inclusión. De cara al futuro, el foco se amplía: aumenta la preocupación por medir y reducir la huella de carbono y comienzan a consolidarse los ecosistemas de cadenas de valor responsables.

METODOLOGÍA

Los resultados del estudio presentados en este documento se basan en una encuesta realizada en el mes de abril de 2023 a 500 CEOs y altos ejecutivos de empresas medianas y grandes con operaciones en Latinoamérica. A diferencia de las dos ediciones anteriores, se ha incrementado el número de ejecutivos en la muestra y se incorporó un nuevo mercado: en esta tercera entrega participan además de ejecutivos de Argentina, Brasil, Colombia y México, líderes de Chile.

Cuadro 17

¿Quiénes participaron de este estudio?



- La mayoría de los ejecutivos entrevistados son CEOs (40%), seguidos por CMOs (12%). Este número representa una mayor participación de CEOs que en las dos ediciones anteriores.
- Hemos distribuido la muestra entre aquellas organizaciones que se enfocan en la producción de bienes (53%) y aquellas que solo prestan servicios (47%).
- 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 (banca y seguros), viajes y entretenimiento, retail, salud y telecomunicaciones.

REFERENCIAS EXTERNAS

Las siguientes referencias externas han sido consultadas para complementar y contextualizar la información obtenida en esta nueva edición del estudio “La Sostenibilidad en las agendas de los líderes de América Latina”.

- 1 Naciones Unidas, Lagunas en el derecho internacional del medio ambiente y los instrumentos relacionados con el medio ambiente: hacia un pacto mundial por el medio ambiente. 2018
https://digitallibrary.un.org/record/1655544/files/A_73_419-ES.pdf?ln=es
- 2 Globally, the cumulative number of climate change-related cases has more than doubled since 2015, bringing the total number of cases to over 2,000. Around one-quarter of these were filed between 2020 and 2022.
<https://www.lse.ac.uk/granthaminstitute/publication/global-trends-in-climate-change-litigation-2022>
- 3 World Economic Forum; “Why sustainability is crucial for corporate strategy”, junio 2022.
<https://www.weforum.org/agenda/2022/06/why-sustainability-is-crucial-for-corporate-strategy>
- 4 Good.Must.Grow; “CCSIIndex”, 2022.
<https://goodmustgrow.com/cms/resources/ccsi/gmg2022ccsifinal.pdf>
- 5 EY; “ESG regulatory pressure: how to navigate the increasing EU regulations?”, noviembre 2022.
https://www.ey.com/en_be/assurance/esg-regulatory-pressure-how-to-navigate-the-increasing-eu-regulations
- 6 Fondo Monetario Internacional; Las autoridades deben mantener la mano firme en el timón ante los nubarrones que se avecinan sobre la economía mundial, octubre de 2022.
<https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2022/10/11/policymakers-need-steady-hand-as-storm-clouds-gather-over-global-economy>
- 7 Naciones Unidas; “Llegar a las emisiones netas cero: el mundo se compromete a tomar medidas”, noviembre 2022.
<https://www.un.org/es/climatechange/net-zero-coalition>
- 8 EY; How sustainable supply chains are driving business transformation, septiembre de 2022.
https://www.ey.com/en_gl/supply-chain/supply-chain-sustainability-2022
- 9 World Economic Forum; “World Economic Forum; “Why sustainability is crucial for corporate strategy”, Junio 2022.”, Junio 2022.
<https://www.weforum.org/agenda/2022/06/sustainability-reporting-why-important>