

Sostenibles y rentables

El 90% de las medianas empresas planea invertir en ESG en el próximo año

Las compañías creen que la sostenibilidad les trae nuevos negocios. Ecobiz participó de la presentación del reporte global de Grant Thornton que te explica lo que piensan



La energía renovable es una de las principales prácticas sostenibles en la que se enfocan las medianas empresas.

Por: Gabriela Arias

Ser sustentable hoy es rentable. El 90% de las medianas empresas a nivel global planea mantener o incluso incrementar su inversión en iniciativas ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en los próximos 12 meses y lo harán por una motivación económica más que por presiones normativas. De hecho, un 54% de las compañías cree que sus estrategias de sostenibilidad mejorarán la rentabilidad y más de la mitad considera que les permitirá incrementar sus ingresos.

Los datos se desprenden del nuevo informe de [Grant Thornton International](#) “Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro”, que se presentó recientemente en una actividad de la que participó Ecobiz.

Históricamente, los marcos regulatorios fueron el principal motor de la adopción de criterios ESG. Sin embargo, el reporte muestra que, entre las middle market (medianas empresas), la motivación económica supera a la presión normativa. En otras palabras, no se trata solo de cumplir con requisitos externos, sino de aprovechar oportunidades para crecer, diferenciarse y fortalecer la competitividad.

“En Argentina, cada vez más líderes empresariales están entendiendo que la sostenibilidad no es una exigencia externa, sino una decisión estratégica que agrega valor. El desafío pasa por integrar los criterios ESG a la gestión diaria, no como un área aparte, sino como parte del modelo de negocio”, destaca [Alejandro Chiappe](#), socio líder de Advisory Services de Grant Thornton Argentina.

En el mundo corporativo, conceptos como huella de carbono, economía circular o responsabilidad empresarial ya forman parte del vocabulario habitual. Pero detrás del discurso, los datos muestran que las empresas medianas están pasando de las palabras a la acción.

“En Argentina cada vez más líderes empresariales entienden que la sostenibilidad no es una exigencia externa sino una decisión estratégica que agrega valor”

Este cambio de enfoque se replica en toda América latina, donde las empresas comienzan a vincular sostenibilidad con rentabilidad y visión de largo plazo.

El negocio detrás del impacto

Los motivos que impulsan a las compañías son claros. **Según el estudio, la competencia (41,6%) y la reputación de marca (38%)** encabezan la lista de factores determinantes. Más de la mitad (54%) cree que sus estrategias ESG mejorarán la rentabilidad, mientras que un 51% espera que incrementen sus ingresos. Solo un 2% de las firmas aún no percibe conexión entre sostenibilidad y resultados comerciales.



Alejandro Chiappe, socio líder de Advisory Services de Grant Thornton Argentina.

En este contexto, la sostenibilidad se consolida como un eje de posicionamiento. **Las empresas que logran integrar prácticas responsables no solo fortalecen su imagen, sino que también acceden a nuevos mercados, financiamiento y alianzas estratégicas.**

Dónde ponen el foco

Las áreas de inversión más elegidas reflejan una lógica práctica: las medianas empresas priorizan proyectos con impacto directo en la eficiencia y en la reducción de costos. La **energía renovable (43,5%)**, el desarrollo de **nuevos productos sostenibles** y la incorporación de **tecnología** para optimizar procesos encabezan las iniciativas.

“La transición energética ya no es una tendencia, sino un imperativo competitivo. Las empresas que invierten hoy en eficiencia y fuentes renovables estarán mejor preparadas para un escenario de costos y regulaciones cada vez más exigente”, sostiene Chiappe.

La competencia y la reputación de marca son los principales motivos por los cuales las empresas impulsan acciones sostenibles

Este tipo de inversiones ofrece un doble retorno: **financiero y reputacional**. Las empresas que apuestan por la eficiencia energética y la digitalización fortalecen su resiliencia y ganan capacidad para enfrentar futuros desafíos.

Desafíos persistentes, avances graduales

Pese al entusiasmo, los obstáculos no desaparecen. Tres barreras principales frenan el avance de muchas compañías: los costos iniciales, la complejidad técnica y la incertidumbre regulatoria. Para sortearlos, muchas optan por avanzar en etapas: primero con acciones de bajo costo e impacto inmediato —como eficiencia energética o digitalización— y luego escalar hacia proyectos de mayor alcance.

El informe también destaca diferencias por sector y región. En los servicios financieros, por ejemplo, el acceso al financiamiento sostenible actúa como un incentivo clave, mientras que en el sector público pesa más la presión de los grupos de interés. En Norteamérica y Asia Pacífico predomina el optimismo sobre los beneficios de la sostenibilidad a mediano plazo.

Una agenda que llegó para quedarse

¿Cómo pueden las empresas argentinas sumarse a esta tendencia global? Grant Thornton propone algunos pasos concretos: **realizar un diagnóstico previo para identificar áreas de impacto, iniciar programas piloto antes de escalar inversiones, vincular las acciones con un propósito genuino y comunicar los avances de manera transparente.**

“La sostenibilidad ya no es un capítulo aparte del negocio, sino la base de un nuevo modelo operativo y quienes comiencen hoy a integrarla de forma real y estratégica no solo estarán mejor preparados para el futuro, sino que serán protagonistas en su construcción”, concluye el informe.

[...] Las compañías creen que la sostenibilidad les trae nuevos negocios. Ecobiz participó de la presentación del reporte global de Grant Thornton que te explica lo que piensan Gabriela Arias mail
Ser sustentable hoy es rentable. El 90% de las medianas empresas a nivel global planea mantener o incluso incrementar su inversión en iniciativas ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en los próximos 12 meses y lo harán por una motivación económica más que por presiones normativas. De hecho, un [...]]

Las compañías creen que la sostenibilidad les trae nuevos negocios. Ecobiz participó de la presentación del reporte global de Grant Thornton que te explica lo que piensan Gabriela Arias mail

Ser sustentable hoy es rentable. El 90% de las medianas empresas a nivel global planea mantener o incluso incrementar su inversión en iniciativas ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en los próximos 12 meses y lo harán por una motivación económica más que por presiones normativas. De hecho, un 54% de las compañías cree que sus estrategias de sostenibilidad mejorarán la rentabilidad y más de la mitad considera que les permitirá incrementar sus ingresos.

Los datos se desprenden del nuevo informe de Grant Thornton International “Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro”, que se presentó recientemente en una actividad de la que participó Ecobiz

Históricamente, los marcos regulatorios fueron el principal motor de la adopción de criterios ESG. Sin embargo, el reporte muestra que, entre las middle market (medianas empresas), la motivación económica supera a la presión normativa. En otras palabras, no se trata solo de cumplir con requisitos externos, sino de aprovechar oportunidades para crecer, diferenciarse y fortalecer la competitividad.

“En Argentina, cada vez más líderes empresariales están entendiendo que la sostenibilidad no es una exigencia externa, sino una decisión estratégica que agrega valor. El desafío pasa por integrar los criterios ESG a la gestión diaria, no como un área aparte, sino como parte del modelo de negocio”, destaca Alejandro Chiappe, socio líder de Advisory Services de Grant Thornton Argentina.

En el mundo corporativo, conceptos como huella de carbono, economía circular o responsabilidad empresarial ya forman parte del vocabulario habitual. Pero detrás del discurso, los datos muestran que las empresas medianas están pasando de las palabras a la acción. Este cambio de enfoque se replica en toda América latina, donde las empresas comienzan a vincular sostenibilidad con rentabilidad y visión de largo plazo.

El negocio detrás del impacto

Los motivos que impulsan a las compañías son claros. Según el estudio, la competencia (41,6%) y la reputación de marca (38%) encabezan la lista de factores determinantes. Más de la mitad (54%) cree que sus estrategias ESG mejorarán la rentabilidad, mientras que un 51% espera que incrementen sus ingresos. Solo un 2% de las firmas aún no percibe conexión entre sostenibilidad y resultados comerciales.

En este contexto, la sostenibilidad se consolida como un eje de posicionamiento. Las empresas que logran integrar prácticas responsables no solo fortalecen su imagen, sino que también acceden a nuevos mercados, financiamiento y alianzas estratégicas.

Dónde ponen el foco

Las áreas de inversión más elegidas reflejan una lógica práctica: las medianas empresas priorizan proyectos con impacto directo en la eficiencia y en la reducción de costos. La energía renovable (43,5%), el desarrollo de nuevos productos sostenibles y la incorporación de tecnología para optimizar procesos encabezan las iniciativas.

“La transición energética ya no es una tendencia, sino un imperativo competitivo. Las empresas que invierten hoy en eficiencia y fuentes renovables estarán mejor preparadas para un escenario de costos y regulaciones cada vez más exigente”, sostiene Chiappe.

Este tipo de inversiones ofrece un doble retorno: financiero y reputacional. Las empresas que apuestan por la eficiencia energética y la digitalización fortalecen su resiliencia y ganan capacidad para enfrentar futuros desafíos.

Desafíos persistentes, avances graduales

Pese al entusiasmo, los obstáculos no desaparecen. Tres barreras principales frenan el avance de muchas compañías: los costos iniciales, la complejidad técnica y la incertidumbre regulatoria. Para sortearlos, muchas optan por avanzar en etapas: primero con acciones de bajo costo e impacto inmediato —como eficiencia energética o digitalización— y luego escalar hacia proyectos de mayor alcance.

El informe también destaca diferencias por sector y región. En los servicios financieros, por ejemplo, el acceso al financiamiento sostenible actúa como un incentivo clave, mientras que en el sector público pesa más la presión de los grupos de interés. En Norteamérica y Asia Pacífico predomina el optimismo sobre los beneficios de la sostenibilidad a mediano plazo.

Una agenda que llegó para quedarse

¿Cómo pueden las empresas argentinas sumarse a esta tendencia global? Grant Thornton propone algunos pasos concretos: realizar un diagnóstico previo para identificar áreas de impacto, iniciar programas piloto antes de escalar inversiones, vincular las acciones con un propósito genuino y comunicar los avances de manera transparente.

“La sostenibilidad ya no es un capítulo aparte del negocio, sino la base de un nuevo modelo operativo y quienes comiencen hoy a integrarla de forma real y estratégica no solo estarán mejor preparados para el futuro, sino que serán protagonistas en su construcción”, concluye el informe.