

BANK

MAGAZINE

Home > Economía > La sostenibilidad en la mira del 90% de las empresas

La sostenibilidad en la mira del 90% de las empresas

📅 23 de octubre de 2025



El 90% de las firmas del mercado medio planea mantener o incrementar su inversión en iniciativas de sostenibilidad durante el próximo año. Así lo destacó un nuevo reporte de [Grant Thornton](#) que muestra que la sostenibilidad ya no es solo un valor reputacional. En el mundo corporativo es cada vez más común escuchar discursos sobre huella de carbono, responsabilidad o “ser parte de la solución”. Sin embargo, lejos de quedar en la retórica, las empresas del mercado medio están demostrando que invertir en impacto puede ser un gran negocio. Y comienzan a transformar esas palabras en acciones concretas.

En el reporte “Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro”, se revela una tendencia que contradice expectativas pesimistas. “Casi 9 de cada 10 afirman que mantendrán o incluso aumentarán la inversión en iniciativas de sostenibilidad durante los próximos 12 meses”.

En un escenario global atravesado por retrocesos regulatorios y desconfianza política, eso es un dato relevante.

Los marcos regulatorios suelen motivar la adopción de estándares ESG (Ambiente, Social y Gobernanza) como exigencia. Pero en el caso del segmento medio este factor resulta secundario. De hecho, el informe señala que “el impulso comercial pesa más que la presión normativa”. En otras palabras, muchas empresas no avanzan por obligación, sino porque detectan una oportunidad para crecer, diferenciarse y fortalecer su competitividad.

Este cambio de paradigma también se replica en América Latina. Donde cada vez más empresas comienzan a vincular la sostenibilidad con la rentabilidad, la competitividad y la proyección a largo plazo.

“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”. Así lo afirmó [Alejandro Chiappe](#), socio líder de Servicios de Asesoramiento de Grant Thornton Argentina.

La competencia (+41,6%) y la reputación de marca (38%) lideran las respuestas de qué impulsa este viraje. Esto indica que los directivos perciben la sostenibilidad como una palanca para posicionarse frente al resto del mercado, y no solo como un costo adicional. “El mercado medio está redefiniendo la narrativa sobre la sostenibilidad en un momento clave”. Esto sostuvo por su parte, [Trent Gazzaway](#), responsable internacional de Capacidad y Calidad de las líneas de servicio, Grant Thornton International.

Además, más de la mitad de las compañías (54%) considera que sus estrategias ESG mejorarán la rentabilidad. Y un 51,3% cree que les ayudará a incrementar ingresos. Apenas un 2% admite no ver conexión entre sostenibilidad y objetivos comerciales.

El informe desglosa los ámbitos donde las firmas del mercado medio concentran sus esfuerzos. La prioridad sigue siendo la energía renovable (43,5%). Le siguen nuevas líneas de productos sostenibles, tecnología para eficiencia operativa, gestión de residuos, compras responsables y reportes de sostenibilidad.

“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 regulatorio y de costos cada vez más exigente,” afirma Chiappe.

En todos estos frentes se manifiesta una tensión entre costos iniciales y beneficios de largo plazo. Pero muchas empresas abordan el desafío desde una visión integral, holística. Mejorar procesos, fortalecer la reputación, y construir resiliencia a lo largo de toda la cadena de valor.

La energía, en este sentido, se consolida como el punto de partida más tangible para escalar la sostenibilidad: una apuesta que combina retorno financiero y estabilidad operativa.