



NOVEDADES PROTAGONISMO SUSTENTABLE

Cuando la sostenibilidad escala: del costo al valor estratégico

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

Durante años, la sostenibilidad ocupó un lugar periférico en la gestión empresarial. Era un tema “correcto”, pero no necesariamente prioritario. Hoy, ese paradigma se está revirtiendo: la sostenibilidad dejó de ser un costo reputacional para convertirse en una inversión estratégica.

Las empresas medianas —el verdadero motor de la economía global— están demostrando que incorporar criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) puede ser, además de ético, rentable. Cada vez más líderes asocian la sostenibilidad con la competitividad, la eficiencia y la proyección a largo plazo. Ya no se trata de responder a una exigencia normativa, sino de anticiparse al mercado.

De la obligación al propósito de negocio

Este cambio de enfoque redefine la forma de entender la gestión. La sostenibilidad dejó de ser un área o una función específica para transformarse en un principio operativo. Cuando se integra al corazón del negocio, las decisiones dejan de medirse solo por su impacto financiero y comienzan a contemplar su capacidad de generar valor a futuro.

La competencia y la reputación son hoy dos de los principales motores detrás de este viraje. Las organizaciones que logran diferenciarse por impacto positivo fortalecen su posición frente a clientes, inversores y comunidades. La sostenibilidad, en este sentido, se vuelve un factor de resiliencia y una herramienta de crecimiento.

Energía, tecnología y cadena de valor: los nuevos vectores de cambio

Entre los campos donde se concentran las mayores oportunidades, la energía ocupa un lugar central. La transición hacia fuentes renovables y la mejora en eficiencia energética ya no son tendencias, sino decisiones competitivas.

A su vez, la digitalización y la trazabilidad de la cadena de valor están permitiendo medir, comparar y optimizar procesos con un nivel de precisión inédito. La sostenibilidad se convierte así en un espacio de innovación, donde la tecnología potencia tanto el impacto ambiental como el resultado económico.

De la intención a la acción

Por supuesto, el camino no está exento de desafíos. Los costos iniciales, la complejidad técnica o la volatilidad regulatoria siguen siendo barreras concretas. Pero muchas compañías están eligiendo avanzar gradualmente: iniciar con proyectos piloto, evaluar retornos y escalar de manera sostenible.

Lo importante es el cambio cultural que esto implica: pasar de la reacción a la estrategia, de las declaraciones a la ejecución.

Un nuevo lenguaje empresarial

La sostenibilidad dejó de ser una narrativa externa y pasó a ser un modelo de gestión. Implica pensar el negocio no solo en términos de rentabilidad inmediata, sino también de estabilidad, reputación y propósito.

Para las empresas argentinas —en particular las del mercado medio—, esta evolución representa una oportunidad clave: aprovechar la sostenibilidad como plataforma de diferenciación, innovación y crecimiento.

No se trata solo de hacer las cosas bien, sino de hacerlas mejor.

Y quienes comprendan que el impacto positivo es parte del negocio, estarán un paso adelante en la construcción del futuro.



info@gerencia-ambiental.com

©2020 Revista Gerencia Ambiental | Todos los derechos reservados

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

Durante años, la sostenibilidad ocupó un lugar periférico en la gestión empresarial. Era un tema correcto, pero no necesariamente prioritario. Hoy, ese paradigma se está revirtiendo: la sostenibilidad dejó de ser un costo reputacional para convertirse en una inversión estratégica.

Las empresas medianas el verdadero motor de la economía global están demostrando que incorporar criterios ambientales, so [...]

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

Durante años, la sostenibilidad ocupó un lugar periférico en la gestión empresarial. Era un tema correcto, pero no necesariamente prioritario. Hoy, ese paradigma se está revirtiendo: la sostenibilidad dejó de ser un costo reputacional para convertirse en una inversión estratégica.

Las empresas medianas el verdadero motor de la economía global están demostrando que incorporar criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) puede ser, además de ético, rentable. Cada vez más líderes asocian la sostenibilidad con la competitividad, la eficiencia y la proyección a largo plazo. Ya no se trata de responder a una exigencia normativa, sino de anticiparse al mercado.

De la obligación al propósito de negocio

Este cambio de enfoque redefine la forma de entender la gestión. La sostenibilidad dejó de ser un área o una función específica para transformarse en un principio operativo. Cuando se integra al corazón del negocio, las decisiones dejan de medirse solo por su impacto financiero y comienzan a contemplar su capacidad de generar valor a futuro.

La competencia y la reputación son hoy dos de los principales motores detrás de este viraje. Las organizaciones que logran diferenciarse por impacto positivo fortalecen su posición frente a clientes, inversores y comunidades. La sostenibilidad, en este sentido, se vuelve un factor de resiliencia y una herramienta de crecimiento.

Energía, tecnología y cadena de valor: los nuevos vectores de cambio

Entre los campos donde se concentran las mayores oportunidades, la energía ocupa un lugar central. La transición hacia fuentes renovables y la mejora en eficiencia energética ya no son tendencias, sino decisiones competitivas.

A su vez, la digitalización y la trazabilidad de la cadena de valor están permitiendo medir, comparar y optimizar procesos con un nivel de precisión inédito. La sostenibilidad se convierte así en un espacio de innovación, donde la tecnología potencia tanto el impacto ambiental como el resultado económico.

De la intención a la acción

Por supuesto, el camino no está exento de desafíos. Los costos iniciales, la complejidad técnica o la volatilidad regulatoria siguen siendo barreras concretas. Pero muchas compañías están eligiendo avanzar gradualmente: iniciar con proyectos piloto, evaluar retornos y escalar de manera sostenible.

Lo importante es el cambio cultural que esto implica: pasar de la reacción a la estrategia, de las declaraciones a la ejecución.

Un nuevo lenguaje empresarial

La sostenibilidad dejó de ser una narrativa externa y pasó a ser un modelo de gestión. Implica pensar el negocio no solo en términos de rentabilidad inmediata, sino también de estabilidad, reputación y propósito.

Para las empresas argentinas en particular las del mercado medio, esta evolución representa una oportunidad clave: aprovechar la sostenibilidad como plataforma de diferenciación, innovación y crecimiento.

No se trata solo de hacer las cosas bien, sino de hacerlas mejor.

Y quienes comprendan que el impacto positivo es parte del negocio, estarán un paso adelante en la construcción del futuro.

sustentabilidad

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

Durante años, la sostenibilidad ocupó un lugar periférico en la gestión empresarial. Era un tema correcto, pero no necesariamente prioritario. Hoy, ese paradigma se está revirtiendo: la sostenibilidad dejó de ser un costo reputacional para convertirse en una inversión estratégica.

Las empresas medianas el verdadero motor de la economía global están demostrando que incorporar criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) puede ser, además de ético, rentable. Cada vez más líderes asocian la sostenibilidad con la competitividad, la eficiencia y la proyección a largo plazo. Ya no se trata de responder a una exigencia normativa, sino de anticiparse al mercado.

De la obligación al propósito de negocio

Este cambio de enfoque redefine la forma de entender la gestión. La sostenibilidad dejó de ser un área o una función específica para transformarse en un principio operativo. Cuando se integra al corazón del negocio, las decisiones dejan de medirse solo por su impacto financiero y comienzan a contemplar su capacidad de generar valor a futuro.

La competencia y la reputación son hoy dos de los principales motores detrás de este viraje. Las organizaciones que logran diferenciarse por impacto positivo fortalecen su posición frente a clientes, inversores y comunidades. La sostenibilidad, en este sentido, se vuelve un factor de resiliencia y una herramienta de crecimiento.

Energía, tecnología y cadena de valor: los nuevos vectores de cambio

Entre los campos donde se concentran las mayores oportunidades, la energía ocupa un lugar central. La transición hacia fuentes renovables y la mejora en eficiencia energética ya no son tendencias, sino decisiones competitivas.

A su vez, la digitalización y la trazabilidad de la cadena de valor están permitiendo medir, comparar y optimizar procesos con un nivel de precisión inédito. La sostenibilidad se convierte así en un espacio de innovación, donde la tecnología potencia tanto el impacto ambiental como el resultado económico.

De la intención a la acción

Por supuesto, el camino no está exento de desafíos. Los costos iniciales, la complejidad técnica o la volatilidad regulatoria siguen siendo barreras concretas. Pero muchas compañías están eligiendo avanzar gradualmente: iniciar con proyectos piloto, evaluar retornos y escalar de manera sostenible.

Lo importante es el cambio cultural que esto implica: pasar de la reacción a la estrategia, de las declaraciones a la ejecución.

Un nuevo lenguaje empresarial

La sostenibilidad dejó de ser una narrativa externa y pasó a ser un modelo de gestión. Implica pensar el negocio no solo en términos de rentabilidad inmediata, sino también de estabilidad, reputación y propósito.

Para las empresas argentinas en particular las del mercado medio, esta evolución representa una oportunidad clave: aprovechar la sostenibilidad como plataforma de diferenciación, innovación y crecimiento.

No se trata solo de hacer las cosas bien, sino de hacerlas mejor.

Y quienes comprendan que el impacto positivo es parte del negocio, estarán un paso adelante en la construcción del futuro.