

## El 90% de las empresas medianas planea mantener o incrementar su inversión sustentable en 2026

**Los marcos regulatorios suelen motivar la adopción de estándares ESG 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”.**



La sustentabilidad ya no es algo solamente reputacional.

La sustentabilidad ya no es solo un valor reputacional define un reciente informe que además sostiene que **el 90% de las medianas empresas planean mantener o incrementar su inversión en ESG durante 2026**. Las organizaciones del mercado están demostrando que invertir en impacto puede ser un gran negocio y comienzan a transformar esas palabras en acciones concretas. “Es una necesidad comercial, más que una obligación”, reconocen.

En el reporte de **Grant Thornton** “Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro”, el International Business Report (IBR) 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.

“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”, afirma **Alejandro Chiappe, socio líder de Advisory Services de Grant Thornton Argentina.**

## De la obligación a la oportunidad de negocios

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”. Es decir, muchas organizaciones 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.

## ¿Qué impulsa este viraje?

**La competencia (+41,6 %) y la reputación de marca (38%) lideran las respuestas.** 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. En palabras de Trent Gazzaway, Responsable Internacional de Capacidad y Calidad de las líneas de servicio, Grant Thornton International: “el mercado medio está redefiniendo la

narrativa sobre la sostenibilidad en un momento clave.”

**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.**

## **Dónde ponen el foco: energía, digitalización y cadena de valor**

El informe desglosa los ámbitos donde las firmas del mercado medio concentran sus esfuerzos. **La prioridad sigue siendo la energía renovable (43,5 %),** seguida por 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”, completa Chiappe.

En todos estos frentes se manifiesta una tensión entre costos iniciales y beneficios de largo plazo. Pero muchas organizaciones 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.

## **Desafíos que aún persisten**

El camino no está exento de obstáculos. En el informe reconocen tres grandes barreras:

- Costos: para muchas medianas empresas, los recursos iniciales para adoptar tecnologías limpias, auditorías o certificaciones siguen siendo elevados.

- Complejidad técnica: medir impacto, seleccionar métricas relevantes, integrar datos ESG al reporte financiero son procesos en evolución.
- Incertidumbre regulatoria: la volatilidad normativa y los retrocesos en algunas jurisdicciones dificultan comprometerse con medianos y largos plazos.

Frente a esto, muchas compañías optan por modular su avance: primero con acciones de bajo costo e impacto inmediato –como eficiencia energética o digitalización interna- y luego escalando hacia metas más ambiciosas.

---

## ámbito

Edición N9164  
Director: Gabriel Morini - Propietario: Nefir S.A. - Domicilio: Olleros 3551,  
CABA - Copyright © 2019 Ambito.com - RNPI En trámite - ISSN 1852 9232 -  
Registro DNDA en trámite - Todos los derechos reservados - Términos y  
condiciones de uso

P. -- 0 cm<sup>2</sup> 4988 cc N/D N/D N/D Sin autor

[...] 2026. Las organizaciones del mercado están demostrando que invertir en impacto puede ser un gran negocio y comienzan a transformar esas palabras en acciones concretas. "Es una necesidad comercial, más que una obligación", reconocen. En el reporte de Grant Thornton " Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro", el International Business Report (IBR) revela una tendencia que contradice expectativas pesimistas: "casi 9 de cada 10 afirman que ma [...]

Los marcos regulatorios suelen motivar la adopción de estándares ESG 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". La sustentabilidad ya no es algo solamente reputacional. La sustentabilidad ya no es solo un valor reputacional define un reciente informe que además sostiene que el 90% de las medianas empresas planean mantener o incrementar su inversión en ESG durante 2026. Las organizaciones del mercado están demostrando que invertir en impacto puede ser un gran negocio y comienzan a transformar esas palabras en acciones concretas. "Es una necesidad comercial, más que una obligación", reconocen. En el reporte de Grant Thornton " Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro", el International Business Report (IBR) 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. "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", afirma Alejandro Chiappe, socio líder de Advisory Services de Grant Thornton Argentina. De la obligación a la oportunidad de negocios 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". Es decir, muchas organizaciones 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. ¿Qué impulsa este viraje? La competencia (+41,6 %) y la reputación de marca (38%) lideran las respuestas . 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. En palabras de Trent Gazzaway, Responsable Internacional de Capacidad y Calidad de las líneas de servicio, Grant Thornton International: "el mercado medio está redefiniendo la narrativa sobre la sostenibilidad en un momento clave." 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. Dónde ponen el foco: energía, digitalización y cadena de valor El informe desglosa los ámbitos donde las firmas del mercado medio concentran sus esfuerzos. La prioridad sigue siendo la energía renovable (43,5 %) , seguida por 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", completa Chiappe. En todos estos frentes se manifiesta una tensión entre costos iniciales y beneficios de largo plazo. Pero muchas organizaciones 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. Desafíos que aún persisten El camino no está exento de obstáculos. En el informe reconocen tres grandes barreras: Costos: para muchas medianas empresas, los recursos iniciales para adoptar tecnologías limpias, auditorías o certificaciones siguen siendo elevados. Complejidad técnica: medir impacto, seleccionar métricas relevantes, integrar datos ESG al reporte financiero son procesos en evolución. Incertidumbre regulatoria: la volatilidad normativa y los retrocesos en algunas jurisdicciones dificultan comprometerse con medianos y largos plazos. Frente a esto, muchas compañías optan por modular su avance: primero con acciones de bajo costo e impacto inmediato -como eficiencia energética o digitalización interna- y luego escalando hacia metas más ambiciosas.