

## Ya no es un gasto ni una obligación: cómo la inversión en sostenibilidad está cambiando el corazón de las empresas medianas

📅 octubre 27, 2025 | por **BioEconomía.info**



En una región agroindustrial del norte de Europa, una mediana empresa alimentaria transformó un pasivo ambiental en una fuente de valor. Procesa subproductos orgánicos, residuos de faena y efluentes agrícolas mediante biodigestores que generan biogás, el cual abastece parte de su demanda energética y permite inyectar excedentes a la red local. Al mismo tiempo, recupera nutrientes que retornan al campo como fertilizante orgánico. Lo que comenzó como una forma de mitigar impactos negativos terminó por convertirse en una ventaja estratégica: reducción de costos, estabilidad energética, cumplimiento normativo anticipado y reputación fortalecida en un mercado que valora la trazabilidad y la circularidad.

Esta escena ya no es una excepción. Es parte de una tendencia creciente. Según el último informe del *International Business Report* de Grant Thornton, las empresas medianas están cambiando radicalmente la forma de concebir la sostenibilidad: ya no como una exigencia externa, sino como una decisión estratégica con retorno real.

### Escalando la sostenibilidad: un giro global silencioso

El informe lleva un título que no busca dramatizar, sino describir con precisión lo que está ocurriendo en miles de empresas alrededor del mundo: *Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro*. Publicado por Grant Thornton —una de las principales firmas globales de servicios profesionales, con operaciones en más de 130 países y una fuerte presencia en consultoría estratégica y auditoría—, el estudio revela un dato inesperado: “casi 9 de cada 10 afirman que mantendrán o incluso aumentarán la inversión en iniciativas de sostenibilidad durante los próximos 12 meses”.

Esta afirmación cobra mayor peso al considerar el contexto global. En muchos países, las regulaciones ambientales enfrentan retrocesos, y la sostenibilidad parece quedar relegada por crisis económicas o disputas políticas. Sin embargo, el informe muestra que, para las empresas del mercado medio, la sostenibilidad se está consolidando como un motor de crecimiento y una vía para ganar resiliencia. No es un lujo, ni una moda: es parte de la estrategia.

### Una narrativa que se redefine desde el centro del negocio

Durante años, los marcos regulatorios fueron el principal estímulo para incorporar criterios ESG —sigla que abarca factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza—. Pero esa lógica se está desdibujando. El informe es claro: “el impulso comercial pesa más que la presión normativa”. En otras palabras, muchas organizaciones no avanzan por obligación, sino porque detectan una oportunidad para crecer, diferenciarse y fortalecer su competitividad.

Este cambio no se limita al hemisferio norte. En América Latina, donde la sostenibilidad ha sido históricamente percibida como un “extra” o como un privilegio de las grandes empresas, también se nota el viraje. “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.

### Competencia, reputación y rentabilidad: el nuevo triángulo del valor

El informe detalla con precisión qué está detrás de este cambio de rumbo. En primer lugar, la presión de la competencia impulsa a un 41,6 % de las firmas a adoptar medidas sostenibles. La reputación de marca sigue de cerca con un 38 %. Lejos de ser un “costo adicional”, la sostenibilidad es hoy percibida como una palanca para destacarse en el mercado.

Más aún, un 54 % de las compañías encuestadas considera que sus estrategias ESG mejorarán la rentabilidad, mientras que un 51,3 % afirma que contribuirán a incrementar ingresos. Solo un ínfimo 2 % admite no ver conexión entre sostenibilidad y objetivos comerciales. Trent Gazzaway, Responsable Internacional de Capacidad y Calidad de las líneas de servicio de Grant Thornton International explica que “el mercado medio está redefiniendo la narrativa sobre la sostenibilidad en un momento clave”.

Los focos de inversión que identifica coinciden con los pilares de una economía regenerativa y sostenible. La prioridad declarada es la energía renovable (43,5 %), seguida por nuevas líneas de productos sostenibles, incorporación de tecnología para eficiencia operativa, gestión de residuos, compras responsables y reportes de sostenibilidad.

En este sentido, la transición energética —uno de los vectores centrales de la bioeconomía— ya no se presenta como una aspiración ética, sino como un imperativo de eficiencia. “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”, explica Chiappe.

Esta visión integrada —que articula rentabilidad, eficiencia operativa, reputación y propósito— refleja una lógica de valor compartido que se alinea con los fundamentos técnicos y éticos de la bioeconomía: reducir impactos, regenerar recursos y construir resiliencia.

### **Casos concretos: de la teoría a la práctica**

El informe no se limita a diagnósticos generales. Expone casos concretos, como el de una empresa del sector de los juegos de azar en Estados Unidos que implementó desde campañas contra la trata de personas hasta bombillas de bajo consumo y exigencias sostenibles a sus proveedores. El resultado fue claro: logró reposicionarse en un sector intensamente vigilado por la opinión pública.

Este ejemplo ilustra cómo la sostenibilidad puede escalar desde acciones pequeñas y tácticas hasta convertirse en un diferenciador estructural. El punto de partida más tangible, según el informe, es la energía: un frente donde los beneficios financieros y operativos son inmediatos, pero que también habilita una transformación más profunda de los procesos productivos.

### **Obstáculos persistentes y estrategias de abordaje**

El entusiasmo no niega las dificultades. El camino hacia la sostenibilidad empresarial sigue encontrando barreras. El informe identifica tres grandes obstáculos:

Primero, los costos iniciales: para muchas empresas medianas, las inversiones en tecnologías limpias, auditorías o certificaciones aún representan un esfuerzo económico considerable.

Segundo, la complejidad técnica: medir el impacto, seleccionar métricas relevantes, e integrar los datos ESG al reporte financiero son procesos en evolución constante.

Tercero, la incertidumbre regulatoria: la volatilidad de marcos legales y los retrocesos normativos dificultan los compromisos de mediano y largo plazo.

Frente a estas barreras, muchas empresas adoptan una lógica de progresividad: comienzan con acciones de bajo costo e impacto inmediato —como eficiencia energética o digitalización interna— y luego escalan hacia metas más ambiciosas.

### **Mapa global y adaptación local: cómo se posiciona Argentina**

El estudio también evidencia matices regionales. En el sector público, por ejemplo, un 51,2 % prioriza la presión de stakeholders como motor de acción, mientras que en servicios financieros el acceso a financiamiento marca la diferencia (39,4 % frente a un promedio global de 26,7 %).

Por regiones, sobresale el optimismo en Norteamérica y Asia Pacífico respecto de los beneficios de mediano plazo. Pero en América Latina, especialmente en Argentina, hay señales claras de movimiento. La clave, señalan desde Grant Thornton, no es replicar modelos importados, sino adaptar el enfoque.

### **Cómo pueden sumarse las empresas argentinas a esta tendencia**

El informe sugiere cinco pasos clave para que una empresa local pueda integrarse de manera efectiva a esta lógica global:

Primero, realizar un diagnóstico previo: identificar los frentes con mayor potencial según el entorno operativo. Segundo, lanzar pruebas acotadas: programas piloto de eficiencia o compras sostenibles antes de escalar. Tercero, vincular las acciones con un propósito real y no solo con la certificación. Cuarto, integrar la sostenibilidad al modelo de negocio, no tratarla como una iniciativa paralela. Y quinto, monitorear y comunicar con transparencia mediante reportes ESG confiables.

# Ya no es un gasto ni una obligación: cómo la inversión en sostenibilidad está cambiando el corazón de las empresas medianas 27/10/2025

Argentina - BioEconomía (Online) [Online]

Tier: N/D Circulación: 265 Audiencia 265

P. -- 0 cm<sup>2</sup> 9637 cc N/D N/D N/D Sin autor

Ref.: 646709826

[...]El nuevo informe global de Grant Thornton revela una tendencia inesperada: lejos de la retórica y la presión normativa, las empresas del mercado medio están adoptando la sostenibilidad como estrategia competitiva, y colocándola en el centro de su modelo de negocios.

En una región agroindustrial del norte de Europa, una mediana empresa alimentaria transformó un pasivo ambiental en una fuente de valor. Procesa subproductos orgánicos, residuos de faena y efluentes agrícolas mediante biodigestores [...]

El nuevo informe global de Grant Thornton revela una tendencia inesperada: lejos de la retórica y la presión normativa, las empresas del mercado medio están adoptando la sostenibilidad como estrategia competitiva, y colocándola en el centro de su modelo de negocios.

En una región agroindustrial del norte de Europa, una mediana empresa alimentaria transformó un pasivo ambiental en una fuente de valor. Procesa subproductos orgánicos, residuos de faena y efluentes agrícolas mediante biodigestores que generan biogás, el cual abastece parte de su demanda energética y permite inyectar excedentes a la red local. Al mismo tiempo, recupera nutrientes que retornan al campo como fertilizante orgánico. Lo que comenzó como una forma de mitigar impactos negativos terminó por convertirse en una ventaja estratégica: reducción de costos, estabilidad energética, cumplimiento normativo anticipado y reputación fortalecida en un mercado que valora la trazabilidad y la circularidad.

Esta escena ya no es una excepción. Es parte de una tendencia creciente. Según el último informe del International Business Report de Grant Thornton, las empresas medianas están cambiando radicalmente la forma de concebir la sostenibilidad: ya no como una exigencia externa, sino como una decisión estratégica con retorno real.

Escalando la sostenibilidad: un giro global silencioso

El informe lleva un título que no busca dramatizar, sino describir con precisión lo que está ocurriendo en miles de empresas alrededor del mundo: Escalando la sostenibilidad: cómo preparan las medianas empresas su crecimiento de cara al futuro.

Publicado por Grant Thornton —una de las principales firmas globales de servicios profesionales, con operaciones en más de 130 países y una fuerte presencia en consultoría estratégica y auditoría—, el estudio revela un dato inesperado: “casi 9 de cada 10 afirman que mantendrán o incluso aumentarán la inversión en iniciativas de sostenibilidad durante los próximos 12 meses”.

Esta afirmación cobra mayor peso al considerar el contexto global. En muchos países, las regulaciones ambientales enfrentan retrocesos, y la sostenibilidad parece quedar relegada por crisis económicas o disputas políticas. Sin embargo, el informe muestra que, para las empresas del mercado medio, la sostenibilidad se está consolidando como un motor de crecimiento y una vía para ganar resiliencia. No es un lujo, ni una moda: es parte de la estrategia.

Una narrativa que se redefine desde el centro del negocio

Durante años, los marcos regulatorios fueron el principal estímulo para incorporar criterios ESG —sigla que abarca factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza—. Pero esa lógica se está desdibujando. El informe es claro: “el impulso comercial pesa más que la presión normativa”. En otras palabras, muchas organizaciones no avanzan por obligación, sino porque detectan una oportunidad para crecer, diferenciarse y fortalecer su competitividad.

Este cambio no se limita al hemisferio norte. En América Latina, donde la sostenibilidad ha sido históricamente percibida como un “extra” o como un privilegio de las grandes empresas, también se nota el viraje. “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.

Competencia, reputación y rentabilidad: el nuevo triángulo del valor

El informe detalla con precisión qué está detrás de este cambio de rumbo. En primer lugar, la presión de la competencia impulsa a un 41,6 % de las firmas a adoptar medidas sostenibles. La reputación de marca sigue de cerca con un 38 %. Lejos de ser un “costo adicional”, la sostenibilidad es hoy percibida como una palanca para destacarse en el mercado.

Más aún, un 54 % de las compañías encuestadas considera que sus estrategias ESG mejorarán la rentabilidad, mientras que un 51,3 % afirma que contribuirán a incrementar ingresos. Solo un ínfimo 2 % admite no ver conexión entre sostenibilidad y objetivos comerciales. Trent Gazzaway, Responsable Internacional de Capacidad y Calidad de las líneas de servicio de Grant Thornton International explica que “el mercado medio está redefiniendo la narrativa sobre la sostenibilidad en un momento clave”.

Bioeconomía aplicada: energía, digitalización y cadena de valor

Los focos de inversión que identifica coinciden con los pilares de una economía regenerativa y sostenible. La prioridad declarada es la energía renovable (43,5 %), seguida por nuevas líneas de productos sostenibles, incorporación de tecnología para eficiencia operativa, gestión de residuos, compras responsables y reportes de sostenibilidad.

En este sentido, la transición energética —uno de los vectores centrales de la bioeconomía— ya no se presenta como una aspiración ética, sino como un imperativo de eficiencia. “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”, explica Chiappe.

Esta visión integrada —que articula rentabilidad, eficiencia operativa, reputación y propósito— refleja una lógica de valor compartido que se alinea con los fundamentos técnicos y éticos de la bioeconomía: reducir impactos, regenerar recursos y construir resiliencia.

Casos concretos: de la teoría a la práctica

El informe no se limita a diagnósticos generales. Expone casos concretos, como el de una empresa del sector de los juegos de azar en Estados Unidos que implementó desde campañas contra la trata de personas hasta bombillas de bajo consumo y exigencias sostenibles a sus proveedores. El resultado fue claro: logró reposicionarse en un sector intensamente vigilado por la opinión pública.

Este ejemplo ilustra cómo la sostenibilidad puede escalar desde acciones pequeñas y tácticas hasta convertirse en un diferenciador estructural. El punto de partida más tangible, según el informe, es la energía: un frente donde los beneficios financieros y operativos son inmediatos, pero que también habilita una transformación más profunda de los procesos productivos.

**Obstáculos persistentes y estrategias de abordaje**

El entusiasmo no niega las dificultades. El camino hacia la sostenibilidad empresarial sigue encontrando barreras. El informe identifica tres grandes obstáculos:

Primero, los costos iniciales: para muchas empresas medianas, las inversiones en tecnologías limpias, auditorías o certificaciones aún representan un esfuerzo económico considerable.

Segundo, la complejidad técnica: medir el impacto, seleccionar métricas relevantes, e integrar los datos ESG al reporte financiero son procesos en evolución constante.

Tercero, la incertidumbre regulatoria: la volatilidad de marcos legales y los retrocesos normativos dificultan los compromisos de mediano y largo plazo.

Frente a estas barreras, muchas empresas adoptan una lógica de progresividad: comienzan con acciones de bajo costo e impacto inmediato —como eficiencia energética o digitalización interna— y luego escalan hacia metas más ambiciosas.

**Mapa global y adaptación local: cómo se posiciona Argentina**

El estudio también evidencia matices regionales. En el sector público, por ejemplo, un 51,2 % prioriza la presión de stakeholders como motor de acción, mientras que en servicios financieros el acceso a financiamiento marca la diferencia (39,4 % frente a un promedio global de 26,7 %).

Por regiones, sobresale el optimismo en Norteamérica y Asia Pacífico respecto de los beneficios de mediano plazo. Pero en América Latina, especialmente en Argentina, hay señales claras de movimiento. La clave, señalan desde Grant Thornton, no es replicar modelos importados, sino adaptar el enfoque.

**Cómo pueden sumarse las empresas argentinas a esta tendencia**

El informe sugiere cinco pasos clave para que una empresa local pueda integrarse de manera efectiva a esta lógica global:

Primero, realizar un diagnóstico previo: identificar los frentes con mayor potencial según el entorno operativo. Segundo, lanzar pruebas acotadas: programas piloto de eficiencia o compras sostenibles antes de escalar. Tercero, vincular las acciones con un propósito real y no solo con la certificación. Cuarto, integrar la sostenibilidad al modelo de negocio, no tratarla como una iniciativa paralela. Y quinto, monitorear y comunicar con transparencia mediante reportes ESG confiables.

La sostenibilidad —concluye el informe— ya no es un capítulo adicional del negocio. Es el modelo operativo del futuro. Y quienes comiencen hoy a escalarla, no solo estarán mejor preparados para lo que viene. Estarán entre quienes lo construyan.