



### **Empoderar al mercado medio para ayudar a lograr el cero neto**

Las empresas del mercado medio de todo el mundo quieren acelerar su estrategia de responsabilidad social empresarial y de sostenibilidad. Pero necesitarán apoyo para hacerlo. Peter Bodin, CEO de Grant Thornton International Ltd, describe su punto de vista sobre lo que los gobiernos, los responsables políticos y organismos normativos deben hacer para permitir que el segmento del mercado medio desempeñe su papel en el logro de los objetivos de la COP26 (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).

### **El mercado medio reconoce que la RSE es un imperativo empresarial**

Aquí en Grant Thornton, estamos cerca de las empresas del mercado medio a nivel internacional. En todo el mundo, nuestras firmas miembro apoyan a dichas empresas en todos los sectores, desde el comercio minorista hasta la fabricación. Esto nos da una visión considerable de cómo se siente el mercado medio sobre los riesgos y oportunidades cambiantes que enfrenta. Cada año profundizamos esta comprensión a través de nuestro International Business Report (IBR), la encuesta de más larga duración sobre las actitudes del mercado medio, incluidas las opiniones sobre la sostenibilidad.

Sabemos que las empresas del mercado medio están interesadas en ser más sostenibles, lo que refleja su naturaleza emprendedora y con visión a futuro. También reconocemos el papel vital que nosotros, como proveedores de servicios, podemos desempeñar en el apoyo a la transición de cero emisiones netas. Es por eso que recientemente nos unimos a la Alianza de Proveedores de Servicios Financieros Net Zero. Como señalan los objetivos de la COP26: "Solo podemos estar a la altura de los desafíos de la crisis climática trabajando juntos."

Las empresas del mercado medio ven la acción sobre la sostenibilidad como un imperativo empresarial, más bien como "hacer lo correcto", dada la creciente presión de sus grandes clientes multinacionales de la cadena de suministro, consumidores y competidores. Una investigación reciente del IBR lo confirma: el 62% de los encuestados dice que la sostenibilidad es tan o más importante que el éxito financiero. Y el 72% dice que priorizar la sostenibilidad se ha vuelto más importante de lo que era antes de la pandemia.

Las empresas del mercado medio forman la maquinaria de las economías de todo el mundo. Por lo tanto, son fundamentales para lograr los objetivos de la COP26. Pero, si el mercado medio va a desempeñar su papel al máximo, va a necesitar un apoyo significativo. Entonces, ¿cómo pueden los responsables de la formulación de políticas satisfacer las necesidades del mercado medio y, en el proceso, crear el entorno adecuado para ayudar a asegurar el cero neto global y «liberar los billones en financiación privada que se necesitan para impulsarnos hacia el cero neto a mediados de siglo»?

### **Reducción de las barreras para el mercado medio: lo que los responsables de la formulación de políticas deben hacer**

- **Hacer las cosas más fáciles: crear una hoja de ruta**

Cuando hablo con expertos en sostenibilidad en nuestras firmas miembro que están ayudando a las empresas del mercado medio de todo el mundo a articular su agenda de RSE, una cosa está muy clara: donde quiera que se encuentren en su viaje de cero emisiones netas, las empresas del mercado medio necesitan más claridad. **Angela Jhanji**, Directora de RSE y Sostenibilidad de

Grant Thornton US, dice que muchos no saben por dónde empezar.

"En los Estados Unidos, las empresas del mercado medio están tratando de sortear todo el ruido y la confusión para descubrir qué significan RSE y sostenibilidad para su industria y tamaño de negocio en particular. Al igual que en otros países, la divulgación de RSE no está regulada, pero están sintiendo la presión de los inversores y la presión a través de la cadena de suministro de proveedores, vendedores y clientes. Cuando acuden a nosotros en busca de ayuda, hacen preguntas como '¿Cuál es el primer paso? ¿Cómo se ve eso para mi empresa?'

"Este es un gran viaje para el mercado medio. No se trata solo de los informes, es cómo pensar en la sostenibilidad, cómo desarrollar una perspectiva auténtica, cómo pensar en temas materiales y cómo compararse a sí mismo para que tenga una buena comprensión de dónde se encuentra en su mercado y grupo de la industria. No es sorprendente que muchas empresas del mercado medio se sientan confundidas".

Nuestra reciente investigación de IBR confirma que este sentimiento de confusión es generalizado: el 31% de los encuestados dijo que la claridad sobre las nuevas regulaciones y requisitos estaba ralentizando su progreso en materia de sostenibilidad.

Por lo tanto, el imperativo número uno para los gobiernos nacionales es facilitar las cosas para el segmento del mercado medio. Es necesario que haya un mapa de precios claro y accesible con consejos prácticos detallados para que las empresas del mercado medio sepan ahora qué se espera de ellas, cómo pueden comenzar la integración de la sostenibilidad y, finalmente, los pasos que deben tomar para introducir e implementar una estrategia de cero emisiones netas. Al mismo tiempo, varios líderes del mercado están buscando apoyo de auditoría interna, y vemos que surge una brecha entre las empresas más grandes que buscan validar la sostenibilidad en sus cadenas de suministro y muchas empresas del mercado medio que solo están comenzando.

- **Ayudar al mercado medio a integrar estrategias de cero neto en sus operaciones comerciales**

Una vez que las empresas del mercado medio han desarrollado una estrategia de cero netos, necesitan orientación y apoyo sobre cómo integrar esta estrategia en sus operaciones. Sin la estrategia de negocio a gran escala y la integración del modelo operativo, el mercado medio no podrá lograr el cambio sistémico que se necesita. Está claro que las empresas del mercado medio no siempre tienen los recursos y competencias necesarias para lograr esta integración. Por ejemplo, en nuestra reciente investigación de IBR, el 30% de los encuestados citan la falta de tiempo de gestión como una barrera clave para que su negocio progrese más en la

sostenibilidad.

Hay dos formas principales en que los gobiernos pueden desempeñar un papel aquí. Pueden utilizar incentivos financieros, fiscales y regulatorios para alentar a las empresas a realizar cambios en su modelo de negocio, por ejemplo, cambiar a una flota de vehículos eléctricos. Igualmente importante, pueden ayudar a las empresas del mercado medio a desarrollar su conocimiento y comprensión de lo que significa cero neto para su negocio a nivel operativo.

**Johanna Forsgren**, Gerente de Sostenibilidad, Asesoría de Negocios, Grant Thornton Suecia, dice que hay varias maneras en que los gobiernos nacionales pueden ayudar a lograr esto, incluyendo:

- financiar grupos específicos de la industria para aumentar el desarrollo de conocimientos, la colaboración y la transferencia de habilidades
  - ofrecer software gratuito o subvencionado, por ejemplo, para ayudar con la presentación de informes
  - crear portales en línea que ofrezcan información y orientación gratuitas a las que cualquier persona pueda acceder
- invertir en programas de formación, por ejemplo, aprendizajes relacionados con el clima para desarrollar habilidades y competencias para el futuro.
  - **Garantizar que el mercado medio tenga acceso a fondos y proyectos**

El financiamiento climático será fundamental para financiar la nueva tecnología e infraestructura necesarias para apoyar la transición a cero netos, como los puntos de carga para vehículos eléctricos y el acceso a energía baja en carbono.

Las finanzas también son cruciales para conseguir la innovación necesaria y reducir el carbono en la actividad empresarial. Las empresas del mercado medio son impulsores clave de la innovación, pero el costo es un problema. Actualmente, la financiación climática y el acceso a proyectos de sostenibilidad están dirigidos principalmente a los "primeros en moverse" y a las grandes organizaciones multinacionales. Pero si queremos lograr el cero neto, el mercado medio también debe tener acceso a financiamiento y proyectos climáticos.

Por lo tanto, es importante que las decisiones y los procesos de políticas, tanto a nivel nacional como local, permitan a las empresas del mercado medio acceder a la financiación. Esto incluye proporcionar apoyo para construir las credenciales ambientales y RSE más amplias adecuadas

para cumplir con los requisitos de las finanzas públicas y privadas, como los bancos y los inversores de capital privado.

- **Consolidar los marcos y estándares de informes**

El último llamado a los responsables de la formulación de políticas y a los encargados de establecer normas es para que continúen acelerando el avance que ya se está haciendo para lograr marcos y normas de presentación de informes coherentes a nivel mundial. La gran cantidad de estándares que existen actualmente en la presentación de informes sobre asuntos de RSE es confusa para todos. Pero es particularmente desafiante para el mercado medio.

Las medidas que aumentarían el impulso incluyen:

- desarrollar un plan para formalizar las estructuras de presentación de informes a través de directrices de divulgación vinculadas al marco financiero del Grupo de Trabajo sobre el Clima; y
- desarrollar estándares específicos de presentación de informes de alcance 3 para apoyar la descarbonización de la cadena de suministro.

Este impulso para marcos y estándares consistentes a nivel mundial debe reflejarse en plazos claros para que todas las naciones adopten requisitos de presentación de informes/divulgación.

Y, la tecnología podría desempeñar un papel importante en la reducción de la carga y el coste de la presentación de informes para las empresas del mercado medio. Por ejemplo, se beneficiarían especialmente de las soluciones tecnológicas rentables proporcionadas a escala al mercado.

### **El mercado medio está realmente dispuesto a desempeñar su papel en un futuro bajo en carbono**

Cuando se trata de sostenibilidad, los intereses de los gobiernos, los responsables políticos y los líderes empresariales pueden alinearse. Los gobiernos y los responsables políticos quieren que las empresas hagan más. El mercado medio está dispuesto y listo para estar a la altura del desafío. Solo necesita apoyo para hacerlo. En nombre de la red Grant Thornton, hago un llamado a los gobiernos nacionales, a los responsables políticos y a los encargados de establecer normas para que aprovechen la energía y el impulso generados por la COP26 para llevar a cabo las cuatro acciones que hemos identificado para ayudar al mercado medio. Si tienen éxito, liberarán el enorme potencial de este segmento empresarial para acelerar nuestro viaje hacia un futuro bajo en carbono.

# Pandemia: 72% de las empresas prioriza más la sostenibilidad

Argentina - El Efete (Online) [Online]

P. -- 0 cm<sup>2</sup> 5575 cc N/D N/D Sin autor

12/11/2021

Tier:N/D Circulación: 50 Audiencia 50

Ref.: 333762784

*Peter Bodin, CEO Global de Grant Thornton Argentina*



granos



tarjetas digitales

mundo agropecuario

para votar

promete fabricar Puma?



# EFETÉ

Finanzas & Tech

# Pandemia: 72% de las empresas prioriza más la sostenibilidad

12/11/2021

Argentina - El Efe (Online) [Online]

Tier:N/D Circulación: 50 Audiencia 50

 P. --  0 cm<sup>2</sup>  5575 cc  N/D N/D  Sin autor

Ref.: 333762784

Es una publicación de Viral Media S.A.  
Director: Guillermo Laborda  
[guillermo.laborda@elefete.com](mailto:guillermo.laborda@elefete.com)  
Secretaría de Redacción: Silvina Darago  
[silvina.darago@elefete.com](mailto:silvina.darago@elefete.com)

Empoderar al mercado medio para ayudar a lograr el cero neto Las empresas del mercado medio de todo el mundo quieren acelerar su estrategia de responsabilidad social empresarial y de sostenibilidad. Pero necesitarán apoyo para hacerlo. Peter Bodin, CEO de Grant Thornton International Ltd, describe su punto de vista sobre lo que los gobiernos, los responsables políticos y organismos normativos deben hacer para permitir que el segmento del mercado medio desempeñe su papel en el logro de los objetivos de la COP26 (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).

El mercado medio reconoce que la RSE es un imperativo empresarial

Aquí en Grant Thornton, estamos cerca de las empresas del mercado medio a nivel internacional. En todo el mundo, nuestras firmas miembro apoyan a dichas empresas en todos los sectores, desde el comercio minorista hasta la fabricación. Esto nos da una visión considerable de cómo se siente el mercado medio sobre los riesgos y oportunidades cambiantes que enfrenta. Cada año profundizamos esta comprensión a través de nuestro International Business Report (IBR), la encuesta de más larga duración sobre las actitudes del mercado medio, incluidas las opiniones sobre la sostenibilidad.

Sabemos que las empresas del mercado medio están interesadas en ser más sostenibles, lo que refleja su naturaleza emprendedora y con visión a futuro. También reconocemos el papel vital que nosotros, como proveedores de servicios, podemos desempeñar en el apoyo a la transición de cero emisiones netas. Es por eso que recientemente nos unimos a la Alianza de Proveedores de Servicios Financieros Net Zero. Como señalan los objetivos de la COP26: "Solo podemos estar a la altura de los desafíos de la crisis climática trabajando juntos." Las empresas del mercado medio ven la acción sobre la sostenibilidad como un imperativo empresarial, más bien como "hacer lo correcto", dada la creciente presión de sus grandes clientes multinacionales de la cadena de suministro, consumidores y competidores. Una investigación reciente del IBR lo confirma: el 62% de los encuestados dice que la sostenibilidad es tan o más importante que el éxito financiero. Y el 72% dice que priorizar la sostenibilidad se ha vuelto más importante de lo que era antes de la pandemia.

Las empresas del mercado medio forman la maquinaria de las economías de todo el mundo. Por lo tanto, son fundamentales para lograr los objetivos de la COP26. Pero, si el mercado medio va a desempeñar su papel al máximo, va a necesitar un apoyo significativo. Entonces, ¿cómo pueden los responsables de la formulación de políticas satisfacer las necesidades del mercado medio y, en el proceso, crear el entorno adecuado para ayudar a asegurar el cero neto global y

«liberar los billones en financiación privada que se necesitan para impulsarnos hacia el cero neto a mediados de siglo»

Reducción de las barreras para el mercado medio: lo que los responsables de la formulación de políticas deben hacer

Hacer las cosas más fáciles: crear una hoja de ruta

Cuando hablo con expertos en sostenibilidad en nuestras firmas miembro que están ayudando a las empresas del mercado medio de todo el mundo a articular su agenda de RSE, una cosa está muy clara: donde quiera que se encuentren en su viaje de cero emisiones netas, las empresas del mercado medio necesitan más claridad. Angela Jhanji, Directora de RSE y Sostenibilidad de Grant Thornton US, dice que muchos no saben por dónde empezar.

"En los Estados Unidos, las empresas del mercado medio están tratando de sortear todo el ruido y la confusión para descubrir qué significan RSE y sostenibilidad para su industria y tamaño de negocio en particular. Al igual que en otros países, la divulgación de RSE no está regulada, pero están sintiendo la presión de los inversores y la presión a través de la cadena de suministro de proveedores, vendedores y clientes. Cuando acuden a nosotros en busca de ayuda, hacen preguntas como '¿Cuál es el primer paso? ¿Cómo se ve eso para mi empresa?'

"Este es un gran viaje para el mercado medio. No se trata solo de los informes, es cómo pensar en la sostenibilidad, cómo desarrollar una perspectiva auténtica, cómo pensar en temas materiales y cómo compararse a sí mismo para que tenga una buena comprensión de dónde se encuentra en su mercado y grupo de la industria. No es sorprendente que muchas empresas del mercado medio se sientan confundidas".

Nuestra reciente investigación de IBR confirma que este sentimiento de confusión es generalizado: el 31% de los encuestados dijo que la claridad sobre las nuevas regulaciones y requisitos estaba ralentizando su progreso en materia de sostenibilidad.

Por lo tanto, el imperativo número uno para los gobiernos nacionales es facilitar las cosas para el segmento del mercado medio. Es necesario que haya un mapa de precios claro y accesible con consejos prácticos detallados para que las empresas del mercado medio sepan ahora qué se espera de ellas, cómo pueden comenzar la integración de la sostenibilidad y, finalmente, los pasos que deben tomar para introducir e implementar una estrategia de cero emisiones netas. Al mismo tiempo, varios líderes del mercado están buscando apoyo de auditoría interna, y vemos que surge una brecha entre las empresas más grandes que buscan validar la sostenibilidad en sus cadenas de suministro y muchas empresas del mercado medio que solo están comenzando.

Ayudar al mercado medio a integrar estrategias de cero neto en sus operaciones comerciales